



ANKARA
HACI BAYRAM VELİ ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

**GENÇLERİN GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMLERİNİN
ARAŞTIRILMASI**

Buket ŞEN

Tez Danışmanı

Prof. Dr. Ayşe CANATAN

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
SOSYOLOJİ ANABİLİM DALI
SOSYOLOJİ BİLİM DALI**

TEMMUZ 2019



GENÇLERİN GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMLERİNİN ARAŞTIRILMASI

Buket ŞEN

YÜKSEK LİSANS TEZİ
SOSYOLOJİ ANABİLİM DALI
SOSYOLOJİ BİLİM DALI

ANKARA HACI BAYRAM VELİ ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

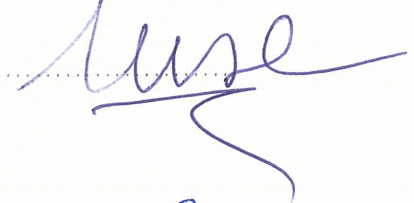
TEMMUZ 2019

Buket SEN tarafından hazırlanan “Gençlerin Girişimcilik Eğilimlerinin Araştırılması” adlı tez çalışması aşağıdaki jüri tarafından OY BİRLİĞİ ile Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Sosyoloji Anabilim Dalında YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Danışman: Prof. Dr. Ayşe CANATAN

Sosyoloji Anabilim Dalı, Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum.



Başkan : Prof. Dr. Serdar SAĞLAM

Sosyoloji Anabilim Dalı, Hacı Bayram Veli Üniversitesi

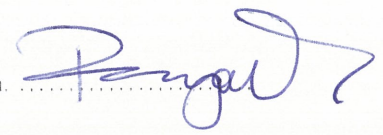
Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum.



Üye : Prof. Dr. Feryal TURAN

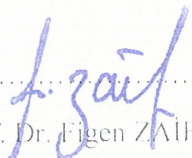
Sosyoloji Anabilim Dalı, Ankara Üniversitesi

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum.



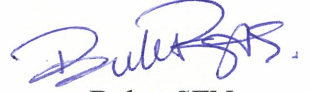
Tez Savunma Tarihi: 12/07/2019

Jüri tarafından kabul edilen bu tezin Yüksek Lisans Tezi olması için gerekli şartları yerine getirdiğini onaylıyorum.

.....

Prof. Dr. Figen ZALIF
Enstitü Müdürü

ETİK BEYAN

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada; tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi, kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı, bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu, bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.



Buket ŞEN

12/07/2019

GENÇLERİN GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMLERİNİN ARAŞTIRILMASI

(Yüksek Lisans Tezi)

Buket BEKDAŞ ŞEN

ANKARA HACI BAYRAM VELİ ÜNİVERSİTESİ

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

Temmuz 2019

ÖZET

Girişimcilik tarihi insanlık tarihi kadar eskidir. Girişimci; emek, sermaye ve kaynakları bir araya getirerek işletme kuran, sürdüren ve kar elde eden kişidir. Yeni sosyo-ekonomik düzen, teknolojik gelişmeler ve hızlı tüketim kültürü fırsatları görüp iş haline getirerek para kazanmayı ön plana çıkarmıştır. Bu durum da sosyal hayatta bir dönüşüme yol açmıştır. İktisat ve ekonominin inceleme alanı olan girişimcilik, sosyal ve kültürel yapının imkanlarıyla yakından alakalı olduğu için psikoloji ve sosyoloji gibi sosyal bilimlerin çalışma alanı haline gelmiştir. Girişimciliğin yeni sosyo-ekonomik teknolojik düzende sosyal ve kültürel açıdan farklı boyutlar kazanması doğal olarak bu alanla ilgili akademik çalışmaları artırmıştır. 1980 sonrasında sosyolojik teoride girişimciliğe duyulan ilgi artmıştır. Sosyolojik açıdan baktığımızda girişimcilik, sadece ekonomik değil, toplumsal ve kültürel olarak bir değerdir. Bireyde girişimcilik ruhunun oluşması aile ve yakın çevrenin eğitimin sunduğu kültürle var olmaktadır. Bu çalışma sosyal ilişki ağları yaklaşımıyla ele alınmıştır. Çalışmanın birinci bölümünde girişimciliğin kavramsal analizi, türleri ve girişimcilik yaklaşımları ele alınmıştır. İkinci bölümde ise Türkiye’de girişimcilik eğilimi, Türkiye’de girişimcilik kültürü ve eğitimi, Türkiye’de Osmanlı Dönemi’nden günümüze girişimcilik ve Türkiye’de girişimciliği destekleyen kuruluşlar ele alınmıştır. Üçüncü bölümde nicel araştırma yöntemleri ile girişimcilik, sosyo-kültürel-ekonomik bir çerçevede ele alınmış ve gençlerin mesleki bir tercih olarak girişimciliğe yönelimleri araştırılmıştır. Bu çalışmada üç farklı üniversitede, şehirde ve fakültelerde öğrenim gören 498 son sınıf öğrencisi ile yüz yüze anket uygulaması yapılmıştır. Araştırma verileri spss veri analizi programında analiz edilmiş ve bulgular yorumlanmıştır. Çalışma sonucunda elde edilen bulgulara göre; genel olarak gençler mesleki hedef olarak girişimcilikten uzaktır. Gençler mezuniyet sonrası memuriyet tarzı işleri ve özel sektör çalışanı olmayı tercih etmektedir. Erkek öğrenciler kadın öğrencilere göre girişimciliğe daha isteklidir. Baba mesleği girişimcilik olanlar girişimciliğe daha eğilimli olacağına dair anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Girişimcilik dersi alan katılımcıların girişimcilik eğilimleri, almayanlara göre anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Araştırma sonuçlarına göre gençler mevcut eğitim sisteminin, iş piyasasının ve çalışma koşullarının girişimciliği geliştirmeye açık olmadığını düşünmektedir.

Bilim Kodu : 113810

Anahtar Kelimeler : Girişimcilik, genç girişimciliği, girişimcilik kültürü, sosyal ilişki ağları yaklaşımı, girişimcilik sosyolojisi

Sayfa Adedi : 106

Tez Danışmanı : Prof. Dr. Ayşe CANATAN

RESEARCH ON ENTREPRENEURSHIP TRENDS OF YOUNG PEOPLE

(M. Sc. Thesis)

Buket ŞEN

ANKARA HACI BAYRAM VELİ UNIVERSITY

GRADUATE SCHOOL FOR ANKARA HACI BAYRAM VELİ UNIVERSITY

July 2019

ABSTRACT

The history of entrepreneurship is as old as the history of humanity. Entrepreneur; is a person who sets up business, maintain its continuity and makes profit on it by bringing labor, capital and the resources together. The new socio-economic order, technological developments and fast moving consumer products culture brings making money to the fore by seeing new opportunities and making them turn into business. This circumstance causes a transformation in social life. Since entrepreneurship, which is the study area of the economy, is closely related to social and cultural structure, it has become a field of study of social sciences such as psychology and sociology. The fact that entrepreneurship has different social and cultural dimensions in the new socio-economic and technological order increased the academic studies related to this field naturally. The relationship is between entrepreneurship sociological theory increased after 1980. Entrepreneurship is not only economic but also social and cultural value and from a sociological point of view. The formation of the entrepreneurial spirit in the individual comes from the culture provided by the family, the environment and education. This study is dealt with the social relations networks approach. In the first part of the study, conceptual analysis, types and entrepreneurship approaches of entrepreneurship are discussed. In the second section of Turkey's entrepreneurial orientation, entrepreneurial culture and education in Turkey, organizations supporting entrepreneurship and entrepreneurship in today's Turkey from the Ottoman period in Turkey are discussed. In the third chapter, entrepreneurship was taken into account in with quantitative research methods in terms of socio-cultural-economic and the tendencies of young people to entrepreneurship as professional preferences were investigated. In this study, a face-to-face survey was conducted with 498 senior students studying at three different universities, cities and faculties. The research data was analyzed in the SPSS data analysis program and the findings were interpreted. According to the findings of the study, young people in general are far from entrepreneurial as professional targets. Young people prefer post-graduation to be government official and to be private sector employees. Male students are more interested in entrepreneurship than female students. No significant difference has been found that those with paternal profession entrepreneurship will be more inclined to entrepreneurship. The entrepreneurship trends of the participants who took the entrepreneurship course did not differ significantly from those who did not. According to the research results, young people think that the current education system, job market and working conditions are not suitable develop entrepreneurship.

Science Code : 113810

Key Words : Entrepreneurship, young entrepreneurship, entrepreneurship culture, social relations networks approach, sociology of entrepreneurship

Page Number : 106

Supervisor : Prof. Dr. Ayşe CANATAN

TEŞEKKÜR

Hazırlamıő olduğum çalışmada değerli bilgilerini benimle paylaşan, kendisine ne zaman danıősam zaman ayırıp yardımcı olan, samimiyetini ve pozitif bakış açısını esirgemeyen kıymetli danıőmanım Prof. Dr. Ayşe CANATAN' a teşekkür ederim.

Çalışmada bana güvenen, beni yüreklendiren ve destekleyen değerli eőime teşekkür ederim. Bana sevgi, saygı ve emeğin ne demek olduğunu yaőatarak öğreten, anne babama ve kardeőlerime sonsuz teşekkürler.



İÇİNDEKİLER

	Sayfa
ÖZET	iv
ABSTRACT.....	v
TEŞEKKÜR.....	vi
İÇİNDEKİLER	vii
ÇİZELGELERİN LİSTESİ.....	x
KISALTMALAR.....	xii
1. GİRİŞ.....	1
2. GİRİŞİMCİLİK VE GENÇLİK.....	3
2.1. Girişim Kavramı.....	5
2.2. Girişimci Kavramı.....	5
2.3. Girişimcilik Tanımı ve Kapsamı	7
2.4. Girişimcilik Kavramının Benzer Kavramlarla İlişkisi	10
2.5. Girişimcilik ve Sosyoloji.....	12
2.6. Gençlik; Tanımı Ve Kapsamı.....	14
2.6.1. Gençlik Tanımı	14
2.6.2. Gençlik, Girişimcilik ve İstihdam.....	15
2.7. Girişimcilik Türleri	19
2.7.1. Orijinal Bağımsız Girişimcilik.....	19
2.7.2. İç Girişimcilik	20
2.7.3. Kurumsal Girişimcilik	21
2.7.4. Profesyonel Girişimcilik (Yönetici Girişimcilik):	21
2.7.5. Teknik Girişimcilik.....	22
2.7.6. Girişimci Girişimciliği.....	22
2.7.7. Çevreci Girişimcilik.....	23

	Sayfa
2.8. Girişimcilik Yaklaşımları.....	23
2.8.1. Kişilik Özellikleri Yaklaşımı.....	24
2.8.1.1. Başarı ihtiyacı.....	25
2.8.1.2. Kontrol odaklılık	26
2.8.1.3. Risk alma eğilimi.....	28
2.8.2. Bilişsel Yaklaşım	29
2.8.3. Girişimsel Niyet Yaklaşımı	30
2.8.4. Girişimcilik ve Sosyal İlişki Ağları Yaklaşımı.....	31
2.9. Girişimciliğin Avantaj ve Dezavantajları.....	34
2.10. Girişimcilik Yetenekleri.....	36
3. TÜRKİYE’ DE GİRİŞİMCİLİK EğİLİMİ.....	41
3.1. Girişimcilik Eğilimine Etki Eden Faktörler	41
3.1.1. Eğitim.....	42
3.1.2. Aile.....	43
3.1.3. Yaş	43
3.1.4. Rol Modelleri.....	44
3.1.5. Kişiye Özgü Değerler	44
3.1.6. İş Deneyimi.....	46
3.2. Türkiye’de Girişimcilik Kültürü	46
3.3. Türkiye’ de Girişimcilik Eğitimi.....	49
3.4. Türkiye’de Girişimciliğin Tarihsel Gelişim Süreci.....	52
3.4.1. Osmanlı Devleti Dönemi	52
3.4.2. 1923-1950 Dönemi	54
3.4.3. 1950-1980 Dönemi	55
3.4.4. 1980 ve Sonrası Dönem.....	57

	Sayfa
3.5. Türkiye’de Girişimciliğin Gelişmesine Katkı Sağlayan Bazı Kurum ve Kuruluşlar.....	59
4. YÖNTEM.....	63
4.1. Araştırmanın Önemi, Problemi ve Amacı.....	63
4.2. Araştırmanın Yöntemi.....	63
4.3. Evren ve Örneklem	64
4.4. Araştırmanın Sınırlılıkları	64
4.5. Verilerin Analizi, Bulgular ve Yorumlar	65
4.6. Hipotezler.....	65
5. SONUÇ, DEĞERLENDİRME VE ÖNERİLER	83
KAYNAKLAR	89
EKLER.....	99
EK-1. Anket Formu	100
ÖZGEÇMİŞ	104

ÇİZELGELERİN LİSTESİ

Çizelge	Sayfa
Çizelge 2.1. Girişimcilik kuramı ve girişimcilik kavramının gelişimi.....	7
Çizelge 2.2. Türkiye’de eğitim durumu ve dönemlere göre işsizlik oranı (%) 15-24 yaş grubu	17
Çizelge 2.3. Yaşa göre kendi hesabına çalışanlar veya işverenler, II. Çeyrek: Nisan - Haziran, 2017 (Bin Kişi)	18
Çizelge 2.4. A ve B tipi kişilik özellikleri	45
Çizelge 4.1. Araştırmanın çalışma grubuna ait demografik bilgi dağılımı.....	66
Çizelge 4.2. Cinsiyete göre elde edilen bulgular	67
Çizelge 4.3. Üniversiteye göre elde edilen bulgular.....	67
Çizelge 4.4. Fakülteye göre elde edilen bulgular	68
Çizelge 4.5. Girişimcilik dersi alma durumuna göre elde edilen bulgular	68
Çizelge 4.6. Girişimcilik temalı eğitime katılma durumuna göre elde edilen bulgular.....	69
Çizelge 4.7. Baba mesleğine göre hedeflenen çalışma alanlarından elde edilen bulgular.....	70
Çizelge 4.8. Cinsiyete göre girişimci olma düşüncesinden elde edilen bulgular	70
Çizelge 4.9. Cinsiyete göre yapılan t-testi analiz sonuçları.....	71
Çizelge 4.10. Üniversiteye göre girişimci olma düşüncesinden elde edilen bulgular	72
Çizelge 4.11. Üniversiteye göre frekans, ortalama puan ve standart sapma değerleri	73
Çizelge 4.12. Üniversiteye göre tek yönlü varyans analiz (ANOVA) sonuçları	73
Çizelge 4.13. Fakülteye göre girişimci olma düşüncesinden elde edilen bulgular	73
Çizelge 4.14. Fakültelere göre yapılan t-testi analiz sonuçları	74
Çizelge 4.15. Girişimcilik dersi almaya göre girişimci olma düşüncesinden elde edilen bulgular	74
Çizelge 4.16. Girişimcilik dersine göre yapılan t-testi analiz sonuçları	75
Çizelge 4.17. Girişimcilik temalı bir eğitime katılma durumuna göre elde edilen bulgular.....	75

Çizelge	Sayfa
Çizelge 4.18. Baba mesleğine göre girişimci olma düşüncesinden elde edilen bulgular.....	76
Çizelge 4.19. Baba mesleğine göre frekans, ortalama puan ve standart sapma değerleri.....	77
Çizelge 4.20. Baba mesleğine göre tek yönlü varyans analiz (ANOVA) sonuçları	77
Çizelge 4.21. Türkiye’deki mevcut iş piyasası ve çalışma koşullarının girişimciliğe geliştirmeye açık olup olmadığı düşüncesinin cinsiyete göre bulguları.....	78
Çizelge 4.22. Türkiye’deki mevcut iş piyasası ve çalışma koşullarının girişimciliğe geliştirmeye açık olup olmadığı düşüncesinin üniversiteye göre bulguları.....	79
Çizelge 4.23. Türkiye’deki mevcut iş piyasası ve çalışma koşullarının girişimciliğe geliştirmeye açık olup olmadığı düşüncesinin fakülteye göre bulguları	79
Çizelge 4.24. Türkiye’deki mevcut iş piyasası ve çalışma koşullarının girişimciliğe geliştirmeye açık olup olmadığı düşüncesinin girişimcilik dersi alma durumuna göre bulguları	80
Çizelge 4.25. Türkiye’deki mevcut iş piyasası ve çalışma koşullarının girişimciliğe geliştirmeye açık olup olmadığı düşüncesinin girişimcilik temalı eğitime katılma durumuna göre bulguları	81
Çizelge 4.26. Türkiye’deki mevcut iş piyasası ve çalışma koşullarının girişimciliğe geliştirmeye açık olup olmadığı düşüncesinin baba mesleğine göre bulguları.....	82

KISALTMALAR

Bu çalışmada kullanılmış kısaltmalar, açıklamaları ile birlikte aşağıda sunulmuştur.

Kısaltmalar	Açıklamalar
GDP	Girişimcilik Dersi Öğretim Programı
GİSEP	Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı
İİBF	İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
İŞKUR	Türkiye İş Kurumu
KOBİ	Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler
KOSGEB	Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
MEB	Milli Eğitim Bakanlığı
MÜSİAD	Müstakil Sanayici ve İş Adamları Derneği
STEM	Fen, Teknoloji, Mühendislik, Matematik
TKDK	Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu
TÜBİTAK	Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu
TÜSİAD	Türk Sanayicileri ve İş İnsanları Derneği
UNESCO	Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü

1. GİRİŞ

Günden güne teknolojiyle gelişen küresel dünyada, ürün hizmet üreterek istihdam için ortam hazırlayan girişimcilik sosyal ve ekonomik koşullara bağlıdır. Ekonominin belkemiği girişimcilerdir. Bir toplumda yenilikleri keşfederek fırsatları değerlendiren, emeğiyle kar elde eden ve istihdama ortam sunan girişimcilerin fazla olması gelişmişlik düzeyinin göstergesidir. Toplumun kültürel olarak girişimciliği destekler nitelikte olması çok önemlidir. Yakın geçmişimize baktığımızda Osmanlı Devleti döneminden günümüze kadar girişimcilik desteklenmiş ve önemsenmiştir. Ancak hiçbir dönemde istenilen seviyeye ulaşamamıştır. Toplum olarak risk almaktan uzak, kalıp bilgilerle yetiştirilen nesiller girişimcilikten uzak durmuştur. Geçmişten günümüze yaygın olan “devlete sırtını daya rahat et” anlayışı, “devlet ne güne duruyor” bakış açısı tembelliği getirmiştir. Her şeyi göze alıp iş hayatına atılan bireylere yüklenen vergiler, siyasi ekonomik ve bürokratik engeller girişimciliğin benimsenmesine engel olmuştur. Ancak gelinen politik ve ekonomik düzende memur kadroları dolmuş, kendini tekrarlayan yenilik geliştirmeyen bir yapıya dönüşmüştür. Dolayısıyla yenilikçi fikirlere ve ekonomik gücü artırıcı girişimlere ihtiyaç vardır. Özellikle artan üniversite mezunu sayısına cevap veremeyen memuriyet sistemine alternatif olarak girişimcilik yaygınlaşmalıdır. Uzun zamandır yerleşen bu klasik memur zihniyetini ortadan kaldıracak, girişimciliği destekleyici gençlik ve girişimcilik politikaları uygulanmalıdır. Gelecek perspektifi için de girişimcilik temalı temel eğitim programları hayata geçirilmelidir.

Türkiye’ de girişimciliğin sosyolojik ve ekonomik olarak birlikte incelenmesi son yirmi yıllık çalışmalarda kendini göstermektedir. Daha önceki süreçte ehemmiyeti anlaşılamamıştır. Girişimciliğin kültürel kişilik yapısıyla yakından ilgili olması, sosyal ortam/imkanların girişimciliği desteklemesi, girişimcilik süreci ve sonrasındaki toplumsal yansımalar girişimciliği sosyolojinin inceleme alanı yapmıştır. Ortaya konan girişimcilik toplumda hakim olan girişimcilik kültüründen bağımsız olamaz.

Bu çalışmada gençlerin girişimcilikle ilgili eğilimleri araştırılmıştır. Günümüzdeki iş imkanları düşünülecek olursa girişimciliğe en çok gençlerin ihtiyacı olduğu anlaşılabilir. Girişimcilik içinde barındırdığı yenilik ve dinamizm anlayışıyla gençler için daha idealdir. Ancak ekonomik yapı ve sosyal imkanlar dengesinde bu iki bileşenin başarılı olması için detaylı bir eğitim ve inceleme gerektirmektedir.

Çalışmada gençlerin girişimci olma düşünceleri ve bu düşüncelerini etkileyen etmenler araştırılmıştır. Ekonomik kalkınma ve genç istihdamının sağlanması için girişimciliğe büyük rol düşmektedir. Bu nedenle araştırma, iş hayatına atılacak gençler arasında yapılmıştır. Gelecek nesillerin daha yenilikçi, daha yapıcı ve riskleri iyi analiz edip girişimci olmaları umut edilmektedir. Bu temel dönüşüm için köklü bir uygulamalı, katılımcı ve girişimci temelli eğitim programlarına ihtiyaç vardır. Sunulacak yeni yapılanmalar girişimcilik kültürünü yeniden inşa edecektir. Toplumsal yapı, ekonomik sınıflarla yeniden şekillenecek ve girişimciliğe ortam hazırlayan bir yapılanma haline gelecektir.

Hazırlanan tez çalışması dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde girişimcilik kavramları ve gençlik kavramları ile girişimcilik yaklaşımları ele alınmıştır. İkinci bölümde Türkiye’ de girişimciliğin geçmişten günümüze gelene kadar izlediği yol incelenmiştir. Üçüncü bölümde ise üniversite son sınıf öğrencilerinin girişimcilik eğilimleri araştırmasına yer verilmiştir. Dördüncü bölümde sonuç, değerlendirme ve öneriler sunulmuştur.

Araştırmanın amacı; yükselen bir meslek alanı olarak girişimciliğe gençlerin bakış açısını tespit etmek, gençlerin girişimcilik eğilimlerini analiz ederek girişimciliğin genç işsizliğine bir çözüm modeli olup olamayacağı bilgisine ulaşmaktır. Araştırmanın yöntemi nicel olarak tasarlanmıştır. Araştırmada nicel veri toplama tekniklerinden yüz yüze anket uygulaması tercih edilmiştir. Anketler, üç farklı şehirde ve üç farklı üniversitede farklı fakültelerde öğrenim gören üniversite son sınıf öğrencilerine uygulanmıştır. Ankete katılan öğrenciler basit seçkisiz örnekleme yöntemi ile seçilmiştir. Elde edilen veriler Spps 22 programı ile analiz edilmiştir. Oluşturulan hipotezler analizler ve bulgularda test edilmiştir. Çıkan sonuçlar dördüncü bölümde değerlendirilmiş ve öneriler sunulmuştur.

2. GİRİŞİMCİLİK VE GENÇLİK

Türkiye’ de ve Avrupa’ da yükseköğrenim programlarında eğitim görenler için genellikle üç seçenek bulunmaktadır. Bunlardan ilki kamu çalışanı olmak diğeri girişimci olarak kendi işini kurmak ve bir diğeri de özel şirketlerde çalışmak. Son yıllarda özellikle iktisadi bölümlerde okuyan öğrenciler girişimcilikle yakından ilgilenmeye başlamışlardır. Kamuda çalışmak için girilen sınavlar öğrenciler için üniversite sonrasında yorucu bir yeni tempoya yol açmaktadır. Ayrıca yeterli atamaların olmaması kamu çalışanı olma önünde engel teşkil etmektedir. Mevcut durum bireyleri girişimcilik ve özel şirketlere yöneltmektedir. Bu nedenle girişimcilik yükselen bir değer olmaktadır. Girişimcilik eğilimi, gençleri istihdam arayan konumdan, hem kendisi hem de başkaları için istihdam sağlayan konuma doğru kaydırmaktadır. Girişimcilik toplumsal bir olgudur, toplum bireyi girişimciliğe yönlendirmektedir. Yeni girişimciler de toplumsal yapıyı yeniden beslemektedir. Bu bakımdan günümüz genç girişimcilerini ve girişimcilik modellerini incelemek gerekli hale gelmiştir.

Günümüz genç girişimcileri “Y Kuşağı” veya “Milenyum Nesli” olarak adlandırılan bireylerdir. Y kuşağı olarak adlandırılan grup 1980-1999 yılları arasında doğmuş kuşaktır. Bu kuşak, İnternet Kuşağı olarak da ifade edilir. Her nesil kendisini yetiştiren sosyal yapılar ve kültürle şekillenmektedir. Y kuşağı da yaşanan toplumsal olaylarla ve teknolojinin getirdiği yeni sosyal ortamlarla şekillenmiştir (Bakırtaş ve diğ., 2016: 8)

Y Kuşağının özelliklerini şu şekilde sıralamak mümkündür (Konakay ve diğ, 2015:2016);

- 1980 – 2000 yılları arasında doğan çocuklar, en yaşlısı 37, en genci 17 yaşında.
- İnternet ve çok kanallı televizyon ile birlikte büyüdüler.
- Mobil ya da yüz yüze görüşme haricinde sanal görüşmeyi tercih edebiliyorlar.
- Bu kuşağın yüzde 97’ si cep telefonu kullanıyor, yüzde 20’si You Tube’u günde birkaç kez ziyaret ediyor.
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre, 20-24 yaş arasında ortalama 9 milyon kişi var.
- Yokluk bilgileri yok, sabırsızlar.
- Bireysel yaklaşım ağırlıklı karar mekanizmalarına sahipler.
- Kendine güven duyguları yüksek.

-Sadakat duyguları zayıf

-Kendilerini ve tercihlerini rahatlıkla ortaya koyabiliyorlar. Çekingen ve pasif değiller.

-Daha girişimciler.

-Kendi fikirlerine çok önem veriyorlar ve fikirlerinin mutlak sorulmasını istiyorlar.

Y kuşağı genel olarak özgüveni yüksek, takım çalışmasına yatkın, bağımsızlık algısı yüksek, kendilerini kolaylıkla ifade edebilen, bilgiyi dijital kaynaklardan elde eden, girişimci, üst baskılı otoriteyi benimsemeyen, işe bağlılığı düşük, iş yaşamında esnek olmak isteyen, eğlenceye açık, farklı kültürel seyahatleri tercih eden (eğitimde erasmus vb programlarla başlayan süreç) bir kuşaktır. Toplumsal koşullardan etkilenen ve sosyal ilişkilerle şekillenen girişimcilik, yaş sınırı olmayan çekici bir iş alanıdır. Yasal hakların izin verdiği ölçüde en gencinden en yaşlısına kadar insanlar her gün artan sayıda yeni işlere girişmektedirler.

Y kuşağı gençlerinin kariyer hedeflerini ortaya çıkarmak için bir araştırma yapılmıştır. Araştırma sonucunda kariyer hedefi önceliklerinin araştırmalarının yapıldığı (Türkiye, Fransa, Almanya, Rusya, Singapur, Birleşik Krallık ve ABD) ülkelere göre farklılaştığı bulgusuna ulaşılmıştır. Ülkemiz Y kuşağının kariyer hedeflerinin öncelik dağılımı şöyledir (Bakırtaş ve diğ., 2016: 9).

- Girişimciliğini, yaratıcılığını kullanabilmek
- Uluslararası kariyer yapmak
- Lider olmak, insan yönetmek
- İş, özel yaşam dengesini kurabilmek
- İş güvencesinin olması
- Toplum için faydalı bir işe hizmet etmek
- Teknik ya da fonksiyonel bir uzman olmak
- Bağımsız olmak
- Rekabetçi olmak (Gençlerin Tercih İdeal İşverenler, 2016: 10).

Günümüzdeki girişimciliğin mimarı genç girişimciler, modern toplumsal yaşamın onlara sunduğu nimetleri fazlasıyla kullanmaktadır. Gençler, İnternet, sosyal medya, yakın arkadaş ve aile ilişkileri ve aldıkları eğitimle girişimlerine yön vermektedir. Girişimlerini de bu mecralar üzerine kurmaktadır. Yeni nesil girişimciler ekonomik kalkınma için onlara en çok

ihtiyaç duyulan zamanda kendi yaşanmışlıklarıyla, edindikleri kültürle yeni bir girişimcilik modeli sunmaktadırlar. Üniversite mezunu genç işsizliğin arttığı ve kamusal işlerin tıkanma noktasına geldiği bir dönemde; ekonomik ve toplumsal olarak girişimciliğe büyük ihtiyaç duyulmaktadır. Böylesi anlamlı bir dönemde alışlagelmişin dışında bir modelle karşımıza çıkan gençler, kuracakları yeni işlerle geleceğin ekonomisi ve sosyal yaşamının belirleyicileri olacaktır.

2.1. Girişim Kavramı

Girişim kavramı, Türk Dil Kurumu (TDK)' na göre, “bir işe girişme, teşebbüs” şeklinde tanımlanmaktadır. Bu kavram birçok bilim adamı tarafından da farklı şekillerde tanımlanmıştır. Bazılarına göre girişim; doğa, sermaye ve emeğin bir araya getirilmesinden oluşan bir bütün şeklinde tanımlanmıştır. Bazılarına göre de girişim; başkalarının ihtiyaçlarını sürekli kılarak karşılamak üzere, pazarı olan ve pazarda fiyatı oluşan iktisadi mal ve hizmetleri ortaya çıkarmak ve sahibine (girişimciye) kar sağlama amacı taşıyan bir işletme veya girişimcilerin ticari faaliyetlerini gerçekleştirmek amacıyla kurmuş oldukları ekonomik birim şeklinde tanımlanmıştır. (Soydan, 2008: 4) Girişim, girişimcinin aklındaki iş fikri, gerçekleştireceği iş alanının adıdır.

Girişim, kişilerin ekonomik gelir elde etmek amacıyla ticari faaliyette bulunmasıdır. Girişim faaliyeti belli bir ekonomik amaçlı kuruluşla gerçekleştirilir. Girişim, sadece bireyler tarafından değil şirket veya topluluk tarafından da kurulabilir. Girişim faaliyeti kişilerin ilgi istekleri ve eğitimleri, bilgi becerileri ve yetenekleri veya hedeflenen girişim faaliyetinin popülerliği ile ilgili olabilir.

2.2. Girişimci Kavramı

Girişimci kavramı, köken olarak Latince “*intare*” kökünden gelmektedir. İngilizce’de “*enter*”-giriş ve “*pre*”-ilk, “*entrepre-neur*”-ilk girişen, anlamını taşıyan girişimci kavramı (Güney ve Nurmakhmatuly, 2007: 63), Fransızca’da girişmek, yüklenmek şeklinde ifade bulan “*entreprende*” kelimesinden gelmektedir. Bu kavrama karşılık gelen kelime İngiliz dili ve edebiyatında kaybolmuştur. Bununla birlikte, “*undertaker* (spekülatör)” sözcüğünün Fransa’da yaşayan İngilizler tarafından “girişimci”, “uzman”, “yönetici”, “memur (işçi)”, “tüccar”, “girişim”, “proje sahibi” vb. Şeklinde çevrildiği; ancak, hiçbirinin “*entrepreneur*”

yani girişimci kelimesinin anlamını vermediği de öne sürülmektedir (Tamizharasi ve Panchanatham, C.1, S.2, 2010: 215).

Girişimci terimini ilk kez Fransız asıllı İrlandalı ekonomist Richard Cantillon tarafından kullanılmıştır. Cantillon “İktisat Teorisi Üzerine Bir Deneme” (1755) isimli eserinde girişimciyi, ‘çiftçilerin ürettiği ürünleri satın alarak onların gidemediği büyük şehirlerde satan kişiler’ olarak tanımlamıştır. Cantillon, ürünü şehirde satıp satamayacağını kesin olmadığı için girişimcinin, satma riskini üstlendiğini belirterek, girişimcilerin riski üstlenen kişiler olduğunu vurgulamıştır. Bu bağlamda girişimciler, ürettikleri veya satmak için aldıkları ürünlerin satılıp satılmama riskini üstlenen kişilerdir (Çatı, 2016: 5).

Girişimci kavramını tek bir cümle ile ya da tek bir tanım ile tanımlamak doğru olmayacaktır; ancak çoğunlukla herkesin hem fikir olduğu belirleyici üç önemli nokta bu kavramın içinde yer alır. Bunlar: kendi hayat tarzını değiştirme kararını kendi eline alabilme cesareti; kendisinin ya da çevresindeki kaynak ve yetenekleri organize/yeniden organize ederek, sosyal, ekonomik ve bireysel çerçevede farklı, değer yaratan, anlamlı ve son olarak da hayal gücünü kullanarak, problemleri çözerek tüm bunların karşılığında maddi-manevi ödülü ve başarısızlığı göze alabilme şeklindedir (Top, 2006: 6).

Girişimci, her zaman bilinmeyenle ilgilenen geleceği kurcalayan, geleceğe plan yapan, olasılıklardan olanaklar oluşturan, kaosları uyuma çeviren kişidir (Döm, 2014: 6).

Girişimci, diğer insanlardan farklı özelliklere sahiptir. Girişimci, eleştirel akıl, sezgi, kavrama yeteneği, irade, yenilik, liderlik, analitik düşünme gibi içsel özelliklerini sosyal ilişkileriyle güçlendirerek harekete geçen kişidir. Sadece doğuştan gelen içsel özellikler girişimcinin harekete geçmesi için yeterli değildir. Gerçekleştirdiği girişimin güçlü alt yapısını yakın çevresi ile oluşturur, ihtiyaç analizini içinde bulunduğu toplumdan beslenerek gerçekleştirir.

2.3. Girişimcilik Tanımı ve Kapsamı

Literatürdeki Girişimcilik Kavramları;

Yazar	Girişimcilik Kuram ve Kavramı
-	Girişimci, büyük ölçekli üretimden sorumlu olan kişidir.
-	Girişimci, kamu yönetimiyle sözleşme imzalayarak, kar zarar riskini alan kişidir.
Richard Cantillon	Girişimci, riskleri üstlenmesi nedeniyle, sermaye sağlayan kişiden farklıdır.
Beaudeau	Çeşitli yenilikler yaparak maliyetleri azaltan, karı artıran yenilikçi kişi.
Jean Baptiste Say	Girişimci, iktisadi kaynakları düşük üretkenlik alanından yüksek üretkenlik alanına geçiren kişidir.
Francis Walker	Sermaye sağlayan ve faiz alan kişiyle, yönetsel yeteneklerini kullanarak kar sağlayan kişi arasında ayırım yapılmasıdır.
Joseph Schumpeter	Girişimci, yenilikçi ve denenmeyen teknolojiler geliştiren kişidir. Değişimi memnuniyetle karşılayan, ekonominin içinde bulunduğu kaostan yararlanan ve değer yaratmak için değişiminden faydalanan kişidir.
David McClelland	Girişimci, enerjik bir kişidir ve ortalama risk alır.
Peter Drucker	Girişimci fırsatları maksimize eden kişidir.
Albert Shapero	Girişimci, inisiyatifi alan, bazı sosyoekonomik mekanizmaları organize eden ve başarısızlık riskini kabullenen kişidir.
Karl Vesper	Girişimci, ekonomistler, psikologlar, işadamları ve politikacılar tarafından farklı görünen kişidir.
Gifford Pinchot	İşadamı, kurmuş olduğu organizasyon içinde bir girişimcidir.
Robert Hisrich	Girişimcilik; parasal ve kişisel tatmin karşılığında finansal, psikolojik ve sosyal riskleri üstlenerek, gerekli zaman ve çabayı harcayıp farklı değerlerde mal ve hizmet yaratma sürecidir.
Frank H. Knight	Belirsizlik ortamı içerisinde neyin, ne zaman ve nasıl üretileceğine ilişkin, üretken süreçte karar verici konumunda kar elde etme beklentisiyle bunun sorumluluğunu alan kişidir.
Webster Ansiklopedisi	İktisadi bir işletmenin örgütleyicisi ve özellikle işi düzenleyen, işi sahibi, yöneticisi ve riskini alan kişidir.
Timothy S. Hatten	Fırsatları gören ve bu fırsatı avantaja dönüştürebilmek için işe başlama riskini üstlenen kişidir.
Tim Burns	Kar elde etmek amacıyla, değişim ve fırsatları kullanan ya da yaratmak için inovasyon yapan kişidir.
Von Thünen	Yöneticiden farklı olarak risk alan kişidir.
Seyfi Top	Girişimci soyut bir fikri ele alıp somut bir Őekle dönüştürebilen kişidir.
Mehmet Marangoz	Girişimci, risk ve sorumluluk üstlenebilen, dinamik bir kişiliğe sahip, yeniliklere açık, büyüme tutkusuna sahip kişidir.
Tansoy Yıldırım	Girişimci bir manav, tamirci perakendeci olabileceği gibi büyük bir örgütün fabrikanın, holdingin, hipermarketin kurucusu da olabilir.

Çizelge 2.1. Girişimcilik kuramı ve girişimcilik kavramının gelişimi

Kaynak: (Yurtseven, R. (2007) Girişimcilik küçük bir işletme kurmak ve yönetmek., Ankara, Detay Yayınları, 57; Kümbül Güler, Burcu, (2010) Sosyal Girişimcilik, Efil Yayınları, 1. Baskı, Ankara; Döm, Serpil, (2012) Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği, Detay Yayıncılık, 3. Baskı, Ankara)

Girişimcilik kavramsal olarak yıllardır bilinen bir olgudur; ancak günümüzde bu kavramın popüler hale gelmesinin nedeni, girişimciliğin yeni bir boyut kazanması sebebiyle ‘ani ve özel keşifmiş’ gibi algılanması ve takip edilmesidir. Asıl neden ise, girişimciliğin ekonomik, sosyal, psikolojik ve teknolojik değişimin ve yeniliğin, gelişimin, ilerlemenin gerçek özü ve dinamiği olduğunun yeni fark edilmesinden dolayıdır (Apak vd. 2010: 13).

Literatüre bakıldığında girişimcilik kavramı birçok yazar tarafından farklı açılardan ele alınmış ve incelenmiştir. Çoğunlukla ekonomistler tarafından yapılan çalışmalarda ağırlıklı olarak risk, sermaye sağlanması, üretim faktörlerinin koordinasyonu ile bir iş kurmak gibi konular çevresinde ele alınarak girişimcilik kavramı açıklanmaya çalışılmıştır. Birçok yazar ise girişimciliği, bir işletmenin kurulması ve bunların yönetilmesi ile kazanç sağlanmasına hale getirilmesi olarak ele almıştır (Başar, vd, 2001: 4-5).

Türk Dil Kurumu Sözlüğü, girişim kavramını, “bir işe girişme, teşebbüs” şeklinde tanımlamaktadır. Bir işe girişimin temel amacı ise, üretim etkinliğinde bulunmaktır.

Türk Dil Kurumunca (2018) üretim için bir işe girişen, kalkışan kimse ya da müteşebbis olarak tanımlanan ve Fransızca “entrepreneur” kelimesinden Türkçeye çevrilen girişimci Ortaçağ’da aktif olarak işi yapan anlamında kullanılmıştır. Girişimcilik terimi ekonomik teoride ise ilk kez 1730’lu yıllarda Fransa’da yaşayan İrlandalı ekonomist Richard Cantillon tarafından kullanılmıştır. Terimin İngiliz literatürüne girişi 19. yüzyılda John Stuart Mill ile gerçekleşmiştir. 20. yüzyılda ise terim sosyoloji, psikoloji, ekonomik antropoloji ve ekonomik teori çalışmalarında yer almıştır. 20’nci yüzyılda ortaya çıkan girişimcilik teorisine göre girişimci risk alarak yenilik yapan kişidir. Başka bir deyişle, girişimci fırsatları gözleyen, kendine ilgisine uygun fırsatı alıp harekete geçen ve bu fırsatı kazanca çevirmek için risk alarak ortam hazırlayan sonucunda da kar elde eden kişidir (Çetindamar, 2002: 210).

Kavram, disiplinler arası gelişmelerle yaygınlaşarak günümüzdeki içeriğine ulaşmıştır. Sürekli boyut değiştiren kapitalizm, girişimcilik kavramına her geçen gün yeni bir boyut kazandırmaktadır.

Kavramın iktisat literatürüne girişi de, 19. ve 20. Yüzyıllarda olmuştur. Kavramı ekonomiye, Fransız ekonomist Cantillon kazandırmıştır. J.B. Say ile de bu kavram bugün kullandığımız anlama kavuşmuştur. Say’ a göre girişimci kavramı, bütün üretim faktörlerini bir araya getirerek bir malı üreten ve elde edeceği kar için riski göze alan

kişidir. Say' ın girişimci tanımı, genel olarak risk üstelenme ile yöneticilik yeteneğine sahip olma esasına dayanmaktadır. (Tutar ve Altınkaynak, 2013: 4-5) Girişimcilik tek başına risk alabilme ya da tek başına bir işi yönetmek değildir. Herhangi bir girişimcilik için emek, sermaye, fırsat, doğru zaman, yer, uygun iş gücü, makine ekipman, risk gibi daha birçok bileşeni içermesi gerekmektedir.

Günümüzde sosyo-ekonomik gelişmelerle bu tanım da yetersiz hale gelmiştir. Girişimciliğin kazanç elde etme güdüsüyle risk alma boyutunun yanına inovasyon (yenilik) sunması beklenmektedir. Piyasadaki mal ve hizmetlerin çokluğu artık kişiye özel üretimlerle taçlanmıştır. Sınırları olmayan kapitalizm anlayışı girişimcileri inovasyona zorlamaktadır. Mevcut pazarda var olan ürünlerle yapılan girişimcilik maalesef kısa sürede başarısızlığa uğramaktadır.

Girişimcilik kelimesi ilk kez Fransızca olarak “iş yapan” anlamına gelen “entrepreneur” olarak kullanılmıştır. Bu tanım, zaman içinde farklılaşarak, 20.yüzyılda daha çok “yenilik yapabilme, fırsatları değerlendirebilme ve ticari anlamda uygulanabilir hale getirme” anlamında kullanılmıştır. Girişimci, en basit şekliyle girişimi gerçekleştiren kişi olarak tanımlanabilir. Ancak, girişimciyi sadece “yeni bir yatırım yapan kişi” olarak tanımlamak eksik olur. Bazı akademisyenler girişimciliği, iş dünyasına ilişkin karar alma düzeyinde beliren bir zihniyet biçimi olarak değerlendirmektedir. Bu zihniyetin en önemli özelliği, yenilik peşinde koşma ve yenilikler getirebilmedir. Girişimci, var olan olanakları harmanlayarak yeni bilişimler oluşturabilen kişidir.

İlk kez 18. Yüzyılın başlarında Cantillon tarafından yapılan tanıma göre girişimci, henüz belirginleşmenin bir bedelle satmak üzere üretimin giderlerini ve hizmetlerini satın alan ve üreten kişi olarak ifade edilmiştir. Bu tanım, girişimcinin daha çok “risk ve sorumluluk alabilme” özelliğini vurgulamaktadır. (Tosunoğlu, Tuğberk: 2003: 4-5)

Girişimciliğin modern anlamdaki kurucusu olarak adlandırılan Schumpeter (1978), girişimciliği modern ekonomideki yeni bileşimlerin meydana getirilmesi olarak tanımlamış ve bunun da ekonomik kalkınmanın temel kaynağı olduğunu belirtmiştir. Yenilikçi girişim düşüncesi ekonomik gelişmenin yol haritasıdır. Birbirinin aynı ürün ve hizmetler zamanla ekonomik durgunluğa yol açacaktır. Schumpeter, girişimciyi yenilik yaparak ekonomideki süregelen durumu bozma kabiliyetine sahip ekonomik kalkınmanın merkezi rolüyle karakterize etmiştir. Girişimcinin fonksiyonu yeni bileşimleri meydana getirmektir. (Schumpeter 1978: 74). Bu tanıma göre girişimcinin yeni bir işletme açmasına gerek yoktur. Yeni bileşimleri keşfederek iş yaşamına katan yöneticiler, çalışanlar da (iç

girişimciler) birer girişimcidir. Bu bakımdan Schumpeter, modern girişimciliğin alanını genişletmiştir. Bir anlamda kurum içi girişimcilik kavramının temelini atmıştır.

Schumpeter, girişimciyi tek başına yenilikçilik olarak tanımlamaz. Schumpeter' in girişimcisi aynı zamanda liderlik sıfatına sahiptir fakat lider-yöneticiden farklıdır. Lider, yönetici ya da iş adamı durgun ekonomik dönemlerde varlığını sürdürebilir. Girişimci ise ekonomiye hareket katar (Özkul, 2007). Schumpeter, bireylerin ekonomik davranışlarını sosyolojik olarak incelediği ve girişimciliğe önemli katkı yaptığı “Ekonomik Kalkınma Teorisi” isimli kitabında girişimciyi şöyle tanımlar: yeni bir ürün, yeni bir hizmet, yeni üretim yol yöntemi ve yeni bir organizasyon biçimi geliştirerek mevcut ekonomik düzeni yıkan kişidir. Schumpeter girişimcileri, ‘başarısız olma ve içinde bulunduğu sosyal grup içinde gülünecek duruma düşme riskine rağmen yeni şeyler yapmada zihinsel özgürlüğünü kullanan ve vizyonlarını gerçekleştirmek için yeterli derecede cesur davranan eşsiz bireyler’ olarak değerlendirmiştir. Schumpeter’ e göre girişimcilerin bu yenilikçi davranışları, mevcut işletmeleri sahip oldukları konuma getirmektedir. Schumpeter bu durumu “yaratıcı yıkım” olarak adlandırmıştır (atı, 2016: 5-6). Schumpeter, girişimciyi sosyolojik açıdan ele almıştır. Girişimci toplumdaki saygın konumuna rağmen risk olarak yaratıcı yıkımı aslında yine içinde bulunduğu toplum için gerçekleştirecektir. Girişimci ortaya koyduğu yeni düzen; yeni sosyal ilişkiler, yeni işçi sınıfı, yeni istihdam alanları ve yeni toplumsal sınıfı oluşturacaktır. Bu anlamda yeni modern toplumların yapılanmasında girişimcilerin rolü çok büyüktür.

Girişimciler hangi milletten olursa olsun, kuruluşları hangi ülkede faaliyet gösterirse gösterebilir, başarıları, ahlak ve hukuk ilkelerine olduğu kadar kültür ve ekonominin kurallarına gösterdikleri saygı ve bağlılıktan kaynaklanır. İlkesi ilkesizlik olan girişimci ve kuruluşlar, hiçbir alanda başarılı olamayacakları gibi, her ülkede de yasal engel ve kültürel baskıyla karşılaşırlar. Bu bağlamda, girişimci ve sermayenin ülkesi değil, ilkesi önemlidir (Gürdoğan, 2011: 33).

2.4. Girişimcilik Kavramının Benzer Kavramlarla İlişkisi

Girişimcilik kavramı genel itibariyle karışık ve belirsizdir. Ayrıca girişimcilik birçok benzer kavram ile de i içe girmiştir. Örneğin; girişimci, işadamı, sermayedar, esnaf gibi kavramlarla karıştırılmaktadır. Bu durum sadece ülkemize özgü bir durum değildir, ekonomik anlamda gelişmiş birçok ülkede de yaşanmaktadır (Börü, 2006: 1).

Girişimci kavramı ile yönetici, sermayedar, patron, işveren ve gibi kavramlar birbirleriyle karıştırılmaktadır. Ancak, açık ve kesin tanımlarına hakim olunmadığından, kavramlar iç içe geçmiş durumdadır. Bu kavramlar;

-Yönetici: Girişimci ve yönetici aynı kişiler de olabilir farklı kişiler de. Ancak, iki kavram birbirinden ayrı olarak ele alınmalıdır (Öztürk, 2003:127). Yönetici en basit haliyle, “başkalarına iş gördüren kişi” şeklinde tanımlanmaktadır (Müftüoğlu ve Durukan, 2004: 12) Yönetici kişilik pragmatiktir, düzen algısı yüksektir. Yönetici olmadan planlama, düzen ya da öngörü sistematığı olmaz. Yönetici, kar ve risk başkalarına ait olmak üzere ekonomik mal ve hizmetleri üretmek ve/veya pazarlamak için üretim faktörlerini bir araya getiren ve böylece işletmeyi amacına uygun çalıştıran kişidir Yönetici ile girişimci arasındaki farklar şu şekilde sıralanabilir (Gerber: 2008: 25-26).

- Yönetici bir düzeni kurar ve o düzeni devam ettirerek çalışır; girişimci kurar ve anında bir sistem düzeni için planlamaya başlar.
- Yöneticinin işleri özenli ve düzgün olurken; girişimci yöneticinin düzenleyeceği yeni şeyler üretir.
- Yönetici, geçmişte yaşarken; girişimci gelecek planıyla yaşar.
- Yönetici hep problemleri görürken; girişimci olaylardaki fırsatları hemen yakalar.
- Yönetici olmazsa toplum ve işler yürümez; girişimci olmazsa da yenilik olmaz.
- Yönetici durağanken; girişimci değişikliklerle başarı sağlar.

- Sermayedar: Bir işletme kurmak adına gerekli olan yatırıma yani, mal ve hizmet üretmek için gerekli olan üretim araçlarına sahip olan kişidir. Sermaye sahibi kişi girişimcilik özelliklerine sahip olmak olacaktır gibi bir zorunluluk yoktur. Sermaye sahibi bazı kişilerde girişimcilik özelliği, beceri ve yeteneği yoksa sermayesini girişimciye sunarak ortaklık kurabilir (Güney, 2015: 69). Örneğin; başkalarının gelecek vaat eden kazançlı olduklarını düşündükleri iş fikirlerine yatırım yapan melek yatırımcılar sermayedardır.

- Patron: Patron, girişimci kavramında olduğu gibi bireye bir sürü sorumluluklar yükleyen bir kavram değildir. Bir işletmenin mülkiyetine sahip olmak, işletme sahibi olmanın tek şartıdır. Bir işletmenin tamamına ya da belirli bir miktar hissesine sahip olan herkes patron olabilmektedir (Akpınar: 2009: 27). Patron, işveren kavramını içerisine alan ve sermaye sahibi olmakla ilgili bir kavramdır. Bir kişi işletmede az miktarda da hisse

sahibi olsa da o kişi patron olabilmektedir. Girişimci ise, işletme sahipliğine göre anlamı ve sorumluluğu daha kapsamlıdır. Patronlar girişimcilerin işlerinin yöneticisi oldukları için girişimcilerden sorumlulukları daha azdır.

- **İşveren:** İş görenleri kendi iş yerlerinde, bedenen ya/ ya da fikren istihdam eden ve bu ilişki sonucunda yasal hükümlerle sorumlulukları olan kişilerdir (Güney, 2015: 69).

2.5. Girişimcilik ve Sosyoloji

Girişimcilik temelinde ekonomik bir değer içerse de toplumsal ve kültürel değerlerden bağımsız değildir. Ekonomik alanda yeni bir işin kurulması toplumsal yapıda da yenilikçi bir değişim ortamını getirir. Toplumsal yapı da girişimciliğin gerçekleşmesi açısından belirleyicidir. Sosyal yapılardan bazıları girişimciliği destekleyici, girişimciliğe ortam hazırlayıcı nitelikteyken bazı sosyal yapılar da girişimciliğin önünü kesmektedir.

Girişimciliğin ekonomik ve kültürel anlamda farklı boyutlar kazanması, ekonomik gelişme için anahtar olarak görülmesi girişimciliği popüler hale getirmiştir. Sosyal bilim alanında birçok araştırmaya konu olmuştur. Geçtiğimiz yirmi yılda girişimcilik alanına katkılarının çoğu işletme disiplininden olmuştur (bkz. Shane, 2002; Casson, 1995; Timmons 1999; TÜSİAD, 2002: 34). 1980 sonrasında girişimcilik alanı sosyolojide önem kazanmaya başlamıştır. Girişimciliğin getirdiği ekonomik değişme sosyal değişmelere yol açıp toplumsal dönüşümlere ortam hazırlamaktadır. Girişimcilik teorisi 1990'lara kadar sadece ekonomi temeliyle ele alındığı için, girişimciyi ortaya çıkararak sosyal faktörleri arka plana attığı için eleştirilmiştir. Girişimcilik sosyolojisi bu eleştiriler ışığında ortaya çıkmıştır.

Ruef ve Lounsbury (2007:1) göre “girişimcilik sosyolojisi, girişimsel aktivitenin sosyal bağlam, süreç ve etkilerini inceler.” Max Weber nl eseri “Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu” nda kapitalizmin batıda hayat bulup sürmesinin sebebini Protestanlık mezhebinin doğmasıyla ilişkilendirir. Protestan inancında, daha çok Calvinizmin tutumlu, dengeli olma, hesaplı alışkan olma öğretileri temeldir. Weber' e göre protestanlarca kabul edilen dünyevi çilecilik ciddi bir dini ideolojik değişimdir. Bu değişim endüstriyel kapitalizmin doğmasının dayanağıdır. Endüstriyel kapitalizm dini ideolojinin dönüşüm kaynağından beslenir. Protestanlık mal sahibi olmayı, lüksü yasaklamıştır, dünyevi çileciliği benimsemiştir. Kar elde etmek ise yasaldir hatta Tanrı'nın öğretisidir. İnsanlar lüks tüketimi sınırlamalı ve çalışmak kutsal anlayışıyla kar elde edip yeni kar getirici

düzenekler hazırlamalıdır (Weber, 2011: 142). Weber' in tarif ettiği kar odaklı ve kar ettiğini yeni üretim mekanizmalarına adanmış insan tipi, girişimci insan modelinin kendisidir. Weber bu anlamda ilk girişimcilik sosyoloğudur. Sosyal ilişki ağları yaklaşımı ile Weber' in bu tezi birbirini destekler niteliktedir. Sosyal ilişki ağları yaklaşımına göre bireyler karar alırken aile, arkadaşları, sosyal ilişkileri, iş çevresi, günlük görüştükleri vb birçok insandan etkilenir. Weber' in dini ibadet derecesinde kar odaklı insan modelinde de birey yakın çevresi ile bu yapıyı inşa eder. İnşa ettiği yapısal düzende her eylem birbirini sürdürür nitelikli kazanç sağlamaya odaklıdır.

Sosyolojik bakış açısı ve araştırmaları, girişimciliğin anlaşılmasına üç biçimde önemli katkı sağlamaktadır. İlki; girişimcilik, sosyal yapıda rol ve fonksiyon içeren üretim faaliyetleri ile ilgili toplumsal kavramların gelişimi aracılığı ile gerçekleşmektedir. Sosyo-ekonomik sistem birbirine alternatif iki yaklaşımı içermektedir; genel bir kabul görmüş dengeye hareket (fikir birliği) veya sınıfsal rekabetin sonucunda çıkan uyuşmazlıkların çözümü. Girişimcilik, türüne ve hedef kitesine göre kendine yer bulacaktır. İkincisi, girişimciliği etkileyen spesifik toplumsal niteliklere dikkat çekmektedir; modernleşme, ekonomik kalkınmada devletin rolü, kayıt dışı ekonominin doğası, organizasyon nüfusunun nitelikleri ve yeni firma kurulumuna ortam hazırlayan ekonomik süreçler. Üçüncü katkı ise bireylerin girişimsel faaliyetlerle ilgilenme kararını almalarına, sosyal bağlamın etkilerini içermektedir. Bu ise bireylerin sosyal konumlarına, sosyal ilişki ağlarına ve bu ağların yetişkinliğine, etnik kimliklerine ve iş deneyimlerine dikkat çekmektedir (Reynolds, 1991: 2; Aktaran, Uygun, 2018: 29-30).

Klasik ve modern sosyolojiye göre bireyler ve organizasyonlar içinde buldukları sosyal bağlamı etkilemekte ve ondan etkilenmektedirler. Bireysel ve girişimsel ilişki ağları, sosyal yapı ve kültürle birlikte girişimciliğin temelidir. Aldrich ve Zimmer' e (1986) göre girişimcilik, sosyal bağlamın içinde olan sosyal bir roldür. Araştırmacılar girişimcileri her şeyden izole olmuş otonom düşünüp uygulayanlar olarak değerlendirmemelidir. Tam aksine girişimciler sosyal bağlamda ne kadar yer ederlerse o kadar başarılı olmaktadır. Mevcut ve potansiyel girişimciler gücünü sosyal ilişki ağlarındaki güçlü bağlardan almaktadır.

Girişimcilik sosyolojisi, girişimcilik ekosistemindeki her yeni gelişmeden etkilenmekte ve araştırma alanını geliştirmektedir. Girişimcilik kapitalist sistemle ilk ortaya çıktığında toplumsal yapıda yeni bir girişimci sınıfı beraberinde getirmiştir. Toplumsal sınıf olarak değerlendirdiğimizde girişimci sınıf; girişimin başladığı ilk yıllarda

orta alt seviyede iken girişimin başarılı olması durumunda orta üst ve ileri düzeyde üst sınıf yapılanmasındadır. Gerçekleştirilen girişimin başarılı ve başarısız olma durumları toplumsal yapılanmada hareketliğe yol açmaktadır. Girişimcilik sosyolojisi bu hareketliliklerle yakından ilgilidir. Ayrıca girişimciliğin kendi ekonomik sistemindeki değişiklikleri de incelemektedir. Girişimciliğin tanımlanıp incelendiği ilk dönemlerde bir işletmenin kurulması temeliyle kabaca tanımlanmaktaydı. Oysa günümüzde girişimcilik denilince akla ilk gelen inovasyon (yenilik) dur. Modern toplumun getirdiği tüketim kültürü ve teknolojik gelişmeler insanları her üründe ve işletmede yenilik arar hale getirmiştir. Çok fazla ekonomik nesnenin olduğu toplumlarda inovatif olmayan işletmeler başarılı bir gelişim sergileyememektedir. Dolayısıyla üretimde, hizmette ve ticaretle sürekli yenilik beklentisi toplumdaki tatmin duygusunun sınırlarını genişletmiştir.

Girişimcilik modern ekonomide istihdam için kilit roldedir. Bir meslek tercihi olarak girişimciliğin düşünülmesi istihdamın artması ve yeni meslek kolları için alternatif demektir. İşsizlik ciddi bir toplumsal problemdir. İşsizliğin getirdiği toplumsal sorunlar girişimcilik sosyolojisinin inceleme alanıdır.

2.6. Gençlik; Tanımı Ve Kapsamı

Birleşmiş Milletler' in (BM) standart tanımına göre, gençlik 15-24 yaşları arasındaki grubu kapsamaktadır. Uygulamada işlevsel açıdan, gençliğin tanımı kültürel, kurumsal ve politik faktörlere bağlı olarak, ülkeden ülkeye farklılık göstermektedir. Endüstrileşmiş gelişmiş ülkelerde gençliğin üst sınırı oldukça değişken olmasına karşılık, alt sınırı genellikle yasal olarak belirlenmiş en düşük okuldan ayrılma yaşına karşılık gelmektedir. Örneğin Britanya' da Genç İstihdam Politikası genellikle 16-18 yaş grubu hedef alırken, Kuzey İtalya'da 14-29 yaş grubunu hedeflemektedir. Resmi istatistiklerde, ABD ve İngiltere'de gençlik, 16-24 yaş grubu olarak tanımlanırken, başta Avrupa Ülkeleri olmak üzere, çoğu ülke ve uluslararası kuruluş gençliği 15-24 yaş grubu olarak kabul etmektedir (Gündoğan, 1999: 65).

2.6.1. Gençlik Tanımı

Gençlik için her toplumda farklı kriterlere göre tanımlamalar yapılmaktadır. Gençlik hangi toplum için söz edilirse edilsin, her zaman bir değer olarak kabul görmüştür. Türkiye' de Aile Araştırma Kurumunun yaptırdığı araştırmaya göre (Aile Araştırma

Kurumu, 1997: 3), gençlik, toplumların kalkınma ve gelişme potansiyelinin en önemli unsuru olmuştur. Gençlik aynı zamanda hem gencin hem de toplumun beklenti düzeylerinin yüksek olduğu bir dönemdir. Genç kendi geleceği ile ilgili hedeflerini kurgulayıp ortaya koyar, toplum da gençliği, kendi devamını sağlaması bakımından teminat olarak görür (Baran, 2013). Aslında bu karşılıklı beklentilerin sunduğu bir ortaklık söz konusudur. Bu ortak nokta hem genç hem de toplum için “gelecek” ifade etmektedir. Geleceğimizi gençlerimiz şekillendirecektir. Sosyal ve ekonomik büyüme gençlerimizin atacağı adımlarla şekillenecektir. Girişimciliğin ruhundaki dinamikliği en iyi gençler yansıtacaktır.

Gençlik dönemini, Birleşmiş Milletler Örgütü (BM) 12-24 yaş aralığı olarak öngörmüştür. Türkiye ise BM'nin belirlediği 12-24 yaş arasını gençlik dönemi olarak benimsemiştir. Gençlik dönemi böylece ergenlik yaşına girmeye başlamakta ve 18 yaşından sonra da görel olarak yetişkinlik dönemine adım atmış olmakla sonlanmaktadır (Yazıcı, 2001: 9). Ancak gençlik dönemi sadece biyolojik yaş olarak değil sosyolojik, psikolojik ve ekonomik açılardan da tanımlanmaktadır. Bu alanlarla ilişkisi göz önüne alındığında gençlik, bir meslek edinmek için eğitimi tamamlama, bir işe girme, ekonomik bağımsızlığını elde etme yetişkin rolüne geçme olarak da ele alınmaktadır. Bu çalışmada, gençlik tanımını “mesleğe adım atma” dönemi olarak ele alınacaktır.

2.6.2. Gençlik, Girişimcilik ve İstihdam

Girişimcilik, her bireyin içinde bulunduğu kültürel, sosyal ve ekonomik yapı ile şekillenmekte ve gelişmektedir. Aile, yakın çevre, arkadaşlar, kültürel öğeler, toplumsal davranış örüntüleri, popüler konular, eğitimin kalite ve düzeyi ile genel ekonomik koşullar, bireyin girişimcilik ruhunu oluşturmasını geliştirmesini ve içinde sahip olduğu girişimci niteliklerini olumlu ya da olumsuz şekillendirmektedir (Yetim, 2014: 80). Bireyde girişimcilik kültürünün oluşmasındaki en büyük etken ailedir. Kişinin ailede aldığı kültürel kodlar, sosyal çevre, eğitim ve ailedeki girişimcilerin yaklaşımları gencin tüm hayatını etkilemektedir.

Yapılan araştırmalar neticesinde, bireyin doğumundan itibaren en çok ailesinde yer alan kişilerden etkilendiği öne sürülmüş ve kişide girişimcilik kültürünün oluşabilmesi, kişinin yaşadığı ve yetişmiş olduğu çevrenin koşullarına, aile yapısına ve sahip olduğu sosyal ve teknolojik imkanlara da bağlı olduğu görülmüştür (Erdoğan, 2012: 24). Aile

bireyin kişiliğindeki en temel yapı taşıdır. Girişimcilik ruhu da aile ile bireye aktarılmakta ve sosyal çevre inşası ile kişiselleşmektedir.

Bireyin kişilik özellikleri ile çevresel faktörler girişimciliğin başlayıp devam ettirilmesinde, başarılı bir girişim örneği sergilenmesinde hayati öneme sahiptir. Gençlik dönemi ise bireyin içinde bulunduğu imkanları ilgi isteklerine, ailevi geçmişine, aldığı eğitim teknolojik imkanlara ve piyasaya göre değerlendirerek geleceğine yön vermeye çalıştığı bir evredir. Dolayısıyla gençlik dönemindeki girişimcilik bireyin tüm hayatına etki edeceğinden çok önemlidir. Böylesi kritik bir süreçte önemli olan gencin kendini ve yeteneklerini çok iyi tanımasıdır. Girişimcilik son yıllarda istihdam sorununun çözümü olarak görülmektedir. Giderek artan genç işsizliği girişimciliğin yükselmesini sağlamıştır.

Bilim ve teknolojide yaşanan hızlı gelişmeler, toplumsal yapıyı değiştirirken toplumun bir parçası olan girişimci ve girişimciliğin değeri de değişmiştir. Bireye ve bireysel yeteneğe dayalı girişimcilik ön plana çıkmış, insanın entelektüel üretkenliği önem kazanmıştır. Bu eksenle girişimcilik unsuru hemen her dönemde çok önemli bir işleve sahip olmuştur. Son yıllarda daha da önem kazanmış, ekonomik kalkınma, istihdam oluşturma ve sosyal gelişmenin temel faktörü olarak değerlendirilmeye başlanmıştır. Girişimciliğe yönelik ilginin artmasıyla, girişimci sınıf toplumun önemli bir parçası haline gelmiştir. Girişimciliğin artan popülaritesinin temelinde istihdam sorununun çözümü, ekonomik yapının değişimi ve gelişimi söz konusudur.

Türkiye’de genç işsizlerin sayısının yetişkin işsizlerin sayısından fazladır. Ayrıca, genç işsizliğinde yıllar itibariyle önemli bir iyileşme olmadığı görülmektedir. Bu açıdan, yaşanan 2008 krizi ile birlikte daha da olumsuz bir durum söz konusudur. Neredeyse beş gençten birinin işsiz olduğu Türkiye’de 2010 itibariyle yükseköğrenim mezunu işsizlerin oranı %32,5 düzeyine kadar çıkmıştır. Güçlü ve gelişmiş bir toplum olmanın ön koşulu gençlere istihdam olanakları yaratmayı gerektirmektedir. Bu amaçla gerçekçi ve kalıcı çözümler sunan bir istihdam politikası izlenmelidir (Sanal, 2010: 10).

Genç işsizliği sorunu ile mücadele politikalarında gerek kamu kurumlarına, gerekse özel sektör işverenlerine önemli görevler düşmekteyken, genç nüfusun payına da bazı görevler düşmektedir. Gençlerin emek kalitesi bakımından yalnızca eğitim düzeyinin yüksek olması yeterli değildir. Kişinin kendisini teknik yaygın eğitimlerle geliştirmiş, en az bir yabancı dil bilen, düzenli gazete ve dergi okuyan, dünyadaki gelişmelerden haberdar olan, çağdaş teknolojilere ayak uydurabilen ve kendi alanında mesleki donanıma sahip bir birey konumunda olması gerekmektedir (Kabaklı ve Gür, 2011). Türkiye’de

üniversitelerin sayısının artması lisans mezunu gençlerin sayısının artmasını sağlamıştır. Ancak alınan eğitimler başarılı bir girişimcilik gerçekleştirmeye veya uluslararası başarılı bir iş yaşamında yer almak için yeterli değildir. Günümüzde üniversite eğitimi tamamlamak, başarılı bir girişimcilik veya başarılı bir iş yaşamı için sadece ilk adım niteliği taşır hale gelmiştir. Gençler mesleklerini sadece kamu kurumları üzerinden icra etme hedefinden giderek uzaklaşmaktadırlar. Çünkü kamu kurumlarında yeterli düzeyde doluluk söz konusudur. Yakın gelecekte sosyal ve ekonomik kalkınmanın yolu kendi işini kuran başarılı girişimcilerle sağlanacaktır.

Türkiye’de işsizliğin nedenleri arasında eğitim ve istihdam ilişkisinin kurulamamış olması da önemli bir yer tutmaktadır. Emek piyasasının beklenti ve ihtiyaçlarını dikkate almayan eğitim sistemi işsizliğe yol açmaktadır. Eğitim durumuna göre işsizlik oranları kadın-erkek açısından farklılık göstermektedir. İstihdamın önemli bir bölümünün eğitim düzeyi düşük işgücünden oluşması ülkenin gelişmesi ve üretim açısından olumsuz bir göstergedir. Öte yandan, eğitim düzeyi arttıkça, işsizlik oranının artması da Türkiye’de işgücü piyasasının yapısal zaafını gösteren bir başka olumsuz noktadır (Güney, 2009: 149).

	Okuma Yazma Bilmeyen	Okuma Yazma Bilen Fakat Bir Okul Bitirmeyen	İlkokul Ortaokul	İlköğretim	İlkokul Ortaokul Dengi Meslek Okul	Genel Lise	Lise Dengi Meslek Okul	Yüksekokul Veya Fakülte
2018		5,8		10,1		12,2		12,4
2017		5,8		9,8		12,6		12,7
2016		5,7		10,2		12,5		12
2015	7,9	14,1	16,3	15,6	14	22,2	18,1	29,5
2014	12,1	15	16	14,8	13,1	20,4	19,3	28,3
2013	10,3	15,5	10,9	15,5	15,1	21,9	18,6	29,2
2012	9,0	14,8	2,5	14,1	0,0	19,8	19,1	28,5
2011	11,2	15,1	11,2	14,5	14,1	22,4	21,2	30,0
2010	16,4	18,4	14,9	18,4	10,9	27,2	23,1	32,5
2009	19,5	23,0	17,9	22,4	21,6	30,6	27,6	33,2
2008	11,0	19,8	14,3	17,9	18,7	25,0	20,8	29,8
2007	16,7	17,3	14,7	16,8	19,3	23,5	22,6	28,5
2006	12,5	15,3	14,7	15,2	17,9	25,2	21,1	27,2
2005	11,3	16,3	14,1	14,5	19,2	25,3	25,6	30,5

Çizelge 2.2. Türkiye’de eğitim durumu ve dönemlere göre işsizlik oranı (%) 15-24 yaş grubu

Kaynak: Tuik; Erişim Tarihi: 20.04.2019

Çizelge 2.2’ de 2005-2018 yılları arasında eğitim durumlarına göre 15-24 yaş arası toplam genç işsizlik (erkek+kadın) oranlarını göstermektedir. Çizelge 2.2 incelendiğinde okuma-yazma bilmeyenler yıllar itibariyle dalgalı bir seyir izlemiştir. İlköğretimde ise genel bir artış eğilimi söz konusudur. Ancak, yıllar itibariyle genç işsizler grubu olarak adlandırılan 15-24 yaş grubunda en yüksek oran yükseköğrenim mezunlarıdır. 2000 yılında %28,3 olan bu oran, 2004 yılında %40'lara kadar yükselmiş 2010'a gelindiğinde ise %32,5 olarak gerçekleşmiştir. 2015’ den sonra ise genç işsizlik oranında yarıya yakın bir düşüş gözlenmiştir.

Yaş grubu	Toplam		Erkek				Kadın					
	Toplam	İşveren	Kendi hesabına		Toplam	İşveren	Kendi hesabına		Toplam	İşveren	Kendi hesabına	
			İktisadi bağımlı olanlar(1)	İktisadi bağımlı olmayanlar			İktisadi bağımlı olanlar	İktisadi bağımlı olmayanlar			İktisadi bağımlı olanlar	İktisadi bağımlı olmayanlar
	6101	1320	80	4701	5150	1207	62	3881	952	114	18	820
15-19	24	1	2	21	21	1	-	20	3	-	2	1
20-24	139	34	2	103	106	29	1	76	33	5	1	27
25-34	935	251	13	671	742	219	11	513	193	32	3	158
35-54	384	833	48	2504	826	769	36	2021	559	63	12	483
55+	1620	203	15	1402	455	189	14	1252	164	14	0	150

Çizelge 2.3. Yaşa göre kendi hesabına çalışanlar veya işverenler, II. Çeyrek: Nisan - Haziran, 2017 (Bin Kişi)

(1) Kendi hesabına çalışanlardan bir müşterisi olan veya birden fazla müşteri olup ancak birinin belirleyici olduğu ve çalışma saati müşteriler tarafından belirlenen kişilerdir.
Kaynak TÜİK. Erişim Tarihi: 22.04.2019

Genç girişimci olup da kendi hesabına bir yer işleten girişimci sayıları çizelge 2.3’ de yer almaktadır. Çizelgeye göre inceleme alanımız olan 15-24 yaş aralığında işveren sayısı 163 bin kişidir. Kendi hesabına işletmesi olan kadın sayısı 36 bindir. Kendi hesabına işletmesi olan erkek sayısı ise 127 bindir. Genç girişimci kadın sayısı erkek sayısından azdır. Genç girişimci için geliştirilen girişimcilik destek politikalarında kadınlara verilen destek oranları daha fazladır. TC. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı KOSGEB (Küçük ve

Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı) tarafından ilk defa işletme kuracak girişimci kadınlar için %80 oranında destek vermektedir. (Engelli, gazi ya da birinci derece şehit yakını olan kadınlarda bu oran %90' dır.) Erkek girişimcilerde ise destek oranı %60' dır (<https://www.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/destekler/3/destekler>).

2.7. Girişimcilik Türleri

Girişimcilik çok geniş bir alanı kapsamaktadır. Toplumun her kesiminde girişimcilikten söz edebiliriz. Okulda, işte, evde, çeşitli sanat dallarında, askeri alanda, kamu kurumlarında, sanat vb birçok alanda girişimciliği görebiliriz. Girişimciliğin alanının toplumun her yerinde dinamik bir şekilde var olması onu sosyolojinin konusu yapmıştır. Girişimci özelliklere sahip bireyler her yerde ve her zamanda ön plana çıkarak girişimci bir kimlik kazanabilirler. Ülkemizin sosyal ve ekonomik kalkınma için her alanda girişimciye ihtiyacı vardır. Yeni girişim faaliyetleri ile ortaya çıkan ticari sektörler; istihdam oluşturulmasını, milli gelirin artmasını, kalkınmayı, sosyal gelişmeyi, ülkemizin uluslararası piyasada tanınmasını sağlayan en önemli etkidir. Ticari girişimcilik olarak bilinen bu faaliyetler diğer girişimcilik alanlarını da fazlaca etkiler.

Girişimcilik ortaya çıkma, şekillenme, orijinallik, organize olma ve icra edilme biçimlerine göre sınıflandırılmaktadır. Literatürde daha çok düşünsel, durumsal, eylemsel ve organize olma biçimlerine göre sınıflandırma tercih edilmektedir. Girişimciliği nitelik-misyon temelli kategorize ettiğimizde yaygın olarak kullanılan girişimcilik türleri; orijinal-bağımsız girişimcilik, iç girişimcilik, kurumsal girişimcilik, profesyonel girişimcilik (yönetici girişimcilik), teknik girişimcilik, girişimci girişimciliği, çevreci girişimcilik olarak da sınıflandırılabilir (Top: 2006:8).

Girişimcilik türleri ne kadar sınıflandırılırsa da aslında her girişim kendine özeldir. Her girişim kendine özel riskler taşır. Herhangi bir girişim inceleyeceğimiz girişimcilik türlerinden birine veya birden fazlasına uyuyor olabileceği gibi, hiçbirine uymayabilir de. Önemli olan girişimin sürdürülebilir nitelikte olmasıdır.

2.7.1. Orijinal Bağımsız Girişimcilik

Bağımsız bir şekilde girişimciliği, orijinal haliyle ilk defa oluşturan yeni girişimciliktir. Bu girişimcilik türü girişimcilerin öncelikle kendi güç, yetenek, algı, sezgi, beceri, ustalık, deneyim, bilgi gibi yetilerine dayanarak hayallerini gerçekleştirmek üzere

eyleme geçtikleri girişimlerdir. İlk defa ve orijinal olma özelliği bu girişimciliğin tanımlanmasında belirleyici ve ayırıcı etmendir. Hem girişimcisi hem de girişim orijinaldir. Girişimciler işlerini yürütmek için en iyi yöntemi tek başlarına keşfeder ve uygularlar (Top, 2006: 8).

Orijinal girişimcilik, girişimcilerin öncelikle kendi güç, yetenek, algı, sezgi, beceri, ustalık, deneyim, bilgi gibi özelliklerine dayanarak hayallerini düşlerini gerçekleştirmek üzere eyleme geçtikleri ve ilk defa sıfırdan başlayarak kurdukları girişimlerdir (Cin ve Günay,2013: 11).

Orijinal girişimcilikte ilk hareketin yapılması, ilk adımın atılması, girişimin doğuşu vardır. Hem girişimin hem de girişimcinin yeni olması bakımından çok dinamik bir yapılanması vardır. Girişimciliğin en gözde en heyecanlı halidir.

2.7.2. İç Girişimcilik

Bir örgütsel ağ içinde veya bir kurulu işletme içinde kendini geliştirmiş bireylerin, (kendi yeteneklerini kanıtlamış) diğer insanlarla ilişki geliştirerek, iletişim kurarak ve bunları kendi yetenek ve değerleriyle yoğurup değerlendirerek kendilerini tanıyıp keşfetmeleri ve kendilerinin farkına varmaları ile başlayan bir başka girişimciliğin içinde filizlenen girişimcilik türüdür (Canbaz vd.,2013: 2).

Günümüzde işletmelerin başarılı sayılabilmesi için başarılarının devam etmesi gereklidir. İşletmelerde başarının devamlılığını sağlayan kilit çalışan iç girişimcidir. Genellikle işi en kapsamlı haliyle bilerek işletmenin başarısındaki söz sahibi kişilerdir. Bu kişiler girişimcilik özellikleri ile birlikte fırsatları yakalayıp bunlardan değer yaratarak içinde bulunduğu işletmeye rekabet sağlar (Aykol ve Yener: 2009: 259).

İç girişimciler, hali hazırda aktif bir işletmenin içinde çalışırken başarı ve yeniliklerle kendi işini kurma yolunda altyapı hazırlarlar. Piyasadaki uygun zaman ve girişimcilikleri ile ilgili gerekli bileşenleri sağladıklarında ortaya yeni girişimci olarak çıkarlar. İç girişimciler aslında sektördeki gelişmeyi ve hareketliliği sağlayan gruptadır. Çünkü mevcut işletmeler için sektörde yeni bir rekabet unsurudur. Sektördeki boşlukları iyi analiz ederek kuruldukları için ilk etapta hızla büyüyebilirler. Genelde piyasada en uzun süre çalışan girişimcilik türüdür.

2.7.3. Kurumsal Girişimcilik

Kurumsal girişimcilik, büyük işletmelerin yeni girişimlerin ortaya çıkmasına destek vermesi veya mevcut küçük işletmeleri destekleyerek yeni girişimlerin oluşturulmasıdır (Tunç, 2007: 83).

Kurumsal girişimciler sektörlerindeki yeniliklerle kendileri için de girişimcilik gerçekleştirebilirler. Bu anlamda aslında kurumsal girişimciler girişimci işletmelerin kendisidir.

Girişimci işletmeler; risk alarak kendi içlerinde çeşitli alanlarda yenilikler yapan ve bu yenilikleri piyasadaki mevcut ve potansiyel rakiplerinden daha önce piyasaya sunabilen ve çevredeki fırsatların değerlendirilmesi yolunda öncü olan işletmelerdir. (Lumpkin ve Dess, 2001: 429-450). Sektördeki lider işletmeler genellikle kurumsal girişimciliği gerçekleştiren işletmelerdir.

Kurumsal girişimciler sektörlerindeki riski üstlenerek potansiyel kurumsal girişimcilere liderlik yaparlar. Rekabetin önünü açarlar, gelişmeyi başlatırlar. Sektördeki mevcut işletmelerde yeni teknolojilerin uygulanması, yeni ürünlerin geliştirerek pazarın genişlemesine öncülük ederler.

2.7.4. Profesyonel Girişimcilik (Yönetici Girişimcilik):

Profesyonel girişimcilik, İşletmenin mevcut çalışanlarından lider veya yöneticilere ya da işletme dışından şahıslara devredilmesi veya satılmasıdır (Cin ve Günay,2013: 11). Profesyonel girişimcilikte aslında girişimci yöneticilerin yer değişikliği söz konusudur.

Profesyonel girişimcilik; işletmenin kendi içinde çalışan alanında uzman kişiye veya işletme dışından alanında uzman olan başka birine devredilmesi veya satılmasıdır. Bir anlamda mevcut girişimci bir diğer yeni girişimci işletmeyi devir almaktadır (Top, 2009: 12).

Profesyonel girişimcilikte eğer işletme içinden bir girişimciye devir söz konusuysa değişimler ve yenilikler genellikle daha yavaş ilerler. Profesyonel girişimciler için ilk etapta önemli olan organizasyonun sürekliliğidir. Köklü değişiklikler ve girişimler daha sonra gelir. İşletme eğer dışardan birine satılmış ise yeni profesyonel girişimci daha aktif ve hızlı olarak değişimler yapabilir. İşletmeye dışardan farklı bir girişimci geldiği için yeni

faaliyetler daha hızlı görölmek istenir. Organizasyonun içinde de böyle bir beklenti söz konusudur.

2.7.5. Teknik Girişimcilik

Teknik girişimcilik; eğitim düzeyleri yüksek, ileri yüksek teknolojiye hakim, alanlarıyla ilgili bilgili ve deneyimli girişimcilerin geliştirdikleri projelerle yapılan girişimlerdir (Göçmen, 2007: 20).

Teknik girişimciler teknik alanda ilgili yüksek eğitim almış ve bu alanda el becerisi olan mesleki tecrübeye sahip kişilerdir.

Teknik Girişimcilik özelliklerine sahip bireyler genellikle teknik meslek gruplarından; tesisatçı, bilgisayar, yazılım, elektrikçi, makinist, mimar, mühendis gibi alanlarda başarılı girişimler gerçekleştirebilecekleri öngörülmektedir (Isır, 2006: 64).

Teknik girişimciler, girişimleriyle aslında bir deney gerçekleştirirler. Bu deney, ürettikleri ürünler, müşterileri ve talep düzeyleri ile ilgili bir deneydir. Girişimci, çıktığı teknik girişimcilik yolunda ölçeği belirlenebilen ve sürdürülebilir bir iş modeli geliştirmeye çalışır. Teknik girişimciler deneme sürecinde hızlı hatalar yapabilirler. Ancak ürünün üreticisi oldukları için çözümü hızlı geliştirirler. Teknik girişimcilerdeki temel mantık, geliştirilen ürünleri hızlı yaymak ve geri bildirim olarak üründe hızla yenilikleri geliştirmektir. Ürünün sürdürülebilirliği sağlanırsa teknik girişim başarıya ulaşır. Üretime dayalı bir girişimcilik türü olduğu için istihdam sağlama olanağı diğer türlere göre daha yüksektir.

2.7.6. Girişimci Girişimciliği

Daha önce çeşitli alanlarda girişimcilik yapmış ancak daha sonra işletmelerini satmış tecrübeli girişimcilerin piyasaya yeni çıkan girişimcileri olarak onlarla yeni girişimler gerçekleştirmesidir. Girişimci girişimciliğinde işletmelerin yeni girişimcileri ile alınıp satılması söz konusudur. Özellikle hızlı büyüyen hızlı gelişen yeni teknolojileri uyarlayan cesur girişimcilerin ve fırsatların hızla gelip geçtiği bir sektörde gerçekleştirilen girişimcilik türüdür. Girişimci girişimciliği, işbirliği yapma ve ortak iş yapma kültürünün gelişmesinde de model bir role sahiptir. İyi projesi olan, iyi fikri olan ve güçlü bir yenilik

geliştirip de bunları eyleme sokmakta güçlük çeken girişimciler için rasyonel bir ortak, iyi bir finans kaynağı yatırımcı, yeni bir motivasyon, iyi bir planlayıcıdır (Top, Seyfi 16-17).

Önceden belli alanlarda girişimcilik yapmış ve daha sonra işletmelerini satmış olan girişimcilerin kendilerine fırsat alanı olarak kuluçkadan yeni çıkan girişimcileri esas almaları şeklinde gelişen bir girişimciliktir (Canbaz vd.,2013: 3).

Girişimci girişimciliği aslında iki tarafında kazançlı çıktığı bir türdür. Önceden girişimcilik yapmış piyasanın tüm artı eksilerini bilen biri ve bilgi becerisi ile geliştirdiği yeni modellerle piyasaya atılmaya heyecan duyan iki türün ortaklığıdır. Bir anlamda tecrübe ve bilginin bir araya gelmesiyle şekillenir. Bu nedenle genelde başarılı işletmelerdir ve topluma yeni istihdam olanakları sunar.

2.7.7. Çevreci Girişimcilik

Çevreci girişimcilik, çevresel sorunlara çözüm bularak sorunların içindeki fırsatları ortaya çıkaran bir girişimciliktir. 1990'lı yıllardan itibaren çevreye olan duyarlılıklar, kirliliğe karşı önlemler yeni gelişmelere zemin hazırlamıştır. Geliştirilen çözüm önerileri yeni girişimleri ortaya çıkarmıştır. Çevreci girişimcilik, atıkların yeniden kullanılmak üzere değerlendirilmesi, atıkların yeniden dönüştürülmesi, doğaya zarar vermeyen ürünlerin üretilmesi, doğal kaynakların korunması gibi konularda girişimcilik gerçekleştirmektir (Top, 2006: 17-18).

Genellikle çevresel sorunları inceleyen, bu sorunların ortaya çıkardığı fırsatları ve yenilikleri çevre bilinci ile değerlendiren girişimcilik türüdür (Tunç, 2007: 84).

Üretim faktörü ihtiyaçlara cevap vermekten ortaya çıktığından girişimcilik de piyasadaki üretime cevap verecek kurumların oluşmasıdır. Çevreci girişimcilik de toplumsal ihtiyaçtan ortaya çıkmıştır. Çevre kirliliğinin artması, konuyla ilgili duyarsızlaşma, küresel ısınma ve doğal kaynakların kıtlığı bu alanlarda ürün ve bilincin oluşmasını gerekli kılmıştır. Bu talep neticesiyle de çevreci girişimcilik ortaya çıkmıştır ve hızla gelişmektedir.

2.8. Girişimcilik Yaklaşımları

Girişimcilik alanında yayın sayısının günden güne artmasına rağmen henüz ortak kabul görmüş genel bir girişimcilik teorisi yoktur. Araştırmacılar temsil ettikleri disipline

ve görüşlerine uygun olarak girişimcilik konusunu aydınlatmak için çeşitli yaklaşımlar ve modeller geliştirmişlerdir. Uzun yıllar boyunca araştırmacılar tarafından ortaya konan bilimsel olarak incelenen teoriler, herhangi bir fenomeni anlamak için çok önemlidir. Girişimcilik disiplini daha iyi analiz edebilmek için girişimcilik alanına öncülük etmiş teoriler incelenecektir. Girişimcilik fenomeni doğası gereği tek bir disiplinin teorik ve ampirik birikimi ile incelenemeyecek karmaşıktır. Bu bakımdan disiplinler arası bakış açıları gerektirmektedir. Baumol' e (1968: 64-69) göre, teori ve uygulamaların örtüşebilmesi için girişimci arzının da modellere dahil edilmesi gerekmektedir. Bu konular da psikoloji, sosyoloji, antropoloji ve sosyal psikoloji alanlarında çalışılmaktadır. Bu nedenle girişimcilik teorilerine katkılar bu alanlarda çalışan bilim insanlarından gelmektedir. İktisatçıların, "Girişimciyi ve girişimcinin sosyal çevresini" görmezden gelen yaklaşımının aksine modern girişimcilik teori ve yaklaşımları bu eksikliği oldukça gidermiştir.

2.8.1. Kişilik Özellikleri Yaklaşımı

Girişimcilik çalışmalardaki temel güdü; girişimcilerin, girişimci olmayan bireylerden farklı olduklarını kanıtlamaktır (Gartner, 1989: 27). Girişimciliğin temelindeki bu farklılığı ortaya çıkarmak isteyen ilk dönem çalışanları girişimcinin kişiliğine eğilmişlerdir. Kişilik özellikleri bireyleri girişimci olmaya yöneltmektedir.

Yapılan araştırmaların temel kabulü: tüm girişimcilerin ve girişimlerinin yüksek düzeyde benzerlik gösterdiği'dir. Kişilik özellikleri yaklaşımında girişimci; özel bir kişilik tipi, tanımlanabilir bir tür olarak kabul edilmektedir. Bu yaklaşıma göre bir girişimci daima girişimcidir ve girişimcinin kişiliği kaybolmayan bir niteliktedir (Gartner, 1988: 12). Girişimciliğin doğuştan kişilik kodlarında olduğunu düşünmektedirler.

Kişilik özellikleri yaklaşımı birey odaklıdır. Kişilik özellikleri yaklaşımına göre bireyi girişimci yapan ortak kişilik özellikleri belirlenebilmektedir. Bu özellikler ile girişimsel davranış arasında ilişki kurulabilmektedir. Kişilik faktörüne odaklanan psikoloji okulu, girişimcilerin, iş ve özel hayatları ile ilgili benzersiz özelliklere sahip olduklarını iddia etmektedir. Girişimciler ve girişimci olmayanlar bu kişilik özellikleri aracılığı ile ayırt edilebilmektedir. Ancak bu özelliklerin sayısı çok fazladır.

Kişilik faktörüne odaklanan psikoloji ekolü girişimcilerin, sosyal, iş ve özel hayatları ile ilgili hemen hemen ayırt edilemez özelliklere sahip olduklarını savunmaktadır.

Girişimciler ve girişimci olmayanlar bu kişilik özellikleri aracılığı ile ayırt edilebilmektedir (Cunningham 1991: 48). Fakat girişimci kişilik özelliklerinin sayısı çok fazladır. Girişimcilere yüklenen kişilik özellikleri incelendiğinde literatürde en çok araştırılan: başarı ihtiyacı, kontrol odaklılık ve risk alma eğilimi olduğu görülmektedir (Gartner 1988: 18).

2.8.1.1. Başarı ihtiyacı

Başarı güdüsü (ihtiyacı); bireylerde ve gruplarda ölçülebilen bir faktördür. Başarı ihtiyacı, bireyin düşüncelerini çözümleyerek; örneğin, kurduğu hayaller yoluyla ölçülebilmektedir. Amaç, bireyin belli bir mükemmellik standardına ulaşmak için ya da daha öncekilerden daha iyi işler çıkarmak için başarı ile ilgili düşünceleri ne kadar sıklıkla kurguladıklarını ölçmektir (McClelland 1965: 8).

Psikologlar, bireylerin baskı altında olmadıkları zamanlarda herhangi farklı bir konu hakkında kurguladıkları hayaller ve düşüncelerinde neler olduğunu tespit etmeye çalışmaktadır. Eğer birey, bu zamanını; işleri daha iyi nasıl yapabilirim biçiminde düşünerek geçirmekteyse, psikolog onun, başarıyla ilgilendiğini düşünmektedir. Eğer birey ailesini ve yakın çevresini düşünmekteyse, o zaman da güç odaklıdır (McClelland 1962: 100-101). Başarı odaklı bireyler girişimciliğe daha fazla eğilim göstermektedir.

McClelland, başarı ihtiyacı teorisini kurgularken Murray' den fazla etkilenmiştir. Murray'e göre başarı güdüsü: işleri olabildiğince iyi ve hızlı yapma, zor bir işin üstesinden gelme, fikirleri kullanma-yönetme ve bunları hızlı ve bağımsız olarak gerçekleştirmek. Başarı, önüne çıkan engelleri aşma ve yüksek bir standartlara ulaşma, kendi kendine üstünlük geliştirme, başkalarıyla yarış halinde olmak ve onları elemek, yeteneklerini kullanarak saygınlıklarını yüceltme eğilimidir (Fineman, 1977:1).

Temelde başarı ihtiyacı yüksek olan bireylerin özellikleri: şanstın çok yeteneğe bağlı ve öngörülebilir olarak risk alma eğilimi, bireysel sorumluluk üstlenme, kararların sonucunu yansıtan bilgi; elde edilen getirinin ölçüsü olarak para, gelecekte ortaya çıkabilecek olumsuzlukları sezebilmek (McClelland, 1976: 100).

Yüksek başarı motivasyonuna sahip olan bireyler, çalışırken yoğun bir konsantrasyona ve enerjiye sahip olmakta, rekabette üstün olmakta, işi geliştirme odaklı düşünce yapısı, performans hedeflerine kendilerini adanmakta, büyük bir yönetim potansiyeline sahip olmaktadır (Ward 1997:542).

Bilinenin tersi olarak; başarı ihtiyacı yüksek bireyler kar olasılığına bağlı olarak harekete geçmemektedir. Ekonomik ihtiyaçların daha çok çalışmaya yönelttiği bireyler, başarı ihtiyacı düşük olan bireylerdir. Yüksek başarı ihtiyacına sahip bireyler de çok çalışırlar. Başarı ihtiyacı yüksek olan bireyler öncelikle ikramiye ya da kar gibi ödüllerle ilgilidirler çünkü bu ödüller onlara ne kadar başarılı olduklarına dair somut bir geribildirim sağlamaktadır. Bu bağlamda para, gerçek girişimci için çaba gösterme dürtüsünden çok, o çabanın sonucunun bir ölçüsüdür (McClelland 1965:7).

McClelland (1971) on yıl süren araştırmalarının sonucunda başarı ihtiyacı, girişimcilik ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmıştır. Bu araştırmaların iki büyük bulgusu; başarı ihtiyacının ekonomik büyümede kilit rol olduğu ve başarı ihtiyacı yüksek olan bireylerin genellikle endüstriyel kesimde bulunabileceği ve bu bireylerin başarı ihtiyacı düşük olanlara göre daha başarılı olduklarıdır.

McClelland' a göre insanoğlu, kendi dünyasını ve kendi kaderini şekillendirebilmektedir ve bu doğrultuda önce çıkan faktör, başarılı olma isteklerinin ne kadar yoğun ve güçlü olduğudur. Bu nedenle toplumun ve işletmelerin kaderi; bireylerin başarılı olma hakkında, orta düzeyde başarılabilir hedefler koymayla, hesaplı risk almayla, bireysel sorumlulukları üstlenmeyle ve işlerin nasıl daha iyi yapılabileceğiyle ilgili olarak düşündükleri olmaktadır (McClelland 1962: 112).

2.8.1.2. Kontrol odaklılık

Kontrol odaklılık; iç ve dış kontrol odağı olmak üzere iki kutuplu bir yapıya sahiptir (Marsh ve Richards 1987:39). Bu ikili yapı sosyal öğrenme teorisi incelenerek geliştirilmiştir (Boone ve diğerleri 1996: 668). Sosyal öğrenme teorisine göre pekiştirme; bir davranışın tekrarlanma sıklığını ya da olasılığını artıran ya da azaltan her türlü süreç, ödül ya da cezadır. Krovetz (1974), sosyal öğrenme teorisine göre pekiştirmenin, beklentileri bir örüntü haline soktuğunu çünkü ilerde meydana gelebilecek belirli bir davranışın ya da olayın ardından belirli bir pekiştirmenin geleceğini ve bunun da zihinde bir neden sonuç ilişkisi oluşturacağını belirtmiştir. Herhangi bir davranışın ortaya çıkma potansiyeli; belirli bir pekiştirmenin birey için önemine göre belirlenmektedir.

Sosyal öğrenme teorisinde, farklı iki türlü beklenti vardır: duruma özgü olan beklentiler ve genelleştirilmiş beklentiler. Duruma özgü beklentiler; genellikler bireyin andaki mevcut durumla ilgili tecrübelerini esas almaktadır. Aynı zamanda bireyler, belirli

bir davranış-sonuç süreciyle ilgili tecrübelerini birleştirme yoluyla, diğerine göre daha kalıcı beklentiler de geliştirmektedirler. Bunlara genelleştirilmiş beklentiler denilmektedir. Kontrol odaklılık, içsel ve dışsal pekiştirmelere yönelik genelleştirilmiş bir beklentidir (Bone ve Brabender 1997: 51).

Kontrol odaklılığın yapısı; genel olarak iç ve dış kontrol odağına sahip bireyler arasındaki farklılığa dayanmaktadır. Dış kontrol odaklı bireyler, kendilerini daha pasif bir birey olarak görüp, hayatlarındaki olayların kontrol edilemeyen güçlere bağlı olduğunu düşünmektedir. Dış kontrol odaklı bireyler, hedeflerine ulaşmalarının; genellikle şansa ya da güçlü bireylere bağlı olduğunu düşünmektedirler. Tam tersine iç kontrol odaklı bireyler; kendilerini aktif bir birey olarak görerek, kaderlerinin hakimi olduklarını düşünmekte ve çevrelerini etkileyebilme kapasitelerine çok güvenmektedirler. İç kontrol odaklı bireyler, hayatlarındaki olayları kendi yetenekleri ve çalışmalarıyla kontrol edebileceklerine inanırlar (Marsh ve Richards 1987: 39-40; Boone ve diğerleri 1996: 668). İç kontrol sahibi kişiler bağımsızdır, özgüvenleri yüksektir, dış kontrol odaklı kişiler ise daha pasif ve çevresel beklentileri yüksek kişilerdir. Dış kontrol odaklı bireyler piyona benzemektedirler.

İç kontrol odaklı bireyler, dış kontrol odaklılara göre başarılı sonuçları daha çok içselleştirmekte fakat başarısızlık söz konusu olduğunda dış kontrol odaklı bireyler sorumluluğu üstlenmeye daha yatkındır. Herhangi bir olay sonucunda kişinin tepkisi, çoğunlukla kendi yetenekleriyle ilgili algılarına dayanır. Eğer bireyin kendine ve yeteneklerine olan güveni yüksek ise; elde ettiği başarıyı buna dayandırır. Bunun yanında, başarısızlık durumunda ise; mevcut durumun sonucunda sorumluluk, dış güçlerin etkisine bağlanacaktır. Çünkü başarısızlık, iç kontrol odaklı bireyin yetenek değerlendirilmesinin bir sonucu kabul edilmemektedir. Aynı şekilde eğer bireyin yetenek değerlendirmesi olumsuz ya da düşükse; o zaman başarı, dış değişkenlerin etkisinin bir sonucu olmuş olacak; eğer başarısızlık söz konusuysa da bu durum bireysel nedenlere bağlanacaktır (Gilmor ve Minton 1974: 161). İç kontrol odaklı bireylerin başarı algı ve beklentisi yüksektir. Herhangi bir girişim neticesinde eğer başarılı bir durum varsa iç kontrol odaklı birey bunu içselleştirir ve kendi başarısı olarak kabul eder. Eğer girişimin neticesinde olumsuzluk yaşanırsa bunu tamamen dış faktörlere bağlar ve sorumluluk alarak kişilik özellikleriyle başarısızlığı bir arada ele almaz. Dış kontrol odaklı bireylerde başarı algısı daha düşük olduğu için onlarda başarısız bir girişim söz konusu olduğunda birey sonucu tamamen kişisel sorumluluk alarak kabul edebilir.

Girişimcilerin iç kontrol odaklı oldukları düşünülmektedir (Cromie 2000: 20). İç kontrol odaklı bireyler girişimcilik özellikleri bakımından daha güçlü görülmektedir. Girişimcilerin kişilik özelliği olarak görülen başarı ihtiyacı ve iç kontrol odaklılık bir arada değerlendirildiğinde, yüksek başarı ihtiyacına sahip bireylerin iç kontrol odaklı oldukları söylenebilmektedir. Özellikle başarı ve yenilik odaklı olma, sorumluluk alabilme ve riskleri öngörebilme açısından girişimciliğe daha uygundurlar. Dış kontrol odaklı bireyler ise girişimcilik özellikleri bakımından daha zayıfturlar.

2.8.1.3. Risk alma eğilimi

İktisat bilimcilerine göre, risk alma eğilimi girişimcilerin en temel özelliğidir. Risk alabilmek, riskleri öngörüp hesaplayabilmek, girişimciliğin doğasıdır. Psikoloji disiplini ise risk alma ve girişimcilik ilişkisini ampirik araştırmalar yaparak incelemiştir. Girişimcileri ve yöneticileri risk alma açısından değerlendiren bu araştırmalarda şöyle bir sonuç ortaya çıkmıştır: Girişimcilerin risk alma eğilimlerinin yöneticilere göre daha yüksek olduğu belirtilmiş ve bunun nedeni de girişimcilerin daha belirsiz koşullarda çalışmalarına bağlanmıştır (Xu ve Ruef 2004: 332). Palmer (1971), belirsizlik ortamında karar alma zorunluluğunu girişimciliğin temel faktörü olarak değerlendirmiştir. Karar alma ortamının belirsizlik algısı girişimcinin risk seviyesinin belirleyicisidir.

Girişimcilik kelime anlamıyla bile risk almayı içermektedir. Bilinmez bir işin kapılarını aralamak söz konusudur. Bireyler girişimci olmayı seçerek; maddi varlıklarını, birikimlerine dayanan kariyer olanaklarını, aile ve yakın evre ilişkilerini riske atmaktadır. Girişimin başarısız olması durumunda girişimcinin altında ezileceği maddi yk; önemli bir mali kayba neden olacaktır. Bununla birlikte kendisi, ailesi ve yakın çevresinin gelecekteki yaşam standardı tehlikeye girecektir. Ayrıca girişimci, kendini adadığı için işletmenin başarısız olmasıyla kendini başarısız hissedecek, psikolojik bir yıkıma uğrayacaktır (Brockhaus 1980: 510-511). Tüm bu durumlar göz önünde bulundurulduğunda risk alma eğilimi girişimcilik için en can alıcı noktadır. Aslında girişimcilik için en önemli adım risk alarak girişim tutkusu uğruna neleri feda edeceğini kabul etme durumudur.

Girişimciler, en az beş alanda belirsizlik ve kaybetme ihtimaline maruz kalmaktadırlar: finansal, sosyal ve ailesel, fiziksel ve duygusal, kariyer ya da gelecek garantisi ve organizasyonel. Girişimsel risk, 3 bileşenden oluşmaktadır. Bunlar: potansiyel genel risk alma eğilimi, belirli bir girişimin algılanan başarısızlık olasılığı ve başarısızlığın

algılanan sonuçlarıdır (Brockhaus 1980: 513). Potansiyel risk alma eğilimi kişinin girişimden önce finansal olarak ne kadar tutarı riske ettiği ile ilgilidir. Belirli bir girişimin algılanan başarısızlık olasılığı, girişimcinin olumsuz bir sonuçta düşeceği psiko-sosyal durumu ile ilgilidir. Başarısızlığın algılanan sonuçları ise bireyin girişiminin sonucunda (olumlu veya olumsuz) ailesi ve yakın çevresiyle gireceği sosyal hayatla ilgilidir.

2.8.2. Bilişsel Yaklaşım

Girişimcilik insanların sosyal hayatta geçimlerini sağlamak için tercih ettikleri bir iş modelidir. İnsanlar, bir başkasının işinde ya da bir kamu kurumunda çalışabilirler. Bu tercihlerden farklı olarak risk alarak kendi işini kuranlar geçimlerini ortaya koydukları girişimleriyle sağlarlar.

Biliş kavramı; duyuşal girdinin dönüştürüldüğü, azaltıldığı, ayrıntı hale getirildiği, saklandığı, yeniden ortaya çıkartıldığı ve kullanıldığı bütün süreçler olarak tanımlanmaktadır (Mitchell ve diğerleri 2002: 96). Bilişsel yaklaşım; bireylerin aklından geçirdiği, düşündüğü, söylediği ya da eyleme geçirdiği her faaliyetin, zihinsel süreçler tarafından etkilendiğini ifade eder (Baron 2004: 221). Girişimciliğe bilişsel bir bakış: girişimcilerin, işletmelerini kurmak, sürdürüp geliştirmek ve büyütme için gerekli olan kaynakları, yeni ürün ya da hizmetleri elde edip geliştirmelerine yardım eden önceden edinilmiş birbirinden bağımsız bileşenleri bir araya getirmelerini kolaylaştıran zihinsel modelleri, nasıl inşa ettikleriyle ilgilidir. Girişimsel biliş, bireylerin fırsatları değerlendirmek, karar almak ve girişim ortaya koymak için kullandıkları bilgi yapılarıdır (Mitchell ve diğerleri 2002: 97). Girişimci, piyasadaki mevcut koşullar ve elindeki kişisel imkanlarını kendi algısal dünyasında bir araya getirerek kurgular. Bu karar aşamasının ilk adımınıdır. Harekete geçtikten sonra da tüm süreç bu algı dünyası tarafından kurgulanır.

Bilişsel yaklaşım, girişim başlatma kararına; objektiflikten ziyade bireylerin algılarının yön verdiğini göstermektedir (Simon ve diğerleri 1999: 116). Girişimciler, fırsatları ve riski zihinlerinde kurgular. Girişimcilerin algı ve diğer bilişsel formları fırsatların ve risklerin değerlendirmesi için kritik bir karar dönemine sahiptir.

Girişimcilik disiplinde bilişsel araştırmalar bireyi temel alarak iki alana odaklanmaktadır. Schneider ve Angelmar (1993)' e göre bu iki alan; bilginin sınırlandırılarak saklandığı ve temsil edildiği bilişsel yapılar ile bilgiyi elde etme ve kullanma tarzını vurgulayan bilişsel süreçlerdir.

Girişimciliğin anlaşılabilmesi için öncelikle girişimci dikkate alınmalıdır. Girişimcileri anlamadan girişimsel süreci anlamaya çalışmak boş bir çaba olacaktır. Girişimcilik belirli bireylerin hareketlerinden ortaya çıkmakta ve sonuç olarak bu bireylerin niçin ve nasıl bu şekilde davrandıklarını anlamak için çok büyük önem kazanmaktadır.

2.8.3. Girişimsel Niyet Yaklaşımı

Girişimcilik temelde bir işe niyet etme ile başlar. Girişimciler bir işe girişmeden önce evre analizleri ve imkanlarını değerlendirirler. Tüm bunları yaparken de fırsatları yakalamalı ve bu fırsatları harekete geçirmek için olumlu ya da olumsuz karar vermektedirler.

Fırsatları algılama, niyetsel bir süreci ifade eder. Bireylerin hangi girişimcilik eylemini gerekleştireceklerine dair zihinsel modelleri, o niyete niçin sahip olduklarını da ortaya koymaktadır. Fırsatların algılanması ile ilgili öncelikler yani bilişsel yapılar, büyük ölçüde niyeti meydana getiren önceliklerle benzerlik göstermektedir. Niyetler, yapılabirlik algıları (kontrol edilebilirlik) ve istenilirlik (olumluluk) algıları tarafından yönlendirilmektedir (Krueger 2000: 7). Girişimcinin algıladığı fırsatlar aslında o yöndeki ilgi istekleri ve zihinsel öncülleri sayesinde. O alana dair öncülleri, ilgisi ve niyeti olmasa o fırsatı görmez. Bu açıdan ele alınca niyet, bireyin belirli bir amaç ya da bu amaı gerçekleştirebilme yöntemlerine karşı dikkatini, deneyimini ve davranışlarını yönlendiren zihinsel bir durumdur (Bird ve Jelinek 1988: 22).

Davranışların çoğu irade kontrolünün altında olduğundan; bireyin davranışlarının tek ve en iyi öngörücüsü davranışta bulunmaya eğilimli niyetin ölçüsüdür. Bu psikoloji prensibi, girişimcilik ve organizasyon ortaya çıkarmada kullanılmaktadır. Niyet, yeni girişimin başlangıç koşulları üzerinde belirleyici bir rol oynamaktadır (Bird 1992: 11). Niyetler, bireylerin yaşamlarından, ilişkilerinden, tüm sosyal ve fiziksel çevrelerine dair zihinlerindeki algılarına göre şekillenmektedir; tıpkı bireylerin davranışlarının gelecekteki olası sonuçlarını öngörebilmeleri gibi. Algılanan yaşantılar, beklentiler, koşullar, tutumlar, inançlar, kabuller ve tercihler niyetlerin oluşmasını, gelişimini etkiler ve hatta bu algılar, bireyin özgeçmişine ait özgün faktörler tarafından da etkilenmektedir (Boyd ve Vozikis 1994: 68-69).

Girişimcilik araştırmaları, güçlü bir teori tarafından geliştirilmiş somut bir çerçeveye ihtiyaç duymaktadır. Niyet temelli modeller, kapsamlı ve mantıklı bir çerçeve sunmaktadır. Bireylerin girişimcilikle ilgili nasıl karar aldıkları ve eyleme nasıl geçtiklerini yansıtan bilişsel yapılar ve karar süreçlerini ele alan modellere ihtiyaç vardır. Niyet modelleri de bunu gerçekleştirmektedir. Fırsatlar fark edilmez çabalarla oluşturulur. Bu nedenle fırsatlar daha çok onları algılayan ya da çabayla ortaya çıkarıp tanımlayan bireylerin zihinlerinde oluşmaktadır. Bu açıdan girişimsel niyetler, girişimcilik sürecini en baştan son sürece kadar genel hatlarıyla anlayabilmek için çok önemlidir (Krueger 2000: 6). Girişimcinin zihninde belli bir alana dair özel ilgisi vardır. Hangi işte olursa olsun hangi sosyal çevrede olursa olsun aklındaki girişimle ilgili algı hep açıktır. Girişimcilikle ilgili diğer bileşenleri bir araya getirirken hep bu algıdan beslenir. İçinde bulunduğu dünyadaki fırsatları da bu algı ile oluşturur ve geliştirir. Girişim niyeti fırsatlardan yola çıkarak girişimciyi olmak istediği yola sokar.

2.8.4. Girişimcilik ve Sosyal İlişki Ağları Yaklaşımı

Aldrich ve Zimmer (1984), girişimcilerin ne atomik karar alma modellerinde yer alan her türlü iletişimi ret eden sosyal patoloji örnekleri gibi ne de kültürel ve sosyal çevrelerinin mahkumu aşırı sosyalleşmiş modellerde ortaya konduğu gibi davranmadıklarını vurgulamıştır.

Aldrich ve Zimmer (1986), girişimcilerin algı, niyet ya da zihinsel süreçlerinden ziyade sosyal ve kültürel çevrelerindeki yaşanmışlıklarından hareketle girişimci olduklarını savunmaktadır. Bireyler bir boşlukta karar almazlar; bunu yerine aile, arkadaşlar, iş arkadaşları, yakın sosyal çevre gibi çevrelerinde önemli gördükleri birçok yerle etkileşim halinde olarak etki altında kalmaktadırlar. Girişimciliğin eksik ya da fazla sosyalleşmiş modellerine alternatif olarak Aldrich ve Zimmer; girişimciliği devam eden sosyal ilişki ağlarına yerleşik bir olgu olarak ele alan görüşü sunmuşlardır. Bu görüşe göre sosyal ilişki ağları, girişimcinin fırsatlarına ve bu fırsatları değerlendirebilmede kullanılacak kaynaklara ulaşmasını kolaylaştıran hatta o kaynakları sunan ya da ortadan kaldıran önemli bir çerçevedir.

Sosyal ilişki ağları yaklaşımının girişimcilik açısından önemi, girişimci için gerekli olan kaynaklara erişim sağlanmasını kolaylaştırmasıdır. Girişimcilik, bireyin yakın çevresi ve içinde olduğu dünya tarafından sunulmaktadır. Bu kaynaklar üç temel gruba ayrılmıştır:

enformasyonel, motivasyonel ve maddi kaynaklar. Bu üç grup, literatürde tartışılan kaynakların hemen hepsini kapsar gibi görünmektedir (Jenssen ve Koenning 2002: 1040). Girişimciler, müşteriler, piyasa ve sanayi uzmanları, finansal kaynak sağlayanlar, muhasebeciler, avukatlar ve pazarlama uzmanlarıyla etkileşimi sıcak tutmak suretiyle ne kadar çok enformasyon sağlarsa, o kadar başarılı olabileceklerdir. Bilgi kaynağı olarak daha çok bireye ulaşabilme yeni iş sahalarını önceden görmenin önemli bir şartı olmaktadır. Girişimcinin sosyal ilişki ağları potansiyel olarak zengin bir enformasyon kaynağıdır (Hansen, E L. ve Max, S, W, 1989: 70).

Sosyal ilişki ağları kalabalık ve hareketlidir, durağan değildir. Değişen ihtiyaçlara göre sürekli yeniden koordine edilmektedir. Girişimciler karar alırken ve gerekli olan kaynaklara ulaşabilmek için onlar hem en yakın hem de en uzak olan bireyleri bir araya getirmektedir. Girişimciler işletmelerini kurarken; aile üyelerini, yakın arkadaş çevrelerini ve deneyimine güvendikleri kişileri sosyal ilişki ağlarına dahil ederek girişimleriyle ilgili yardım ve destek aramaktadırlar (Greve ve Salaff 2003: 2).

Girişimcilerin; arkadaşlıkları, önceki iş ilişkileri, akrabalık ilişkileri, gönüllü bağlantılar, bağımsız yeni bir girişim için kaynak oluşturmaktadır. Girişimciler; fikirlerini gerçeğe dönüştürebilmek için gerekli olan bilgi, maddi kaynaklar, pazarlama, satış ve sosyal destek alabilmek için öncelikle aile ve arkadaşlarına yönelmektedirler. Aile ve arkadaşlık bağları ilk aşamada duygusal bağlar ve sosyal ilişkiler biçiminde kendini göstermektedir. İşletmeleri için gerekli temel kaynakları elde ettikleri sürece bu bağlar yararlı ve ekonomik birer potansiyel demektir. Örneğin; eski bir okul arkadaşı, risk sermayesi endüstrisinde sosyal bir bağ olarak ortaya çıkar ama aynı zamanda finansal kaynak bulma işlevini de yerine getirir. Aradaki ilk sözleşme, duygusal bir ilişki ile sağlanıyor olabilir ama sonuçta fayda sağlamaktadır (Larson ve Star, 1993: 5-15).

Sosyal ilişki ağlarının önemli boyutları; yoğunluk, ulaşılabilirlik ve merkeziliktir. Bir ağın yoğunluğu, bireyler arasındaki bağların genişliğine bağlıdır ve mevcut bağların sayısının, ağdaki tüm bireylerin birbirlerine bağlı olması durumunda meydana gelmesi muhtemel potansiyel bağ sayısı ile karşılaştırılmasıyla hesaplanmaktadır. Yoğunluk, ağda bulunan tüm üyeler arasındaki bağlantı seviyesini ifade etmektedir. Ulaşılabilirlik (erişilebilirlik) mesafeleri ne olursa olsun iki birey arasında bağ olup olmadığını inceler. Ağda bulunan bireyler; bir birimin diğer birime dolaylı yoldan bağlanabilmesi için aradaki yolun kaç araçtan geçtiğini hesaplayarak sıralayabilir. Merkezileşme sosyal ilişki ağının belirli bir odak noktası etrafında organize olmasıdır. Ağdaki herhangi bir birey, diğerleri ile

ne kadar çok komşu bağlantıya sahipse o kadar merkezi olmaktadır. Ağdaki bir kişinin merkeziliği ise iki faktör tarafından belirlenmektedir: odak bireyin diğer tüm bireylere olan toplam mesafesi ve odak bireyin ulaşabileceği diğer tüm bireylerin toplam sayısı. Ne kadar çok bireye ulaşılabilirse ve bu bireylere ulaşımın toplam mesafesi ne kadar kısa ise, odak bireyin merkeziliği o kadar yüksektir. Merkezi rol oynayan bireylerin üç önemli fonksiyonu vardır: Birbirlerine uzak bireyler arasında iletişim kanalı görevi görürler, kaynak transferi yaparak üçüncü bireyleri bir diğerine bağlayarak aracılık hizmeti sunabilirler, eğer egemen ya da yüksek statüye sahip bireyler ise başkaları için rol modeli olabilirler ya da pozisyonlarını bireylerin davranışlarını yönlendirmede kullanabilirler. Sosyal ilişki ağları ne kadar yoğunsa yeni işletmelerin başarı şansı o kadar yüksek olacaktır (Hansen, E L. ve Max, S, W, 1989: 71).

Sosyal ilişki ağları girişimciler için birçok açıdan faydalıdır. Bunlardan ilki, büyüklüktür. Girişimciler, hayati öneme sahip bilgiyi elde etmek için ağlarını genişletebilirler. Geniş ve büyük bir çevre daha fazla sosyal ağ ve bilgi demektir. Bir diğer fayda ise pozisyonudur. Girişimciler, ihtiyaç duydukları kaynağı elde etmek ve bilgi sahibi bireylere daha yakın olmak için kendilerini sosyal ortam içerisinde konumlandırırlar. Son olarak ise ilişki yapısı gelmektedir. Sosyal bağlar, girişimciyle ya da kendi aralarında çok çeşitli yapıda ilişki ve etkileşim içerisinde bulunabilirler. Tek tip ilişkiler ya da hep aynı faaliyetin olduğu gruplar girişimciye bir süre sonra sıkıcı gelebilir. Dinamik tek kollu ilişkilerde, her bir girişimci kendine özgü bir yapıya sahiptir ve girişimci yenilikler arar. Çoklu bağlarda ise, buna karşıt olarak, değişik türde ve kapsama ilişki katmanları mevcuttur. Bu bireyler, girişimcinin destek grubunda çok sayıda rol sahibidirler. Yeni bir girişim başlatma v enformasyon sağlama, yeni yetenekle, kaynaklar ve iş ilişkileri elde etme amacıyla hazırlıklara başladıktan sonra girişimciler, artık daha geniş bir sosyal ağ oluşturmak zorundadırlar. Planlama aşamasında, onlara kimin yardım edebileceğini bilemeyebilirler ve bu nedenle gelecekte ihtiyaç duyabilecekleri bireylerden meydana gelen geniş bir ağ oluştururlar. Girişim faaliyete geçtikten sonra girişimciler, ağlarını kaynak ve katılım sağlayabilecek anahtar bireylere doğru kanalize etmeye eğilimli olacaktırlar. Ağlar temaslara uygun hale getirilecektir (Greve ve Salaff 2003: 3-4).

Granovetter, (1973) bireyin sahip olduğu bağların çeşitliliği ile bireye açık olan fırsatların kapsamı arasındaki ilişki konusunda bir tartışma oluşturmuştur. Ona göre bireyin tanıdıkları, arkadaşının arkadaşları gibi zayıf bağları, yakın arkadaşları gibi güçlü bağlardan daha az oranda sosyal açıdan yakın olacaktırlar. Bundan dolayı birey ve onun

tanıdıklarından oluşmuş gruplar düşük yoğunluklu ilişki ağı oluşturacaklardır. Diğer taraftan aynı birey ve yakın arkadaşlarından oluşan grup son derece yoğun olacaktır. Ancak Larson ve Star (1993), sosyal ilişki ağlarını, uzun dönemli ilişkiler vasıtasıyla kaynakların edinilmesini sağlayan güçlü bağlar biçiminde düşünmektedir. Enformasyon haricindeki diğer kaynakların edinilmesi güçlü bağlara dayanmaktadır. Güçlü bağlar, girişimciler için önemli olan sosyal destek ve motivasyonu sağlamaktadır.

Sosyal ilişki ağları yaklaşımına göre girişimcilik bireyin yakın çevresi ile ilişkisi sonucu ortaya çıkmaktadır. Bireyler bir iş kurma konusunda kendi başlarına karar almazlar. Bireyin geçmişinden beri biriktirdiği kültürel değerleri ve yakın çevresindeki sosyal ilişki ağları karar vermesinde etkilidir. Girişimcilik başta iktisat alanının inceleme konusuyken artık birçok bilim dalı girişimciliği incelemektedir. Bu çalışma, girişimcilik sosyolojisinin sosyal ilişki ağları yaklaşımıyla ele alınmıştır. Günümüzde gençlerin çok yaygın ve güçlü bir arkadaş çevreleri vardır. Dolayısıyla sosyal ilişki ağlarını yetişkinlere göre daha güçlü tutmaktadırlar. Bu nedenle yapılan çalışma sosyal ilişki ağları yaklaşımıyla ele alınmıştır. Gençler yetişkinlere göre öğrenmeye daha açık, yeni işler denemek için daha cesaretlilerdir ve risk almayı severler. Genç girişimci; eğitimiyle öğrendiklerini sosyal ilişkileriyle güçlendirerek risk alarak girişimini gerçekleştirir.

2.9. Girişimciliğin Avantaj ve Dezavantajları

Bireyin kendi işini kurması ve yönetmesi ciddi sorumluluklar istemektedir. Girişimci her şeyden önce kendini iyi tanıyıp analiz etmiş olmalıdır. Gerçekleştirmeyi planladığı girişimin avantaj ve dezavantajlarını araştırmalıdır.

Girişimciliğin avantajları (Güney, 2015: 77);

-Özerklik: Bağımsızlık ihtiyacı ve karar verme özgürlüğü girişimcilerin en temel amaçlarındandır. Kişinin kendi kendisinin patronu olması pek çok girişimci için tatmin edici bir duygudur.

-Başarma Hissi: Girişimcilerin pek çoğu için yeni bir başlangıç oldukça anlamlıdır. Bir şey oluşturma fikrini karlılığa dönüştürmek başarı hissi verir ve girişimciler fikrin başarıya dönüşmesinin tek sorumlusunun kendileri olduğunun bilincindedir.

-Finansal Kontrol: Girişimcilerin finansal anlamda bağımsızlıklarının olması genelde çok varlıklı oldukları hissini doğursa da girişimcilerin çoğu aslında büyük bir servetin peşinde

koşmazlar. Kontrol boyutunun bir başka yönü ise girişimcinin çalışma saatleri üzerinde kontrol uygulayabilmesidir. Örneğin, daha az ya da daha fazla saat çalışmak gibi. Girişimcilerin yeni bir iş kurarak elde edeceği bir diğer avantaj ise toplumda saygı görmek ve aile, arkadaşlar ve sosyal çevre tarafından takdir edilmek şeklinde ifade edilebilir.

Kahyalar (2014), çalışmasında bu avantajlara eklemeler yapmıştır (Kahyalar, 2014: 22-23).

-İzlemek Yerine Liderlik Yapabilme Fırsatını Yakalamak: Girişimci, istek ve hedeflerini gerçekleştirmek için kurduğu işletmesinde müşteri ve piyasa beklentilerine uygun olarak yeni planlamalar yapabilir. Bunların sonuçlarının başarılı olması demek daha fazla satış, daha fazla kazanç anlamına gelmektedir.

-Fikirlerini Uygulayabilme Şansına Sahip Olma: Girişimci önceden hayalini kurduğu birçok konuyu uygulama şansı yakalar. Bu uygulamalar, müşteri beklentileriyle doğru orantılı olarak değişebilir. Araştırmalar, gözlemler, ölçmeler sonucunda ortaya çıkan yeni fikirler uygulanabilir.

-Yeniliklere Açık Olabilmek: Sektördeki değişimler, yeni uygulamalar, yeni satış ve pazarlama usulleri (e satış, doğrudan pazarlama, eve teslim özel ambalaj, web sitesi, tanıtım broşürleri, sevimli promosyon malzemeleri vb.) yeni dekorlar, çalışanların eğitimleri, beklentilere uygun iletişim tekniklerinin geliştirilmesi, rekabete uyum, rakiplerin yakından takibi yeni girişimcinin önemli alanlarıdır.

-Yüksek Kazanç İhtimaline Sahip Olma: Girişimcilik için adım atan girişimcinin en önemli beklentisi şüphesiz para kazanabilmektir. Bunun için seçilen iş fikrinin piyasada karlılığının olması gerekir. Sadece bir hayalin gerçekleştirilmesi amacıyla, yeterli araştırma yapmadan açılan işletmeler kısa süre sonra kapanmaktadır. Risklerin ve giderlerin yüksek olduğu günümüzde seçilecek iş fikrinin kar getirisinin yüksek olması ve girişimcinin beklentilerini tahmin edecek aynı zamanda işletmenin büyümesinde önemli rol oynayacaktır.

-Bağımsız Çalışmak: Girişimci, başkasından emir alan değil, şartlar uygunsa başkalarını çalıştıran konumdadır. Uygulayacağı liderlik ve yönetimle fikirlerini özgürce uygulama şansı yakalar.

-İş Ortamını Kontrol Altında Tutmak: Bağımsız kararlar alabilen girişimci, işletmesini müşteri beklentilerini, piyasa koşullarını finans, rekabet, insan kaynakları yönetimini göz önünde bulundurarak kontrolü altında tutabilir.

-Toplumda Prestij Sahibi Olabilmek: Girişimci işletmesini kurduktan ve başarılı olduktan sonra artık toplumda tanınan, bilinen, hakkında yorumlar yapılan biri haline gelir. Uyguladığı üretim ve hizmet kalitesi arttıkça müşteri sayısındaki artışa paralel olarak tanınma oranı ve prestiji artar.

Kişinin kendi işini kurması çok kolay olsaydı şüphesiz ki çok daha fazla sayıda girişimci olurdu. Girişimcilik aslında en zor mesleklerden biridir. Girişimciliğin dezavantajları (Güney, 2015: 77);

-Kişisel Özveriler: Özellikle işletmenin ilk kurulduğu yıllarda girişimci, haftada 6 hatta 7 gün boyunca yüksek bir tempoda çalışır. Uzun süren bu çalışma saatleri nedeni ile girişimciler, aileleri, kişisel uğraşları için fazla zaman ayıramaz hale gelir. Bu anlamda yeni kurulan işletme, girişimcinin özel yaşamından kişisel özverilerde bulunmasına neden olur. Bunun sonucunda aile ilişkilerinde gerilimler ve yüksek düzeyde stres ortaya çıkar. Bu nedenle işletme kurulurken girişimci işletmesini kurmak için ne ölçüde fedakarlıkta bulunmaya kararlı olduğunu kendisine sormalıdır.

-Sorumluluk Yükü: Şirket çalışanlarının aksine girişimcinin sorumlulukları vardır. Şirketlerde iş görenler kendileri ile aynı pozisyonda olan ve aynı işi yapan kişilerle birlikte dir. Öğle yemeğinde ya da işten sonra kendi aralarında bazı bilgiler paylaşırlar ve arkadaşlık duygusuna sahiptirler. Girişimciler ise “tepedeki yalnız” kişilerdir.

-Zarara Fazla Tolerans Gösterememek: Büyük şirketlerdin bazı kararları, kar elde etmeyi olumsuz yönde etkiler. Örneğin; fazla kabul görmeyen ürünler üretir ya da kar marjı çok düşük olacak yerleşim alanlarında iş yeri açarlar.

2.10. Girişimcilik Yetenekleri

Başarılı girişimciyi tanımlayan genel kabul görmüş nitelikler şunlardır: Kontrol odağı (denetim alanı), başarıma ihtiyacı, bağımsızlık ruhu, risk alabilme yeteneği, özgüven, yenilik yapabilme, yaratıcı düşünebilme, sebatkarlık, esneklik, iş deneyim ve becerilere sahip olma. Başarılı bir girişimcinin bunlar ve bunların yanında başka özelliklerinin de olması gerekir (Tutar, Altınkaynak, 2014: 22).

Başarılı girişimcilerin incelenmesi sonunca yapılan bir araştırmada risk alabilme, yenilikçilik, yaratıcılık, belirsizliklere karşı durabilme, içsel denetim ve özgüven, belirsizlikten öğrenme, duygusal ve sosyal zeka, liderlik, bağımsızlık, çok yönlülük, ileriye

görme, iş bitiricilik, esneklik, planlı olma, çalışkanlık, sorumluluk, ikna yeteneği, dürüstlük, değişkenliklerle başa çıkma ve adapte olabilme girişimcilik özellikleri olarak tespit edilmiştir (Gümüšoğlu, Karagöz, 2013: 65-66).

Genel sınıflandırmaları göz önünde bulundurarak başarılı girişimcilerin yeteneklerini aşağıdaki gibi açıklayabiliriz (Tutar, Altınkaynak, 2014: 23).

-Yönetim ve organizasyon yeteneği olmak: Yönetim başkaları sayesinde iş yapabileme yeteneğidir. Burada başkaları; fiziksel, mali ve insan kaynaklarıdır. Başarılı yönetici söz konusu kaynakları verimli ve etkin biçimde bir araya getirerek, örgütsel amaçlar doğrultusunda yönlendirir. Söz konusu kaynakların yönetimi ve organizasyonu girişimcinin başarısını belirler.

-Risk üstlenebilmek: Risk eski İtalyanca da “cüret etmek” anlamına gelen risicare sözcüğünden türetilmiştir. Risk yüklenen kişi, tercihler yaparak bazı şeyleri göze alan kimsedir. Risk getiriye ait olasılıkların bilinmesi durumudur (Çakırer, 2013: 103). Girişimcilik güvenli bir ortam değildir. Çekingen, tereddütlü, kararsız bireyler girişimcilikten uzaktır. Çok bilinen; “Deneyen kaybedebilir ama denemeyen zaten kaybetmiştir.” cümlesi girişimcilikte riski üstlenme durumunu çok iyi açıklar. Risk almak körü körüne bir işe girişmek değildir. Girişimci, deneyimleri, araştırmaları ve aklı ile; kurmayı düşündüğü işle ilgili planını hazırlarken öngörülebilir risklerini iyi hesaplamakla yükümlüdür.

-Kendine özgü/orijinal olmak: Başkasının yöntemlerini takip ederek onun önüne geçmek veya onunla rekabet etmek mümkün değildir. Rekabet üstünlüğü elde etmenin yolu, özgün veya orijinal olmaktır. Ancak bu sayede insan öncü olabilir. Girişimcilik her şeyden önce başkasının yaptığı işi aynen yapmak değildir, aksine yeni bir iş fikrini hayata geçirmektir. Dolayısıyla başarılı girişimciler her şeyden önce öncü rolünü üstlenen kişilerdir.

-Zengin bir kişilik özelliği olmak: Girişimcilik her şeyden önce rutinin dışına çıkmayı gerektirir. Monoton bir kişilik özelliği gösteren biri, yeni iş fikirleri ortaya çıkarmaz. Zengin kişilik özelliği gösteren insanlar yaratıcı yeteneklere sahiptirler. Yenilik yapar ve inisiyatif geliştirebilirler.

-Azimli olmak: Hayatta başarılı olmanın en önemli sırrı, azimli olmaktır. Girişimci kararlarında, amacında istikrarlı çalışarak azimle başarıya ulaşmayı hedeflemelidir.

-Özgüveni yüksek olmak: Özgüven bir kişisel özelliktir; yaşamın zorluklarıyla baş etmeyi ve sorunlarla gerçekçi bir şekilde mücadele etme yeteneği kazandırır. Özgüven insana güç verir ve daha fazla çaba gösterme konusunda onu özendirir. Bunlar girişimcilik mesleği için gerekli kişisel özelliklerdir. Kişinin başarılarıyla gurur duymasını ve yeni atılımlarla kendinde cesaret bulmasını sağlar. Özgüven hiçbir zaman hesapsız bir cesaret gösterme değildir. Olması gereken, yeterli bir özgüvene sahip olup, en iyi çaba göstererek kabul edilebilir sınırlar içinde kalmaktır.

-Vizyon sahibi olmak: Vizyon kelime anlamı olarak görülmek istenen demektir. Girişimci bu günü ve geleceği için planlamalar yapar. Gündeminde başarılı olmak vardır, gelecekte nerede olmak istediğini planlar ve ona dair kendisine hedefler koyar.

-Bildigi işi yapmak: Başarılı iş kurmanın koşullarından biri, uğraşılan alanda bilgi ve tecrübe sahibi olmaktır. Deneyim, girişicinin girişimcilik faaliyetlerinde daha başarılı olmasını, girişimcilik sürecine daha erken uyum sağlamasını kolaylaştırır. Deneyim aynı zamanda girişimcinin riski en aza indirilmesine yardımcı olur.

-Marka mesajı olmak: Kalite üretme ve kaliteyi sürekli geliştirme girişimcide olması gereken bir özelliktir. Kalite yönetiminde ise ilk kural sürekli iyileştirmedir. İnsanların ürün veya hizmetin kalitesi konusunda olumlu kanaatlerini birbirleriyle paylaşmaları en etkili reklam faaliyetidir. İnsanlarla çalışmak, basit mesajlar vermek önemli girişimcilik özellikleridir.

-Yenilikçi olmak: Girişimcilikte yenilikçi olmak, düşünsel bakımdan yenilikçi ve sentezci olmayı gerektirir. Yenilikçi girişimci pratik zekaya sahiptir. Belirsizliği ve riski yönetmeyi bilir. Duygular ve ilişkiler konusunda doğaldır, örgütsel başarı için inisiyatif kullanmaya önem verir. Öngörülebilir bulunma yeteneği yüksek, güçlü bir vizyon duygusu vardır ve sezgileri problemlere, fırsat ve tehditlere ve ihtiyaçlara yaratıcı, alışılmamış, yeni çözümler aramayı ifade eder.

-Öncü olmak: Öncü olma, öncü düşünce ve eylemle olur. Öncü olmak, girişimciyi rakiplerinden öne geçirme yeteneğidir. Öncü olma, fırsatları daha önce görme ve onları iş imkanına dönüştürmektir. Kimse başkalarını takip ederek öncü olamaz. Öncü olmak için yenilikçi fikir üretmek ve bunları verimli alanlara dönüştürmek gerekir.

-Değer: Üretilen mal veya hizmetin mutlaka müşteri için bir değeri veya faydası olmalıdır. Ürün veya hizmetlerin mutlaka iç veya dış müşteri odaklı bir değer üretmesi gerekir.

-Rekabet Üstünlüğü: Bir örgüt rekabet ortamında mutlaka rakiplerinden üstün gelen bir artıya sahip olmalıdır. Ürettiği ürün veya hizmet ya daha ucuz olmalı veya daha estetik olmalı; ama mutlaka örgütü rakiplerinden ayıran üstün bir özelliği olmalıdır. Rekabet üstünlüğü sağlamayan veya sağladığı rekabet üstünlüğünü değiştirerek, geliştirerek sürdürmeyen kuruluşlar yarına çıkamazlar. Değişme uyum sağlayarak hatta değişimi sağlayan kuruluşlar kalıcı olur.





3. TÜRKİYE’ DE GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİ

Girişimcilik eğilimi, girişimcilik davranışının önemli bir parçası ve adımıdır. Bu kavram, diğer girişimcilik davranışları olan bağımsızlık, yenilik yapma, risk alma gibi temel bir özellik ve bütünü tamamlayan bir süreç olarak görülmektedir (Ercan, 2017: 34).

Eğilim, bir şeyi beğenip sevmeye, istemeye veya yapmaya içten yönelme, meyil, temayüldür (Ataç, 1998). Girişimcilik eğilimi de girişimciliğe yönelmiş, girişimci olmayı hedeflemiş ve bunu gerçekleştirmek için çaba gösteren bireyin işidir.

Yapılan bazı çalışmalar yetenek olarak girişimcilik eğiliminin doğuştan geldiğini belirtmekte olsa da, bu yeteneğin ortaya çıkartılması, geliştirilmesi ve yönlendirilmesi gerekmektedir. Bu anlamda birey de bu eğilimi ortaya çıkaran, geliştiren ve birbirini tamamlayan bazı faktörler bulunmaktadır. Bu faktörlerden bazıları; ülkenin genel ekonomik durumu, sosyo-kültürel yapı, bölgesel/çevresel faktörler, kişinin kendi özellikleri, genel ve mesleki eğitim düzeyidir (Güreşçi, 2014: 27-28).

Girişimcilik eğilimleri üzerine yapılan araştırmalar, girişimci bireylerin güçlü bir başarıya ihtiyacı, özerklik ve bir iç denetime sahip olma eğiliminde olduklarını ifade etmiştir. Ayrıca bu bireylerin kendine güvenen, inatçı, sorunlarla başa çıkma yeteneği olan özelliklere sahip oldukları da belirtilmiştir (Mungan, 2013: 15).

3.1. Girişimcilik Eğilimine Etki Eden Faktörler

Girişimciliğin ortaya çıkmasında kişilik mi yoksa sosyal çevrenin mi daha etkili olduğu uzun süredir tartışma konusudur. Kişilik üzerinde duranlar, girişimcilerin sahip oldukları psikolojik özelliklere vurgu yapmışlardır. Kişilik yapısında girişimci öğeler arama çabaları en fazla “risk alma”, “başarıya ihtiyacı” ve “ denetim odağına sahip olma” üzerinde yoğunlaşmıştır. Girişimciliğin ortaya çıkışında çevreyi öne çıkaranlar ise grup yapısının, toplumsal gelenek ve kültürel özelliklerin etkisine değinmiştir (Aytaç, 2006: 142).

Koh (1996), girişimciliği bireysel, çevresel ve firma yaklaşımları olarak üç yaklaşım altında incelemiştir. Bireysel yaklaşımda girişimcilik, bireyin demografik ve psikolojik özellikleri tarafından şekillenmektedir. Demografik özellikler girişimciliği yaş, cinsiyet, eğitim durumu, medeni durum, ailede girişimci olması ve ailenin gelir durumuna göre açıklamaktadır. Girişimciliğin belirlenmesinde ikinci etkili olan psikolojik faktörler;

başarı ihtiyacı, kontrol odağı, risk alma eğilimi, belirsizliğe karşı tolerans, kendine güven ve yenilikçilikten oluşmaktadır.

3.1.1. Eğitim

Girişimcilik, kısmen kişilik özellikleri, kısmen de eğitim yolu ile elde edilen süreçtir. Eğitim, bir yandan girişimciliği özendirerek girişimci kültürün altyapısının oluşumuna katkıda bulunurken bir yandan da girişimcilerin işini kurdukları zaman ihtiyaç duydukları yönetim yetkinlikleri ve kabiliyetlerinin gelişmesine katkı sağlamaktadır. Kişiler sahip oldukları özelliklere eğitim programlarından elde ettikleri bilgileri ekleyince başarılı bir girişimci olma şanslarını arttırmaktadır. Bu nedenle değer yaratan bir girişimcilik kültürünün oluşturulması ve toplumdaki bireylerden her birinin ailesine veya bir başkasına dayanmadan yaşamlarını sürdürmelerini sağlamak için kendine güvenen ve başarısını kendi girişimciliğinde arayan bireyleri yetiştirecek eğitim sistemine ihtiyaç vardır (Akpınar, 2009: 43).

Eğitimin girişimcilik üzerine etkisi önemli bir araştırma konusudur. Girişimcilik özelliğinin de liderlik gibi tamamen doğuştan gelmediği, zamanla geliştirilebildiği ve eğitimle kazandırılabilir olduğu açıktır. Biçimsel bir eğitim, girişimcilik kariyerine etki yapabilir ve bireylerin işlerini kurmaları konusunda cesaretlendirebilir. Bu açıdan eğitim, girişimciliği etkileyen önemli faktörlerden biri olarak kabul edilmektedir. Kişiler sahip oldukları yeteneklere okullardan, eğitim programlarından ve üniversitelerden edindikleri bilgileri ekleyince, başarılı bir girişimci olma şanslarını artırır. Analitik düşünme yeteneklerini geliştiren, yeniliği ve girişimciliği özendiren birçok eğitim programı bulunmaktadır. Bu tür eğitim programları ile iş fırsatlarını görmek ve değerlendirmek, yönetim fonksiyonlarını anlamak ve öğrenmek, hukuki mevzuat konusunda bilgi sahibi olmak, işletme fonksiyonlarını analiz etmek, kredi kuruluşlarını tanımak ve ilişkilerin nasıl geliştirileceğini belirlemek gibi teknik bilgilerin yanında, başarmak için kararlı olma, hedef ve fırsatlara odaklanma, sorumluluk bilinci geliştirme, sorun çözebilme, stresle başa çıkma, başarısızlıklardan ders alma, doğruluk ve güvenilirlik, ekip çalışması yapabilme gibi yeteneklerin kazandırılması da mümkündür (Aydınlık, 2017: 18).

3.1.2. Aile

Aileler bireyde kişilik özelliklerinin gelişmesinde büyük katkı sahibidir. Yapılan araştırmalara göre; demokrat ailelerin çocukları dışa dönük, özgüvenli ve sorumluluk sahibi olurken baskıcı ailelerin çocuklarının çekingen, kendi kararlarını kendi veremeyen aşağılık kompleksine sahip bireyler olduğu görülmüştür. Aile, çocuğun hangi okula gideceğini, hangi mesleği seçeceğini, hangi lisanı konuşacağını belirleyerek, yönlendirmektedir. Hatta babasının mesleğini seçmesini veya işini devam ettirmesini istemektedir (Aydınlık, 2017: 18).

Bireyin kişilik gelişimi süresince aile, çocukta girişimcilik eğilimlerinin oluşmasında ve gelişmesinde, fırsatların kollanmasının öğretilmesi, bağımsız davranma arzusunun kazandırılmasında ve risk alabilme cesaretinin geliştirilmesinde, yenilik ve inovasyonun aktarılması konusunda üç türlü etki yapabilmektedir. 1. Teşvik edici etki; çocuk aile içerisinde hayatını serbest olarak kazanma ve kendi işini kurma konusunda teşvik edilir. Ailenin çocuğa verdiği öğütlerde ve tutumunda girişimci olmasına yönelik izler vardır. 2.Kısıtlayıcı etki: Çocuğun düşüncelerine ve kararlarına değer verilmeyip, horlanarak başarı arzusuna ket vurulur, böylece birey daha sonraki yıllarında girişimcilik için gerekli etkileşimi sağlamada ve kilit ilişkileri kurmada sorunlar yaşar. 3. Nötr etki: Aile çocuğun toplumsallaştırma görevini eğitim ve benzeri başka kurumlara bırakabilir ya da çocuğun girişimcilik eğilimleri üzerinde herhangi bir etkide bulunmayabilir. Bir başka bakış açısından da eğitim kurumları kitle iletişim araçları, diğer sosyal referanslar karmaşa yaratarak ya da çocuk üzerinde daha etkili olarak ailenin çocuk üstündeki etkisini nötrleştirebilirler (Durak ve diğ., 2017: 39).

3.1.3. Yaş

25 yaşında, bekar, fazla kişisel varlığı olmayan ve bakmakla yükümlü olduğu kişiler (eş, çocuklar) bulunmayan bir bireyin iş başlatma konusunda karar alma ve girişimcilik kariyerini başlatması nispeten kolaydır. Bu türden bir kararın alınması kişi 45 yaşına geldiği, evli ve üniversiteye gitmeye hazırlanan yetişkin çocukları olduğu, ev ve arabasının ödemeleri nedeniyle yüklü borç altında bulunduğu ve kendisine iyi para getiren bir işi olduğu dönemlerde saha zor olmaktadır (Gürol, 2006: 26-27).

Yapılan araştırmalar kariyerinin başlarında olan kişilerin risk almaya daha eğilimli olduğu ancak izleyen yıllarda risk alabilme oranının dūřtūęu gōr÷lmektedir. Örneęin; üniversiteden yeni mezun bekar birinin veya kaybedecek bir birikimi olmayan bir kişinin risk yüklenme oranı yüksektir. Oysa çevrede belirli bir isim yapmış ve üst yönetimde görevli olan bir profesyonelin birikimlerini riske atma oranı daha düşüktür. Son yapılan araştırmalarda insanların hayat beklentisinin uzamış olması nedeniyle, emeklilikten sonra bile girişimci olan kişilerin varlığı söz konusudur (Aydınlık, 2007:19).

3.1.4. Rol Modelleri

Rol modelleri girişimcilerin kariyerine etki eden önemli bir unsurdur. Rol modelleri; aile, kardeş, başarılı akrabalar, yakın aile dostları hatta girişimleriyle kendini kanıtlamış başarılı ünlü girişimciler olabilir (Bozkurt, 2007:5). Girişimcilik alanında rol modeller, girişimci olmak isteyen bireyleri girişimciliğe özendirmeleri nedeniyle toplum içerisinde önemli konumdadırlar. Global Entrepreneurship Monitor' un (GEM) araştırmasına göre becerilerinden ve deneyimlerinden emin olan kişilerin yeni bir iş yeri kurma ya da işletme ihtimalinin iki ila yedi kat daha fazla olduğunu ortaya koymaktadır. Yakınlarda yeni bir iş kurmuş birisi tanıyanlar için ise bu ihtimal üç dört kat daha fazladır (Akpınar, 2009: 44).

3.1.5. Kişiye Özgü Değerler

Kişilik bireyin çevresiyle olan tüm ilişkilerini belirleyen, onu başkalarından ayırt etmeye yarayan huy, alışkanlık, savunma mekanizmaları ve davranış şekilleri gibi özelliklerin oluşturduğu bütünlüktür. Girişimci kişilik yapısı, girişimciyi diğerler insanlardan ayırt eden özelliklerdir. Girişimciliğe başlayan kişinin belli bir vizyona sahip olarak, bitmek bilmeyen bir girişimcilik tutkusuna ve başarma arzusuna sahip kişilik özelliklerinde yaratıcı, atak, çabuk karar verebilen, analitik düşünme yeteneğine sahip kişiler olduğu gözlemlenmiştir. Girişimci kişiler iş hayatının zorluklarına katlanabilecek güce sahip, risk almaya yatkın bireylerdir (Bozkurt, 2007: 99). Dangaç (2007) girişimci kişilik tiplerini A ve B tipi olarak ikiye ayırmıştır. A ve B tipi kişilik yapısına sahip bireylerin özellikleri çizelgede gösterilmiştir.

Çizelge 2.4. A ve B tipi kişilik özellikleri

A Tipi Kişilik	B Tipi Kişilik
1.Rekabetçidir.	1.Rekabeti sevmez.
2.Sosyal alanda ve mesleğinde hırslıdır.	2.Sosyal konumundan ve mesleğinden memnun.
3.Dakiktir.	3.Zaman konusunda rastlantısaldır.
4.Güçlü ve etkileyici kişilik sahibidir.	4.Sakin kişilik sahibidir.
5.Sabırsızdır.	5.Sabırlıdır.
6.Aynı anda birkaç iş yapmayı sever.	6.Yavaşdır.
7.İnsanlara ve olaylara çabuk sinirlenir.	7.Kendini her seferinde başka bir işe vermeyi sever.
8.Onaylamayı bekler.	8.Onaylanmayı beklemez.
9.Sorunlu bir dinleme tarzı vardır.	9.Periyotlar halinde dinlemeyi sever.
10.Daima telaşlıdır.	10.Asla telaşlanmaz.
11.Ev ve iş dışında çok az ilgi alanı vardır.	11.Ev iş dışında yeterli ilgi alanı vardır.
12.Duygularını saklar.	12.Duygularını gösterebilir.
13.Kendini ve başkalarını işlerini bitirmeye zorlar.	13.Kendini ve başkalarını yapılan işlerde serbest bırakır.

Kaynak: (Eytmiş, 2009; Aktaran Tok ve Diğ., 20013: 44)

Girişimci kişiliğin oluşumunda birçok farklı etken bulunmaktadır. Girişimci içinde yaşadığı sosyal çevrenin bir parçası olduğundan, bulunduğu çevreden bağımsız olarak düşünülemez. Burada kişinin doğuştan gelen kişilik özellikleri yanı sıra, ailesi, büyüdüğü sosyal ortam, aldığı eğitim önemli rol oynamaktadır. Aile, alınan eğitim ve sosyal çevre bireyleri belirli bir role doğru yönlendirmekte ya da hazırlanmaktadır. Örneğin daha çocukluğunda “bu çocuk büyüdüğünde mühendis olacak, işadamı olacak, şirketin başına geçecek” diye yönlendirilmektedir. Ya da birey o şirketin başına geçmek üzere eğitilmekte

ve deneyim kazandırılmaktadır. Oysa toplumun ve sosyal çevrenin sunduğu fırsatların çeşitliliği, insanları farklı iş ve uğraş edinmeye yöneltmektedir. Kişiler, mevcut koşullar altında tutum ve davranışlar edinerek toplumun onay görmüş rollerine göre sosyalleşmektedir. Toplumun değer ve rolleri, kişiler için bağlayıcı sonuçlar doğurmaktadır (Aydınlık, 2017: 17-18).

3.1.6. İş Deneyimi

Daha önce çalıştıkları iş yerlerinde edindikleri olumsuz deneyimleri girişimci kişiliği olan bireyleri kendi girişimlerini kurmaya yönlendirebilir. Dolayısıyla bu tür deneyimlerin o kişi açısından olumlu bile olduğu düşünülebilir. Zira girişimcilik kararının alınmasında etken olan bu tür olumsuz etkiler, aynı zamanda yeni girişimin oluşturulması, büyüme ve sonuçta başarıya ulaşmasında önemli rol oynamaktadır. Başarı için savaşım fırsatının yokluğu, örgüt kademelerinde yükselme olanağının bulunmaması, duygusal engelleme, sıkıntı ve yalnızlık hissi gibi kişilerin çalışma yaşamının çeşitli aşamalarında karşılaştığı mutsuz edici olaylar, “yeni bir girişimin kurulmasını” motive edici yönde etki ortaya çıkarabilirler (Gürol, 2006: 29-30).

3.2. Türkiye’de Girişimcilik Kültürü

Toplum içerisinde girişimcilik ruhunu oluşturabilmesi için kültürel alt yapının etkileri çok büyüktür. Girişimcilik, her ne kadar, kişinin bireysel yetenekleri ve eğilimleri ile ilgili ise de, çevresel faktörlerin de önemli oranda etkisinde kalmaktadır (Akpınar, 2009: 41).

İşletmeler ve girişimciler süreklilik gösteren sosyal bir yapıdır. Girişimci kendisiyle birlikte çalışanlar, yöneticiler yakın çevreler vb birçok kişi bu yapının içine doğal olarak katılır. Sosyal yapının içindeki tüm bireyler kendi kültürlerini sisteme taşırlar (Tüsiad, 2002: 13).

Girişimcilik kültürü, girişimciye yeni bir statü veren, yaptıklarını ödemeyi garanti eden, başkalarının kendisine iş imkanları yaratmasını beklemek yerine başkaları için iş imkanları yaratan yepyeni bir neslin yetişmesini sağlayacak bir kültür olarak tanımlanabilir (Çelik ve Akgemci, 1998: 29-31).

Kültürel farklılıklar, doğal olarak, farklı kişilik, benlik ve karakter yapılarının oluşumuna kaynak eder. Her bir kültür, diğerine göre, farklı anlam ölçülerine, değer ve norm sistemlerine, tutum ve davranışlara işaret eder. Bu yüzden her kültürün insan tipi göreceli olarak farklıdır. Kimi kültürler dışa açık, özgür, bağımsız kişiliklere alan açarken, kimileri, bağımlı, korumacı ve konformist kişilerden oluşur (Aytaç, 2006:149).

Sosyal bir olgu olan girişimciliğin, içerisinde gelenek görenek ve ahlaki değerleri barındıran kültürden etkilenmemesi imkansızdır. Yeni bir işletme kurma fikrine değer veren bir kültürle, bu önemi vermeyen bir kültüre göre daha yeni ve riskli işletmelerin kurulma oranı yükselecektir. Şayet bir kültürde girişimcilik destekleniyor, kişinin kendi patronu olmasına, bireysel fırsatlara sahip olmasına, başarılı ve çok para kazanıyor olmasına değer veriliyorsa böyle kültürlerin hüküm sürdüğü ortamlarda çok sayıda işletmeler kurulabilecek ve girişimcilik davranışa dönüşerek artış gösterecektir. Bu tür kültürlerde başarılı girişimcilerin varlığını gören diğer bireyler, onları taklit ederek girişimciliğin ekonomik çevrede daha hızlı gelişmesine ortam hazırlanacaktır. Özellikle, ailelerinde akrabaları arasında ya da arkadaşları arasında başarılı girişimciler bulunan kişiler de işletme kurma fikrini benimseyecektir. Yeni işletmelerin kurulmasına hiç önem vermeyen, başarısızlığın çok büyük itibar kaybı olarak görüldüğü kültürlerde ise işletme kurma ve girişimcilik yüksek oranda görülmesi oldukça zordur (Güney ve Nurmakhmatuly, 2007: 60-70).

Bir toplumda girişimciliğin yaygınlaşmasında en önemli etkenlerden biri de o toplumda bireyin birbirine duyduğu güven düzeyinin yüksek olmasıdır. Çünkü yüksek güven düzeyi o toplumdaki bireyler arasındaki iş birliği eğilimini artırmakta ve döngüsel bir ilişki içerisinde bu durum ekonomik büyümeyi sağlamaktadır. Düşük güvenin olduğu toplumlarda sivil ve ekonomik örgütlenme eğilimleri oldukça zayıf kalacaktır. Aynı zamanda bilginin sistem örgütlenme eğilimleri oldukça zayıf kalacaktır. Aynı değerler sistemini paylaşan gruplar gruplar ya da topluluklar, üyeleri arasında güven duygusunu yaygınlaştırarak ve ekonomik çıkarlar çerçevesinde toplanarak bilgi paylaşımları ve işbirlikleri yapabilmektedirler (Durak ve diğ., 2017: 45).

Bireysel olduğu kadar toplumsal ve kültürel bir olgu olan girişimciliğin oluşumunu etkileyen pek çok sosyo-kültürel, ekonomik ve politik faktör vardır. Girişimcilik bir özellikler veya davranışlar seti olarak düşünülürse, bu özellikleri, içinde geliştiği süreçler vasıtasıyla açıklamak daha doğrudur. Bu bağlamda girişimcilik kültürü, bireysel ve toplumsal hayatın karşılıklı etkileşimi sonucu ortaya çıkan değerlerin, öğrenilen ve sosyal

olarak aktarılanların toplamıdır. Dolayısıyla girişimcilik kültürü, bir bölgede veya ülkede girişimciliğin gelişip yaygınlaşmasında gerekli olan altyapı faktörleri içerisinde önemli bir role sahiptir. Burada girişimciyi ortaya çıkaran ortam olarak kültürel yapı, aile yapısı, eğitim kurumları ve din faktörü konuları önem taşımaktadır (Esen ve Çonkar, 1999: 25).

Girişimciliğin kültürel boyutunun anlam bulabilmesi, girişimcinin içinde bulunduğu toplumda ticaret, serbest çalışma, yenilik ve girişime verilen önemle ilgilidir. Bireye hata yapma özgürlüğü sunma, hatalardan ders almak için fırsat sunma ve bireyin karar alma süreçlerinde kendi iradesiyle hareket etmesi kültürel kodlarla sunulur. Ayrıca bireyin aldığı kararların sonucundaki sorumluluğunu üstlenme, bireye yetki yükleme, başarıya azmi, çalışkanlık vb. temalar girişimciliğin kültürel boyutuna olumlu katkı sağlar.

Aile, insanlığın var ettiği en değerli toplumsal kurumdur. Bu yönüyle aile birçok disiplinin inceleme alanıdır. Girişimcilik kültürünün oluşmasında aile ve eğitimin rolü çok büyüktür. Bireyin eğitimi ilk olarak ailede başlar ve birey toplumsal uyuma aile içinde hazırlanır. Ailede daha önceden bir girişimci varsa birey direk bu ortamdaki kültürle beslenir. Girişimcilik ruhunun oluşmasında aile birinci derecede önemlidir. Kişinin girişimcilikle ilgili kodları aile ve yakın çevresi, sayesinde oluşur. Birey aileden aldığı girişimcilik kültürünü eğitimle devam ettirir. Bireyde girişimcilik ruhunun yerleşmesinde aile ile çevre ve eğitimin rolü büyüktür. Aslında çevre ve eğitim direk olarak aile ile bağlıdır. Aileden aldığı eğitimle girişimci ruha sahip birey, aklındaki işi gerçekleştirmek için cesarete ihtiyacı vardır. Eğer ailede girişimci ruha sahip cesaretle işini kuran biri varsa büyük avantajdır. Çocuk demokratik bir ailede yetişirse; kendi kararlarını ve sorumluluklarını alma konusunda gelişir. Diğer taraftan otoriter baskıcı bir ailede yetişen çocuk kendine güvenme noktasında sıkıntılar yaşar. Çekingen ve çevresine güvensiz kimlik geliştirebilir. Demokratik ailede yetişen çocuklarda girişimcilik özellikleri daha baskın hale gelir.

Türkiye'deki mevcut girişimciler genellikle ileri eğitilmiş kişiler değildir. Okul yaşamından ziyade farklı sebeplerden küçük yaşta çalışma hayatına atılmışlardır. Bu nedenle de iş piyasasında eksiklikleri olmuştur. Eksikliklerini çok iyi bildikleri için kendi evlatlarının eğitimi konusunda çok özenli davranmışlardır. Onları işletmenin gelecekteki varisi olarak görmektedirler. Gençler ise aldıkları donanımlı eğitimler neticesinde baba mesleğine yönelmeyebilirler.

Kültür kavramı girişimcilik açısından ele alındığında, yeniliklerle yeni fırsatlara odaklanan iş yapma durumudur. Eğitim yapılması girişimcilik kültürünün oluşması ve

şekillenmesi açısından belirleyicidir. Girişimcide bulunması gereken bilgi beceri mesleki donanım eğitimle aktarılır. Hatta ekip çalışması, kararlılık, sorun çözme yetisi, başarı güdüsü gibi girişimcilikle ilgili kişilik özelliklerini de eğitim ortamında birey deneyimleyerek öğrenir. Eğitimle birlikte medya da girişimcilik kültürü üzerinde büyük etkiye sahiptir. Olumlu girişimcilik imajı sunma, başarılı girişimcilerin başarı hikayelerinin sunumu, girişimcilikle ilgili gelişmelerin yakından aktarılması açısından medya kilit roledir. Görsel ve yazılı medyanın en güçlü aracı olan internet sayesinde girişimcilik daha popüler bir konu olmuştur. Girişimcilik ödül ve yarışmaları, farkındalık programları, fikir alış veriş pazarları gibi aktiviteler internet üzerinden hızla yayılmıştır. Sosyal medyanın da destekleyici rolüyle gençler arasında girişimcilik konusu giderek daha popüler olmaktadır.

3.3. Türkiye’ de Girişimcilik Eğitimi

Türkiye’de girişimcilik eğitimi ile ilgili uygulamalara bakacak olursak;

-İlköğretimde ve ortaöğretimde disiplinler arası yöntemle girişimcilik becerisi kazandırılmaya çalışılmaktadır.

-Üniversitelerde İktisadi ve İdari Bilimler Fakülteleri, Mimarlık Mühendislik Fakülteleri ve Eğitim Fakülteleri vb. kurumlarda girişimcilik dersi seçmeli veya zorunlu olarak verilmektedir.

Yetişkin gruplar için girişimcilik eğitimleri çeşitli kurumlar tarafından verilmektedir.

Girişimcilik eğitimi, eğitim sistemi içerisine farklı şekillerde entegre edilebilir. Girişimcilik eğitimi ayrı bir program şeklinde ya da mevcut programa konuların yerleştirilmesiyle öğretilir. Bunun yanı sıra çapraz programla da (STEM) girişimcilik eğitiminin uygulanması mümkündür. Girişimcilik eğitiminde konuların programa entegrasyonu genellikle isteğe bağlıdır. Ancak bazı temel konuların yer alması zorunludur. Girişimcilik eğitiminin uygulanmasında ele alınan yaklaşımlar farklı kombinasyonları içermektedir. Dahası çoğu ülkede ilk ve orta öğretimde girişimcilik eğitiminin tanınması ve uygulamasının bulunmasına rağmen genellikle uygulamalar okullar arasında farklılık göstermektedir (UNESCO, 2012).

Girişimcilik eğitimini temel alıp ilköğretime dahil eden birçok ülkede genellikle çapraz program yaklaşımı (disiplinlerarası) kullanılmaktadır. Bu yaklaşıma göre, girişimcilik eğitiminin amaçları, açık bir şekilde belirli bir konunun bir parçası olmasından

ziyade programlar arası, yatay ve çapraz olarak ifade edilir. Bütün konular ve program çalışmaları süresince geliştirilen değer ve yeterlilikler bu yaklaşımın önemli bir parçasıdır (UNESCO, 2012).

Orta öğretim eğitim kurumlarında 9. 10. 11. Ve 12. sınıflarda seçmeli ders olarak yer alan girişimcilik dersi meslek liselerinde zorunlu ders kategorisindedir. Türkiye’ de 2009 yılında girişimcilik dersi öğretim programı “Talim Terbiye Kurulu” tarafından yayınlanmıştır. Girişimcilik dersi öğretim programında dersin vizyonu Türkiye’nin mevcut durumu, potansiyeli ve ihtiyaçları çerçevesinde geliştirildiği, ulusal kalkınma ve sosyal girişimcilik düzeyi ile girişimciliğin ilişkili olduğu ve programın hazırlanmasında bu durumun göz önünde bulundurulduğu ifade edilmiştir. Programda öğrencilere girişimcilikle ilgili temel bilgilerin yanı sıra iş fırsatlarını görebilmesi ve bu fırsatları yatırıma dönüştürebilmesine yönelik bilgiler sunulmaktadır (MEB (GDP), 2009).

Temel eğitim kurumlarının yanı sıra üniversiteler, TÜBİTAK, İŞKUR, KOSGEB, Belediyeler ve Ticaret-Sanayi Odaları da girişimcilik eğitimleri düzenlemektedir.

Girişimcilik, bilgi, kültür ve karakter boyutları olan bir meslektir. Girişimciler, mesleği icra edebilmek için üretim faktörlerini kullanır. Üretim faktörlerinden, sermaye girişimcilik için en son basamaktır. Onun öncesinde girişimci için emek ve kuracağı işe gönül vermesi daha önemlidir (Ankara Ticaret Odası 1997: 14).

Küresel ekonomide nitelikli insan gücü ihtiyacı ve teknolojik gelişmelerle üretim sektöründe yeniliklerin artması girişimci bireylerin önemini artırmıştır. Girişimci bireylerin yetiştirilmesi artık zorunluluk haline gelmiştir ve girişimcilik eğitiminin devlet politikası olmasını gerekli kılmıştır (Ulucan, 2015: 25).

Girişimcilik eğitiminde, girişimci olmak isteyen gençlerin kendi girişimcilik özelliklerini sorgulayarak keşfetmeleri, girişimcilik için gerekli bilgi ve beceriyi kazanmaları amaçlanmaktadır (Güney, 2008: 32). Eğitim, girişimcilik kültürünün oluşması ve gelişmesi açısından büyük öneme sahiptir.

Girişimcilik üzerine alınan eğitimin gelecekte başarılı bir girişimci olmaya olumlu katkı sağlamaktadır. Girişimcilik eğitimi, girişimciliğe yönelik anlayış ve farkındalığı geliştirerek bilgi düzeyini yükselttiği ve girişimci doğulmadığı, girişimci olduğu anlayışını ön plana çıkarmaktadır (Korkmaz, 2012: 219). Ekonomik kalkınmanın girişimcilikle sağlanacağı düşüncesinin benimsenmesi ile birlikte girişimcilik politikaları önem kazanmış, girişimcilik eğitimleri yaygınlaşmaya başlamıştır. Meslek liselerinde

haftalık 2 saat Girişimcilik dersi verilmektedir. Eğitimlerin ileri ve etkili boyutu üniversitelerde verilmektedir. KOSGEB (Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı), İŞKUR (Türkiye İş Kurumu) gibi çeşitli kuruluşlar girişimcilik eğitimleri düzenleyerek sertifika vermektedir. Üniversitelerde ön lisans, lisans ve yüksek lisans programlarında Uygulamalı Girişimcilik dersi bulunmaktadır. Dersin amacı, öğrencilerin mezuniyetten sonra meslekleriyle ilgili ya da farklı alanlarda girişimcilik gerçekleştirebilmesi ve devlet desteklerinden yararlanmalarınıdır. KOSGEB çeşitli kamu kurumları ve sivil toplum kuruluşları ile protokol yaparak Uygulamalı Girişimcilik Eğitimleri düzenlemektedir. Eğitimin sonunda verilen sertifika ile KOSGEB desteklerinden, hibelerinden yararlanılmaktadır. Eğitimlerde 4 temel modül uygulanır;

Modül 1: Girişimcilik özelliklerinin sınanması, iş fikri geliştirme ve yaratıcılık egzersizleri ile sorumlu girişimcilik kavramı ve tecrübe paylaşımı.

Modül 2: İşletme kavramı, işletme fonksiyonları, türleri, kuruluş şekilleri, mali ve hukuki sorumluluklar

Modül 3: İş planı kavramı ve öğeleri (Pazar araştırma, pazarlama planı, üretim planı, yönetim planı, finansal plan)

Modül 4: İş modeli ve iş planına yönelik atölye çalışmaları

KOSGEB tarafından verilen Uygulamalı Girişimcilik Eğitimlerine katılanlar sertifikalarını aldıktan sonra iş kurduklarında KOSGEB hibelerinden yararlanmaktadır. Son yıllarda bu eğitimlerle girişimcilik yaygınlaştırılmaktadır.

Girişimcilik, diğer birçok politika alanıyla doğrudan veya dolaylı etkileşim içinde olan oldukça geniş bir alandır. Geçmişte KOBİ politikasının bir “eklentisi” olarak ele alınan girişimcilik politikası, günümüzde giderek artan bir şekilde ayrı bir politika alanı olarak değerlendirilmeye başlanmıştır. Bunun temel nedeni, sanayileşme sürecinin bir yan ürünü olarak ortaya çıkmış olan KOBİ’lerle girişimcilerin kalkınmadaki rollerinin ve ihtiyaç duydukları desteklerin birbirinden oldukça farklı olmasıdır (Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı 2015-2018: 15).

Yükselen bir değer olarak girişimcilik her geçen gün önem kazanmaktadır. Gençler ya da yetişkinler kariyer planlarında girişimciliği seçenek olarak ele almaktadır. Üretim yapmak gelişmekte olan ülkeler için en temel unsurdur. Bununla birlikte gelişmenin ileri seviyeye geldiği ülkelerde ise üretilenlerin rekabeti ön plana çıkmaktadır. Ülkelerin ekonomik kalkınmaları için girişimcilik anahtardır.

3.4. Türkiye’de Girişimciliğin Tarihsel Gelişim Süreci

Türkiye’de girişimciliğin tarihsel süreci dört dönemde incelenir. Osmanlı İmparatorluğu döneminde girişimcilik, Cumhuriyet dönemi 1923-1950 yılları arası girişimcilik, 1950-1980 yılları arası girişimcilik ve 1980 ve sonrası bilgi çağı dönemi (TÜSİAD, 2002: 7-9).

Konar-göçer hayattan yerleşik hayata geçildikten sonra tarım üretim toplumu neticesiyle ticaret gelişmiştir. Anadolu coğrafyası konumu itibariyle yüzyıllardır ticaretin önemi bir merkezi olmuştur. Üreten (tüccar) satıcının yanı sıra bir de üretici ve tüketici olmayan yeni bir tüccar ortaya çıkmıştır. Bu tüccar modelleri dönemin ilk girişimcilik örnekleridir. Nüfusu hızla artan ve gelişen şehirlerde ihtiyacı görüp o bölgelere ürün götürüp satış yapmışlar. Aslında bir anlamda aracılık yapmışlar. Seyyar tüccarlar yakın çevredeki şehirlere mal götürüp satarken daha uzak şehirler için kervanlar kullanılmıştır (İnalçık 2010: 156 ve Tekeli 2011: 46).

3.4.1. Osmanlı Devleti Dönemi

Türkler Anadolu’da Selçuklu medeniyetini kurmasıyla Anadolu’ nun ticaret merkezi olması hızlanmıştır. Kervansaraylar yaptırılmış, ticaret desteklenmiştir. Anadolu Selçuklu Devleti, girişimcileri ve tüccarları korumak için sigorta kurumu kurmuştur. Osmanlı Devleti, Anadolu Selçuklu Devleti’nden ilkeleri kabul etmiştir, lonca teşkilatı ve ahi teşkilatı aktif olarak devam etmiştir (Apak ve diğerleri, 2010: 17).

Ahilik teşkilatının kurucusu Ahi Evran’dır. Ahilik teşkilatı, Osmanlı Devleti’nin kuruluşunda önemli rol oynamıştır (Şeker, 2011: 10). Ahilik, binlerce yıldır var olan, eski Türk medeniyetinin Anadolu’ ya yerleşmesiyle İslam kültürü ile uyumuyla ortaya çıkan bir iktisadi üretim ve kültür kuruluşudur (Demir, 2003: 43).

Ahilerin, sanat ya da meslekleri için gerekli olan hammadde tedarikinden onun işlenişi ve satışına kadar her aşamada düzenli kurallar uygulamışlar. Bu durum girişimcilerle üretici tüketici arasındaki olumsuz rekabet durumlarının önünde geçmiştir.

Osmanlı İmparatorluğu’nun coğrafi konumu neticesiyle doğu batı ticaret yollarının üzerinde olması ticareti geliştirmiştir ve imparatorluğun merkezî yapısına zemin hazırlamıştır. İlhan Tekeli’ye göre “Ticari gelişme değişimi beraberinde getirir ve bunlar dağınık feodal yapıları merkezî-feodal bir yapıya iter, çünkü dağınık yersel

yönetimsel yapılar, değişime ve ticarete bir engel oluştururlar.” Osmanlı İmparatorluğu’nda deniz ticareti de çok önemlidir. Tüccarları ve malları taşıyan kıtalar arası ticaretin en önemli elemanlarından biri olan gemilerin, savaş zamanlarında da seferlere gönderilmekte olduğu bilinmektedir (Genç, 2000: 67).

Batıda ekonomik anlamda ciddi değişimler 19. yüzyılda başlamıştır. Osmanlı pazarlarına Avrupa’nın sanayi ürünleri girmiştir. Üretim ilişkilerinde bozulmalar meydana gelmiştir. Yaşanan düzen bozukluğu nedeniyle Ahilik Teşkilatı da işlevselliğini kaybetmiştir. Ahilik Teşkilatı’nın ardından farklı yapılanmalarla benzer işlev aranmıştır. Bu yapılanmalardan bazıları şunlardır: Vakıflar, Ticaret ve Sanayi Odaları, Türkiye Ticaret, Sendikalar, Ticaret Bakanlığı, Deniz Ticaret Odaları, Türkiye Esnaf ve Küçük Sanatkarlar Konfederasyonu, Ticaret Borsaları Birliği (TOBB) (Solak, 2010: 23-25).

Sanayi devrimi Osmanlı’nın gerileme dönemine gelmiştir. Gerileme askeri ve ticari alanı olumsuz etkilemiştir. Ekonomik anlamdaki bu boşlukta Yahudi, Rum, Ermeni gibi azınlıklar ekonomik girişimciliği üstlenmişlerdir. Türkler ise devlet memurluğu, askerlik, esnaflık, sanatkarlık mesleklerinde yer almışlardır (Apak ve diğerleri, 2010: 17-18). Girişimcilik faaliyetlerini, devlet içindeki azınlıklar ve onları destekleyen yabancılar gerçekleştirmiştir. Türk sanayicilerinin sayısının az olmasının temel nedeni de budur (İraz, 2005: 157). Yaşanan olumsuzluklar sonucunda Türk toplumu ticaretin dışında kalmış, Bu durum da uzun yıllar devam etmiştir. Türk toplumunda gelişmiş bir girişimcilik kültürü ve ticaret alt yapısı oluşturulamamıştır (Müftüoğlu ve Durukan, 2001: 9-10). Özellikle Tanzimat döneminden sonra Yahudi, Rum, Ermeni, İtalyan asıllı vatandaşlar dış güçlerin desteği sayesinde ticari girişimciliği tekellerine almıştır. Bu dönemde tüm tahsilliler devlette çalışınca hasta yaşlı ve çocuklar dışındaki nüfus da savaşlarda yer alınca Türk girişimciliğinin oluşup gelişmesine olanak kalmamıştır (Arıkan: 2002: 13). Osmanlı’da ticari gündemin sahibi azınlıklardır. Ticarete azınlıklar, askerlikte Türkler, tarımda da yaşlı yerli kesim aktif olduğu için sanayinin gelişmesini geciktirmiştir. Gelirin büyük kısmı tarımdan elde edilmekteydi.

II. Meşrutiyet döneminde İttihat ve Terakkicilerce (19.yy sonu-20.yy başları) “Milli İktisat” kavramı öne sürülmüş ve ekonomik kalkınma için “müteşebbis sınıfı” oluşturulmasının zorunluluğu vurgulanmıştır. Osmanlı ticaretinde büyük rol sahibi olan gayrimüslimler ve yabancıların Türk girişimciler üzerinde yarattığı olumsuzlukları azaltmak “Milli İktisat” ın en önemli amaçlarından biridir. Bu doğrultuda sanayicilere destek verilmiş, millileşmek için yabancılara verilen imtiyazlar kaldırılmış ve milli

bankaların kurulması desteklenmiştir (Altıparmak, 1998: 66). 18 Haziran 1908’ de İkinci Meşrutiyeti’ in ilanı ile ülke genelinde özgürlük sağlanmıştır. Sanayiye güçlendirmek için 1913’ de “Teşvik-i Sanayi Kanunu” çıkarılmıştır. Bu kanunla sanayicilere toprak vermek, vergiden muaf olma, taşıma indirimleri uygulama gibi teşvikler sunulmuştur. Ancak kalifiye personelin azlığı ve demiryolu, liman, rıhtım, fabrika gibi yerlerin işletilmesi için uzman personele ihtiyaç olması sanayide gelişmenin önünde engel olmuştur. Zamanla bu tesislerin işletim hakları zorunlu olarak yabancıların eline geçince Osmanlı maliyesi gelir kaynakları yabancıların kontrolünde olmuştur. Siyasi bağımsızlık da elden gidince Türkiye Cumhuriyeti kurulmuştur.

3.4.2. 1923-1950 Dönemi

Cumhuriyetin ilanından sonra Atatürk ekonomiye büyük önem vermiş ve ekonomiyi kasıtlı “Asıl savaş şimdi başlıyor.” demiştir. Şartları analiz eden, önlemler alan ve barış stratejisiyle gelişmeye çalışan bir ekonomik yapı kurulmaya çalışılmıştır. Düzenleyici, düzeltici ve teşvik edici önlemler olarak piyasanın serbest işlemesine özen göstermiştir. (Genel Kurmay Başkanlığı Yayınları 1984: 220) 1922’de 1. İzmir İktisat Kongresi düzenlenmiştir. Ekonomideki yabancı hakimiyeti kırılarak yerli hakimiyetin güçlendirilmesi ve girişimciliğin geliştirilmesi hedeflenmiştir. Sanayi ve girişimcilikle ilgili şu kararlar alınmıştır;

- Anonim şirketlerin kurulmasının kolaylaştırılması,
- Sanayinin teşvik edilmesi,
- Demiryolu inşaatlarının devletçe programlanması,
- Yerli malı kullanılması,
- Milli bankaların kurulması

1929 Dünya ekonomik krizi yeni kurulmuş olan Türkiye Cumhuriyetini’ de derinden etkilemiştir. Krizin derin etkileri nedeniyle ekonomide devletçilik ilkesinin benimsenmesine neden olmuştur. 1932’ de beşer yıllık ekonomi planları hayata geçirilmiştir ancak birincisinde başarılı bir uygulama yapılsa da ikincisinde ikinci dünya savaşı ve Atatürk’ün ölümü nedeniyle uygulanamamıştır.

Cumhuriyetin kurulumundan 1929’a kadar girişimcilik desteklenmiştir. Sanayileşme ve kalkınmanın özel girişimlerle sağlanabileceği düşünülmüş ancak

uygulamalar beklentileri karşılamamıştır. 1929 dünya ekonomik krizi de olunca ithalat ve ihracat değerleri azalmıştır. Bu olumsuz durumlar yatırım yapmayı engellemiştir ve girişimciler üzerinde negatif bir etki yapmıştır (Altınparmak, 1998: 73).

Şahsi girişimler beklenen sonucu getirmeyince 1930'lu yıllarda devletçi ekonomi politikaları ön plana çıkmıştır. Bu duruma etki eden faktörler;

- 1929 dünya ekonomik krizinin olumsuz etkileri,
- 1929 krizine klasik ekonomi politikalarının yetersiz kalması neticesiyle devletçi ekonomi politikalarının popülerlik kazanması,
- Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği'nde uygulanan planlı ekonomi politikalarının olumlu sonuçlar vermesi.
- Böylece 1930 sonrasında kapalı ekonomi politikası ve devletçilik anlayışı benimsenmiştir (Coşkun, 2003: 75).

1930'lu yıllardan sonra devlet öncülüğünde güçlü bir sanayileşme çalışması olmuştur. İkinci dünya savaşına girilmemesi olası bir savaş durumu için genç nüfus askere alınmıştır. Bu nedenle de üretim düşüşleri yaşanmıştır. Savaş öncesi başlayan planlı sanayileşme çalışmaları için ayrılan bütçe gelirleri savunma harcamalarına kaydırılmıştır. Üretim düşünce para arzı enflasyona neden olmuştur. Sermayesi olan sınıfın fırsatçı karaborsacı tavrı fiyat artışına neden olmuştur. Özel sermaye birikim yapmıştır. Gerek iç faktörler gerekse dış faktörlerin etkisiyle istenilen düzeyde sanayileşme görülmemiştir (İraz, 2005: 160-162).

3.4.3. 1950-1980 Dönemi

Yaşanan siyasi gelişmeler bu dönem damga vurmuştur. 1950'de Demokrat Parti iktidara gelince ekonomide liberalleşme başlamıştır ve girişimciliğin önü açılmıştır.

1950'li yıllarda sanayileşme özel sektörde benimsenmiştir. Girişimciliğin teşvik edilmesi amaçlı politikalar izlenmiştir. Bu dönemde ekonomide özel sektör yükselişe geçmiştir. 1950 yılında Sınai Kalkınma Bankası kurulmuştur. Buradan sağlanan kredilerle özel sektörün geliştirilip güçlendirilmesi hedeflenmiştir. Uygulamada aksaklıklar olsa da girişimcilik adına önemli bir adımdır (Coşkun, 2003: 76). Büyük teknolojik gelişmelerin altyapılarının hazırlandığı ara bir dönemdir. 1963'den itibaren Devlet Planlama Teşkilatı'nın kurulmasıyla tekrar beş yıllık kalkınma planları dönemi başlamıştır.

Türkiye Sanayici ve İşadamları Derneği (TÜSİAD) 1971’ de kurulmuştur. TÜSİAD’ın kurulması girişimcilik tarihi için önemli bir gelişmedir. TÜSİAD’ ın kurulmasındaki temel amaç; yerel ekonomide kaynakları etkin kullandırmaya dayalı, dış ekonomide de korumacılığı ön plana çıkartan ithal ikameci modelde kaynak elde etme ve devletin korumasını alıp daha iş birlikçi bir mücadele etmektir (Öztürk, 2008: 31-32).

1970’li yıllarda girişimcilerin temel özellikleri (İraz, 2005:162);

- Verimlilik, kalite, uygun fiyat, yönetim prensiplerini pek düşünmeyerek üretme hırsı olan kişilerdir.
- Geleneksel mevcut mal üretimini ileri seviyeye götürmeyi amaçlamışlar.
- Yurt içinde ve yurt dışında yükseköğrenim eğitimi almış kişilerdir.
- Geleneksel model tüccarlık zihniyetinden çıkmaya çalışan kişilerdir.

Piyasaya uygun modelli girişimci tipi kendi kendini var ederken 1980 yılından sonra girişimcilik konusunda çok ciddi adımlar atılmıştır. Siyasetteki değişimler de alınan kararlarda etkili olmuştur.

1960-1980’li yıllar arasında girişimcilik olgusu çeşitli olaylar sonucunda olumsuz etkilenmiştir. Belirtilen dönemde üç askeri darbe, iki reform hükümeti ve çeşitli koalisyonlar belirsizlik ortamı yaratmıştır (Müftüoğlu: 2001: 65).

24 Ocak 1980 kararları ile daha iyi bir yola girilmiş, ithal ikamesine yönelik kalkınma stratejisi terk edilmiştir. Onun yerine serbest piyasa ekonomisinde ihracata yönelik kalkınma stratejisi benimsenmiştir. Serbest piyasa ekonomisinde özellikle güçlü ihracata yönelik girişimciliklerin desteklenmesi ön plana çıkmıştır (Güney, 2008: 20-22).

Serbest piyasa ekonomisinin işlevselliğinin dünyaya açılmasıyla rekabet artmış ve bu entegrasyonla yeni bir girişimci modeli ortaya çıkmıştır. Günümüzdeki girişimci modelinin altyapısı oluşmuştur. Sadece kar odaklı hareket eden, eğitim düzeyi düşük girişimci modelinden, profesyonel yönetim kurallarını uygulayan, yükseköğrenim görmüş, gelişmelere yeniliklere açık, kaliteli ürün üretmeyi hedefleyen, müşteri ilgi isteklerini önemseyen, piyasanın beklentilerine göre yenilikler yapan bir girişimci modeline geçilmiştir.

3.4.4. 1980 ve Sonrası Dönem

24 Ocak 1980 kararlarıyla gelen serbest piyasa ekonomisi benimsenmesi ekonomide dışa açılma ile girişimciliğe yeni kapılar açmıştır.

1980'lerde başlayıp sonrası dönemde uygulanan dışa açık ekonomi uygulamaları, girişimciliği geliştirmeye yönelik çalışmalar, küçük işletmeleri destekleyen politikalarla Türk insanının çok başarılı olacağı düşünülmüştür. Ancak Türkiye'nin mevcut sosyo-kültürel ve ekonomik koşullarının girişimciliğe ortam oluşturmaktan uzak olması (ekonomik ve siyasi açıdan) bireylerin genellikle kamu sektöründe çalışmaya itmiştir. Birçok kişi girişimci olup kendi işini kurmak veya bir özel sektörde yönetici olmak yerine kamu kurumlarında memuriyeti tercih etmiştir (Küçük, 2010: 47). Aslında bu durum birçok dönemde, günümüzde de görülmektedir. Ekonomideki daralmanın kamu kurumlarının hantallığı ancak desteklenecek genç girişimlerle çözülebilecektir.

1980 yılının sonlarına doğru değişen iktisadi anlayışla, küreselleşme ile özelleştirme, dışa açık sanayi stratejisi ve serbest piyasa ekonomisiyle beraber kamu girişimlerinin önemi azalmaya başlamıştır (Demircan, 2008: 35).

1990 yılında Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği (MÜSİAD) kurulmuştur. MÜSİAD daha çok Anadolu'daki girişimcilerin sermayesine odaklanmıştır. MÜSİAD sanayi için getirdiği eleştirilerle dikkat çekmiştir. Devletin ekonomik etkinlikler için ayrıcalıklı gruplar oluşturmasını ve bunların bağımsız bir yapıda olmadığını savunmuştur (Candan, 2011: 167).

2000'li yıllarda yaşanan ekonomik kriz siyasi sıkıntılı bir sürece neden olmuştur. Bu yıllar aynı zamanda küreselleşmenin etkisiyle girişimciler tarafından istikrarın sağlanmış olduğu bir güve ortamı da olmuştur. Girişimciler açısından oluşan gücen ve istikrar ortamı yabancı sermayeyi ülkeye çekmiştir (Candan, 2018: 1168). Teknolojideki gelişmeler bu dönemde girişimciler açısından olumlu etkiler bırakmıştır. Bilginin hızlı paylaşımı, arz taleplerin güncel analizlerine ulaşımın kolay olması dış ekonomiyi takip etmeyi kolaylaştırmıştır. Yabancı sermayenin ülkeye girişi, girişimciler için kaynak birikimine ortam hazırlamıştır.

9. Kalkınma Planı (2007-2013), aktif işgücü politikalarının desteklenmesi başlığı altında girişimcilik politikalarının desteklenmesine önem vermekte, girişimcilik ve istihdam garantili programlar, mesleki danışmanlık, rehberlik hizmetleri, işletmelerde

deneyimli iş gücü yetiştirme ve mesleki eğitim kursları aracılığıyla aktif iş gücü politikalarının yaygınlaştırılması öngörülmektedir (Devlet Planlama Teşkilatı, 2007: 85-90).

Girişimcilik konusundaki hızlı ve güçlü gelişmeler neticesinde 2011-2013 KOBİ Stratejisi Eylem Planı hazırlanmıştır. Bu plan, girişimciliğin artık özel bir yol haritası olması gerektiğinin resmiyet kazanmasıdır.

Kobi Stratejisi Eylem Planına göre (KOSGEB, 2011: 53) hedef ve stratejiler şunlardır;

- Girişimcilik kültürünün topluma yayılmasının sağlanarak, girişimcilik ortamının gelişmiş ülkeler ile karşılaştırılabilir seviyede iyileştirilmesi.
- Potansiyel girişimci adaylarına eğitim ve danışmanlık hizmetlerinin sağlanması.
- Girişimciliği özendirmek için yarışma, ödül vb. aktivitelerin gerçekleştirilmesi.
- Girişimcilik konusunda eğitim müfredatında sarf edilen ağırlığın artırılması.
- Kurumlar arası koordinasyon için, Girişimcilik Konseyi gibi oluşumların gerçekleştirilmesidir.
- Girişimcilerin kuracakları yeni işletmeler için mekân, ofis hizmetleri, eğitim ve danışmanlık vb. hizmetler arz ederek, söz konusu işletmelerin büyümelerinin sağlanması.
- İşini yeni kuran girişimcilere yönelik eğitim, danışmanlık ve yönlendirme aktivitelerinin gerçekleştirilmesi.
- Başlangıç aşaması desteklerinin yaygınlaştırılıp geliştirilmesi,
- Özel hedef gruplarının iş kurma sürecinde karşılaştıkları engelleri geçmeleri ve yeni iş kurmaları için destekler sağlanması.
- Özel hedef grupları için eğitim, danışmanlık ve yönlendirme aktivitelerinin gerçekleştirilmesi.

Türkiye’ de 2012 yılında KOSGEB Girişimcilik Konseyi tarafından çalışmalara başlanmış, 2015-2018 yıllarını kapsayan “Türkiye’de Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı (GİSEP)” hazırlanmıştır (Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı 2015-2018: 8).

GİSEP' e göre genel amaç: Türkiye' de girişimcilik kültürünü yaygınlaştırmak, güçlü bir ekosistem oluşturmak ve girişimciliği geliştirmek. Bu genel amaca dayalı stratejik hedefler şunlardır;

- Girişimci dostu düzenleyici çevrenin geliştirilmesi,
- Yenilikçi girişimciliğin desteklenmesi,
- Kadın girişimciliği, genç girişimciliği, eko (çevreci) girişimcilik, Sosyal girişimcilik ve küresel girişimcilik gibi öncelikli tematik alanlarda ve genel alanlarda sürdürülebilir bir destek sisteminin geliştirilmesi ve uygulanması,
- Girişimcilik kültürünün geliştirilmesi,
- Örgün ve yaygın eğitim düzeyinde girişimcilik eğitimlerinin yaygınlaştırılması ve girişimcilere yönelik danışmanlık sisteminin geliştirilmesi,
- Girişimcilerin finansmana erişiminin kolaylaştırılmasıdır.

Türkiye' de 2015 yılında 2016-2020 Stratejik Planı hazırlanmıştır. Plana göre 3 Stratejik amaç ve bunlara ulaşmak üzere 13 hedef belirlenmiştir. Bunlar (KOSGEB, 2016-2020 Stratejik Planı: giriş bölümü);

Stratejik Amaç 1: KOBİ'lerin üretim ve yönetim becerilerini, yenilikçi ve yüksek katma değerli ürün/hizmet üretme kapasitelerini geliştirmek ve küresel pazarda rekabet güçlerini artırmak.

Stratejik Amaç 2: Girişimcilik kültürünü yaygınlaştırmak, girişimciliği geliştirmek ve

Stratejik Amaç 3: Kurumsal yapı ve algıyı güçlendirerek nitelikli hizmet sunma kapasitesini arttırmak.

Tüm bu stratejiler ve hedefler girişimcilik için umut vadetmektedir. Uygulamalar başarılı geçerse hedeflenen ekonomik kalkınma için girişimcilik anahtar rol oynayacaktır.

3.5. Türkiye'de Girişimciliğin Gelişmesine Katkı Sağlayan Bazı Kurum ve Kuruluşlar

Girişimcilik eğitiminde iş fikrinin hayta geçirilmesi için finansman kaynağı oldukça önemlidir. Bu süreçte gerekli paranın nereden temin edilebileceği ile ilgili bireylerin

bilgilendirilmesi oldukça önemlidir. Girişimcilerin hayal ettikleri işletmeleri kurabilmeleri için destek alabilecekleri kurum ve kuruluşlar (Küçük, 2015: 22);

- **Sanayi ve Ticaret Bakanlığı:** Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'nın kanununda yatırımla ilgili olarak bakanlığın vereceği destekler üst yapı kredilerin yanı sıra KOBİ'lere örgütlenme, eğitim, tedarik, tanıtma, pazarlama, teknik ve ekonomik desteğin verilmesi gerektiğine yönelik bilgiler yer almaktadır.
- **Türkiye Halk Bankası:** Halk Bankası'nın kuruluş amacı Türkiye'deki KOBİ'lere finansman desteği sağlamaktır. Banka bu işlevinin yanı sıra KOBİ'lerin gelişmesi ve büyük sanayiye geçişini sağlamada danışmanlık hizmeti yapma, proje ve teknik bilgi desteği üretimi teşvik etme ile görevlendirilmiştir.
- **Sınai Yatırım ve Kredi Bankası:** Kendi belirlediği ölçüler doğrultusunda kriterlerine uyan işletmelere finansman hizmeti sunmaktadır.
- **Eximbank:** 1994 yılından itibaren KOBİ'lere kredi sunan ve özellikle ihracata yönelik KOBİ'leri destekleyen banka küçük ve orta ölçekli işletmelere yönelik ihracat kredisi uygulamaya koymuştur.
- **Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB):** Günümüzde girişimciler için en önemli destek programlarından biridir. KOSGEB Türkiye' de KOBİ leri desteklemek üzere var olan, özel kanunu olan tek kuruluştur. Günümüzde KOSGEB, gerek işini yeni kuracak olanlara gerekse kurulu işletmelere ve proje üreticilerine hibe programları ile destek olmaktadır. Bu programlar; Genel Destek Programı, Ar-Ge, İnovasyon ve Endüstriyel Uygulama Destek Programı, Girişimcilik Destek Programı, KOBİ Proje Destek Programı, Tematik Proje Destek Programı, İşbirliği Güç Birliği Destek Programı, Gelişen İşletmeler Piyasası KOBİ Destek Programı ve KOSGEB Kredi Faiz Destekleridir.
- **Avrupa Birliği Fonları:** Düzey II. Bölgelerde bölgesel kalkınmayı desteklemek amacıyla hazırlanan proje destek fonlarıdır. Bölgesel kalkınma programının temel hedefi arasında sürdürülebilir kalkınmanın teşvik edilmesi, yerel önceliklere uygun Avrupa Birliği'ne eş finansmanlı hibe programlarının yürütülmesinde bölgesel düzeyde deneyim sağlanmasıdır. Bu programlar yerel kalkınma girişimleri, küçük ölçekli alt yapı ve KOBİ'ler olarak üç farklı bileşenden oluşmaktadır.

- **Ulusal Tarım Hibeleri:** Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu (TKDK) aracılığıyla girişimcilere destek veren bu hibe programı; tarım ürünlerinin işlenmesi, paketlenmesi, depolanmasına yönelik yeni tesislerin kurulması, mevcut tesislerin kapasitesinin artırılması ve teknolojinin yenilenmesi, alternatif enerji kaynaklarını kullanan seraların yapımı ve alternatif enerji üretimine yönelik ıçalışmalara destek veren girişimcilerin finansman ihtiyaçlarını karşılamayı amaçlar.
- **Ulusal Bilgi Teknolojileri ve Ar-Ge Hibeleri:** Sanayi ve Ticaret Bakanlığı tarafından “Katılım Öncesi Yardım Programı” kapsamında verilen destek teknoloji yenileme Ar-Ge çalışmalarını yürütme kapsamında girişimcilere sunulmaktadır.
- **Ulusal SODES ve Kalkınma Ajansı Projeleri:** Sosyal Destek Projeleri özellikle iş gücü yetiştirme bakımından küçük ve orta dereceli işletmelere destek sağlayabilecek, hazırlaması kolay ve il valiliklerince koordinasyonu yapılabilen projelerdir. Kalkınma Ajanslarının ihaleye çıkarak ilan ettikleri projeler ise Avrupa Birliği formatında hazırlanan işletmelere %50’ye kadar destek sunabilen hibe destekli projelerdir.
- **Diğer Kuruluşlar:** Teşebbüs Destekleme Ajansı, Küçük Sanayi Kooperatifleri, Küçük Sanayi Bölge Siteleri Genel Müdürlüğü, Dünya Bankası ve Vakıflar Bankası.



4. YÖNTEM

4.1. Araştırmanın Önemi, Problemi ve Amacı

Türkiye'deki mevcut eğitim sistemi sonucu piyasadaki iş imkanları karşısında girişimcilik yükselen bir değerdir. Girişimciliğin ülke ekonomisine katkıları, girişimcilerin refah düzeylerinin toplumsal yansımaları ve uluslararası düzeyde ülkelerin birbirleri ile olan rekabeti açısından girişimcilik son yıllarda önem kazanmıştır. Geline nokta girişimcilik artık mesleki bir nitelik taşımaktadır. İstihdama çözüm üretmesi bakımından girişimcilerin ve kanun yapıcıların özellikle çalışma alanı haline gelmiştir. Gelecekteki ekonomik düzlem bu gün yetiştirilen girişimciler tarafından tesis edilecektir. Bu açıdan girişimcilik çalışmaları büyük önem taşımaktadır.

Girişimcilik hızla değişen sosyal ve ekonomik şartlarda yenilikler oluşturup sunmak açısından güçlü bir yapıdadır. Girişimciler kaynakları etkin kullanarak, yenilikçi fikirler ortaya koyarak, yeni pazarlar oluşturarak istihdam olanakları sunmaktadır. Ekonomik güçlenme ve gelişmeye büyük katkı sağlamaktadır.

Günümüzde eğitim hayatını sürdüren geleceğin girişimcilerinin böylesi önemli bir konuya ne kadar hazır olduklarının tespit edilmesi gerekliliğinden yola çıkarak uygulamalı bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın problemleri; kamu kurumlarındaki istihdam olanaklarının kısıtlı olması, özel sektörün yetersizliği ve gençlerin girişimcilik niyetlerinin zayıf olmasıdır. Bu problemlerden hareketle farklı üniversiteler, farklı fakülteler ve farklı şehirlerde öğrenim gören üniversite son sınıf öğrencilerinin girişimcilik eğilimleri araştırılmıştır.

Araştırmanın amacı; yükselen bir meslek alanı olarak girişimciliğe gençlerin bakış açısını tespit etmek, gençlerin girişimcilik eğilimlerini analiz ederek girişimciliğin genç işsizliğine bir çözüm modeli olup olamayacağı bilgisine ulaşmaktır.

4.2. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmanın yöntemi nicel olarak tasarlanmıştır. Araştırmada nicel veri toplama tekniklerinden yüz yüze anket uygulaması tercih edilmiştir. Ankete katılan öğrenciler basit seçkisiz örnekleme yöntemi ile seçilmiştir. Elde edilen veriler Spps 22 programı ile analiz edilmiştir. Uygulanan anketin hedef kitlesi üç farklı şehirde ve üç farklı üniversitede farklı fakültelerde öğrenim gören üniversite son sınıf öğrencileridir. Araştırmada, sorulara net ve

objektif cevapların daha kolay alınabilmesi ve sonuçların analizlerinin daha net bilgi vermesi nedeniyle anket uygulaması tercih edilmiştir. Ayrıca daha geniş kitlelere ulaşım alanı sunması bakımından evrene yakın veri toplama oranının yüksek olması nedeniyle anket uygulaması avantajlı olmuştur.

Araştırma soruları anket formu EK 1 de yer almaktadır. Ankette yer alan: Fakülte eğitiminiz süresinde girişimcilikle ilgili ders aldınız mı / alıyor musunuz? Sorusunda girişimcilik dersinden kastedilen müfredatlı bir program içinde teknik anlamda sunulan girişimcilik dersidir. Ankette yer alan: Fakülte dersleriniz haricinde yaygın eğitim programlarında girişimcilik temalı bir eğitime katıldınız mı? Sorusunda girişimcilik temalı eğitimden kastedilen çeşitli kurum kuruluşlarca belirlenen girişimcilik temalarıyla verilen, yaygın eğitim teknikleriyle uygulanan kısa süreli, katılımcının kendi isteğiyle katıldığı girişimcilik eğitimleridir.

4.3. Evren ve Örneklem

Araştırmanın çalışma grubu üç farklı üniversitede, farklı fakültelerde öğrenim gören ve farklı şehirlerde yaşayan 498 lisans son sınıf öğrencilerden oluşmaktadır.

Araştırmanın evreni araştırma yapılan üniversitelerdeki öğrenci sayılarıdır. Araştırmanın yapıldığı 2014-2015 eğitim öğretim yılında, İstanbul Medeniyet Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi (İİBF) 330 öğrenci (1. Öğretim), Gazi Üniversitesi Edebiyat Fakültesi 3.080 öğrenci, Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi 6900 öğrenci öğrenim görmektedir.

Araştırmaya katılan öğrenciler araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. İstanbul Medeniyet Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi (İİBF) son sınıftan 72 öğrenci, Gazi Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi son sınıftan 194 öğrenci, Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi son sınıftan 232 öğrenci araştırmaya katılmıştır.

4.4. Araştırmanın Sınırlılıkları

Anket uygulamasında örneklem grubu, uygulamanın yapıldığı gün okulda olan öğrencilerdir. Yüz yüze anket uygulaması tercih edildiği için örneklem grubunu genişletilmemiştir.

4.5. Verilerin Analizi, Bulgular ve Yorumlar

Araştırmanın Çalışma Grubu (Demografik)

Araştırmanın çalışma grubu, üç farklı devlet üniversitesinde öğrenim gören 498 lisans öğrencilerinden oluşmaktadır. Araştırmaya katılan lisans öğrencilerinin demografik bilgilerinin dağılımı çizelge 4.1' de verilmiştir.

4.6. Hipotezler

H1: Kişilerin demografik alt yapısı ile girişimcilik eğilimleri arasında bir ilişki vardır.

Alt Hipotezler:

H1a: Baba mesleği girişimcilik olan öğrencilerin girişimcilik eğilimleri baba mesleği girişimcilik olmayanlara göre daha yüksektir.

H1b: Kız öğrencilerin girişimcilik eğilimleri erkek öğrencilere göre daha azdır.

H2: Edebiyat Fakültesi ve İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencilerinin girişimcilik eğilimleri arasında fark vardır.

Alt Hipotez:

H2a: Edebiyat Fakültesi öğrencilerinin girişimcilik eğilimleri İİBF öğrencilerine göre daha düşüktür.

H3: Eğitimleri süresince girişimcilik dersleri alan veya yaygın eğitimle girişimcilik eğitimi alan öğrencilerin girişimcilik eğilimleri bu dersleri almayanlardan daha yüksektir.

H4: Lisans eğitiminde alınan derslerle mezun olduktan sonra yapılması planlanan iş arasında ilişki vardır.

H5: Öğrenciler mevcut sistemin girişimciliği teşvik ettiğini düşünmemektedir.

		N	%
Cinsiyet	Kadın	313	62.9
	Erkek	185	37.1
Baba çalışma alanı	Kamu	139	27.9
	Özel Sektör	114	22.9
	Kendi işi	144	28.9
	Tarım	37	7.4
	Diğer	64	12.9
Üniversite	Selçuk Üniv.	232	46.6
	İ.Medeniyet Üniv.	72	14.5
	Gazi Üniv.	194	39.0
Fakülte	IBF	220	44.2
	Edebiyat	251	50.4
	Siyaset Bil.	27	5.4
Girişimcilik dersi alma	Evet	80	16.1
	Hayır	418	83.9
Girişimcilik temalı eğitime katılma	Evet	160	32.1
	Hayır	338	67.9

Çizelge 4.1. Araştırmanın çalışma grubuna ait demografik bilgi dağılımı

Araştırmaya katılanların 313'ü kadın, 185'i erkek öğrencilerden oluşmaktadır. Araştırmaya katılan öğrencilerin baba mesleklerini incelediğimizde 144 öğrencinin babasının kendi işini kurup işlettiği görülmektedir, hemen ardından kamu sektörü çalışanı ve özel sektör çalışanı gelmektedir. Yapılan araştırmaya Selçuk Üniversitesi'nden 232 öğrenci, İstanbul Medeniyet Üniversitesi'nden 72 öğrenci, Gazi Üniversitesi'nden 194 kişi katılmıştır. Öğrencilerin 220'si İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde, 251'i Edebiyat Fakültesi'nde ve 27 si Siyaset Bilimleri Fakültesi'nde öğrenim görmektedir. Araştırma kapsamındaki 498 öğrenciden 80 tanesi girişimcilik dersi almıştır, geriye kalan 418 öğrenci girişimcilik dersi almamıştır. Girişimcilik eğitimleri yaygınlaştırılsa darada ciddi bir fark görülmektedir. Girişimcilik temalı herhangi bir eğitime katılma durumunda da buna benzer bir durum söz konusudur. Öğrencilerden 160 tanesi girişimcilik temalı bir eğitime katılırken 338 tanesi girişimcilik temalı herhangi bir eğitime katılmamıştır.

Araştırmada ilk olarak “*Lisans eğitimlerini tamamladıktan sonra öğrencilerin çalışmayı düşündükleri iş sektörü cinsiyete göre nasıl değişmektedir?*” sorusuna cevap aranmış ve elde edilen bulgular çizelge 4.2' de verilmiştir.

İş alanı	Cinsiyet					
	Kadın		Erkek		Toplam	
	f	%	f	%	F	%
Kendi işi	21	6.7	30	16.2	51	10.2
Kamu	159	50.8	78	42.2	237	47.6
Özel Şirket	50	16.0	25	13.5	75	15.1
Akademisyen	77	24.6	46	24.9	123	24.7
Diğer	6	1.9	6	3.2	12	2.4

Çizelge 4.2. Cinsiyete göre elde edilen bulgular

Çizelge 4.2’ deki veriler incelendiğinde, araştırmaya katılan kadınların %50.8’i (f=159), erkeklerin ise %42.2’si (f=78) lisans eğitimlerini tamandıktan sonra en çok kamu sektöründe çalışmayı düşündükleri tespit edilmiştir. Öğrenciler meslek hayatlarına atılırken risk olarak kendi işini kurmak yerine daha garanti görünen kamu kurumlarında çalışmayı planlamaktadır. Araştırmanın genelinde kamu kurumunda çalışmayı düşünenler %47.6 (f=237) iken kendi işini kurmayı düşünenler % 10.2 (f=51)’ dir.

Araştırmada “*Lisans eğitimlerini tamandıktan sonra öğrencilerin çalışmayı düşündükleri iş sektörü üniversiteye göre nasıl değişmektedir?*” sorusuna cevap aranmış ve elde edilen bulgular çizelge 4.3’ de verilmiştir.

İş alanı	Üniversite							
	Selçuk Üniv.		İ. Medeniyet Üniv.		Gazi Üniv.		Toplam	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Kendi işi	20	8.6	11	15.3	20	10.3	51	10.2
Kamu	109	47.0	25	34.7	103	53.1	237	47.6
Özel Şirket	34	14.7	18	25.0	23	11.9	75	15.1
Akademisyen	65	28.0	15	20.8	43	22.2	123	24.7
Diğer	4	1.7	3	4.2	5	2.6	12	2.4

Çizelge 4.3. Üniversiteye göre elde edilen bulgular

Çizelge 4.3’ deki veriler incelendiğinde, Selçuk üniversitesinde öğrenim gören öğrencilerin %47.0’si (f=109), İstanbul Medeniyet üniversitesinde öğrenim gören öğrencilerin %34.7’si (f=25) ve Gazi üniversitesinde öğrenim gören öğrencilerin %53.1’i (f=103) lisans eğitimlerini tamandıktan sonra en çok kamu sektöründe çalışmayı düşündükleri tespit edilmiştir. Farklı üniversitelerde öğrenim görülmesi ve farklı şehirlerde yaşanması mezuniyet sonrası çalışmayı düşünülen sektör açısından farklılık göstermemiştir. Üç farklı üniversitede çalışılması hedeflenen sektör kamu olmuştur.

Araştırmada “*Lisans eğitimlerini tamamladıktan sonra öğrencilerin çalışmayı düşündükleri iş sektörü fakülteye göre nasıl değişmektedir?*” sorusuna cevap aranmış ve elde edilen bulgular çizelge 4.4’ de verilmiştir.

İş alanı	Fakülte					
	İİBF		Fen- Edebiyat		Toplam	
	f	%	f	%	F	%
Kendi işi	27	10.9	24	9.6	51	10.2
Kamu	121	49.0	116	46.2	237	47.6
Özel Şirket	50	20.2	25	10.0	75	15.1
Akademisyen	41	16.6	82	32.7	123	24.7
Diğer	8	3.2	4	1.6	12	2.4

Çizelge 4.4. Fakülteye göre elde edilen bulgular

Çizelge 4.4’ deki veriler incelendiğinde, İİBF’de öğrenim gören öğrencilerin %40.0’u (f=121) ve Edebiyat Fakültesinde öğrenim gören öğrencilerin %46.2’si (f=116) lisans eğitimlerini tamamladıktan sonra en çok kamu sektöründe çalışmayı düşündükleri belirlenmiştir. Ancak İİBF’de öğrenim gören öğrencilerin ikinci tercihi %20.2 (f=150) özel şirket olurken, Edebiyat Fakültesinde öğrenim gören öğrencilerin ikinci tercihi %32.7 (f=82) akademisyen olmak olarak belirlenmiştir. İİBF’ de öğrenim gören öğrenciler girişimcilğe çok az bir farkla daha yakındır. İİBF öğrencilerinin kamu sektörüne en yakın ikinci hedef çalışma alanı özel şirket çalışanı olmak iken; Edebiyat Fakültesi öğrencilerinin ikinci hedef çalışma alanı kamu sektörü gibi garanti meslek olarak tanımlanabilecek akademisyenlik olarak tespit edilmiştir.

Araştırmada “*Lisans eğitimlerini tamamladıktan sonra öğrencilerin çalışmayı düşündükleri iş sektörü girişimcilik dersi alma durumuna göre nasıl değişmektedir?*” sorusuna cevap aranmış ve elde edilen bulgular çizelge 4.5’de verilmiştir.

İş alanı	Girişimcilik Dersi Alma					
	Evet		Hayır		Toplam	
	f	%	f	%	F	%
Kendi işi	11	13.8	40	9.6	51	10.2
Kamu	40	50.0	197	47.1	237	47.6
Özel Şirket	14	17.5	61	14.6	75	15.1
Akademisyen	12	15.0	111	26.6	123	24.7
Diğer	3	3.8	9	2.2	12	2.4

Çizelge 4.5. Girişimcilik dersi alma durumuna göre elde edilen bulgular

Çizelge 4.5’ deki veriler incelendiğinde, girişimcilik dersi alan öğrencilerin %50.0’si (f=40) ve girişimcilik dersi almayan öğrencilerin %47.1’i (f=197) lisans eğitimlerini tamandıktan sonra en çok kamu sektöründe çalışmayı düşündükleri belirlenmiştir. Ancak girişimcilik dersi alan öğrencilerin ikinci tercihi %17.5 (f=14) özel şirket olurken, girişimcilik dersi almayan öğrenciler ikinci tercih olarak %26.6 (f=111) akademisyenlik belirtmişlerdir. Öğrenciler girişimcilik dersi olsa da iş fikri olarak girişimciliği tercih etmemişler. Teknik anlamdaki girişimcilik dersi alınsa da alınmasa da yine en çok oran garanti iş bakış açısıyla kamu sektörü ve akademisyenlik olarak tespit edilmiştir.

Araştırmada “*Lisans eğitimlerini tamandıktan sonra öğrencilerin çalışmayı düşündükleri iş sektörü girişimcilik temalı bir eğitime katılma durumuna göre nasıl değişmektedir?*” sorusuna cevap aranmış ve elde edilen bulgular çizelge 4.6’ da verilmiştir.

İş alanı	Girişimcilik Temalı Eğitime Katılma					
	Evet		Hayır		Toplam	
	f	%	f	%	F	%
Kendi işi	22	13.8	29	8.6	51	10.2
Kamu	70	43.8	167	49.4	237	47.6
Özel Şirket	32	20.0	43	12.7	75	15.1
Akademisyen	33	20.6	90	26.6	123	24.7
Diğer	3	1.9	9	2.7	12	2.4

Çizelge 4.6. Girişimcilik temalı eğitime katılma durumuna göre elde edilen bulgular

Çizelge 4.6’ daki veriler incelendiğinde, girişimcilik temalı eğitime katılan öğrencilerin %43.8’i (f=70) ve girişimcilik temalı eğitim katılmayan öğrencilerin %49.4’ü (f=167) lisans eğitimlerini tamandıktan sonra en çok kamu sektöründe çalışmayı düşündükleri belirlenmiştir. Ancak girişimcilik temalı eğitime katılan öğrencilerin ikinci tercihi %20.0 (f=32) özel şirket olurken, girişimcilik temalı eğitime katılmayan öğrenciler ikinci tercihleri %26.6 (f=90) akademisyenlik olarak belirtmişlerdir. Kendi isteğiyle yaygın eğitim teknikleriyle uygulanan girişimcilik temalı bir eğitime katılsa da mesleki önceliği yine kamu ve akademisyenlik olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla alınan girişimcilik eğitimlerinin hedeflenen çalışma alanına güçlü bir katkısı söz konusu değildir.

Araştırmada “*Lisans eğitimlerini tamandıktan sonra öğrencilerin çalışmayı düşündükleri iş sektörü baba mesleğine göre nasıl değişmektedir?*” sorusuna cevap aranmış ve elde edilen bulgular çizelge 4.7’ de verilmiştir.

İş alanı	Baba mesleği											
	Kamu		Özel sektör		Kendi işi		Tarım		Diğer		Toplam	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Kendi işi	17	12.2	9	7.9	18	12.5	2	5.4	5	7.8	51	10.2
Kamu	72	51.8	51	44.7	60	41.7	21	56.8	33	51.6	237	47.6
Özel Şirket	17	12.2	21	18.4	27	18.8	4	10.8	6	9.4	75	15.1
Akademisyen	30	21.6	32	28.1	36	25.0	9	24.3	16	25.0	123	24.7
Diğer	3	2.2	1	0.9	3	2.1	1	2.7	4	6.3	12	2.4

Çizelge 4.7. Baba mesleğine göre hedeflenen çalışma alanlarından elde edilen bulgular

Çizelge 4.7’deki veriler incelendiğinde, baba mesleği kamuda olan öğrencilerin %51.8’i (f=72), özel sektörde olanların %44.7’si (f=51), kendi işi olanların %41.7’si (f=60) ve tarımda olanların %56.8’i (f=21) nin lisans eğitimlerini tamandıktan sonra en çok kamu sektöründe çalışmayı düşündükleri belirlenmiştir. Öğrencilerin baba meslekleri ne olursa olsun mesleki tercihleri yine kamu sektöründen yanadır. Baba mesleğinin hedeflenen meslek alanında etkili olduğu bulgusuna rastlanmamıştır. Baba mesleği kendi işi olan öğrencilerin bile mesleki tercihi kamu sektöründen yanadır.

Küresel ekonomideki dalgalanmalar, yüksek faiz oranları, gençlerin aldıkları eğitim kalitesinin artması, geleneksel aile yapısındaki değişimler, gençlerin bireysel tercihleri, genç yaşta yüksek sorumluluk duygusu alma korkusu gibi çevresel ve kişisel sebepler baba mesleğini devam ettirme konusundaki bazı engellerdir.

Araştırmada “Öğrencilerin girişimci olma düşüncesi cinsiyete göre nasıl değişmektedir?” sorusuna cevap aranmış ve elde edilen bulgular çizelge 4.8’de verilmiştir.

Girişimci olma düşüncesi	Cinsiyet					
	Kadın		Erkek		Toplam	
	f	%	f	%	F	%
Yok	270	86.3	129	69.7	399	80.1
Var	43	13.7	56	30.3	99	19.9

Çizelge 4.8. Cinsiyete göre girişimci olma düşüncesinden elde edilen bulgular

Çizelge 4.8’deki veriler incelendiğinde, araştırmaya katılan kadın öğrencilerin %86.3’ü (f=270) ve erkek öğrencilerin %69.7’si (f=129) girişimciliğe yönelik bir

düşüncelerinin olmadığını ifade etmişlerdir. Girişimci olma düşüncesi erkek öğrencilerde kadın öğrencilere göre daha fazladır. Araştırmaya katılan 498 öğrenciden %80.1' i (f=399) girişimci olmayı düşünmemektedir.

Araştırmada, *Üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimleri cinsiyete göre farklılık göstermekte midir?* sorusuna cevap aranmıştır ve elde edilen bağımsız t-testi sonuçları çizelge 4.9' de verilmiştir.

Cinsiyet	N	\bar{X}	sd	T	p
Kadın	313	10.18	496	-.310	0.756
Erkek	185	10.22			

*p<0.05

Çizelge 4.9. Cinsiyete göre yapılan t-testi analiz sonuçları

Çizelge 4.9' daki verilen sonuçlar incelendiğinde, üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimleri arasında ($t_{(496)} = -.310$; $p > 0.05$) cinsiyete göre istatistiki anlamlı farklılık olmadığı belirlenmiştir. Ancak ortalamalara bakıldığında erkek öğrencilerin girişimcilik eğilimleri kadın öğrencilere göre daha yüksektir. Bunun temel nedeni kültürel olarak erkek egemen bir toplum yapısıdır. Bu durum Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı' nda ele alınmıştır. Avrupa Komisyonu üye ülkelerle birlikte çeşitli inisiyatifler geliştirerek kadın girişimciliğinin önünü açmak istemektedir. Bu amaçla kadın girişimciler için; mentörler ağı, kadın girişimciler elçiler ağı, Avrupa kadın girişimciliğini teşvik ağı ve kadın girişimciliği portalı kurulmuştur (GİSEP, 2015-2018: 27).

Benzer bir çalışma olarak, 2009 yılında Atatürk Üniversitesi İİBF öğrencilerinin motivasyonel değerlerinin, girişimcilik niyetleri üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik yapılan araştırmada (Naktiyok ve Timiroğlu, 2009: 97-98); erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre daha fazla girişimcilik niyetine sahip olduğu tespit edilmiştir.

2016 yılında Çukurova Üniversitesi'nde üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerini belirlemede planlanmış davranışlar teorisi ve üniversitede aldıkları girişimcilik eğitiminin etkileri üzerine bir araştırma yapılmıştır (Ekici, 2016: 88). Araştırmaya katılan 281 öğrenciden erkeklerin girişimcilik eğilimleri kadınlara göre daha yüksek çıkmıştır.

Yine Uygun ve arkadaşları (2012) tarafından gençlerin kişisel özellikleri ile girişimcilik eğilimleri arasındaki ilişkinin ortaya konulması amacıyla gerçekleştirilen ve 58

genç girişimci adayına uygulanan çalışmada erkeklerin kadınlara göre kendi işini kurma eğilimlerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir (Uygun ve Diğ., 2012: 154).

Erkeklerin kadınlardan daha fazla girişimcilik eğilimine sahip olması farklı şekillerde açıklanmıştır. Bozkurt, Aslan ve Göral (2011), erkeklerin girişimcilik eğiliminin kadınlardan fazla olmasını, kadın ve erkek arasındaki rol farklılığından ve kişilik özelliklerinden kaynaklandığını ifade etmiştir. Hisrich (1988)'e göre ise erkekler kişilik özellikleri itibarıyla idealist, ikna kabiliyeti yüksek, yeniliğe açık, yüksek derecede özgüven sahibi, kendi işinin patronu olma isteği odaklı olarak tanımlanırken; kadınlar ise realist, yaratıcı, tolerans sahibi, iyimser, sosyo-ekonomik çevreyle ilgilenme isteği yoğun olma özelliklerine sahip olarak tanımlanmıştır. Ayrıca aradaki farkın özellikle özgüvenden kaynaklandığı ifade etmiştir. Yani erkeklerin kadınlardan daha fazla özgüvene sahip olduğu düşünülmektedir.

Araştırmada “*Öğrencilerin girişimci olma düşüncesi üniversiteye göre nasıl değişmektedir?*” sorusuna cevap aranmış ve elde edilen bulgular çizelge 4.10’ da verilmiştir.

Girişimci olma düşüncesi	Üniversite							
	Selçuk Üniv.		İ. Medeniyet Üniv.		Gazi Üniv.		Toplam	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Yok	188	81.0	55	76.4	156	80.4	399	80.1
Var	44	19.0	17	23.6	38	19.6	99	19.9

Çizelge 4.10. Üniversiteye göre girişimci olma düşüncesinden elde edilen bulgular

Çizelge 4.10’ daki veriler incelendiğinde, Selçuk üniversitesinde öğrenim gören öğrencilerin %81’i (f=188), İstanbul Medeniyet üniversitesinde öğrenim gören öğrencilerin %76.4’ü (f=55) ve Gazi üniversitesinde öğrenim gören öğrencilerin %80.4’ü (f=156) girişimciliğe yönelik bir düşüncelerinin olmadığını ifade etmişlerdir. Tercih edilen, öğrenim görülen üniversitenin girişimci olma düşüncesi üzerinde etkili olmadığı tespit edilmiştir.

Araştırmada, *Üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimleri öğrenim görülen üniversiteye göre farklılık göstermekte midir?* sorusuna cevap aranmıştır ve elde edilen tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonuçları çizelge 4.11 ve çizelge 4.12’ de verilmiştir.

Baba mesleği	N	\bar{X}	ss
Selçuk Üniv.	232	10.22	1.35
Medeniyet Üniv.	72	10.12	1.55
Gazi Üniv.	194	10.19	1.32
Toplam	498	10.19	1.37

Çizelge 4.11. Üniversiteye göre frekans, ortalama puan ve standart sapma değerleri

		Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p
Girişimcilik eğilimi	Gruplar arası	.552	2	.276	.146	.864
	Grup içi	934.163	495	1.887		
	Toplam	934.715	497			

*p<0.05

Çizelge 4.12. Üniversiteye göre tek yönlü varyans analiz (ANOVA) sonuçları

Çizelge 4.11’deki sonuçlar incelendiğinde, üniversite öğrencilerinin [$F_{(2,495)}=.146$; $p>0.05$] öğrenim görülen üniversiteye göre girişimcilik eğilimlerinde istatistiki anlamlı farklılık olmadığı belirlenmiştir. Ancak çizelge 4.12’deki veriler incelendiğinde, Selçuk üniversitesinde öğrenim gören öğrencilerin girişimcilik eğilimlerinin daha yüksek olduğu görülmektedir.

Araştırmada “*Öğrencilerin girişimci olma düşüncesi fakülteye göre nasıl değişmektedir?*” sorusuna cevap aranmış ve elde edilen bulgular çizelge 4.13’de verilmiştir.

Girişimci olma düşüncesi	Fakülte					
	İBF		Edebiyat		Toplam	
	f	%	f	%	F	%
Yok	188	76.1	211	84.1	399	80.1
Var	59	23.9	40	15.9	99	19.9

Çizelge 4.13. Fakülteye göre girişimci olma düşüncesinden elde edilen bulgular

Çizelge 4.13’deki veriler incelendiğinde, İBF’de öğrenim gören öğrencilerin %76.1’i (f=188) ve Fen-Edebiyat Fakültesinde öğrenim gören öğrencilerin %84.1’i (f=211) girişimciliğe yönelik bir düşüncelerinin olmadığını ifade etmişlerdir. Tercih edilen ve öğrenim görülen fakültenin girişimci olma düşüncesi üzerinde etkili olmadığı tespit edilmiştir.

Araştırmada, *Üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimleri fakülterele göre farklılık göstermekte midir?* sorusuna cevap aranmıştır ve elde edilen bağımsız t-testi sonuçları Tablo 14’de verilmiştir.

Fakülte	N	\bar{X}	sd	T	p
İİBF	247	10.13	496	-.954	0.340
Edebiyat	251	10.25			

*p<0.05

Çizelge 4.14. Fakülterele göre yapılan t-testi analiz sonuçları

Çizelge 4.14’ de verilen sonuçlar incelendiğinde, üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimleri arasında ($t_{(496)}=-.954$; $p>0.05$) öğrenim görülen fakülteye göre istatistiki anlamlı farklılık olmadığı belirlenmiştir. Ancak ortalamalara bakıldığında Edebiyat Fakültesinde öğrenim gören öğrencilerin girişimcilik eğilimleri İİBF’ de öğrenim gören öğrencilerden daha yüksektir. Aldıkları eğitim ve mezuniyet sonrası çalışma alanı olarak baktığımızda İİBF öğrencilerinin işlerini kurmaları ve geliştirmeleri daha mümkün görünmektedir. Ancak İİBF öğrencilerinin memuriyet türü işlere daha fazla eğilimli olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Gençlerin girişimcilikten bu kadar uzak durmalarının sebebi ekonomik düzensizlikler, risk almaktan kaçınma ve sermaye azlığıdır. Bunlarla birlikte asıl önemli neden ise girişimci bir kültürle ve eğitim sistemiyle yetiştirilmemiş olmalarıdır.

Araştırmada “*Öğrencilerin girişimci olma düşüncesi girişimcilik dersi alma durumuna göre nasıl değişmektedir?*” sorusuna cevap aranmış ve elde edilen bulgular çizelge 4.15’ de verilmiştir.

Girişimci olma düşüncesi	Girişimcilik Dersi Alma					
	Evet		Hayır		Toplam	
	f	%	f	%	F	%
Yok	62	77.5	337	80.6	399	80.1
Var	18	22.5	81	19.4	99	19.9

Çizelge 4.15. Girişimcilik dersi almaya göre girişimci olma düşüncesinden elde edilen bulgular

Çizelge 4.15’ deki veriler incelendiğinde, girişimcilik dersi alan öğrencilerin %77.5’i (f=62) ve girişimcilik dersi almayan öğrencilerin %80.6’sı (f=337) girişimciliğe

yönelik bir düşüncelerinin olmadığını ifade etmişlerdir. Teknik olarak girişimcilik dersi almanın girişimcilik gerçekleştirme niyetine çok etkili olmadığı tespit edilmiştir.

Girişimcilik dersi	N	\bar{X}	sd	t	p
Evet	80	10.02	496	-1.224	0.222
Hayır	418	10.22			

*p<0.05

Çizelge 4.16. Girişimcilik dersine göre yapılan t-testi analiz sonuçları

Çizelge 4.16’ da verilen sonuçlar incelendiğinde, üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimleri arasında ($t_{(496)}=-1.224$; $p>0.05$) lisans eğitiminde girişimcilik dersi alma durumuna göre istatistiki anlamlı farklılık olmadığı belirlenmiştir.

İngiltere hane halkı araştırması ise daha önce girişimcilikle tanışıklığı olanların iş kurmayı ciddi olarak düşünme eğiliminin daha güçlü olduğunu tespit etmiştir. Eğitim sistemi girişimciliği desteklemeye katkı olarak hem girişimcilik becerilerinin edinilmesini hem de girişimcilikle tanışıklık kurulmasını sağlayabilir. Buradan da anlaşılmaktadır ki girişimcilik ile ilgili eğitim programları; girişimcilik için doğru yaklaşım geliştirmeyi, bir girişimci olarak kariyer fırsatları hakkında bilgi vermeyi, girişimcilik becerilerini geliştirmeyi ve girişimciliği teşvik etmeyi sağlayacak şekilde hazırlanmalıdır (Akpınar, 2009: 44)

Araştırmada “*Öğrencilerin girişimci olma düşüncesi girişimcilik temalı bir eğitime katılma durumuna göre nasıl değişmektedir?*” sorusuna cevap aranmış ve elde edilen bulgular çizelge 4.17’ de verilmiştir.

Girişimci olma düşüncesi	Girişimcilik Temalı Eğitime Katılma					
	Evet		Hayır		Toplam	
	f	%	f	%	F	%
Yok	114	71.3	285	84.3	399	80.1
Var	46	28.7	53	15.7	99	19.9

Çizelge 4.17. Girişimcilik temalı bir eğitime katılma durumuna göre elde edilen bulgular

Çizelge 4.17’ deki veriler incelendiğinde, girişimcilik temalı eğitime katılan öğrencilerin %71.3’ü (f=114) ve girişimcilik temalı eğitim katılmayan öğrencilerin %84.3’ü (f=285) girişimciliğe yönelik bir düşüncelerinin olmadığını ifade etmişlerdir. Zorunlu ders olmayan girişimcilik temalı eğitimlerin de girişimci olma düşüncesi

konusunda etkili olmadığı tespit edilmiştir. Girişimcilik temalı eğitimler çeşitli kurumlarca uygulanan kısa süreli ve katılımının zorunlu olmadığı eğitimlerdir. Girişimcilik alanına ilgi duyan bireylerin arayıp bulup başvurup alabileceği kısa süreli eğitimlerdir. Kişinin isteğiyle katılım söz konusu olduğu için bu alanda eğitim alanların girişimciliğe daha yatkın olmaları beklenmektedir. Zorunlu ders olmayan girişimcilik temalı eğitimlerin de girişimci olma düşüncesi konusunda etkili olmadığı tespit edilmiştir.

Araştırmada “*Öğrencilerin girişimci olma düşüncesi baba mesleğine göre nasıl değişmektedir?*” sorusuna cevap aranmış ve elde edilen bulgular çizelge 4.18’ de verilmiştir.

Girişimci olma düşüncesi	Baba mesleği											
	Kamu		Özel sektör		Kendi işi		Tarım		Diğer		Toplam	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Yok	123	88.5	91	79.8	107	74.3	30	81.1	48	75.0	399	80.1
Var	16	11.5	23	20.2	37	25.7	7	18.9	16	25.0	99	19.9

Çizelge 4.18. Baba mesleğine göre girişimci olma düşüncesinden elde edilen bulgular

Çizelge 4.18’ deki veriler incelendiğinde, baba mesleği kamuda olan öğrencilerin %88.5’i (f=123), özel sektörde olanların %79.8’i (f=91), kendi işi olanların %74.3’ü (f=107) ve tarımda olanların %81.1’i (f=30) girişimciliğe yönelik bir düşüncelerinin olmadığını ifade etmişlerdir. Baba mesleği kendi işi olan 144 öğrenciden girişimci olma düşüncesi olan sadece 37 öğrenci vardır. Baba mesleğinin de girişimci olma düşüncesi üzerinde güçlü bir etkisi tespit edilememiştir. Dolayısıyla baba mesleği girişimcilik olanların girişimciliğe daha yatkın olduğunu söylenemez. Baba mesleğinin girişimciliği teşvik edici bulgusuna rastlanmamıştır. Bunun birçok nedeni olabilir; baba mesleğine uygun eğitim almama, bireysel tercih olarak o işi sürdürmek istememe, ailenin baskısının güçlü reddi ve girişimciliğin riskli görülmesi bazı nedenlerdendir.

Girişimci olma düşüncesine en uzak olan baba meslek grubu kamudur. Babası kamu çalışanı olan 139 katılımcıdan %88.5’ i (f=123) girişimci olmayı düşünmezken geriye kalan katılımcıların %11.5’i (f=16) girişimci olmayı düşünmektedir. Sabit ve düzenli gelir, kamu kurumlarının sunduğu sosyal imkanlar, risk alma durumundan uzak olunması gibi nedenler girişimci olma düşüncesinin önündeki bazı engellerdir.

2016 yılında Çukurova Üniversitesi’nde üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerini belirlemede planlanmış davranışlar teorisi ve üniversitede aldıkları girişimcilik

eğitiminin etkileri üzerine yapılan araştırmada (Ekici, 2016: 88); öğrencilerin girişimcilik eğilimiyle babalarının çalıştıkları alan arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir. Daha önce gerçekleştirilen benzer çalışmalarda da (Bozkurt, Aslan ve Göral, 2011) babanın çalışma alanıyla öğrencilerin girişimcilik eğilimleri arasında anlamlı bir farklılık olduğunu destekleyen bulgular bulunmamaktadır.

Araştırmada, *Üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimleri baba mesleğine göre farklılık göstermekte midir?* sorusuna cevap aranmıştır ve elde edilen t tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonuçları çizelge 4.19 ve çizelge 4.20’ de verilmiştir.

Baba mesleği	N	\bar{X}	ss
Kamu	139	10.07	1.37
Özel sektör	114	10.35	1.28
Kendi işi	144	10.20	1.41
Tarım	37	9.91	1.36
Diğer	64	10.29	1.39
Toplam	498	10.19	1.37

Çizelge 4.19. Baba mesleğine göre frekans, ortalama puan ve standart sapma değerleri

		Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p
Girişimcilik eğilimi	Gruplar arası	8.46	4	2.11	1.126	.34
	Grup içi	926.250	493	1.87		
	Toplam	934.715	497			

*p<0.05

Çizelge 4.20. Baba mesleğine göre tek yönlü varyans analiz (ANOVA) sonuçları

Çizelge 4.19’ daki sonuçlar incelendiğinde, üniversite öğrencilerinin [$F(4,493)=1.126$; $p>0.05$] baba mesleğine göre girişimcilik eğilimlerinde istatistiki anlamlı farklılık olmadığı belirlenmiştir. Ancak çizelge 4.20’ deki veriler incelendiğinde, babası özel sektörde çalışan öğrencilerin girişimcilik eğilimlerinin daha yüksek olduğu görülmektedir.

Bu çalışma bulguları literatürdeki benzer çalışmalarla uyum içerisindedir. Örneğin; İrmış ve Barutçu (2012), “ Öğrencilerin Kendilerini Girişimci Bir Kişiliğe Sahip Görmelerini ve İş Kurma Niyetlerini Etkileyen Faktörler: Bir Alan Araştırması”, adlı çalışmada girişimci kişiliği etkileyen faktörleri ailenin etkisi, eğitimin etkisi ve diğer faktörlerin etkisi şeklinde üç başlık altında toplamıştır. Araştırmada öğrencilerin babalarının daha önceden kendi işini yapmış olması ve ailede başka girişimci modelin olması öğrencilerin girişimcilik eğilimlerinde

aile faktörü olarak önemli bulunmuştur. Bir başka çalışmada; Keleş ve arkadaşları (2012) ön lisans öğrencilerinin girişimcilik düzeylerini belirlemeye yönelik çalışmalarında, ailelerinde işletme sahibi olan öğrencilerin girişimcilik düzeylerini, işletme sahibi olmayanlara göre daha yüksek bulmuştur.

Araştırmada “*Öğrencilerin Türkiye’deki mevcut iş piyasası ve çalışma koşullarının girişimciliğe geliştirmeye açık olup olmadığı düşüncesi cinsiyete göre nasıl değişmektedir?*” sorusuna cevap aranmış ve elde edilen bulgular çizelge 4.21’ de verilmiştir.

Girişimciliğin geliştirmeye açık olup olmaması	Cinsiyet					
	Kadın		Erkek		Toplam	
	f	%	f	%	F	%
Evet	62	19.9	56	30.3	118	23.7
Hayır	251	80.2	129	69.7	380	76.3

Çizelge 4.21. Türkiye’deki mevcut iş piyasası ve çalışma koşullarının girişimciliğe geliştirmeye açık olup olmadığı düşüncesinin cinsiyete göre bulguları

Çizelge 4.21’ deki veriler incelendiğinde, araştırmaya katılan kadınların %19.9’u (f=62) ve erkeklerin %30.3’ü (f=56) Türkiye’deki mevcut iş piyasası ve çalışma koşullarının girişimciliğe geliştirmeye açık olduğu yönünde görüş belirtmişlerdir. Araştırmaya katılan öğrencilerden %23.7’ i (f=118) Türkiye’ deki mevcut iş piyasası ve çalışma koşullarının girişimciliği geliştirmeye açık olduğunu düşünmektedir. Buna karşılık % 76.3’ ü (f=380) mevcut iş piyasası ve çalışma koşullarının girişimciliği geliştirmeye açık olduğunu düşünmemektedir. Erkek öğrenciler mevcut duruma daha pozitif bakmaktadırlar ancak geneli ele aldığımızda araştırmaya katılanların büyük bir çoğunluğu mevcut iş piyasası ve çalışma koşullarının girişimciliği geliştirmeye kapalı olduğunu düşünmektedir.

Araştırmada “*Öğrencilerin Türkiye’deki mevcut iş piyasası ve çalışma koşullarının girişimciliğe geliştirmeye açık olup olmadığı düşüncesi üniversiteye göre nasıl değişmektedir?*” sorusuna cevap aranmış ve elde edilen bulgular çizelge 4.22’ de verilmiştir.

Girişimciliğin geliştirmeye açık olup olmaması	Üniversite							
	Selçuk Üniv.		İ. Medeniyet Üniv.		Gazi Üniv.		Toplam	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Evet	61	26.3	25	34.7	32	16.5	118	23.7
Hayır	171	73.7	47	65.3	162	83.5	380	76.3

Çizelge 4.22. Türkiye'deki mevcut iş piyasası ve çalışma koşullarının girişimciliğe geliştirmeye açık olup olmadığı düşüncesinin üniversiteye göre bulguları

Çizelge 4.22' deki veriler incelendiğinde, Selçuk üniversitesinde öğrenim gören öğrencilerin %26.3'ü (f=61), İstanbul Medeniyet üniversitesinde öğrenim gören öğrencilerin %34.7'si (f=25) ve Gazi üniversitesinde öğrenim gören öğrencilerin %16.5'i (f=32) Türkiye'deki mevcut iş piyasası ve çalışma koşullarının girişimciliğe geliştirmeye açık olduğu yönünde görüş belirtmişlerdir. Üniversitelerin farklı olması, farklı şehirlerdeki yaşam olanakları da Türkiye' deki mevcut iş piyasası ve çalışma koşullarının girişimciliği geliştirmeye açık olduğunu destekler nitelikte değildir.

Araştırmada “*Öğrencilerin Türkiye'deki mevcut iş piyasası ve çalışma koşullarının girişimciliğe geliştirmeye açık olup olmadığı düşüncesi fakülteye göre nasıl değişmektedir?*” sorusuna cevap aranmış ve elde edilen bulgular çizelge 4.23' de verilmiştir.

Girişimciliğin geliştirmeye açık olup olmaması	Fakülte					
	İİBF		Edebiyat		Toplam	
	f	%	f	%	F	%
Evet	59	23.9	59	23.5	118	23.7
Hayır	188	76.1	192	76.5	380	76.3

Çizelge 4.23. Türkiye'deki mevcut iş piyasası ve çalışma koşullarının girişimciliğe geliştirmeye açık olup olmadığı düşüncesinin fakülteye göre bulguları

Çizelge 4.23' deki veriler incelendiğinde, İİBF'de öğrenim gören öğrencilerin %23.9'u (f=59) ve Edebiyat Fakültesinde öğrenim gören öğrencilerin %23.5'i (f=59) Türkiye'deki mevcut iş piyasası ve çalışma koşullarının girişimciliği geliştirmeye açık olduğu yönünde görüş belirtmişlerdir. Buna karşılık İİBF' de öğrenim gören öğrencilerin %76.1' i (f=188) ve Edebiyat Fakültesinde öğrenim gören öğrencilerin %76.5' i (f=192) Türkiye'deki mevcut iş piyasası ve çalışma koşullarının girişimciliği geliştirmeye açık olmadığını belirtmişlerdir. Öğrenim görülen fakültelerin farklı olması, öğrencilerin farklı

meslek guruplarında yer alacak olmaları da Türkiye’deki mevcut iş piyasası ve çalışma koşullarının girişimciliği geliştirmeye açık olma durumunu destekler nitelikte değildir.

Araştırmada “*Öğrencilerin Türkiye’deki mevcut iş piyasası ve çalışma koşullarının girişimciliği geliştirmeye açık olup olmadığı düşüncesi girişimcilik dersi alma durumuna göre nasıl değişmektedir?*” sorusuna cevap aranmış ve elde edilen bulgular çizelge 4.24’ de verilmiştir.

Girişimciliğin geliştirmeye açık olup olmaması	Girişimcilik Dersi Alma					
	Evet		Hayır		Toplam	
	f	%	f	%	F	%
Evet	21	26.3	97	23.2	118	23.7
Hayır	59	73.8	321	76.8	380	76.3

Çizelge 4.24. Türkiye’deki mevcut iş piyasası ve çalışma koşullarının girişimciliğe geliştirmeye açık olup olmadığı düşüncesinin girişimcilik dersi alma durumuna göre bulguları

Çizelge 4.24’ deki veriler incelendiğinde, girişimcilik dersi alan öğrencilerin %26.3’ü (f=21) ve girişimcilik dersi almayan öğrencilerin %23.2’si (f=97) Türkiye’deki mevcut iş piyasası ve çalışma koşullarının girişimciliği geliştirmeye açık olduğu yönünde görüş belirtmişlerdir. Girişimcilik dersi alan toplam 80 öğrenciden %73.8’ i (f=59) Türkiye’deki mevcut iş piyasası ve çalışma koşullarının girişimciliği geliştirmeye açık olmadığını belirtmişlerdir.

Verilerin çözümlenmesi neticesinde gençlerin girişimciliğe yatkın olduklarına dair anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Bunun en önemli sebebi girişimcilik temalı bir eğitim kültürümüzün olmamasıdır. Eğitim sistemine bakıldığında kalıp bilgiler kalıp modellerle öğretiliyor. Oysa öğrenme süreci keyifli bir yolculuktur ve bunu öğrenen kendi belirler. Öğrencilere sunulan kalıp bilgiler ezberleyip sınava girip unutmaya şeklinde evrilmektedir. Öğrenci kendi merak ederek öğrense bilim ve sanat adına yenilikler keşfeder. Eğitimin ve öğretmenin tek sorumluluğu öğrencide merak duygusu uyandırarak öğrenme sürecini başlatmak olmalıdır. Girişimcilik temelli eğitim ancak bu şekilde sağlanır. Girişimcilik istihdamın anahtarıdır ancak gençlerin girişimcilik eğilimleri güçlü bir farklılık göstermediğinden bu durumun anlaşılması zaman alacaktır. Girişimcilik riskli görüldüğü için herkes kamu kurumlarında memur zihniyetiyle çalışmayı planlamaktadır. Ancak bu tip kadrolar da Türkiye’ de fazlasıyla dolu durumdadır. Her ne kadar tercih edilecek gibi görünmüyorsa da girişimcilik geçim sağlamak için birçok insanın tercihi olacaktır.

Eğitim, ekonomi ve kültürden bağımsız düşünülemez. Eğitimin en temel sorusu da “gençleri neye hazırlıyoruz?” sorusundan hareketle Milli Eğitim Bakanlığı Yeni Ortaöğretim Tasarısı hazırlanmıştır. Mayıs 2019’ da tanıtılan program girişimcilik için umut vaat eden yapıdadır. Gençleri kalıp bilgi ve fazla ders sayılarıyla bunaltmaktan uzak, deneyimlerin ön plana çıktığı, atölye ve laboratuvar çalışmalarının olduğu, proje ve uygulama çalışmalarının bulunduğu yeni bir model sunulmuştur. Yeni modelde HEY yaklaşımı benimsenmiştir; Hayal, sanatsal aktiviteler, Etkinlik, fiziksel aktiviteler, Yaşam, toplumsal fayda çalışmaları. İlkokulda da bu tip eğitim modeliyle girişimci düşünce yapısı geliştirilir. Liseden mezun olan gençlerin zihninde gelecek ve meslek algısı oluşmuyor. Bu durumun çözümü için yeni model çocuğu kendisiyle buluşturmayı hedeflemektedir. Girişimcilik de öncelikle kişinin kendini keşfetmesiyle başlar. Çocuk kendisiyle; ilgi alanlarını analiz ederek, esnek bir eğitim modelinde, yetenek, kişiselleştirme, kişisel rehberlik ve kariyer planlama gibi uygulamalar sayesinde buluşur. Yeni modelde bu uygulamaların hayata konulacak olması güçlü bir girişimcilik kültürünün temelini oluşturacaktır (Mev.gov.tr, Lisede ne yaptık? Ortaöğretim Tasarımı Tanıtım Toplantısı).

Gerek dünyada gerekse Türkiye’ de zaman zaman ekonomik krizler yaşanmaktadır. Etkileri ne oranda olursa olsun bütün krizler ülke ekonomilerini ve sosyal yapıyı önemli oranda etkilemektedir. Son yıllarda yaşanan ekonomik krizler ve artan faiz oranları yatırımlar için güven ortamını zedelemiştir. Sadece gençler değil tecrübeli yatırımcılar bile ekonomik dalgalanmalar nedeniyle girişimcilikten uzaklaşmaktadır.

Araştırmada “*Öğrencilerin Türkiye’deki mevcut iş piyasası ve çalışma koşullarının girişimciliği geliştirmeye açık olup olmadığı düşüncesi girişimcilik temalı eğitime katılma durumuna göre nasıl değişmektedir?*” sorusuna cevap aranmış ve elde edilen bulgular çizelge 4.25’ de verilmiştir.

Girişimciliğin geliştirmeye açık olup olmaması	Girişimcilik Temalı Eğitime Katılma					
	Evet		Hayır		Toplam	
	f	%	f	%	F	%
Evet	41	25.6	77	22.8	118	23.7
Hayır	119	74.4	261	77.2	380	76.3

Çizelge 4.25. Türkiye’deki mevcut iş piyasası ve çalışma koşullarının girişimciliğe geliştirmeye açık olup olmadığı düşüncesinin girişimcilik temalı eğitime katılma durumuna göre bulguları

Çizelge 4.25’deki veriler incelendiğinde, girişimcilik temalı eğitime katılan öğrencilerin %25.6’sı (f=41) ve girişimcilik temalı eğitim katılmayan öğrencilerin %22.8’i (f=77) Türkiye’deki mevcut iş piyasası ve çalışma koşullarının girişimciliği geliştirmeye açık olduğu yönünde görüş belirtmişlerdir. Girişimcilik temalı bir eğitim programına katılan toplam 160 öğrenciden %74.4’ü (f=119) Türkiye’deki mevcut iş piyasası ve çalışma koşullarının girişimciliği geliştirmeye açık olmadığını belirtmişlerdir.

Araştırmada “Öğrencilerin Türkiye’deki mevcut iş piyasası ve çalışma koşullarının girişimciliği geliştirmeye açık olup olmadığı düşüncesi baba mesleğine durumuna göre nasıl değişmektedir?” sorusuna cevap aranmış ve elde edilen bulgular çizelge 4.26’da verilmiştir.

Girişimciliğin geliştirmeye açık olup olmaması	Baba mesleği											
	Kamu		Özel sektör		Kendi işi		Tarım		Diğer		Toplam	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Evet	26	18.7	24	21.1	38	26.4	10	27.0	20	31.3	118	23.7
Hayır	113	81.3	90	78.9	106	73.6	27	73.0	44	68.8	380	76.3

Çizelge 4.26. Türkiye’deki mevcut iş piyasası ve çalışma koşullarının girişimciliğe geliştirmeye açık olup olmadığı düşüncesinin baba mesleğine göre bulguları

Çizelge 4.26’daki veriler incelendiğinde, baba mesleği kamu çalışanı olan öğrencilerin %18.7’si (f=26), özel sektörde olanların %21.1’i (f=24), kendi işi olanların %26.4’ü (f=36) ve tarımda olanların %31.3’ü (f=20) Türkiye’deki mevcut iş piyasası ve çalışma koşullarının girişimciliği geliştirmeye açık olduğu yönünde görüş belirtmişlerdir. Araştırmaya katılan öğrencilerden baba mesleği kendi işi olanların %81.3’ü (f=113) Türkiye’deki mevcut iş piyasası ve çalışma koşullarının girişimciliği geliştirmeye açık olmadığını düşünmemektedir. Bu oran diğer meslek gruplarında belirtilen olumsuz görüşün en yüksek olduğu orandır. Genel tabloya bakacak olursak araştırmaya katılan öğrencilerin büyük bir çoğunluğu Türkiye’deki mevcut iş piyasası ve çalışma koşullarının girişimciliği geliştirmeye açık olmadığını düşünmektedir.

5. SONUÇ, DEĞERLENDİRME VE ÖNERİLER

Girişimcilik, gelişmiş toplumların gelişimini tamamlayabilmesindeki son basamaktır. Bir ülkenin kalkınması ve refah düzeyinin artması, dinamik bir ekonominin, yenilikçi ve üretken mesleklerin oluşabilmesi için, başarılı ve özgün bir şekilde kendi ticari girişimcilerini gerçekleştirecek, girişimci olmaya istekli genç insanların olması gerekir. Türkiye’de eğitim sistemi genellikle memur yetiştirmeye odaklanmıştır. Günümüzde yeni açılan üniversitelerin sayesinde lisans mezunu genç sayısı artmıştır Üniversitelerin lisans programlarından gençler ortalama 22-28 yaşlarında mezun olmaktadır. Artan mezun sayısına memuriyet kadroları yetersiz kalmaktadır. Böylelikle gençler özel sektör çalışanı olmayı veya girişimcilikle işlerini kurmayı tercih etmektedirler. Ancak güçlü bir girişimcilik altyapılı eğitimden geçemedikleri için girişimlerin başarısızlıkla sonuçlanma olasılığı yüksektir. Ekonomideki dalgalanmalar ve yüksek faiz oranları da eklenince gençler girişimcilikten uzaklaşmaktadır. Bir tarafta alınan eğitimle gelir sahibi olma zorunluluğu bir tarafta da yüksek riskli bir girişim gerçekleştirmek gençlerin kariyer tercihinin en büyük çıkmazı haline gelmiştir. İş kurmaya karar verdikten sonra alınan girişimcilik eğitimleri bireyi işe hazırlama ve girişimcilik hibe programlarının kurallarını aktarmaktadır. Oysa bireyin ihtiyacı güçlü bir girişimcilik kültürü ve motivasyonudur. Geç yaşta bireye girişimcilik becerileri kazandırılması zordur. UNESCO (2012) göre, eğitim gençlerin davranışlarını şekillendirmek, beceri ve kültür kazandırmak için önemli, bir araçtır. Bu sebeple girişimcilik eğitimi erken yaşlardan itibaren ele alınmalıdır. Bu hayati bir öneme sahiptir. Girişimcilik eğitimi, sadece genç insanların düşüncelerini değiştirmek için değil aynı zamanda girişimci kültürün oluşmasında önemli bir yeri olan bilgi, beceri ve değerleri bireylere kazandırmak için de gereklidir. Dolayısıyla bu eğitimi alan kişiler gelecekte başarılı girişimciler olacaklardır. Herhangi bir girişimcilik eğitimi almadan ekonominin kendisinden ne beklediğini bilmeden kurulan işletmeler maalesef uzun soluklu olamamaktadır. Gelişen yapıda bu noktaya gelineceği öngörülmüş ve kalkınma planlarında girişimciliği geliştirmek için çalışmalar düzenlemiştir. Ancak yapılan çalışmalar köklü bir girişimcilik ekosistemine oturtulamadığı için istenilen başarı yakalanamamıştır. Girişimcilik için verilen eğitimler, destekler çok önemli adımlar. Buna rağmen temelden bir girişimcilik kültürü oluşturmak için yeterli değil, sadece kısa dönemli çözümler sunmaktadır. Girişimcilik kısa süreli eğitimlerle kısa dönemli çözümlerle başarıya ulaşacak bir şey değildir. Girişimcilik toplumsal kültürle, eğitimle, yaşam tarzımızla iç içe olmalıdır. Ancak bu şekilde başarılı bir sosyo-ekonomik kalkınmadan bahsedilebilir.

Girişimcilik sosyal hayattaki rollerin, sınıfların, grupların önemli bir belirleyicisidir. Sosyal ve ekonomik bir varlık olan insan, yaşamını var olduğu sosyo-ekonomik ortamla kurar şekillendirir ve sürdürür. Günümüzde gençlere sunulan iş piyasası koşulları ve istihdam olanaklarının gençlerin mesleki hedeflerine ne kadar uygundur? Sorusundan hareketle, sosyal ilişki ağları yaklaşımı temeli ile gençlerin girişimcilik eğilimlerini incelemek için bu araştırma yapılmıştır. Çalışmada, Gazi Üniversitesi Edebiyat Fakültesi, Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi ve İstanbul Medeniyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi son sınıf öğrencilerine basit seçkisiz örnekleme yöntemi ile 498 öğrenciye anket uygulaması yapılmıştır. Elde edilen verilere göre kişilerin demografik alt yapısı ile girişimcilik eğilimleri arasında bir ilişki vardır. Bulgulara göre; baba mesleği girişimcilik temelli olan öğrencilerin girişimcilik eğilimleri, baba mesleği girişimcilik temelli olmayanlara göre daha yüksek olduğu söylenemez. Araştırmada baba mesleği girişimcilik olan katılımcı sayısı %28.9' dır (f=144). Bu katılımcılardan sadece %12.5'i (f=18) meslek olarak kendi işini kurmayı hedeflemektedir. Baba mesleğinin girişimciliği teşvik edici bulgusuna rastlanmamıştır. Yapılan bir araştırmalarda; (Gürol, 206: 24), girişimci olan bir yakının bulunması durumunda (özellikle bu kişi anne veya baba ise) bireyin girişimci olma arzusunun güçlenme olasılığı daha fazla olmaktadır. Bygrave (1997) Babson Koleji' nde girişimcilik eğitimi alan öğrencilerin yarısından fazlasının kendi işleri olan ailelerden geldiğini belirtmektedir. Araştırmalar arasındaki mekan, zaman farklılıklarına göre farklı bulgular ortaya çıkmaktadır. Aslında küçük yaşlardan itibaren girişimcilik kültürü olan bir ailede yetişen bireyin girişimcilik eğiliminin daha güçlü olması beklenir. Ancak ailedeki girişimci kişinin başarısızlık yaşantıları, modern ekonomideki sıkıntılar, maddi imkanların sınırlı olması genci girişimcilikten uzaklaştırmış olabilir.

Cinsiyet açısından girişimcilik ele alındığında 498 katılımcının %62.9' u (f=313) kadın %37.1' i (f=85) erkektir. Kadınların %13.7'si (f=43) girişimci olmayı düşünürken, erkeklerin %30.3' ü (f=56) girişimci olmayı düşünmektedir. Türkiye erkek egemen kültürel dokuya sahip olduğu için erkekler girişimcilik konusunda daha isteklidir. Avşar (2007) Çukurova Üniversitesinde Yüksek Öğretimde Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimlerinin Belirlenmesi adlı çalışmada elde ettiği sonuçlara göre erkekler kadınlara göre daha yüksek oranda risk alma eğilimine sahiptirler. Yapılan başka bir çalışmada kadınlar, girişimcilik faaliyeti öncesinde karşılarına çıkan engelleri şu şekilde sıralamıştır; toplumun kadınlar hakkındaki değer yargıları ve inanışları (yüzde 30), bilgi eksikliği (yüzde 23),

(erkek) rakiplerin engellemeleri (yüzde 20), sermaye bulma güçlüğü (yüzde 16) ve yasal ve bürokratik engeller (yüzde 11) (Soysal, 2010, s.97). Kadınlar girişimcilik faaliyetindeki en büyük engeli kadına karşı toplumsal değer yargıları ve inanışlar olarak belirtmişlerdir. Sermaye, bürokratik engeller ve bilgi gibi engeller kısa zamanda veya desteklerle giderilebilir niteliktedir. Ancak toplumsal değer yargıları kolaylıkla değiştirilebilir nitelikte değildir. Günümüzde üniversitede öğrenim gören kadın öğrenci sayısı erkek öğrenci sayısını geçmiştir. Bu açıdan baktığımızda öğrenim gören kadınlar girişimcilik dışında bir çalışma alanı hedefleseler dahi mevcut istihdam problemiyle girişimciliğe yönelmeleri beklenmektedir. Girişimcilikle ilgili destek veren kurumların hibe programlarında da kadınlara pozitif ayrımcılık uygulanmakta ve hibe miktarları erkeklere göre daha fazla sunulmaktadır. Örneğin KOSGEB Girişimciliği Geliştirme Destek Programı olarak sunulan hibe programında kadınlar erkeklerden %20 daha fazla hibe almaktadır. Bu tür uygulamalar kadın girişimciliğinin yükselişi açısından umut vaat edicidir.

Araştırmaya katılan öğrencilerin girişimcilik eğilimleri fakültelerine göre incelenmiştir. Elde edilen verilere göre İİBF’ de öğrenim gören öğrencilerin %23.9’u (f=59) ve Edebiyat Fakültelerinde öğrenim gören öğrencilerin %15.9’ u (f=40) girişimci olma düşüncesine sahiptir. Benzer bir araştırma da Avşar (2007) Çukurova Üniversitesinde Yüksek Öğretimde Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimlerinin Belirlenmesi adlı çalışmasıdır. Araştırmadan elde edilen sonuçlar şöyledir: Çukurova Üniversitesi öğrencilerinin girişimcilik seviyesi orta düzeyde bir seyir göstermektedir. Bu seviye, İİBF için üniversite ortalamasından yüksek, tıp ve mühendislik fakültesinde üniversite ortalamasına yakın, eğitim fakültesinde ise üniversite ortalamasından daha düşük bir düzeydedir. İİBF meslek alanları Türkiye’deki iş piyasasına göre girişimcilik gerçekleştirmeye Edebiyat Fakültesi meslek alanlarından daha avantajlı bir konumdadır. Bu durum da iki farklı fakülte öğrencisinin mesleki hedeflerinde girişimciliğe yansımaktadır.

Gençlerin girişimcilik eğilimlerini etkileyen önemli faktörlerden biri de girişimcilik eğitimi alma durumudur. Araştırmada girişimcilik eğitimi iki farklı kategoride ele alınmıştır. Birincisi teknik anlamda bir müfredata dayalı okullarda ders olarak verilen girişimcilik eğitimidir. İkincisi ise bireyin tamamen kendi isteğiyle başvurup katıldığı, çeşitli kurumlarca verilen, kısa süreli, yaygın eğitim teknikleriyle uygulanan eğitimlerdir. İkisini ayrı değerlendirilmesinin nedeni; teknik eğitim olan uygulamada okul tarafından zorunlu bir sunum söz konusuken yaygın eğitim teknikleriyle uygulanan ikinci modelde bireyin kendi isteğiyle eğitim alması durumu vardır. Araştırma verilerine göre iki

girişimcilik eğitimi modelinde de girişimcilik gerçekleştirme eğilimine olumlu katkıda bulunma bilgisine ulaşılamamıştır. Giriřimcilik dersi alma ve girişimci olma dūřuncesi arasında anlamlı bir etki sōz konusu değildir. Aslında genel olarak baktığımızda, kendi isteğiyle girişimcilik eğitimi alanların girişimciliğe daha yatkın olmaları beklenmektedir. Ancak bu varsayımı destekleyen bir bulguya ulaşılamamıştır. Bu durumun nedenleri; iki eğitim modelinin de girişimcilik kōltōrō oluşturılmaktan uzak teorik bilgiler sunması, eğitim sōrelerinin kısıtlı olması, katılımcı gençlerin bireysel farklılıklarının ve sosyal çevrelerinin dikkate alınmamasıdır. Ayrıca girişimcilik temalı eğitimler çoğunlukla hibe makamları tarafından verilmektedir. Bu nedenle eğitimler genelde içerik olarak hibenin programa gōre nasıl kullanılacağını odaklanmaktadır. Dolayısıyla birey sosyal olarak girişimcilik becerilerini gōlendirememekte, bir firma kurulumu ve yōnetimi konusunda eksik kalmakta ve nihayetinde girişimcilikten uzaklaşmaktadır. Bōylece istekle eğitim alanlar daha çok girişimci olacaklar beklentisi tam tersine dōnūřmektedir. Benzer bir araştırmada tam tersi sonuca rastlanmıştır. Patır ve Karahan (2010) tarafından yapılan Giriřimcilik Eđitimi ve Őniversite Őđrencilerinin Giriřimcilik Profillerinin Belirlenmesi adlı çalışmada Őniversite Őđrencilerinin girişimcilik altyapılarının yeterli dōzeyde olduğu, girişimcilik eğitimi alanların kendi iř yerini kurmaya daha yatkın olduğu sonucuna varılmıştır. Sonuçların farklılık gōsterme nedeni; yerel uygulamalar arasındaki farklılıklar ve eğitim içeriğinin farklılığı olabilir.

Son olarak geçmişten gōnōmōze bakılacak olursa; çok Önceden kurulması gereken girişimcilik temalı eğitim ve kōltōrel yapı gōnōmōzde mevcut olmadığından gençler girişimcilikten uzak durmaktadır. Girişimcilik toplumun ekonomik ve sosyal kalkınması için hayati Öneme sahiptir. Bōyōyen istihdam sorunları herkesin maaşlı çalışan veya memur olmasına imkan vermemektedir. Gōnōmōzde istihdam olanakları giderek zorlaşmaktadır. Girişimcilik temasına dayalı bir eğitim modeli uygulanmalıdır. Sadece eğitim kurumları değil, aileler de çocuklarını girişimcilik temasına uygun yetiştirmelidir. ocuk, genç temel yaşam becerilerini kendi sağlamalı ve sorumluluk duygusu geliştirilmelidir. Gōnōmōzde ocuklar, gençler temel yaşam becerilerini gerçekleştirmekten uzaklaşmış sadece sınav odaklı çalışmalar yapakta ve sosyal medya odaklı bir hayat sōrmektedir. Başarılı girişimcilik modellerinin teorik sınavlardan alınan yōksek başarılarla ve gōlō bir sorumluluk duygusuna ihtiyaı vardır. Yeni ekonomik dōzenin başarılı iş insan modeli teorik başarısını girişimcilikle talandıranlardır.

Gençlerin girişimciliği riskli bularak uzak durmalarının önemli sebeplerinden biri de küresel ekonomik sorunlar ve güvensiz yatırım ortamıdır. Döviz kurlarındaki dalgalanmalar girişimcilerin, yatırımcıların gözünü korkutmaktadır. Her girişimcinin işe koyulmadan önce piyasayı çok iyi analiz etmesi ve doğru zamanda doğru işi yapmak üzere odaklanması gerekmektedir. Gençlerin eğitim aldıkları alanlardaki girişimcilik modellerine hakim olmaları sağlanmalıdır. Ayrıca gençlik politikalarında genç girişimciliğinin öneminin daha çok vurgulanması ve bu alanda yeni modeller geliştirilmesi gerekmektedir.





KAYNAKLAR

- Aile Araştırma Kurumu (1997). *Türk Ailesinde Adolesanların Sorunları*. Ankara: Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu Yayınları.
- Akpınar, S. (2009). *Girişimciliğin Temel Bilgileri*. Kocaeli: Umuttepe Yayınları, 27-44.
- Aldrich, H., Zimmer, C. (1986). *Entrepreneurship Through Social Networks: The Art and Science of Entrepreneurship*. Massachusetts: Ballinger Publishing Company, 3-23.
- Aldrich, H., Zimmer, C., (1984). *Entrepreneurship Through Social Networks. The Art and The Science of Entrepreneurship*. D. Sexton, S. Li, W. Raymond, (ed.), Massachusetts: Ballinger Publishing Company, 3-23.
- Alptekin, G. (2009). İşsizlik, Nedenleri, Sonuçları ve Müdahale Yöntemleri. *Ka-mu-İş İş Hukuku ve İktisat Dergisi*, 10(4), 135-159.
- Altıparmak, A. (1998). Türkiye'de Cumhuriyetin İlk Yıllarında Müteşebbis Sınıfının Gelişimi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (13), 169-181.
- Ankara Ticaret Odası, (1997). Girişimcilik Kültürü. *Ekonomik Denge Dergisi*, 4, 14.
- Apak, S., Taşçıyan, K. H. ve Aksoy, M. (2010). *Girişimcilik ve Sermaye Tedarik Yöntemleri*. İstanbul: Papatya Yayıncılık, 13, 17-18.
- Arıkan, S. (2002). *Girişimcilik*. Ankara: Siyasal Kitabevi, 13.
- Ataç, N. (1998). *Diyelim /Söz Arasında*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Avşar, M. (2007) *Yüksek Öğretimde Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimlerinin Araştırılması, Çukurova Üniversitesinde Bir Uygulama*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.
- Aydınlık, A.Ü. (2017) *Girişimcilik* (2.Baskı). İstanbul: Beta A.Ş., 19.
- Aytaç, Ö. (2006). Girişimcilik: Sosyo-Kültürel Bir Perspektif. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (15), 139-160
- Bakırtaş H., Divanoğlu S.U., ve Akkaş, C. (2016). *Y Kuşağı, Farkı Ne? Neyi, Niçin, Nasıl Alır ya da Aldırır?* Bursa: Ekin Yayınevi.
- Baran, A. G. (2013). Genç ve Gençlik: Sosyolojik Bakış. *Gençlik Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 1-8.
- Baron, R.A. (2004). The Cognitive Perspective: A Valuable Tool For Answering Entrepreneurship's Basic "Why" Questions. *Journal of Business Venturing*, 19(2), 221-239.
- Başar, M., Tosunoğlu, T., ve Demirci, E. (2001). *Girişimcilik ve Girişimcinin Yol Haritası: İş Planı*. Eskişehir: Ticaret Odası Yayınları, 14, 4-5

- Baumol, William J. (1968). Entrepreneurship in Economic Theory. *American Economic Review*, 58(2), 64-71
- Bird, B. J. (1992). The Operation Intentions in Time: The Emergence of The New Venture. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 17, 11-15
- Bird, B., Jelinek, M. (1988). The Operation of Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 13(2), 21-29.
- Boone, C., de Brabander, B. (1997). Self-Reports And CEO Locus of Control Research: A Note. *Organization Studies*, 18(6), 949-971.
- Boone, C., De Brabander, B., and Van Witteloostuijn, A. (1996). CEO Locus of Control and Small Firm Performance: An Integrative Framework and Empirical Test. *Journal of Management Studies*, 33(5), 667-700.
- Boyd, N. G., Vozikis, G. S. (1994). The Influence of Self-Efficacy on The Development of Entrepreneurial Intentions And Actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(4), 63-77.
- Bozkurt, Ö. (2007). Girişimcilik Eğiliminde Kişilik Özelliklerinin Önemi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, (2), 93-111
- Bozkurt, Ö., Aslan, Z. ve Göral, M. (2011). Yüksek Öğretimde Verilen Girişimcilik Eğitiminin Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimine Etkisi: Teknik Program ve Sosyal Program Karşılaştırmalı Bir Araştırma, Uluslararası Yönetim Kongresi, İstanbul, 822-833.
- Börü, D. (2006). *Girişimcilik Eğilimi: Marmara Üniversitesi İşletme Bölümü Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma*. İstanbul: İstanbul Marmara Üniversitesi Yayın No: 733.
- Brockhaus Sr, R. H. (1980). Risk Taking Propensity of Entrepreneurs. *Academy of management Journal*, 23(3), 509-520.
- Canbaz M., Çankır B. ve Çevik E. (2013). İşletme ve Muhasebe Eğitimi Alan Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesinde Bölgesel Farklılık Etkisi. *Uluslararası İşletme ve Yönetim Dergisi*, 1(3). 229-248.
- Candan, H. (2011). Osmanlı'dan Günümüze Türk Topraklarında Girişimcilik Serüvenine Dair Bir Değerlendirme. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(2), 157-174.
- Chye Koh, H. (1996). Testing Hypotheses of Entrepreneurial Characteristics: A Study of Hong Kong MBA Students. *Journal of managerial Psychology*, 11(3), 12-25.
- Cin H. ve Günay G. (2013). Girişimcilerin Girişimcilik Tipleri İle Duygusal Zekâları Arasındaki İlişki: Edirne Örneği. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8(2), 7-32
- Coşkun, A. (2003). Cumhuriyetin İlk Yıllarında Türkiye Ekonomisi. *Atatürkçü Düşünce Dergisi*, 4, 72-77.

- Cromie, S. (2000). Assessing Entrepreneurial Inclinations: Some Approaches and Empirical Evidence. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 9(1), 7-30.
- Cunningham, J. B., Lischeron, J. (1991). Defining Entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*, 29(1), 45-61.
- Çakırer, M. A., (2013). *Lider Girişimcinin Yol Haritası* (5. Baskı). Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım, 103.
- Çatı, K. (2016). *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi*. Ankara: Nobel Yayın, 5.
- Çelik, A., ve Akgemci, T. (1998). *Girişimcilik Kültürü ve Kobiler*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, 29-31.
- Çetindamar, D. (2002). *Türkiye’de Girişimcilik*. İstanbul: TÜSİAD Lebib Yalkın Yayınları 210.
- Döm, S.m(2014). *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği* (4. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık, 6.
- Durak, İ., İrmiş, A., Özdemir, L. (2017) *Girişimcilik: Anadolu Kent Girişimciliğinden Örnekler* (Genişletilmiş 2. Baskı). Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım, 39.
- Ekici, E. (2016). *Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimini Belirlemede Planlanmış Davranış Teorisi ve Girişimcilik Eğitiminin Rolü*. Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 86.
- Ercan, S., (2017). *Duyusal Zeka ile Girişimcilik Arasındaki İlişki: Karabük Üniversitesi Girişimcilik Bölümü Öğrencileri Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karabük.
- Erdoğan, N. (2004). *Aile İşletmeleri: İkinci Kuşağın Yetiştirilmesi*. İstanbul: İgiad Yayınları, 24.
- Esen A. ve Çonkar K. (1999). *Orta Anadolu Girişimcilerinin Sosyo-Ekonomik Özellikleri, İşletmecilik Anlayışları ve Beklentileri Araştırması*. Konya Ticaret Odası Yayınları, Konya, No:18, 25.
- Fineman, S. (1977). The Achievement Motive Construct and Its Measurement: Where Are We Now?. *British Journal of Psychology*, 68(1), 1-22.
- Galip D. (2003). *Ahilik ve Demokrasi*. İstanbul: Ahi Kültürünü Araştırma Yayınları, 43.
- Gartner, W. B. (1988). “Who is An Entrepreneur?” is The Wrong Question. *American Journal of Small Business*, 12(4), 11-32.
- Gartner, W. B. (1989). Some Suggestions for Research on Entrepreneurial Traits and Characteristics. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 14(1), 27-38.
- Genç, M. (2000). *Osmanlı İmparatorluğunda Devlet ve Ekonomi*. İstanbul: Ötüken Yayınları, 67.

- Genel Kurmay Başkanlığı (1984). *Atatürkçülük*. İstanbul: Genel Kurmay Başkanlığı Yayınları, 220
- Gilmor, T. M. ve Minton, H.L. Henry L. (1974). Internal Versus External Attribution of Task Performance as A Function of Locus of Control, Initial Confidence And Success-Failure Outcome. *Journal of Personality*, 42(1), 159-16
- Göçmen, S. (2007). *İşletmelerde Girişimcilik Özelliğini Destekleyen Faktörler: İç Girişimcilik*. Yüksek Lisans Tezi, Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Manisa, 20.
- Granovetter, M. (1973). The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360-1380.
- Greve, A., Salaff, J. (2003). Social Networks and Entrepreneurship. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 28(1), 1-10.
- Gümüšoğlu, Ş., Karagöz, M. (2013). *Tarihsel Süreçte Girişimcilik: Muğla Örneği*. Uluslararası Girişimcilik ve Kariyer Sempozyumu, Muğla, 63-83.
- Gündoğan, N. (1999). Genç işsizliği ve Avrupa Birliği-ne Üye Ülkelerde Uygulanan Genç istihdam Politikaları. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 54(01)1, 65.
- Güney, S. (2008). *Girişimcilik Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular* (Genişletilmiş 3. Baskı). Ankara: Siyasal Kitabevi, 20-32-41.
- Güney, S. (2015). *Girişimcilik Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular* (Genişletilmiş 4. Baskı). Ankara: Siyasal Kitabevi, 69-77
- Güney, S., Nurmakhmatuly, A. (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.
- Gürdoğan, N. (2011). *Girişimcilik ve Girişimcilik Kültürü* (Genişletilmiş 3. Baskı). İstanbul: İGİAD Yayınları, 33.
- Güreşçi, E. (2014) Girişimcilik Eğilimi Üzerine Bir Araştırma: İspir Hamza Polat Myo Örneği. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 9(1), 27-28.
- Gürol M. A. (2006). *Küresel Arenada Girişimci ve Girişimcilik*. Ankara: Gazi Kitabevi, 26-30.
- Hansen, E. L. ve Max, S. W. (1989). Entrepreneurial Networks: The Organization in Vitro. *Academy of Management Proceedings*, 69-73.
- Hısriç, R., Langan-Fox, J., Grant, S. (2007). Entrepreneur Research and Practice: A Call to Action for Psychology, *American Psychologist*, 63(6), 575-589.
- Isır, T. (2006). *Örgütlerde Personel Seçim Süreci: Bir Kamu Kuruluşundaki Yönetici Personelin Kişilik Özelliklerinin Tespit Edilerek, Personel Seçim Sürecinin*

İyileştirilmesi Üzerine Bir Araştırma. Doktora Tezi, Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.

İnalcık, H. (2010). *Osmanlılar: Fütühat, İmparatorluk, Avrupa ile İlişkiler*. İstanbul: Timaş Yayınları, 156.

İnternet 354 Devlet Planlama Teşkilatı (DPT). (2007). Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007-2013). Ankara, 2007, s.85,89.http://www.dpt.gov.tr/PortalDesign/PortalControls/WebIcerikGosterim.aspx?Enc=83D5A6FF03C7B4_FCA4AC267A17F0C0F5, 26.04.2019, Son Erişim Tarihi: 02.05.2019.

İnternet KOSGEB (2019). [https://www.kosgeb.gov.tr/Content/Upload/Dosya/Mali%20Tablolar/KOSGEBN%20Stratejik%20Plan/KOSGEB_Stratejik_Plan_\(2016-2020\).pdf](https://www.kosgeb.gov.tr/Content/Upload/Dosya/Mali%20Tablolar/KOSGEBN%20Stratejik%20Plan/KOSGEB_Stratejik_Plan_(2016-2020).pdf), Son Erişim Tarihi: 24.04.2019

İnternet KOSGEB 2016-2020 Stratejik Plan, Aralık 2015: 3-4 [https://www.kosgeb.gov.tr/Content/Upload/Dosya/Mali%20Tablolar/KOSGEBN%20Stratejik%20Plan/KOSGEB_Stratejik_Plan_\(2016-2020\).pdf](https://www.kosgeb.gov.tr/Content/Upload/Dosya/Mali%20Tablolar/KOSGEBN%20Stratejik%20Plan/KOSGEB_Stratejik_Plan_(2016-2020).pdf), Son Erişim Tarihi: 02.05.2019.

İnternet: Ankara Ticaret Odası, (2019). <https://www.atonet.org.tr/ato-ya-bakis/tarihsel-gelisim>, Son Erişim Tarihi: 02.05.2019

İnternet: Kabaklarlı, E. ve Gür, M. (2011). Türkiye’de Genç İşsizlik Sorunu ve Ekonomik Belirleyicilerinin Uzun Dönem Eş-Bütünleşme Analizi, http://www.tcmb.gov.tr/yeni/iletisimgm/esra_kabaklarli-murat_gur.pdf, Son Erişim Tarihi: 02.05.2019.

İnternet: Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB), “2011-2013 KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı”, Ankara, Nisan 2011, <http://tobb.org.tr/SiteAssets/Lists/DuyurularListesi/EditForm/KSEP%202011-2013.pdf>, Son Erişim Tarihi: 26.04.2019.

İnternet: Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı, 2015-2018, 2014, Ankara, 8 <http://www.sp.gov.tr/upload/xSPTemelBelge/files/n4JRw>, Son Erişim Tarihi: 02.05.2019.

İnternet: UNESCO (2012). *Entrepreneurship Education At School In Europe*. Erişim Adresi: [UNESDOC. https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/mwikis/eurydice/images/4/45/195en.pdf](https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/mwikis/eurydice/images/4/45/195en.pdf), Son Erişim Tarihi: 12.07.2019.

İraz, R. (2005). *Yaratıcılık ve Yenilik Bağlamında Girişimcilik ve KOBİ’ler*. Konya: Çizgi Kitabevi, 157-165.

İrmiş, 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.

- Jenssen, J. I., Koenig, H. F. (2002). The Effect of Social Networks on Resource Access And Business Start-Ups. *European Planning Studies*, 10(8), 1039-1046.
- Kahyalar, V. (2014). *Başarılı Bir İşletme İçin Yeni Girişimcilik*. İstanbul: Erguvan Yayınevi, 22-23.
- Keleş, H. N., Özkan, T. K., Doğaner, M., ve Altunoğlu, A. E. (2012). Önlisans Öğrencilerinin Girişimcilik Düzeylerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 9(5), 107-118.
- Konakay G., Akdemir A., Ergen B., Solmazturt A., Gürer A., Aktürk F., Gökdemir O., Yalmaç Ö., Sezen S., Yavuz S., ve Tın U. (2015) Üniversite Öğrencilerinin Akademisyen ve Ebeveyn Etkileşimleri Işığında Liderlik Modeli Belirlenmesinde Karizma ve Entelektualite Etkisinin Araştırılması. *İşlet Araştırmaları Dergisi* 7(1), 205-235.
- Korkmaz, O. (2012). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma: Bülent Ecevit Üniversitesi Örneği. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(2), 209-226.
- Krovetz, M. L. (1974). Explaining Success or Failure as a Function of one's Locus of Control. *Journal of Personality*, 42(2), 175-180.
- Krueger, N. F. (2007). The Cognitive Infrastructure of Opportunity Emergence. In *Entrepreneurship* (pp. 185-206). Berlin, Heidelberg: Springer.
- Krueger, N. F. (2007). The Cognitive Infrastructure of Opportunity Emergence. In *Entrepreneurship* (pp. 185-206). Berlin, Heidelberg: Springer.
- Küçük, O. (2010). *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi* (Geliştirilmiş 4.Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık, 47.
- Küçük, O. (2015). *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi*. Ankara. Seçkin Yayıncılık.
- Larson, A., Starr, J. A. (1993). A Network Model Of Organization Formation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 17(2), 5-15.
- Lumpkin, G. T., Dess, G. G. (2001). Linking Two Dimensions Of Entrepreneurial Orientation to Firm Performance: The Moderating Role of Environment and Industry Life Cycle. *Journal of Business Venturing*, 16(5), 429-451.
- Marsh, H. W., Richards, G. E. (1987). The Multidimensionality of The Rotter IE Scale and its Higher-Order Structure: An Application of Confirmatory Factor Analysis. *Multivariate Behavioral Research*, 22(1), 39-69.
- McClelland, D. C. (1965). Achievement-Motivation can be developed. *Harvard Business Review*, 43(6), 6.
- MEB. (2009). *Girişimcilik Dersi Öğretim Programı ve Kılavuzu*. Ankaa: MEB Yayınevi.
- Michael E. G. (2008). *Girişimcilik Tutkusu*, (Çev T. Keskin). İstanbul: Sistem Yayıncılık, 25-26.

- Milli Eğitim Bakanlığı. (2019). *Lisede Ne Yaptık? Ortaöğretim Tasarımı Tanıtım Toplantısı*. Ankara: MEB.
- Mitchell, R. K., Busenitz, L., Lant, T., McDougall, P. P., Morse, E. A., and Smith, J. B. (2002). Toward a Theory of Entrepreneurial Cognition: Rethinking the People Side of Entrepreneurship Research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27(2), 93-104.
- Mungan, S., (2013). *Kadın Girişimcilik Değerleri ile Kadın Girişimcilik Algısı Arasındaki İlişkide Girişimcilik Eğitimlerinin Rolü*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 15.
- Müftüoğlu, M.T. ve Durukan, T. (2004). *Girişimcilik ve KOBİ'ler*. Ankara: Gazi Kitabevi, 15.
- Müftüoğlu, T. (2001). *Girişimcilik* (6. Baskı). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, 81, 9-10, 65.
- Naktiyok A., ve Timuroğlu M. K., (2009). Öğrencilerin Motivasyonel Değerlerinin Girişimcilik Niyetleri Üzerine Etkisi ve Bir Uygulama. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 23, 3, 85-103.
- Özkul, G. (2007). Kapitalist Sistemin Sürükleyici Aktörler: Ekonomik Teoride Girişimciler. *Süleyman Demirel Üniversitesi, İİBF*, 12(3), 343-366.
- Öztürk, İ. (2008). *İktisadi Girişim ve İş Ahlakı Derneği*. İstanbul: İGİAD 2008 Girişimcilik Raporu, Yayın No:8, Raporlar:1, 31-23.
- Öztürk, M. (2003). *Fonksiyonları Açısından İşletme ve Yönetim*. İstanbul, Papatya Yayıncılık, 127.
- Palmer, M. (1971). The Application of Psychological Testing to Entrepreneurial Potential. *California Management Review*, 13(3), 32-38.
- Ruef M., and Lounsbury, M. (2007). Introduction: The Sociology of Entrepreneurship. M. Ruef, M. Lounsbury (Dü) içinde, *The Sociology of Entrepreneurship (Research in the Sociology of Organizations)*. Amsterdam: Elsevier Limited, 1-29.
- Sanal, E. (2010). Küresel Ekonomik Kriz İle Dünyada ve Türkiye'de Artan Genç İşsizliği. *Toprak İşveren Sendikası Dergisi*, 88, 1-11
- Schneider, S. C., Angelmar, R. (1993). Cognition in Organizational Analysis: Who's Minding The Store?. *Organization Studies*, 14(3), 347-374.
- Schumpeter, J. A., (1978). *The Theory of Economic Development*. New York: Oxford University Press.
- Simon, M., Houghton, S. M., and Aquino, K. (2000). Cognitive Biases, Risk Perception, and Venture Formation: How Individuals Decide To Start Companies. *Journal of business venturing*, 15(2), 113-134.

- Sivrekli Demircan, E. (2008). Girişimci Sıfatıyla Devlet: 1980 sonrası Türkiye Analizi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 3(1).
- Solak, F. (2010). *Ahilik (Kuruluşu, İlkeleri ve Fonksiyonları)* (2.Baskı). İstanbul: İstanbul Ticaret Odası, 23, 25.
- Soydan, M. (2008). *Girişimcilik Üzerine Temel Kavramlar, Girişimcilik ve Kobiler Teori ve Uygulama*. (Ed. B. Zafer Erdoğan), Bursa: Ekin Yayınevi, 4.
- Soysal, A. (2010). Türkiye’de Kadın Girişimciler: Engeller ve Fırsatlar Bağlamında Bir Değerlendirme. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 65(01), 83-114.
- Şeker, C. (2011). *Ortaçağ Batı Avrupa Esnaf Loncaları ve Ahi Teşkilatı -Kökenler ve Özerklik*. Ahilik, B.Çakır ve İ. Gümüş (Eds.), Kırklareli: Kırklareli Üniversitesi Yayınları: 1.
- Tamizharasi, G., Panchanatham, N. (2010). An Empirical Study of Demographic Variables on Entrepreneurial Attitudes. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 1(2), 215.
- Tekeli, I. (2011). *Anadolu’da Yerleşme Sistemi ve Yerleşme Tarihleri. Toplu Eserler-18*. İstanbul: Vakıf Yayınları, 46.
- Tok, N., Seçer, A., Davran, M.K, Çobanoğlu F., ve Özalp B., (2013,1-3 Kasım). *Ziraat Fakültesi Son Sınıf Öğrencilerinde Girişimcilik Özellikleri, Algısı ve Eğilimi: Çukurova ve Adnan Menderes Üniversitesi Örneği*. Uluslararası Girişimcilik ve Kariyer Sempozyumu Bildiriler Kitabı, Muğla, 41-62.
- Top, S.(2006). *Girişimcilik-Keşif Süreci*. İstanbul: Beta Basım, 6-15.
- Tosunoğlu, B. T. (2003). *Girişimcilik ve Türkiye’nin Ekonomik Gelişme Sürecinde Girişimciliğin Yeri*. Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Tunç, B. (2007). *İşletmelerde Yaratıcılık Yenilikçilik Girişimcilik Yönetimi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, 83-84
- Tutar, H., ve Altınkaynak, F. (2014). *Girişimcilik*. Ankara: Detay Yayıncılık, 4-22.
- TÜSİAD. (2002). *Türkiye’ de Girişimcilik*. Ankara: TÜSİAD Yayınları, 34.
- TÜSİAD. (2002a). *Türkiye’ de Girişimcilik*. Yayın no: TÜSİAD-T/2002/12/340 İstanbul: TÜSİAD.
- Ulucan, S. (2015). *Girişimcilik Eğiliminin ve Girişimcilik Eğilimini Etkileyen Faktörlerin Analizi: Ortaöğretimde Lise 3. ve 4. Sınıf Öğrencileri Üzerinde Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Uygun, M., Mete S. ve Güner E., (2012). Genç Girişimci Adayların Girişimcilik Eğilimi ve Girişimcilik Özellikleri Arasındaki İlişkiler. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 4(2), 145-156.

- Uygun, R. K., (2018). *Girişimcilik Teori ve Yaklaşımları*. Bursa: Ekin Yayınları, 29.
- Ward, E. A. (1997). Multidimensionality of Achievement Motivation Among Employed Adults. *The Journal of Social Psychology*, 137(4), 542-544.
- Weber, M. (2011). *Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu*. (Çev. G. Solmaz,) İstanbul: Alter Yayıncılık.
- Xu, H., and Ruef, M. (2004). The Myth of The Risk-Tolerant Entrepreneur. *Strategic organization*, 2(4), 331-355.
- Yazıcı, E. (2001). *Üniversite Gençliğinin Sosyo-Kültürel Profili Üzerine Bir Alan Araştırması*, Gazi Üniversitesi örneği, Ankara: GÜ İletişim Fakültesi Yayınları, 9.
- Yener, M. ve Aykol, S.E. (2009). Girişimcilik Değerleri ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Üzerine Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Dergisi*, 14(1), 255-271.
- Yetim, N. (2002). Sosyal Sermaye Olarak Kadın Girişimciler: Mersin Örneği. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 2(2), 79-92.
- Yurtseven, R. (2007). *Girişimcilik Küçük Bir İşletme Kurmak ve Yönetmek*. Ankara: Detay Yayıncılık, 57.







EKLER

EK-1. Anket Formu

DEMOGRAFİK ÖZELLİKLER

1.Cinsiyetiniz: Kadın Erkek

2.Yaşınız:

3.Doğum yeriniz (İl olarak):

4.İkametgah yeriniz (İl olarak):

5.Okuduğunuz Üniversite:

6.Fakülte/Bölüm:

7.Yabancı Dil Bilginiz:

Yabancı Diller	Çok İyi	İyi	Orta	Temel
İngilizce				
Almanca				
Fransızca				
İtalyanca				
Diğer: (Belirtiniz).....				

8.Kaç kardeşiniz:

9.Siz kaçınıcı çocuksunuz:

EK-1. (/devam) Anket Formu

10.Lütfen aşağıdaki soruları anne ve babanız için ayrı ayrı cevaplandırınız:

	Anne	Baba
Eğitim Durumu	<input type="checkbox"/> İlk <input type="checkbox"/> Orta <input type="checkbox"/> Lise <input type="checkbox"/> Üniversite <input type="checkbox"/> Lisansüstü	<input type="checkbox"/> İlk <input type="checkbox"/> Orta <input type="checkbox"/> Lise <input type="checkbox"/> Üniversite <input type="checkbox"/> Lisansüstü
Çalıştıkları Alan	<input type="checkbox"/> Kamu <input type="checkbox"/> Özel Sektör <input type="checkbox"/> Kendi İş - Serbes Meslek <input type="checkbox"/> Tarım <input type="checkbox"/> Diğer:	<input type="checkbox"/> Kamu <input type="checkbox"/> Özel Sektör <input type="checkbox"/> Kendi İş - Serbes Meslek <input type="checkbox"/> Tarım <input type="checkbox"/> Diğer:
Çalıştıkları Pozisyon	<input type="checkbox"/> Yönetici (Müdür veya müdür yardımcısı gibi) <input type="checkbox"/> Uzman Memur <input type="checkbox"/> İşçi Memur <input type="checkbox"/> İşletme Sahibi –Ortağı <input type="checkbox"/> Diğer.....	<input type="checkbox"/> Yönetici (Müdür veya müdür yardımcısı gibi) <input type="checkbox"/> Uzman Memur <input type="checkbox"/> İşçi Memur <input type="checkbox"/> İşletme Sahibi –Ortağı <input type="checkbox"/> Diğer.....

EK-1. (/devam) Anket Formu

11. Ailenizin geliri nedir?

- 0-500 TL 1001-1500 TL 2001-2500 TL
3001-3500 TL
 501-1000 TL 1501-2000 TL 2501-3000 TL
3501 TL ve üzeri

12. Ailenizde kendi işini kuran birinci derece akrabalarınız var mı?

- Evet Hayır

13. Fakülte eğitiminiz süresinde girişimcilikle ilgili ders aldınız mı / alıyor musunuz?

- Evet Hayır

14. Fakülte dersleriniz haricinde yaygın eğitim programlarında girişimcilik temalı bir eğitime katıldınız mı?

- Evet Hayır

15. Fakülteden aldığınız eğitimin kendi işinizi kurma ya da yenilikçi bir fikir geliştirme konusunda etkili oldu mu / olacağını düşünüyor musunuz?

- Evet Hayır

16. Cevabınız evet ise hangi seviyede olduğunu / olacağını düşünüyorsunuz?

- 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

En Düşük

Orta

Yüksek

17. Lisans eğitiminizi tamamladıktan sonra ne yapmayı düşünüyorsunuz?

- Kendi işimi kurmak
 Kamu sektöründe çalışmak
 Özel bir şirkette çalışmak
 Akademisyen olmak
 Diğer (lütfen belirtiniz):

EK-1. (/devam) Anket Formu

18. Türkiye’ deki mevcut iş piyasası ve çalışma koşullarının girişimciliği geliştirmeye açık olduğunu düşünüyor musunuz?

Evet Hayır

Anketimize katıldığınız için teşekkürler.



ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Soyadı, adı : ŞEN, Buket
Uyruğu : T.C.
Doğum tarihi ve yeri : 10.09.1987
Medeni hali : Evli
Telefon : 5347779724
e-mail : buket.bekdas.sen@gmail.com

Eğitim

Derece	Eğitim Birimi	Mezuniyet tarihi
Yüksek lisans	Gazi Üniversitesi/ Sosyoloji	Devam ediyor
Lisans	Anadolu Üniversitesi/ Kamu Yönetimi	20.06.2010
Lisans	Kırıkkale Üniversitesi	17.06.2011
Pedagojik Formasyon	Kırıkkale Üniversitesi Eğitim Fk.	17.06.2011
Lise	75. Yıl Süper Lisesi	2004

İş Deneyimi

Yıl	Yer	Görev
2011	Ankara Keçiören Belediyesi	Sosyolog/Eğitmen

Yabancı Dil

İngilizce

Yayınlar /Eğitimler

30/11/2012–Devam ediyor Gençlik Eğitmeni
Türk Ulusal Ajansı, AB Bakanlığı,, Ankara (Türkiye)
Türk Ulusal Ajansı, AB Bakanlığı, ANKARA (Türkiye)
Eğitim planlama, uygulama, değerlendirme yeterliliği,
Yaygın eğitim teknikleri,
Eğitmen Bilgi, Beceri ve Yaklaşımı geliştirmek.

02/06/2013–Devam ediyor	Uygulamalı Girişimcilik Eğitmeni Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı- KOSGEB, Ankara (Türkiye)
04/05/2013– 08/05/2013	Eğitmen AB Bakanlığı Türk Ulusal Ajansı- AB Eğitim ve Gençlik Programları Merkezi Başkanlığı, Ankara (Türkiye) Gençlik Programı - Genç Girişimciliği ve İstihdam Eğitimi *Avrupa Birliği' nin bir girişimi olan Gençlik Programı çerçevesinde AB Eğitim ve Gençlik Programları Merkezi Başkanlığı, Gençlik Programı Genel Koordinatörlüğü tarafından potansiyel yararlanıcıların; “Genç Girişimcilik ve Gençlik İstihdamı” konusunda farkındalığını arttırmak, *İstihdam ve girişimcilik hakkında Avrupa genelinde ve Türkiye özelinde politikalar hakkında bilgi sahibi olmak katılımcı ve uzmanlarla tecrübe paylaşımında bulunmak *İstihdam ve Girişimcilik hakkında Avrupa genelinde ve Türkiye özelinde politikalar * Avrupa’da istihdam ve girişimciliği artırmak için gerçekleştirilen uygulamalar * Başarılı bir iş ortamı oluşturmak için gerekli girişimcilik prensipleri * Geleneksel toplum yapısının genç girişimciliğine etkisinin irdelenmesi *Sosyal Girişimcilik * Gençlik çalışmalarının istihdama olan katkısı
08/07/2013– 11/07/2013	Eğitmen AB Bakanlığı Türk Ulusal Ajansı - AB Eğitim ve Gençlik Programları Merkezi Başkanlığı, Ankara (Türkiye) Avrupa Birliği' nin bir girişimi olan Gençlik Programı çerçevesinde AB Eğitim ve Gençlik Programları Merkezi Başkanlığı, Gençlik Programı Genel Koordinatörlüğü tarafından potansiyel yararlanıcıların; “Kültürler Arası Öğrenme ve Diyalog” konusunda farkındalığını arttırmak.
23/01/2012– 03/02/2012	Proje Döngüsü Yönetimi Eğitimi Keçiören Kaymakamlığı ve Ankara Kalkınma Ajansı, Ankara (Türkiye)

10/11/2011–
14/11/2011

Aile Eğitimi Programı-Eğitmen

Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, Adana (Türkiye)

Aile Eğitim ve İletişimi

Hukuk

İktisat

Medya

Sağlık

Evlilik Öncesi Eğitim Programı





le.ahbv.edu.tr



le.ahbv.edu.tr