

T.C.  
GAZİANTEP ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
İŞLETME ANABİLİM DALI

**KİŞİLİK VE GİRİŞİMCİ KİŞİLİK ÖZELLİKLERİNİN  
SOSYAL GİRİŞİMCİLİK YÖNELİMİNE ETKİSİ  
ÜZERİNE TR63 BÖLGESİNDE BİR ARAŞTIRMA:  
ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİ ÖRNEĞİ**

**DOKTORA TEZİ**

MERYEM GÜL

Tez Danışmanı: Prof. Dr. H. Mustafa PAKSOY


GAZİANTEP  
EKİM 2019

T.C.  
GAZIANTEP ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
İŞLETME ANA BİLİM DALI

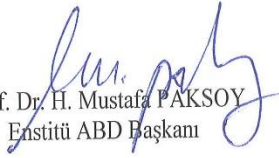
**Kişilik ve Girişimci Kişilik Özelliklerinin Sosyal Girişimcilik Yönelimine Etkisi  
Üzerine TR63 Bölgesinde Bir Araştırma: Üniversite Öğrencileri Örneği**

Meryem GÜL

Tez Savunma Tarihi: 24.10.2019  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Onayı

  
Doç. Dr. Erol ERKAN  
SBE Müdürü

Bu tezin Doktora tezi olarak gerekli şartları sağladığımı onaylarım.

  
Prof. Dr. H. Mustafa PAKSOY  
Enstitü ABD Başkanı

Bu tez tarafımızca okunmuş, kapsamı ve niteliği açısından bir doktora tezi olarak kabul edilmiştir.

  
Prof. Dr. H. Mustafa PAKSOY  
Tez Danışmanı

Bu tez tarafımızca okunmuş, kapsam ve niteliği açısından bir Doktora tezi olarak kabul edilmiştir.

Jüri Üyeleri:

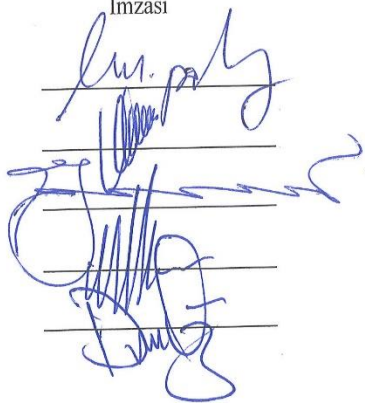
Prof. Dr. H. Mustafa PAKSOY

Prof. Dr. Mustafa TAŞLIYAN

Prof. Dr. Mahmut YARDIMCIOĞLU

Dr. Öğr. Üyesi Murat KARAHAN

Dr. Öğr. Üyesi B. Dilek ÖZBEZEK

İmzası  




*Anneme ve Babama...*

## ÖZET

### KİŞİLİK VE GİRİŞİMCİ KİŞİLİK ÖZELLİKLERİNİN SOSYAL GİRİŞİMCİLİK YÖNELİMİNE ETKİSİ ÜZERİNE TR63 BÖLGESİNDE BİR ARAŞTIRMA: ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİ ÖRNEĞİ

GÜL, Meryem

Doktora Tezi, İşletme Ana Bilim Dalı

Tez Danışmanı: Prof. Dr. H. Mustafa PAKSOY

Ekim 2019, 265 sayfa

Sosyal girişimcilerin bir ülkenin sosyal, ekonomik, kültürel ve çevresel zenginliğine yaptıkları katkı giderek daha fazla kabul görmeye başlamıştır. Sosyal ve girişimcilik kavramlarının birleşiminden meydana gelen sosyal girişimcilik kavramı, sosyal sorunlara çözüm bulmak amacıyla ortaya çıkmıştır. Sosyal girişimcilik, sosyal bir değer sunma, sosyal değer yaratma, sosyal dönüşümü sağlama, sosyal sorunlara çözüm bulma ve fırsatları kovalama faaliyetidir.

Bu çalışmanın temel amacı kişilik ve girişimci kişilik özelliklerinin sosyal girişimcilik yönelimi üzerindeki etkisini araştırmak ve aynı zamanda kişilik özellikleri, girişimci kişilik özellikleri ve sosyal girişimcilik yönelimi ile sosyodemografik değişkenler arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktır. Çalışma kapsamında Goldberg'in (1992) "Beş Faktör Kişilik Özellikleri Ölçeği", Bozkurt'un (2005) "Girişimci Kişilik Özellikleri Ölçeği", Nga ve Shamuganathan'ın (2010) "Sosyal Girişimcilik Yönelimi Ölçeği" ve sosyodemografik sorulardan oluşan anket formu kullanılarak TR63 bölgesinde yer alan üç üniversitenin İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme ve İktisat Bölümlerinin iki, üç ve dördüncü sınıflarında öğrenim gören 1067 öğrenciden anket yöntemi ile veri toplanmıştır. Anket formundan elde edilen verilere faktör analizi, korelasyon analizi, regresyon analizi, bağımsız örneklem t testi ve tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmış ve araştırmadaki hipotezler ve sosyodemografik sorular test edilmiştir. Araştırma sonucunda; kişilik özellikleri ve girişimci kişilik özelliklerinin sosyal girişimcilik yönelimi üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Daha sonra yapılan ek analizler ile üniversite öğrencilerinin sosyodemografik özellikleri açısından kişilik özellikleri, girişimci kişilik özellikleri ve sosyal girişimcilik yönelimi ortalamaları arasındaki anlamlı farklılıklar ortaya konulmuştur. Son olarak, araştırma sonuçları literatürdeki diğer araştırma sonuçlarıyla karşılaştırılarak değerlendirme yapılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Girişimcilik, Sosyal Girişimcilik, Sosyal Girişimcilik Yönelimi, Kişilik Özellikleri, Girişimci Kişilik Özellikleri.

## ABSTRACT

### A RESEARCH IN THE TR63 REGION ON THE EFFECT OF PERSONALITY AND ENTREPRENEURIAL PERSONALITY TRAITS ON SOCIAL ENTREPRENEURIAL ORIENTATION: THE CASE OF UNIVERSITY STUDENTS

GÜL, Meryem

Ph.D. Thesis, Department of Business Administration

Supervisor: Prof. Dr. H. Mustafa PAKSOY

October 2019, 265 pages

The contribution of social entrepreneurs to the social, economic, cultural and environmental wealth of a country has become increasingly recognized. The concept of social entrepreneurship, which is a combination of social and entrepreneurship concepts, has emerged to find solutions to social problems. Social entrepreneurship is the whole of social value submission, social value creation, provision of social transformation, finding solutions to social problems and chasing opportunities.

The main objective of this study is to investigate the effect of personality and entrepreneur personality traits on social entrepreneurship orientation and also to reveal the relationship between personality traits, entrepreneur personality traits with the social entrepreneurship orientation and sociodemographic variables. Within the scope of the study, data was collected via questionnaire method from 1067 students studying in the second, third and fourth grades of the Business Administration and Economics, Faculty of Economics and Administrative Sciences of the universities located in TR63 region by using the “Five Factor Personality Traits Scale” by Goldberg (1992), “Scale of Entrepreneur Personality Traits” by Bozkurt (2005), “Social Entrepreneurship Orientation Scale” by Nga and Shamuganathan (2010) and questionnaires comprising of sociodemographic questions. Factor analysis, correlation analysis, regression analysis, independent sample t-test and one-way analysis of variance (ANOVA) were performed on the data obtained by questionnaire form and hypotheses and sociodemographic questions in the research were tested. As a result of the research, it was detected that personality traits and entrepreneurial personality traits have a significant effect on social entrepreneurship orientation. With the additional analyzes performed later, significant differences between the personality traits, entrepreneur personality traits and social entrepreneurship orientation of university students were revealed in terms of sociodemographic characteristics. Finally, the results of the research were compared with the results of other studies in the literature.

**Keywords:** Entrepreneurship, Social Entrepreneurship, Social Entrepreneurial Orientation, Personality Traits, Entrepreneur Personality Traits.

## ÖN SÖZ

Günümüzde geleceğin potansiyel girişimci adayı olan üniversite öğrencilerinin sosyal girişimcilik konusundaki eğilimlerinin öğrenilmesi ve üniversitelerde sosyal girişimcilik eğitimlerinin verilerek sosyal sorunları dikkate alan girişimci adaylarının yetiştirilmesi önemli hale gelmiştir. Sosyal girişimci adaylarının yetiştirilebilmesi için sosyal girişimcilerin hangi kişilik ve girişimci kişilik özelliklerine sahip olduğunun bilinmesi gerekmektedir. Bu nedenle bu tez çalışmasında, üniversite öğrencilerinin kişilik ve girişimci kişilik özelliklerinin sosyal girişimcilik yönelimi üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Bu doğrultuda çalışmanın literatüre bir katkı sağlamasını temenni ederim.

Tez çalışmamın her aşamasında bilgilerinden faydalandığım ve her zaman desteğini esirgemeyen kendisi ile çalışmaktan dolayı her zaman gurur duyduğum ve duyacağım saygıdeğer danışmanım, Prof. Dr. H. Mustafa PAKSOY'a sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Tez çalışmamın tüm süreçlerinde yardımlarını esirgemeyen çok kıymetli arkadaşım Dr. Öğr. Üyesi B. Dilek ÖZBEZEK'e çok teşekkür ederim.

Tez jürime katılan saygıdeğer hocalarım Prof. Dr. Mustafa TAŞLIYAN'a, Prof. Dr. Mahmut YARDIMCIOĞLU'na, Dr. Öğr. Üyesi Murat KARAHAN'a ve Dr. Öğr. Üyesi B.Dilek ÖZBEZEK'e çok teşekkür ederim.

Son olarak, hayatımın tüm sürecinde her konuda beni destekleyen sevgili aileme tüm kalbimle teşekkür ederim.

Meryem GÜL  
Gaziantep, 2019

## İÇİNDEKİLER

Sayfa No

<b>ÖZET</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>ÖN SÖZ</b> .....	<b>iii</b>
<b>İÇİNDEKİLER</b> .....	<b>iv</b>
<b>TABLoların LİSTESİ</b> .....	<b>vii</b>
<b>ŞEKİLLERİN LİSTESİ</b> .....	<b>x</b>
<b>KISALTMALAR</b> .....	<b>xi</b>

### BİRİNCİ BÖLÜM

#### GİRİŞ

1.1. GİRİŞ .....	1
1.2. ÇALIŞMANIN ÖNEMİ.....	2
1.3. ÇALIŞMANIN AMACI .....	4
1.4. ÇALIŞMANIN YÖNTEMİ .....	5
1.5. ÇALIŞMANIN PLANI.....	5

### İKİNCİ BÖLÜM

#### LİTERATÜR TARAMASI

2.1. KONU İLE İLGİLİ ÇALIŞMALAR .....	7
2.2. KİŞİLİK .....	14
2.2.1. Kişilik Kavramı.....	14
2.2.2. Kişiliği Oluşturan Faktörler .....	16
2.2.2.1. Biyolojik ve Genetik (Kalıtsal) Faktörler .....	16
2.2.2.2. Ailesel Faktörler.....	16
2.2.2.3. Sosyal ve Kültürel Faktörler .....	17
2.2.2.4. Coğrafi ve Fiziki Faktörler.....	17
2.2.3. Kişilik Teorileri.....	18
2.2.3.1. Psikodinamik Kuramlar (Psikanalizci-Psikoanalitik) .....	18
2.2.3.1.1. Sigmund Freud'un Kişilik Teorisi .....	18
2.2.3.1.2. Eric Berne'nin Kişilik Teorisi.....	19
2.2.3.1.3. Alfred Adler'in Kişilik Teorisi .....	19
2.2.3.1.4. Gustav Jung'un Kişilik Teorisi .....	21
2.2.3.1.5. Karen Horney'in Kişilik Teorisi .....	22
2.2.3.2. İnsancıl Yaklaşım.....	22
2.2.3.3. Biyolojik Yaklaşım .....	23

2.2.3.4. Ayırıcı Özellikler Yaklaşımı .....	24
2.2.3.5. Bilişsel Yaklaşım .....	28
2.2.3.6. Davranışsal/Sosyal Öğrenme Yaklaşımı .....	28
2.2.4. Kişik Özellikleri ve Sosyal Girişimcilik .....	29
2.3. GİRİŞİMCİLİK .....	33
2.3.1. Girişimcilik Kavramı .....	33
2.3.2. Girişimcilik Türleri .....	36
2.3.2.1. Kadın Girişimcilik .....	37
2.3.2.2. Yeşil Girişimcilik .....	40
2.3.2.3. İç Girişimcilik .....	41
2.3.3. Girişimcilik Yaklaşımları .....	42
2.3.3.1. Bireysel Yaklaşım .....	42
2.3.3.2. Çevresel Yaklaşım .....	43
2.3.3.3. Örgütsel Yaklaşım .....	43
2.3.4. Girişimci Kişilik Özellikleri .....	43
2.3.4.1. Risk Alma Eğilimi .....	44
2.3.4.2. Yenilikçilik .....	44
2.3.4.3. Başarı İhtiyacı .....	45
2.3.4.4. Kontrol Odağı .....	46
2.3.4.5. Belirsizlik Toleransı .....	47
2.3.5. Girişimci Kişilik Özellikleri ve Sosyal Girişimcilik .....	47
2.4. SOSYAL GİRİŞİMCİLİK .....	51
2.4.1. Sosyal Girişimcilik Kavramı .....	51
2.4.2. Sosyal ve Ticari Girişimci Karşılaştırması .....	55
2.4.3. Sosyal Girişimciliğin Alt Boyutları .....	57
2.4.3.1. Sosyal Vizyon .....	57
2.4.3.2. Finansal Getiri .....	58
2.4.3.3. İnovasyon .....	60
2.4.3.4. Sürdürülebilirlik .....	61
2.4.3.5. Sosyal Ağlar .....	61
2.4.4. Sosyal Girişimcinin Özellikleri .....	62
2.4.4.1. Bireysel Özellikler .....	62
2.4.4.2. Sosyal Özellikler .....	67
2.4.5. Sosyal Girişimciliğin Gelişimini Hazırlayan Ortam .....	67
2.4.5.1. Sivil Toplum Kuruluşları (STK) .....	68
2.4.5.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri .....	70
2.4.5.3. Sosyal Hareketler .....	73
2.4.5.4. Çalışma Yaşamındaki Değişim .....	73
2.4.6. Dünyada ve Türkiye’de Sosyal Girişimcilik Örnekleri .....	74
2.4.7. Sosyal Girişimcilik Eğitimi .....	77

### ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

#### MATERYAL VE YÖNTEM

3.1. ANA KÜTLE VE ÖRNEKLEM .....	80
3.2. ÖLÇEKLER .....	83
3.2.1. Kişilik Özellikleri Ölçeği .....	84
3.2.2. Girişimci Kişilik Özellikleri Ölçeği .....	85
3.2.3. Sosyal Girişimcilik Yönelimi Ölçeği .....	85
3.3. PİLOT UYGULAMA .....	86
3.4. VERİLERİN TOPLANMASI .....	86



3.5. ARAŞTIRMA MODELİ.....	87
3.6. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ.....	89
3.7. VERİLERİN ANALİZİ .....	95

## **DÖRDÜNCÜ BÖLÜM**

### **BULGULAR VE TARTIŞMA**

4.1. TANIMLAYICI İSTATİSTİKLER.....	96
4.1.1. Cinsiyet, Yaş ve Gelir Düzeylerine Göre Katılımcılar .....	96
4.1.2. Üniversite ve Bölümlere Göre Katılımcılar .....	97
4.1.3. Üniversite ve Sınıflara Göre Katılımcılar .....	98
4.1.4. Üniversite ve Cinsiyete Göre Katılımcılar.....	99
4.2. ÖLÇEKLERİN GEÇERLİĞİ VE GÜVENİRLİĞİ .....	99
4.2.1. Kişilik Özellikleri Ölçeği 'ne Ait Faktör ve Güvenirlilik Analizleri .....	101
4.2.2. Girişimci Kişilik Özellikleri Ölçeği'ne Ait Faktör ve Güvenirlilik Analizleri.....	104
4.2.3. Sosyal Girişimcilik Yönelimi Ölçeği'ne Ait Faktör ve Güvenirlilik Analizleri.....	106
4.3. HİPOTEZLERİN TEST EDİLMESİ .....	109
4.3.1. Korelasyon Analizleri .....	112
4.3.2. Regresyon Analizleri.....	117
4.3.2.1. Kişilik Özelliklerinin Sosyal Girişimcilik Yönelimi Üzerindeki Etkisi.....	118
4.3.2.2. Girişimci Kişilik Özelliklerinin Sosyal Girişimcilik Yönelimi Üzerindeki Etkisi.....	142
4.3.3. Araştırma Modelinin Değerlendirilmesi .....	170
4.4. EK ANALİZLER .....	173
4.4.1. Bağımsız Örneklem T-Testi Analizi sonuçları .....	173
4.4.1.1. Cinsiyet, Bölüm ve Sosyal Sorumluluk Projesi ile Kişilik Özellikleri İlişkisi.....	174
4.4.1.2. Cinsiyet, Bölüm ve Sosyal Sorumluluk Projesi ile Girişimci Kişilik Özellikleri İlişkisi .....	179
4.4.1.3. Cinsiyet, Bölüm ve Sosyal Sorumluluk Projesi ile Sosyal Girişimcilik Yönelimi İlişkisi .....	184
4.4.2. Tek Yönlü Varyans (ANOVA) Analizi Sonuçları.....	188
4.4.2.1. Üniversite, Sınıf ve Yaş ile Kişilik Özellikleri İlişkisi .....	189
4.4.2.2. Üniversite, Sınıf ve Yaş ile Girişimci Kişilik Özellikleri İlişkisi.....	194
4.4.2.3. Üniversite, Sınıf ve Yaş ile Sosyal Girişimcilik Yönelimi İlişkisi.....	200
<b>SONUÇ VE ÖNERİLER.....</b>	<b>206</b>
<b>KAYNAKLAR .....</b>	<b>226</b>
<b>ÖZGEÇMİŞ.....</b>	<b>258</b>
<b>EKLER.....</b>	<b>259</b>

## TABLOLARIN LİSTESİ

	<u>Sayfa No</u>
Tablo 2. 1. Jung'un Sekiz Psikolojik Tipi.....	21
Tablo 2. 2. Beş Faktör Kişilik Modeli.....	26
Tablo 2. 3. Erkek ve Kadın Girişimciler Arasındaki Farklılıklar .....	39
Tablo 2. 4. Ticari Girişimci ve Sosyal Girişimcinin Karşılaştırılması.....	56
Tablo 2. 5. Sosyal Girişimcinin Kaynakları.....	59
Tablo 2. 6. Dünya'nın En Ünlü Sosyal Girişimcileri ve Sosyal Girişimleri.....	75
Tablo 2. 7. Türkiye'de Bulunan Başarılı Sosyal Girişimlerden Örnekler.....	76
Tablo 3. 1. Araştırmaya Dâhil Edilen Üniversitelerin Öğrenci Sayıları .....	82
Tablo 3. 2. Örneklem Büyüklükleri .....	83
Tablo 4. 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri.....	97
Tablo 4. 2. Üniversite ve Bölümlere Göre Katılımcı Sayısı .....	97
Tablo 4. 3. Üniversite ve Sınıflara Göre Katılımcı Sayısı .....	98
Tablo 4. 4. Üniversite ve Cinsiyete Göre Katılımcı Sayısı .....	99
Tablo 4. 5. Kişilik Özellikleri Ölçeği'ne Ait Faktör Analizi .....	102
Tablo 4. 6. Kişilik Özellikleri Ölçeği'ne Ait Güvenirlilik Analizi Sonuçları.....	103
Tablo 4. 7. Girişimci Kişilik Özellikleri Ölçeği'ne Ait Faktör Analizi .....	105
Tablo 4. 8. Girişimci Kişilik Özellikleri Ölçeği'ne Ait Güvenirlilik Analizi Sonuçları .....	106
Tablo 4. 9. Sosyal Girişimcilik Yönelimi Ölçeği'ne Ait Faktör Analizi .....	107
Tablo 4. 10. Sosyal Girişimcilik Yönelimi Ölçeği'ne Ait Güvenirlilik Analizi Sonuçları .....	108
Tablo 4. 11. Kişilik Özellikleri Ölçeği'ne Ait Ortalama, Standart Sapma, Çarpıklık ve Basıklık Değerleri.....	109
Tablo 4. 12. Girişimci Kişilik Özellikleri Ölçeği 'ne Ait Ortalama, Standart Sapma, Çarpıklık ve Basıklık Değerleri .....	110
Tablo 4. 13. Sosyal Girişimcilik Yönelimi Ölçeği'ne Ait Ortalama, Standart Sapma, Çarpıklık ve Basıklık Değerleri .....	111
Tablo 4. 14. Araştırma Modelindeki Girişimci Kişilik Özellikleri, Kişilik Özellikleri ve Sosyal Girişimcilik Yönelimi Değişkenlere Ait Pearson Korelasyon Katsayıları .....	116
Tablo 4. 15. Kişilik Özelliklerinin Sosyal Girişimcilik Yönelimi Üzerindeki Etkisi .....	118
Tablo 4. 16. Kişilik Özelliklerinin Alt Boyutlarının Sosyal Girişimcilik Yönelimi Üzerindeki Etkisi.....	120
Tablo 4. 17. Kişilik Özelliklerinin Sosyal Vizyon Üzerindeki Etkisi.....	122
Tablo 4. 18. Kişilik Özelliklerinin Alt Boyutlarının Sosyal Vizyon Üzerindeki Etkisi .....	123
Tablo 4. 19. Kişilik Özelliklerinin Finansal Getiri Üzerindeki Etkisi .....	126

Tablo 4. 20. Kişilik Özelliklerinin Alt Boyutlarının Finansal Getiri Üzerindeki Etkisi .....	127
Tablo 4. 21. Kişilik Özelliklerinin İnovasyon Üzerindeki Etkisi.....	130
Tablo 4. 22. Kişilik Özelliklerinin Alt Boyutlarının İnovasyon Üzerindeki Etkisi .	131
Tablo 4. 23. Kişilik Özelliklerinin Sürdürülebilirlik Üzerindeki Etkisi.....	134
Tablo 4. 24. Kişilik Özelliklerinin Alt Boyutlarının Sürdürülebilirlik Üzerindeki Etkisi .....	135
Tablo 4. 25. Kişilik Özelliklerinin Sosyal Ağlar Üzerindeki Etkisi .....	138
Tablo 4. 26. Kişilik Özelliklerinin Alt Boyutlarının Sosyal Ağlar Üzerindeki Etkisi .....	139
Tablo 4. 27. Girişimci Kişilik Özelliklerinin Sosyal Girişimcilik Yönelimi Üzerindeki Etkisi.....	142
Tablo 4. 28. Girişimci Kişilik Özelliklerinin Alt Boyutlarının Sosyal Girişimcilik Yönelimi Üzerindeki Etkisi.....	144
Tablo 4. 29. Girişimci Kişilik Özelliklerinin Sosyal Vizyon Üzerindeki Etkisi.....	146
Tablo 4. 30. Girişimci Kişilik Özelliklerinin Alt Boyutlarının Sosyal Vizyon Üzerindeki Etkisi.....	148
Tablo 4. 31. Girişimci Kişilik Özelliklerinin Finansal Getiri Üzerindeki Etkisi .....	150
Tablo 4. 32. Girişimci Kişilik Özelliklerinin Alt Boyutlarının Finansal Getiri Üzerindeki Etkisi.....	152
Tablo 4. 33. Girişimci Kişilik Özelliklerinin İnovasyon Üzerindeki Etkisi .....	154
Tablo 4. 34. Girişimci Kişilik Özelliklerinin Alt Boyutlarının İnovasyon Üzerindeki Etkisi .....	156
Tablo 4. 35. Girişimci Kişilik Özelliklerinin Sürdürülebilirlik Üzerindeki Etkisi ..	158
Tablo 4. 36. Girişimci Kişilik Özelliklerinin Alt Boyutlarının Sürdürülebilirlik Üzerindeki Etkisi.....	160
Tablo 4. 37. Girişimci Kişilik Özelliklerinin Sosyal Ağlar Üzerindeki Etkisi .....	162
Tablo 4. 38. Girişimci Kişilik Özelliklerinin Alt Boyutlarının Sosyal Ağlar Üzerindeki Etkisi.....	164
Tablo 4. 39. Hipotez Testlerinin Sonuçları .....	167
Tablo 4. 40. T Testi: Cinsiyet, Bölüm ve Sosyal Sorumluluk Projesi ile Kişilik Özellikleri İlişkisi.....	174
Tablo 4. 41. T Testi: Cinsiyet, Bölüm ve Sosyal Sorumluluk Projesi ile Kişilik Özelliklerinin Alt Boyutları Arasındaki İlişki.....	176
Tablo 4. 42. T Testi: Cinsiyet, Bölüm ve Sosyal Sorumluluk Projesi ile Girişimci Kişilik Özellikleri İlişkisi.....	179
Tablo 4. 43. T Testi: Cinsiyet, Bölüm ve Sosyal Sorumluluk Projesi ile Girişimci Kişilik Özelliklerinin Alt Boyutları Arasındaki İlişki.....	181
Tablo 4. 44. T Testi: Cinsiyet, Bölüm ve Sosyal Sorumluluk Projesi ile Sosyal Girişimcilik Yönelimi İlişkisi .....	185
Tablo 4. 45. T Testi: Cinsiyet, Bölüm ve Sosyal Sorumluluk Projesi ile Sosyal Girişimcilik Yöneliminin Alt Boyutları Arasındaki İlişki .....	186
Tablo 4. 46. ANOVA: Üniversite, Sınıf ve Yaş ile Kişilik Özellikleri İlişkisi.....	189

Tablo 4. 47. ANOVA: Üniversite, Sınıf ve Yaş ile Kişilik Özelliklerinin Alt Boyutları Arasındaki İlişki.....	191
Tablo 4. 48. Tukey Testi: Üniversiteye Göre Duygusal Denge Özellikleri.....	192
Tablo 4. 49. Tamhane's T2 Testi: Yaşa Göre Duygusal Denge Özellikleri.....	192
Tablo 4. 50. ANOVA: Üniversite, Sınıf ve Yaş ile Girişimci Kişilik Özellikleri İlişkisi.....	194
Tablo 4. 51. Tamhane's T2 Testi: Üniversiteye Göre Girişimci Kişilik Özellikleri	195
Tablo 4. 52. ANOVA: Üniversite, Sınıf ve Yaş ile Girişimci Kişilik Özelliklerinin Alt Boyutları Arasındaki İlişkisi.....	196
Tablo 4. 53. Tukey Testi: Üniversiteye Göre Risk Alma Eğilimi Düzeyi.....	197
Tablo 4. 54. Tukey Testi: Üniversiteye Göre Kontrol Odağı Düzeyi.....	197
Tablo 4. 55. Tukey Testi: Sınıfa Göre Yenilikçilik ve Belirsizlik Toleransı Düzeyi.....	198
Tablo 4. 56. Tukey Testi: Yaşa Göre Belirsizlik Toleransı Düzeyi.....	198
Tablo 4. 57. ANOVA: Üniversite, Sınıf ve Yaş ile Sosyal Girişimcilik Yönelimi İlişkisi.....	200
Tablo 4. 58. ANOVA: Üniversite, Sınıf ve Yaş ile Sosyal Girişimcilik Yöneliminin Alt Boyutları Arasındaki İlişki.....	202
Tablo 4. 59. Tukey Testi: Üniversiteye Göre Finansal Getiri Düzeyi.....	203
Tablo 4. 60. Tamhane's T2 Testi: Üniversiteye Göre Sosyal Ağlar Düzeyi.....	203
Tablo 4. 61. Tamhane's T2 Testi: Sınıfa Göre Sosyal Ağlar Düzeyi.....	204
Tablo 4. 62. Tukey Testi: Yaşa Göre Sosyal Ağlar Düzeyi.....	204

## ŞEKİLLERİN LİSTESİ

### Sayfa No

Şekil 2. 1. Sosyal Girişimcilik Yaklaşımı .....	54
Şekil 2. 2. Sosyal Girişimcilikte Değer Anlayışı .....	57
Şekil 2. 3. Ticari ve Sosyal Girişimciler .....	70
Şekil 2. 4. Kurumsal Sosyal sorumluluk Modeli .....	72
Şekil 3. 1. Araştırmanın Modeli .....	88
Şekil 4. 1. Araştırma Modelinin Değerlendirilmesi .....	172

**KISALTMALAR**

<b>AKUT</b>	: Arama Kurtarma Derneği
<b>İİBF</b>	: İktisadi ve İdari Bilimler Fakóltesi
<b>KAMER</b>	: Kadın Merkezi
<b>KSÜ</b>	: Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi
<b>MKÜ</b>	: Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi
<b>OKÜ</b>	: Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi
<b>SOGLA</b>	: Sosyal Girişimci Genç Liderler Akademisi
<b>SPSS</b>	: Statistical Package for the Social Sciences
<b>STK</b>	: Sivil Toplum Kuruluşları
<b>TEMA</b>	: Türkiye Erozyonla Mücadele, Ağaçlandırma ve Doğal Varlıkları Koruma Vakfı
<b>TOG</b>	: Toplum Gönüllüleri Vakfı

## BİRİNCİ BÖLÜM GİRİŞ

### 1.1. GİRİŞ

Yeniliği teşvik eden, ülke refahını ve istihdamını artıran (Caballero vd., 2013: 2) girişimcilik ile ilgili yapılan çalışmalarda girişimcilerin hangi kişilik özelliklerine sahip olduğu yönünde çalışmalar önem kazanmaya başlamıştır (Douglas ve Shepherd 1999: 233). Bireylerin girişimci olup olmayacağına karar verdikleri iş seçim sürecinde kişiliğin vazgeçilmez bir rol oynadığı varsayılmaktadır (Mei vd., 2017: 4). Literatürde yer alan çalışmalar incelendiğinde girişimcilerin diğer bireylerden farklı kişilik özelliklerine sahip olduğu ortaya konulmuştur (Gartner ve Barendsen 1985: 696). Bu nedenle girişimcilik ile ilgili araştırmalarda girişimcilerin kişilik özelliklerinin incelenmesi önem kazanmıştır.

Kişilik özellikleri, girişimci kişilik özellikleri ile özdeşleşen yenilikçilik, fırsatçılık gibi özellikleri açıklamada kullanılmakta ve bu özellikler girişimcinin başarısında (Leutner vd., 2014: 62) önemli bir rol oynamaktadır. Girişimcilerin başarısını etkileyen kişilik özellikleri, hangi kişilik özelliklerine sahip bireylerin girişimciliğe daha yatkın oldukları, girişimciliğe ne tip bireylerin yönlendirilmesi gerektiği, girişimcilik eğitimlerinin içerikleri, girişimcilere sağlanacak destek programlarına seçilecek bireylerin özellikleri gibi konular günümüzde girişimciliğin kişilikle olan ilişkisinin önemini ortaya koymaktadır (İrengün ve Arıkboğa, 2015: 1187).

Ekonominin büyüme motoru olan girişimcilik türlerinden biri olan sosyal girişimcilik, sosyal vizyon anlayışı ile uzun vadeli ve sürdürülebilir bir şekilde sosyal sorunlara çözüm bulmayı amaçlayan bir girişimcilik türü olarak ortaya çıkmıştır. Günümüzde giderek bir çalışma alanı haline gelen sosyal girişimcilik faaliyetlerin öneminin artması ile birlikte sosyal girişimcilerin hangi kişilik ve girişimci kişilik özelliklerine sahip olduğunun belirlenmesi yönünde çalışmalar yapılmaya

başlanmıştır. Yapılan çalışmalarda sosyal girişimcilerin diğer bireylerden farklı kişilik özelliklerine sahip olduğu görülmüştür. Bu nedenle sosyal girişimcilik faaliyetlerinde başarının sağlanabilmesi için sosyal girişimcilerin hangi kişilik ve girişimci kişilik özelliklerine sahip olduğunun belirlenmesi gerekmektedir. Sosyal girişimcilerin, kişilik ve girişimci kişilik özelliklerinin tespit edilmesi ile geleceğin sosyal girişimcilerinin yetiştirilmesi ve sosyal girişimcilik faaliyetlerinin geliştirilmesi sağlanabilecektir. Özellikle üniversite öğrencileri, geleceğin potansiyel sosyal girişimci adayları olarak görülmektedir. Çünkü üniversite öğrencilerinin, sosyal girişimcilik teorilerine ve yükseköğrenim kurumlarındaki uygulamalara katılması ile sosyal girişimciliğe bakış açısı değişebilmekte ve öğrencilerin örgün eğitimin ardından sosyal girişimciliği kariyer tercihi olarak seçmelerine (Chengalvala ve Rentala, 2017: 406) yardımcı olabilmektedir.

Bu çalışma ile girişimcilik başarısında etkili olan kişilik özellikleri, hangi kişilik özelliğine sahip olan bireylerin sosyal girişimciliğe eğilimli olduğu, girişimci kişilik özelliklerinin sosyal girişimcilik yönelimi üzerindeki etkisi ortaya konulmaya çalışılmıştır. Kişiliğin ve girişimci kişilik özelliklerinin, bir girişimcilik türü olan sosyal girişimcilik yönelimiyle ilişkisini hem literatür hem de araştırma sonuçlarıyla sistematik olarak incelemeyi amaçlayan bu çalışma ile TR63 (Hatay, Kahramanmaraş ve Osmaniye) bölgesinde yer alan Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi ve Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi'ndeki İİBF'nin İşletme ve İktisat Bölümlerindeki öğrencilerinden anket yöntemi kullanılarak veri toplanmıştır.

## 1.2. ÇALIŞMANIN ÖNEMİ

Ekonomik büyüme, istihdamı sağlama, ürün ve hizmetlerin inovasyonu gibi faaliyetlerin başarılı bir şekilde gerçekleştirilebilmeleri girişimcilerin işletme kurma konusundaki yetenek, beceri ve çabalarına bağlıdır. Özellikle yüksek teknolojinin kullanıldığı alanlarda, yüksek yaratıcılık isteyen işlerde bireyin yeteneği ve çabası önemli hale gelmektedir (Brandstätter, 2011: 222). Bu nedenle bireyin girişimci kişiliği, iş kurma sürecinde önemli bir unsur olarak görülmektedir. Riske karşı tolerans, bağımsızlık, yenilikçilik gibi girişimci kişilik özellikleri literatürde çok geniş yer (Fairlie ve Holleran, 2012: 367; Parlak, 2013: 57; Boz vd., 2016: 2) tutan girişimci kişilik özelliklerinden bazılarıdır.



Girişimcinin başarı şansı farklı birçok demografik (yaş, medeni durum, cinsiyet, gelir düzeyi ve eğitim), sosyal (kültür ve toplum, aile ve dinsel değerler) ve çevresel faktörlere bağlı olsa bile girişimcinin gerçek başarısı taşıdığı kişilik özelliklerine bağlı olmaktadır. Yapılan çalışmalarda, girişimcilerin yeni fırsatların ortaya çıkması sırasında hızlı bir şekilde hareket edebilme yeteneğine sahip oldukları ve girişimcilerin sahip oldukları kişilikleri ile yapmış oldukları faaliyetleri arasında bir ilişki olduğu (Develi vd., 2011: 117; Thomas ve Theresa, 2005: 468) sonucuna ulaşılmıştır. Bu nedenle, girişimcilik faaliyetlerinin artırılması için bireylerin yönlendirilmesi gerekmektedir. Fakat toplumdaki herkes girişimcilik yeteneklerine sahip olmayabilmekte, bu yüzden girişimci olabilmek için girişimci kişilik özelliklerine sahip (Yüksel vd., 2015: 145) olmak gerekmektedir. Kişilik özellikleri, bir işe başlamayı ya da bir iş kurmayı başta olmak üzere girişimciliğin birçok yönünde belirleyici bir unsur olmaktadır (Pillis ve Reardon, 2007: 363). Girişimcilik faaliyetlerinin de (fırsatların, yeniliklerin ve değer yaratımının tanınması ve kullanılması) bireylerin kişiliğinin bir işlevi olduğu göz önünde bulundurulduğunda kişilik, girişimcilik faaliyetinde ve başarıda önemli bir unsur olarak görülmektedir (Ahmetoğlu vd.,2011: 1029).

Sosyal vizyon anlayışı ile sosyal sorunlara girişimci bir yaklaşımla çözüm bulmayı amaçlayan sosyal girişimcilik anlayışı günümüzde giderek önem kazanan alanlardan biri olmaya başlamıştır. Ayrıca Sivil Toplum Kuruluşları, Kurumsal Sosyal Sorumluluk faaliyetler vb. alanlardaki gelişmelerin sosyal girişimcilik üzerinde olumlu etkilerinin olması ile birlikte sosyal girişimcilik kavramı önem kazanmaya başlamıştır. Başarılı sosyal girişimcilerin hangi kişilik ve girişimci kişilik özelliklere sahip olduğunun belirlenmesi amacıyla yapılan bu çalışmada üniversite öğrencileri ana kütle olarak seçilmiştir. Üniversite öğrencilerinin ana kütle olarak seçilmesinin nedeni üniversitelerin girişimcilik eğitime öncelik vermesi, girişimcilik kültürü oluşturması, potansiyel girişimcileri teşvik etmesi ve öğrencilerin başarılı girişimci olmalarına öncülük etmelerinden dolayıdır (Eser ve Özdemirci, 2016: 71). Ayrıca, üniversiteler hem kamu sektöründe hem de özel şirketlerde çalışabilecek elemanları yetiştirmek, insanların kişisel ve sosyal ihtiyaçları ve istekleri arasında bir denge kurmasına yardım etmek, yaşam boyu öğrenmeye ve istihdam edilebilirliğe katkıda bulunmak, sosyal sorumlulukla ilgili girişimlerin hayata geçirilmesini sağlamak ve sürdürülebilirlik kavramını müfredatlarına entegre ederek çevre sorunlarının giderilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Üniversitenin rolündeki tüm bu çağdaş

değişimler, sosyal refahlara katkılarıyla üniversitelerin, artan bir sosyal sorumluluğa sahip olduğunu vurgulamaktadır (Dıma vd., 2014: 23).

Sosyal girişimciler çevrelerine karşı daha duyarlı olmalarından dolayı sorunları diğer insanlardan önce fark etmekte, bu sorunun çözümünde yer almak istemektedir. Bu doğrultuda sosyal girişimcilerin sosyal sorumluluk algılarının diğer bireylere göre daha yüksek olduğu görülmektedir (Kümbül-Güler, 2008: 205). Geleceği şekillendirecek olan üniversite öğrencilerinin sosyal girişimciliğe yaklaşımları ve bu alanda yapmış oldukları faaliyetler toplumun ve çevrenin sürdürülebilirliğini sağlama yönünde ayrı bir öneme sahiptir (Bursalı ve Aksel, 2016: 85). Bu nedenle, bu çalışmada üniversite öğrencilerinin sosyal girişimcilik yönelimleri kişilik ve girişimci kişilik özellikleri açısından ele alınmıştır.

### 1.3. ÇALIŞMANIN AMACI

Ekonomik gelişmenin sağlanabilmesi için sosyal sorunların çözülmesi gerekmektedir. Sosyal sorunlara çözüm bulunduğu ekonomik gelişme de artmaya başlayacaktır. Bu nedenle sosyal girişimcilerin bir ülkenin sosyal, ekonomik, kültürel ve çevresel zenginliğine yaptıkları katkı giderek daha fazla kabul görmeye başlamıştır. Böylece sosyal girişimcilik, karşılanmamış sosyo-ekonomik ihtiyaçların üstesinden gelmenin yenilikçi bir yolu olarak (Shaw ve Carter, 2007: 418; Koçak ve Kavi, 2014: 28) ortaya çıkmıştır.

Bu çalışma ile öğrencilerin kişilik özellikleri, girişimci kişilik özellikleri ve sosyal girişimcilik eğilimleri belirlenerek, kişilik ile girişimci kişilik özelliklerinin sosyal girişimcilik yönelimi üzerindeki etkisi araştırılmaktadır. Ayrıca öğrencilerin sosyal girişimcilik, sosyal sorumluluk vb. (sosyal girişimcilik, toplumsal duyarlılık gibi) alanlarda projelere katılıp katılmadığı öğrenilmek istenmektedir. Sosyal girişimcilik üzerinde hangi değişkenlerin ne kadar etkili olduğu da ortaya konularak sosyal girişimcilik ile kişilik ve girişimci kişilik özelliklerine dikkat çekilerek aralarındaki ilişki belirlenmeye çalışılmakta ve son olarak kişilik özellikleri, girişimci kişilik özellikleri ve sosyal girişimcilik yöneliminin sosyodemografik değişkenlere göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği araştırılmaktadır.

#### 1.4. ÇALIŞMANIN YÖNTEMİ

Bu çalışmada, teorik ve araştırma sonuçları yer almaktadır. Teorik bölümde kişilik özelliği ve girişimci kişilik özelliğinin sosyal girişimcilik yönelimi üzerindeki etkisi araştırılmıştır.

Teorideki literatürden faydalanılarak çalışmada kullanılan anket formu hazırlanmıştır. Bu anket formunda kişilik ve girişimci kişilik özelliklerinin sosyal girişimcilik yönelimi üzerindeki etkisi araştırılmıştır.

TR63 bölgesinde (Hatay, Kahramanmaraş ve Osmaniye) yer alan üç devlet üniversitesindeki İİBF'nin İşletme ve İktisat Bölümlerinde öğrenim gören 2., 3. ve 4. sınıf öğrencilerine 1200 adet anket uygulanmıştır. Ancak 133 anket eksik ve hatalı doldurulduğundan dolayı bu anketler çalışmaya eklenmemiştir. SPSS 22 programı ile çalışmadaki veriler analiz edilmiştir.

#### 1.5. ÇALIŞMANIN PLANI

Yapılan bu çalışma beş bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın ilk bölümünde araştırmanın amacı, yöntemi, önemi ve planına yer verilmiştir.

Çalışmanın ikinci bölümünde, kişilik, kişilik özellikleri, kişiliği oluşturan faktörler, kişilik teorileri, kişilik özellikleri ve sosyal girişimcilik ilişkisi, girişimcilik kavramı, girişimcilik türleri, girişimcilik yaklaşımları, girişimci kişilik özellikleri, girişimci kişilik özellikleri ve sosyal girişimcilik ilişkisi, sosyal girişimcilik kavramı, sosyal ve ticari girişimciliğin karşılaştırılması, sosyal girişimciliğin alt boyutları, sosyal girişimciliğin gelişimini hazırlayan ortam, sosyal girişimcinin özellikleri, sosyal girişimcilik örnekleri ve sosyal girişimcilik eğitimi ile ilgili literatürde yapılan çalışmalara yer verilmiştir.

Çalışmanın üçüncü bölümünde, seçilen ana kütle ve örneklem, kullanılan ölçekler, çalışmanın modeli, hipotezi ve kullanılacak analizlere yer verilmiştir.

Çalışmanın dördüncü bölümünde, kişilik özelliği ile girişimci kişilik özelliğinin sosyal girişimcilik yönelimi üzerindeki etkisini araştırmak amacıyla TR63 bölgesinde (Hatay, Kahramanmaraş ve Osmaniye) yer alan İİBF'nin İşletme ve İktisat Bölümlerinde öğrenim gören 2., 3. ve 4. sınıf öğrencilerinden anket yöntemi ile alınan bilgiler tablolar yardımıyla analiz edilmiştir.

Sonuç bölümü olan beşinci bölümde, yapılan analiz sonuçları çerçevesinde kişilik ve girişimci kişilik özelliklerinin sosyal girişimcilik yönelimi üzerindeki etkisine ek olarak kişilik, girişimci kişilik özelliği ve sosyal girişimcilik yöneliminin

sosyodemografik değişkenlere göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için ek analizlere yer verilmiştir.



## İKİNCİ BÖLÜM LİTERATÜR TARAMASI

### 2.1. KONU İLE İLGİLİ ÇALIŞMALAR

Tez çalışması ile ilgili literatürde yer alan bazı çalışmalar, çalışmalarda kullanılan örneklemeler, ölçekler ve analiz sonuçları yer almaktadır.

*Nga ve Shamuganathan (2010)*; kişilik özellikleri ve demografik özelliklerin sosyal girişimciliğinin alt boyutları (sosyal vizyon, finansal getiri, inovasyon sürdürülebilirlik ve sosyal ağlar) üzerindeki etkisini araştırmıştır. Çalışma, Malezya'da yer alan bir üniversitede, 181 lisans öğrencisine anket tekniği kullanılarak yapılmıştır. Bu çalışma kişilik özellikleri ve sosyal girişimcilik üzerine yapılan ilk çalışmadır. Çalışmada yazar tarafından geliştirilen sosyal girişimcilik ölçeği ile Schmit vd. (2000)'nin kişilik ölçeğinden faydalanılmıştır. Araştırma sonucunda, dışadönüklük ile sosyal vizyon ve finansal getiri; uyumluluk ile sosyal vizyon ve finansal getiri; sorumluluk ile sürdürülebilirlik, finansal getiri ve duygusal denge ile sosyal ağlar arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

*Prieto (2010)*; tarafından yapılan çalışmanın iki temel amacı bulunmaktadır. Birincisi; Afrika kökenli Amerikalı ve İspanyol öğrenciler arasında proaktif kişilik ve sosyal girişimcilik niyetleri arasında bir ilişki olup olmadığını belirlemek; ikincisi umudun, proaktif kişilik ve sosyal girişimcilik niyeti arasındaki ilişkiyi yönlendirip yönlendirmediğini tespit etmektir. Çalışmada anket tekniği ile 176 öğrenciden veri toplanmıştır. Yapılan analiz sonucunda, proaktif kişilik özelliklerinin öğrencilerin sosyal girişimci olma niyetini etkilediği görülmüştür. Ayrıca bulgular, umudun proaktif kişilik ve sosyal girişimcilik niyetleri arasındaki ilişkiyi ılımlaştırmadığını göstermiştir. Prieto'ya (2010) göre umut değişkeninin ılımlaştırıcı etkisinin olmamasının nedeni bazı öğrencilerin, sosyal girişimciliğe başlamak için gerekli olan bilgi, beceri ve yeteneklere sahip olmamasından kaynaklanmaktadır.

*Kırılmaz (2012)*; tarafından yapılan çalışmada amaç girişimcilik (risk alma, başarıya ihtiyacı, belirsizliğe tolerans ve yenilikçilik) ve dönüştürücü liderlik

özelliklerinin sosyal girişimciliğin alt boyutlarına (sosyal misyon, fırsatları görme, kaynak yaratma, sosyal değer yaratma ve sürdürülebilirliği sağlama) etkilerini araştırmak ve aralarındaki ilişkiyi incelemektir. Çalışmanın ana kütesini Sivil Toplum Kuruluşlarının (STK) başkanları oluşturmaktadır. Çalışmada 223 anket elde edilmiş ve yapılan analiz sonucunda; STK başkanlarının dönüşümcü liderlik, sosyal girişimcilik algılarının, yenilikçilik ve başarı ihtiyacının yüksek düzeyde, ancak belirsizliğe tolerans ve risk alma algılarının orta düzeyde olduğu görülmüştür. Ayrıca dönüşümcü liderlik ve girişimcilik özellikleri ile sosyal girişimcilik arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

**Reyhanoğlu ve Akın (2012);** ticari ve sosyal girişimcilik arasındaki farklılıkları tespit etmek için Hatay Ticaret, Sanayi ve Deniz Odalarına kayıtlı işletme sahipleri ile bir çalışma yapmıştır. Çalışmada 112 işletme sahibinden anket yöntemi kullanılarak veri toplanmıştır. Yapılan analiz sonucunda sosyal ve ticari girişimcilik özellikleri arasındaki temel farklılığın kara bakış açısından kaynaklı olduğu görülmüştür.

**Salamzadeh, Azimi ve Kirby (2013);** tarafından yapılan araştırmanın amacı Tahran Üniversitesindeki lisansüstü öğrenciler arasındaki farkındalık, niyet / destek ve bağlamsal unsurları incelemektir. Buna ek olarak, eğitim sisteminin ve çevrenin öğrencilerin sosyal girişimcilik faaliyetlerini yürütmek için daha cazip hale getirilmesi için nasıl uyarlanması gerektiğini araştırmaktır. Çalışmanın ana kütesini Tahran Üniversitesindeki Girişimcilik, İşletme ve Mühendislik Fakültelerinin lisansüstü öğrencileri oluşturmaktadır. Bu fakülteler, girişimciliğin (tamamen ilgili bir alan olarak), yönetim (kısmen ilgili alan olarak) ve mühendislik (çok ilgili olmayan bir alan olarak) olarak belirlenmiştir. Çalışmada 316 öğrenciden anket yöntemi kullanılarak veri toplanmıştır. Bu çalışmada, Planlanmış Davranış Teorisi, Tahran Üniversitesinin üç fakültesinde lisansüstü öğrencilerin sosyal girişimci davranışlarına yol açabilecek bağlamsal unsurları araştırmak için teorik bir çerçeve olarak kullanmışlardır. Bu teori, insan eylemleri ve davranışlarının incelenmesi için en etkili çerçevelerden biri olarak ortaya çıkmıştır. Bu teoriye dayanarak bir kişi, bir fikir oluşturmak için yeterli bilgiye, olumlu bir düşünceye, niyete ve yeterli destek/cesarete sahip olduğu inancına sahipse bir işi yönetebilecektir. Yapılan analiz sonucunda sosyal girişimciliğe başlayamama nedenleri sırasıyla şunlardır: Finans ve deneyim eksikliği, güven eksikliği ve piyasadaki belirsizliktir. Ayrıca bir girişimcilik faaliyetine başlamak için en çok

ihtiyaç duyulan desteklerin sırasıyla fon sağlama (%36,3), demirbaş (%15,6) ve eğitim (%14,3) olduğu görülmüştür.

**Caballero, Fuchs ve Priale (2013):** Caballero, Fuchs ve Priale'e (2013) göre; devletin toplumsal sorunlarına çözümler sağlama konusunda verimsiz kaldığı Peru gibi ülkelerde, etik olarak hareket eden ve sürdürülebilir kalkınma modelinin yaratılmasına ve sürdürülmesine katkıda bulunan sorumlu liderlere duyulan ihtiyaç artmaktadır. Sosyal girişimciler bu profiline uyan liderler olarak düşünülmekte ve bu nedenle ortaya çıkmaları teşvik edilmektedir. Peru'da, sosyal girişimlerin ve girişimcilerin varlığına rağmen, bilgi eksikliği bulunmaktadır. Sosyal girişimcilerin, girişimcilik sürecini yürüten bireyler olduğu düşünülürse bu bilgi eksikliği, sosyal girişimciliğin yeterince teşvik edilmesine engel olmaktadır. Bu çalışma, bu eksiklikleri gidermek ve sosyal girişimciliği teşvik eden kuruluşlara yardımcı olmak için temel bilgiler sağlamayı amaçlamaktadır. Bir diğer amaç da sosyal girişimcilik sürecinde Beş Büyük olarak bilinen kişilik özelliklerinin rolünün daha iyi anlaşılmasını sağlamaktır. Çalışmada Peru'da faaliyet gösteren 70 sosyal girişimciden e-posta yoluyla veri toplanmış ve Nga ve Shamuganathan'ın (2010) sosyal girişimcilerin özelliklerini düzenlediği beş boyutlu (sosyal vizyon, sürdürülebilirlik, yenilik, sosyal ağlar ve finansal getiriler) ölçek kullanılmıştır. Yapılan regresyon analizi sonucunda; sorumluluk, deneyime açıklık, duygusal denge, dışadönüklük ve uyumluluk düzeyinin sosyal girişimcilik boyutlarıyla ve bir sosyal girişimin başlatılmasıyla ilişkili olduğu görülmüştür. Ayrıca, kişilik özelliklerinin sosyal girişimciliğin en az bir boyutuyla ilişkili olduğu ve kişilik özelliklerinin daha çok sosyal girişimciliğin sosyal vizyon boyutu ile ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

**Smith, Bell ve Watts (2014);** tarafından yapılan çalışmanın amacı, sosyal ve ticari girişimciler arasındaki kişilik özelliklerinin farklılıklarını tanımlamaktır. Hem endüstride hem de akademik alanda girişimcilik potansiyelini test etmek için Durham Business Okulunda GET (Genel Kurumsal Eğilimler) testi kullanılmıştır. GET testinin alt boyutları şunlardır: başarıya ihtiyacı, özerklik / bağımsızlık ihtiyacı, yaratıcı / yenilikçi eğilimler, hesaplanmış risk alma ve kararlılıktır. Çalışmada 74 ticari girişimci ve 75 sosyal girişimciden anket yöntemi ile veri toplanmıştır. Yapılan analiz sonucunda, sosyal girişimcilerin ticari girişimcilere göre yaratıcılık, risk alma ve özerklik davranışı algılarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

**Ismail, Osman ve Zain (2014);** tarafından yapılan çalışmada kişilik özellikleri ile sosyal girişimcilik değer yaratımı arasındaki ilişki araştırılmıştır.

Çalışmada beş faktör kişilik özellikleri bağımsız değişken olarak sosyal girişimcilik değer yaratımı bağımlı (sürdürülebilirlik ve finansal getiri) değişken olarak ele alınmıştır. Bu çalışmanın ana kütlesini Malezya'daki İşletme Bölümü son sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. Çalışmada 150 öğrenciden veri toplanmıştır. Analiz sonucunda kişilik özelliklerinin sosyal girişimcilik değer yaratımı üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu görülmüştür.

*Akar ve Aydın (2015)*; kişilik özelliklerinin sosyal girişimcilik yönelimi üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan bu çalışmada 403 öğrenciden anket tekniği ile veri toplanmıştır. Yapılan analizler sonucunda deneyime açıklık, uzlaşmacı, dışadönük ve özdenetimli kişilik özellikleri ile sosyal girişimcilik düzeyi arasında pozitif yönlü bir ilişki bulunmuşken; nevrozizm ile sosyal girişimcilik düzeyi arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Ayrıca deneyime açıklık ve dışadönüklük kişilik özelliklerinin sosyal girişimcilik düzeyini %37 oranında etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

*Chipeta (2015)*; tarafından yapılan çalışmanın temel amacı, Gauteng ilindeki üniversite öğrencileri arasındaki sosyal girişimcilik niyetlerini belirlemektir. Veri toplamak için nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Gauteng'deki seçilmiş üniversitelerden lisans ve yüksek lisans öğrencileri arasından 294 kişiden anket yöntemi ile veri toplanmıştır. Chipeta'ya (2015) göre sosyal girişimcilik niyetlerini etkileyen altı faktör şunlardır: Sosyal girişimcilik niyeti, girişimciliğe karşı tutum, proaktif kişilik, girişimcilik eğitimi/üniversite ortamına yönelik tutum, algılanan davranışsal kontrol ve risk alma eğilimidir. Yapılan analiz sonucunda faktörler arasında pozitif ilişki bulunmuştur. Bulgulara dayanarak, sosyal girişimcilik hedeflerinin, girişimciliğe karşı tutum, proaktif kişilik, girişimcilik eğitimi/üniversite ortamı, algılanan davranışsal kontrol ve risk alma eğilimine yönelik tutumun, Gauteng'deki üniversite öğrencileri arasındaki sosyal girişimcilik niyetini etkileyen faktörler olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

*Arroyo, Diaz ve Agarwal (2016)*; tarafından yapılan çalışmanın üç amacı bulunmaktadır. Birincisi; sürdürülebilir ve sosyal değerlerin sosyal inovasyon öncülleri olarak rolünü değerlendirmek ve finansal getiri konusundaki çıkarları dikkate almak; ikincisi, sosyal inovasyon yöneliminin sosyal girişimcilik tutumunun bir öncüsü olarak rolünü incelemek; üçüncüsü tutum, öznel normlar ve girişimcilik öz-yeterliliğinin Meksika'da yaşayan insanlar arasında sosyal girişimcilik niyetine etkisini araştırmaktır. Çalışmada, sosyal girişimciliğe başlama niyeti olan düşük gelirli



Meksika bireyleri arasından 745 anket toplanmıştır. Hipotez modelini test etmek için yapısal eşitlik modeli kullanılmıştır. Yapılan analiz sonucunda; sosyal değerlerin sosyal inovasyon yönelimi üzerinde olumlu etkisinin olduğu; finansal çıkarların sosyal inovasyon yönelimi, sosyal girişimciliğe yönelik tutum, girişimci öz-yeterlilik ve öznel normların, sosyal girişimci niyetinin olumlu belirleyicileri olduğu görülmüştür.

**Sutha ve Sankar (2016);** Chennai'deki üniversite öğrencileri arasındaki girişimcilik ve sosyal girişimcilik düzeyinin belirlenmesi amacıyla yapmış oldukları çalışmada 218 öğrenciden anket yöntemi ile veri toplanmıştır. Yapılan analiz sonucunda, öğrencilerin girişimcilik niyetlerinin sosyal girişimcilik niyetlerine göre daha yüksek düzeyde olduğu ve öğrencilerin gelecekte bir sosyal girişimci olmak istedikleri sonucuna ulaşılmıştır.

**Bursalı ve Aksel (2016);** Pamukkale Üniversitesi'nde faaliyet gösteren öğrenci topluluklarının yürüttükleri projelerden örnekler sunarak öğrencilerin sorunlara yaklaşımını ortaya koymak ve sosyal girişimcilik faaliyetlerini değerlendirmek amacıyla bu çalışmayı yapmışlardır. 2015 yılında Pamukkale Üniversitesinde 102 öğrenci topluluğu yer almaktadır. Bu topluluklardan bazıları doğrudan belirli alanlara yönelik iken (örneğin hayvanları ve doğayı koruma, dans ve arkeoloji topluluğu gibi); bazıları ise genel bir isim altında farklı alanlara yönelik olarak (örneğin, yeni ufuk, işletme, genç vizyon topluluğu gibi) oluşturulan topluluklardır. Çalışmada belge inceleme yöntemi kullanılmıştır. Pamukkale Üniversitesi'nin Sağlık Kültür Spor Daire Başkanlığı'nda ilgili birim ile görüşülmüş, öğrenci topluluklarının son altı yıl içinde yaptıkları etkinlikler ve yürüttükleri proje dosyaları incelenmiş ve topluluklar tarafından hayata geçirilmiş 12 örnek proje seçilmiştir. Bu amaç doğrultusunda, gençler tarafından yürütülen faaliyetler incelendiğinde, gençlerin sorunları ele alış biçimleri, toplumsal sorunlara yaklaşımları ve bu yönde geliştirmiş oldukları çözümler değerlendirilmiştir. Son olarak gençlerin sorunlara çözüm noktasında ortaya koydukları kararlı tutumlarının sürdürülebilirlik ve sosyal değer oluşturma bakımından büyük önem taşıdığı sonucuna ulaşılmıştır.

**Tiwari, Bhat ve Tikoria (2017);** tarafından yapılan çalışma lisans öğrencilerinin sosyal girişimcilik niyetini etkileyen faktörleri öğrenmek ve duygusal zekâ, yaratıcılık ve ahlaki zorunluluğun sosyal girişimcilik niyeti üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla yapılmıştır. Çalışmada 390 öğrenciden veri toplanmıştır. Yapılan analiz sonucunda; duygusal zekâ, yaratıcılık ve ahlaki zorunluluğun sosyal girişimcilik üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir.

**Chengalvala ve Rentala (2017);** üniversite öğrencileri arasında sosyal girişimcilik niyetini belirlemek amacıyla yaptıkları çalışmada, Hindistan'da yer alan 150 son sınıf üniversite öğrencisinden anket tekniği kullanılarak veri toplanmıştır. Çalışmada, sosyal girişimcilik niyetini belirleyen faktörleri tespit etmek için sosyal girişimcilik niyetiyle ilgili bir literatür çalışması yapılmıştır. Sosyal girişimcilik niyetlerini etkileyen beş faktör belirlenmiştir. Bunlar: Sosyal girişimcilik ilgisi, girişimci tutum, proaktif kişilik, girişimcilik eğitimi ve algılanan davranışsal kontroldür. Yapılan analiz sonucunda; sosyal girişimcilik niyeti, proaktif kişilik, girişimci tutum, algılanan davranışsal kontrol ve girişimcilik eğitimi ile ılımlı bir ilişki gösterdiği tespit edilmiştir. Son olarak sosyal girişimciliğe başlama korkusu (risk alma), maddi ve manevi destek eksikliği ve sosyal girişimcilik hakkında bilgi eksikliğinin öğrencilerin sosyal girişimcilik niyetini kısıtlayan faktörler olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

**Dacul (2017);** Büyük Beş Kişilik özelliklerinin sosyal girişimciliğin alt boyutları üzerindeki etkisini araştırmıştır. Çalışmada Filipin'de yer alan son sınıf 80 öğrenciden anket tekniği ile veri toplanmıştır. Yapılan analiz sonucunda; dışadönüklük, uyumluluk, deneyime açıklık ve nevroitiklik gibi kişilik özelliklerinin öğrencilerin sosyal girişimci olma niyetlerini belirleyen sosyal girişimcilik boyutları üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu görülmüştür.

**Ip, Wu, Liu ve Liang (2017);** tarafından yapılan çalışmada kişilik özelliklerinin ve sosyal sermayenin sosyal girişimcilik niyetlerini etkileyip etkilemediği incelenmiştir. Çalışmada 331 Hong Kong öğrencisi örneklem olarak alınmıştır. Yapılan analiz sonucunda; deneyime açıklığın sosyal girişimcilik niyetini olumsuz yönde etkilediği, özgünlüğün ise sosyal girişimcilik niyetini olumlu yönde etkilediği görülmüştür. Ayrıca, sosyal sermaye ve sosyal girişimcilik niyeti arasında doğrudan bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir.

**Işık ve Aydın (2017);** tarafından yapılan bu çalışmanın amacı özgecilik, dürüstlük, sosyal sorumluluk ve empati değerlerin (kişisel değerler) sosyal girişimcilik üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olup olmadığını öğrenmek ve yenilikçiliğin aracı rolünü açıklamaktır. Araştırmanın ana kütlesini turizm alanında öğrenim gören öğrenciler oluşturmaktadır. Bu amaçla 242 öğrenciden anket tekniği kullanılarak veri toplanmıştır. Yapılan analiz sonucunda; özgecilik, dürüstlük, sosyal sorumluluk ve empati değerlerin sosyal girişimcilik eğilimini anlamlı ve pozitif yönde etkilediği görülmüştür. Ayrıca yenilikçiliğin sosyal girişimcilik eğilimini pozitif yönde etkilediği

sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuçlar kişisel değerlere (özgeçilik, dürüstlük, sosyal sorumluluk ve empati) sahip olan öğrencilerin sosyal girişimciliğe teşvik edilmesi gerektiğini göstermektedir.

**Boulven, Abdullah, Bahari, Ramri, Hussin, Jamaluddin ve Ahmad (2018);** tarafından yapılan çalışmada amaç, Malezya'daki başarılı Müslüman sosyal girişimciler arasında İslami sosyal girişimciliğin uygulamasını incelemek, toplumsal misyon ve vizyona dayanan girişimcilik faaliyetlerinden elde edilen kazanımlar yoluyla topluma fayda sağlamak ve Malezya'da başarılı bir Müslüman sosyal girişimciye dayanan bir İslami Sosyal Girişimcilik Modeli geliştirmektir. Araştırmada kullanılan araştırma yöntemleri literatür taraması, içerik analizi ve 14 sosyal girişimci (dokuz başarılı Müslüman ve din eğitimi alan akademik geçmişi olan beş uzman) ile yapılan görüşmelerden oluşmaktadır. Yapılan araştırma sonucunda; İslami sosyal girişimcilik modelinin, özellikle genç girişimciler olmak üzere başarılı Müslüman sosyal girişimcilere yol gösterici olabileceği ve katkı sağlayacağı sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca İslami bir Sosyal Girişimcilik Modeli geliştirilerek, bu modelin Malezya'da İslami Sosyal Girişimciliğin uygulamasına yardımcı olacağı ve aynı zamanda yeni sosyal girişimcilerin ortaya çıkması için bir rehber olacağı sonucuna ulaşılmıştır.

**Akar ve Doğan (2018);** öğretmen adaylarının kişisel değerlerinin sosyal girişimcilik özelliklerini ne ölçüde etkilediğini incelemek amacıyla yaptıkları çalışmada, Kilis 7 Aralık Üniversitesi'nde öğrenim gören 393 öğretmen adayından elde ettikleri veriler üzerinde istatistiksel analizler yapmışlardır. Yapılan analiz sonucunda, öğretmen adaylarının sosyal girişimciliğe yönelik algılarının öz-denetim ve entelektüel değerler için orta düzeyde; dindarlık, sosyal beceri ve dürüstlük değerleri için ortalama puanların olduğu görülmüştür. Öğretmen adaylarının dindarlığı, sosyal beceri, dürüstlük ve öz-denetim değerleri ile sosyal girişimcilik düzeyleri arasında pozitif bir ilişki olduğu, sosyal girişimcilik ile entelektüelizm arasında düşük düzeyde pozitif bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca dindarlık, sosyal beceri, dürüstlük, öz denetim ve entelektüel değerlerin, öğretmen adaylarının sosyal girişimcilik yönelimlerini anlamlı olarak tahmin ettiği görülmüştür.

**Eratlı Şirin, Bilir ve Öz (2018);** tarafından yapılan çalışmada öğrencilerinin sosyal girişimcilik eğilimleri ve sosyal girişimciliğin alt boyutlarının demografik özelliklere göre bir farklılık gösterip göstermediği tespit edilmeye çalışılmıştır. Yapılan analiz sonucunda öğrencilerin sosyal girişimcilik eğilimlerinin olumlu

düzyeyde olduğu ve sosyal girişimciliğin alt boyutları ile cinsiyet ve ailenin eğitim düzeyi arasında anlamlı bir farklılık olduğu görölmüştür.

*Nga, Prialé, Darmohraj, Moschetti, Fuchs ve Sáenz (2018);* tarafından yapılan çalışmada amaç, büyük beş kişilik özelliklerinin sosyal girişimcilik boyutlarına (sosyal vizyon, sürdürülebilirlik, sosyal ağ, yenilikçilik ve finansal getiriler) etkisini araştırmaktır. Çalışmada, 109 Arjantinli ve Perulu sosyal girişimlerden anket yöntemi ile veri toplanmıştır. Yapılan analiz sonucunda, kişilik özelliklerinden sorumluluğun sosyal vizyon, sürdürülebilirlik, sosyal ağlar, inovasyon üzerinde, kişilik özelliklerinin, sosyal girişimciliğin uygulanması üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu ve ticari girişimcilerin aksine, sosyal girişimcilerin yüksek düzeyde bir sosyal farkındalığa sahip olduğu ve sürdürülebilir iş modellerinin geliştirilmesine büyük önem verdikleri sonucuna ulaşılmıştır.

*Paksoy, Özbezek ve Gül (2019);* tarafından yapılan çalışmada kişilik özelliklerinin, sosyal sorumluluk bilinci ve sosyal girişimcilik özellikleri üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Çalışmada, Gaziantep Üniversitesi ve Kilis 7 Aralık Üniversitesi İİBF’deki 92 öğrenci örneklem olarak alınmıştır. Yapılan analiz sonucunda kişiliğin dışadönüklük, uyumluluk, sorumluluk, duygusal dengelilik ve gelişime açıklık alt boyutları ile sosyal sorumluluk bilincinin bireysel sorumluluk ve sosyal sorumluluk alt boyutlarının sosyal girişimciliğin alt boyutları üzerinde anlamlı etkilerinin olduğu tespit edilmiştir.

## **2.2.KİŞİLİK**

Araştırmanın bu bölümünde, kişilik kavramının tanımı, kişiliği hangi faktörlerin oluşturduğu ve kişilik teorilerine yer verilmiştir. Son olarak kişilik özellikleri ve sosyal girişimcilik yönelimi arasındaki ilişki teorik olarak ele alınmıştır.

### **2.2.1.Kişilik Kavramı**

Kişilik kavramının Latince’deki kişi “persona” kelimesinden geldiği varsayılmaktadır (Durna, 2005: 276). Buna göre, Roma tiyatrosundaki oyuncular sahnede temsil ettikleri kişilerin özelliklerini yansıtan maskeleri yüzlerine takarak oyunlarını oynamakta ve bu maske “persona” olarak adlandırılmaktadır (Soysal, 2008: 6).

Kişilik kavramı, yüzyıllar boyunca sosyal hayatın bir parçası olarak yer almasına karşın 1930’lu yıllarla birlikte kişilik psikolojisinin diğer bilim dallarından

ayrılarak ayrı bir alan olarak ortaya çıkmasıyla bilimsel gelişimine başlamıştır (Yelboğa, 2006: 198).

Literatürdeki çalışmalar incelendiğinde, bazı yazarlara göre kişiliğin gelişiminde genetik faktörler ve çocukluk döneminde yaşanan deneyimler etkili iken; bazı yazarlara göre ise çevresel ve toplumsal faktörler kişiliğin gelişmesinde etkili olmaktadır. Bu bakış açıları kişiliğin tek bir tanımının yapılmasını zorlaştırmıştır (Dal ve Eroğlu, 2015: 262). Bu nedenle farklı kişilik tanımları ortaya çıkmıştır. Buna göre kişilik; bireylerin davranışlarını etkileyen içsel ve dışsal özellikleri (Abdullah vd., 2016: 178), insanların doğuştan getirmiş oldukları biyolojik (kalıtsal) ve psikolojik özellikleri ile (Gökdeniz ve Merdan, 2011: 24) çocukluk döneminin ve bireyin karakteristiklerinin birleşiminden oluşan, ömür boyunca geliştirilen (Pizur vd., 2009: 158), insanları birbirinden farklı kılan (Çarıkçı vd.,2010: 42), insan davranışlarını etkileyen tutarlı özellikler (Sığırı ve Gürbüz , 2011: 31; Deniz, 2011: 99), belirli davranış biçimleri, bilişler ve duygular gösteren kararlı bireysel özellik veya özellikler (Moldasheva ve Monowar, 2014: 344; Abdullah vd., 2016: 178) olarak tanımlanmaktadır.

Kişilik özellikleri genellikle bir bireyin diğerlerinden farklı olduğu düşüncelerin, duyguların ve eylemlerin nispeten sabit kalıpları olarak da tanımlanabilmektedir (Kandler ve Bleidorn, 2017: 2). Bu doğrultuda bireyin duygularını, düşüncelerini ve davranışlarını etkileyen faktörlerin kişiye özel yansıması olan kişilik; içsel ve dışsal etkenlerin sürekli etkisi altındadır ve fiziksel, entelektüel, ruhsal, içgüdüler, duygular, arzular, alışkanlıklar, düşünme biçimi, algı ve dikkat gibi her türlü davranıştan oluşmaktadır (İrengün ve Arıkboğa, 2015: 1187).

Kişilik, insanların doğuştan edindikleri donanımları ile yaşamları boyunca edinmiş oldukları donanımları kapsayan bir özelliktir. Diğer bir deyişle kişilik; sosyal, kalıtsal, bilinç ya da bilinçdışı faktörlerin aracılığı ile sürekli gelişen dinamik bir yapı olarak ifade edilebilir (Akyıldız, 2006: 3). Bireyin kişisel çevresi ve davranış örüntülerini temsil eden (Barakat ve Othman, 2015: 156) kişilik, insanların çevresiyle kurmuş olduğu bir ilişki biçimidir.

Çevrenin ve kalıtsal özelliklerinin ortak bir ürünü olarak kabul edilen (Şentepe ve Güven, 2015: 28) kişilik; insanları diğer insanlardan ayırt eden ve kendine özgün davranışlar bütünü olarak (Keskin ve Yapıcı, 2008: 21) insanların bilinç ve bilinç dışı hafızalarını içermekte ve çevre koşullarının etkisi altında şekillenmektedir (Akyıldız, 2006: 3).

### **2.2.2.Kişiliği Oluşturan Faktörler**

Kişilik; bir bireyi diğerinden ayıran, düşünce, duygu ve davranış modeli, kişinin çevresel uyaranlara özgün tepkilerini oluşturan biyolojik temelli ve öğrenilmiş davranışların (Heinström, 2003: 4; Özdevecioğlu vd., 2013: 26; Kandler ve Bleidorn, 2017: 2) toplamı, doğuştan gelen ve sonradan kazanılan özellikler, sosyal ortam içerisinde sergilenen davranış, zihinsel ve bedensel özelliklerin toplamı, davranışları yönlendiren ve bireysel dengeyi oluşturan bir bütün (Abdioğlu vd., 2015: 86) olarak ifade edilmektedir. Kişilik, bireyin konuşmasını, davranış biçimini, duruşunu ve girilen ortama kadar her şeyini (Dilek ve Taşkiran, 2016: 404) etkilemekte ve bireylerdeki fiziksel ve zihinsel farklılıklar kişilerin tutum, davranış ve düşünceleri üzerinde etkili olmaktadır (Saritaş, 1997: 528).

#### **2.2.2.1.Biyolojik ve Genetik (Kalıtımsal) Faktörler**

Bireylerin biyolojik yapı ve özellikleri kişiliğin oluşmasında etkili olmaktadır. Kişilik ile ilgili yapılan çalışmalarda bireyin bedensel yapısı, yaşı, kadın ya da erkek olması ile kişiliği arasında ilişki olduğu, ancak bunların kişiliği etkileme derecesinin bireyden bireye değiştiği görülmüştür (Abdioğlu vd., 2015: 90). Ayrıca bireylerin dış görünüşünün de diğer insanlar üzerinde bir etkisinin olmasından dolayı bireylerin tutum ve davranışlarını da etkilediği (Kazaferoğlu, 2017: 10) sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre insanların kişilik özelliklerinin çoğu kalıtımsal özelliklerinden oluşmaktadır. Bu nedenle kalıtımsal özellikler kişiliğin oluşmasında önemli bir etken olarak görülmüştür. Bireyler ailelerinden aldıkları genler yoluyla anne ve babalarının pek çok özelliğini taşımakta ve bu genetik özellikler çevreyle etkileşim oluşturduktan sonra kişilik şekillenmeye başlamaktadır (Gülücü, 2017: 14).

#### **2.2.2.2.Ailesel Faktörler**

Bireyler, çevrelerinde önem verdikleri insanların duygu, düşünce ve davranışlarından etkilenmektedir. Bireyin en yakın çevresi ailesi olduğundan aile kişiliğin oluşumunda önemli (Tekin vd., 2012: 4615) bir etkiye sahiptir. Çünkü sosyo-kültürel değerlerin ilk öğrenilmeye başlanıldığı yer aile ortamıdır. Bu nedenle aile ortamı çocukların kişilik özelliklerinin oluşmasında ayrı bir öneme sahiptir (Abdioğlu vd., 2015: 90).

Çevresel ve toplumsal etmenlerin kişilik üzerindeki etkilerinin en yoğun olduğu aile ortamındaki (Yeşilyaprak, 1993: 3) ilişkiler, kişilerin beklentilerini,

duygularını ifade etme biçimlerini ve çatışmaları çözme yöntemleri gibi birçok kişilik özelliği üzerinde etkili olmaktadır (Yıldızoğlu, 2013; 49). Ayrıca ailenin çocukla olan ilişkisi, kardeşler arası ilişkiler, ailedeki çocuk sayısı vb. diğer psiko-sosyal faaliyetler ve kültürel ihtiyaçların karşılanma düzeyleri bireylerin kişiliğinin oluşumunu etkileyen aile içi faktörlerden bazılarıdır (Gülücü, 2017: 15).

### **2.2.2.3.Sosyal ve Kültürel Faktörler**

Kültür; bir dili, tarihi bir dönemi ve coğrafi konumu paylaşanlar arasında algılama, inanma, değerlendirme, iletişim kurma ve hareket etme standartlarını sağlayan ortak anlam sistemlerinden oluşmaktadır (Martinez ve Oishi, 2003: 542).

Kültürel faktörler bireyin kişiliği üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Örneğin, yemek yeme, giyinme vb. faaliyetlerde kişilik ve kültür arasındaki ilişki net bir şekilde ortaya çıkmaktadır ve farklı alt kültürler farklı kişilik tiplerinin oluşmasına neden olmaktadır (Abdioğlu vd., 2015: 90; Rossier ve Bollmann, 2017: 2).

Sosyologlar, bireyin kişiliğinin sosyal bir ortamda geliştiğini vurgulamaktadır. Buna göre bireyler; sosyal çevrede ahlaki fikirlere, toplumsal tutumlara ve ilgi alanlarına sahip olmaktadır (Kuravatti ve Malipatil, 2017: 608). Böylece kişilerin içinde yetiştiği çevre veya sonradan dâhil olmuş olduğu sosyal sınıflar bireylerin düşünce, eğilim ve davranışlarını ve kişisel özelliklerini etkilemektedir (Tekin vd., 2012: 4615). Bu doğrultuda bireyin üyesi oldukları gruplar, yaşam biçimi, eğilim ve düşünceleri kişilik üzerinde önemli bir etkiye sahiptir (Yıldızoğlu, 2013: 47).

### **2.2.2.4.Cografî ve Fiziki Faktörler**

Antik çağdan günümüze kadar insanların kişilik özelliklerinin coğrafi bölgelere göre değiştiği varsayılmaktadır. Yakın coğrafi bölgelerde yaşayan insanların benzer kişilik özelliklerine sahip olduğu görülmektedir. Bu durumun oluşmasında paylaşılan kültür, paylaşılan genler ve paylaşılan fiziksel ortamın etkili olduğu öne sürülmektedir. (Allık ve McCrae, 2004: 14; McGue ve Bouchard, 1998: 2). Buna göre bireyin yaşadığı coğrafya kişilik üzerinde doğrudan etkide bulunmaktadır. Örneğin, soğuk iklimde büyüyen insanların daha donuk mizaçlı ve sert olmalarına karşın; sıcak iklimde büyüyen insanların daha yumuşak ve daha çok değişime uyum sağladıkları görülmüştür (Tekin vd., 2012: 4616; Yıldızoğlu, 2013: 49).

### 2.2.3.Kişilik Teorileri

Kişiliğin oluşum süreci ile ilgili birçok teori ortaya çıkmıştır. Bu teoriler farklı bakış açılarına sahip olsalar da birbirleriyle ilişkilidirler ve bu karmaşık süreci açıklamak amacıyla ortaya çıkmışlardır. Her bir kişilik teorisi, bireylerin gelişiminin bir alanını odak noktası olarak kabul etmekte ve diğer alanlarla bütünleşecek biçimde ortaya çıkmaktadır (Özdemir vd., 2012: 569; Isır, 2006: 49). Böylece kişilik ile ilgili yapılan çalışmalarda farklı ölçme metotları ve yaklaşımlar kullanılmıştır. Bu farklı metotlar araştırmalarda benzer ve farklı ilişkilerin ortaya çıkmasına neden olmuştur (Yalçın, 2015: 25).

Kişilik teorisindeki her kuram kuramcının yaşamının, kişisel hayatının, dünyaya bakış açısının etkisi altında oluşmuştur. Bu nedenle gözlemcinin bakış açısı gözlenen şeyin yorumunu kaçınılmaz olarak etkilediğinden dolayı farklı kişilik teorileri ortaya çıkmıştır (Yazgan-İnanç ve Yerlikaya, 2008: 6).

Kişilik kuramları genel olarak psikodinamik kuram, insancıl yaklaşım, biyolojik yaklaşım, ayırıcı özellikler yaklaşımı, bilişsel yaklaşım ve davranışsal/sosyal öğrenme yaklaşımı olarak sınıflandırılmaktadır.

#### 2.2.3.1.Psikodinamik Kuramlar (Psikanalizci-Psikoanalitik)

Psikodinamik kuramlar, davranışı yönlendiren bilinçdışı güdüler ile kişiliğin nasıl geliştiğini incelemektedir. Kişiliğin psikolojik süreçlerine odaklanan bu kuramın iki önemli özelliği bulunmaktadır. Bu kurama göre kişiliğin şekillenmesinde en önemli faktörler bilinçaltı tarafından sağlanan motivasyon ve karşıt motivasyonları önleyen savunma mekanizmalarıdır (Isır, 2006: 49; İyigün, 2011: 77).

Psikodinamik kuramlar; Sigmund Freud'un Kişilik Teorisi, Eric Berne'nin Kişilik Teorisi, Alfred Adler'in Kişilik Teorisi, Gustav Jung'un Kişilik Teorisi ve Karen Horney'in Kişilik Teorisi olarak ele alınmaktadır.

##### 2.2.3.1.1.Sigmund Freud'un Kişilik Teorisi

Kişilik, ilk olarak Freud'un etkisinde kalan psikodinamik yaklaşımla birlikte ifade edilmeye başlamıştır (Taşdöven vd., 2012: 167). Sigmund Freud bireylerde kişiliğin oluşumunu, insanların çocukluk yıllarına dayandırmıştır. Freud'a göre id (alt benlik), ego (benlik) ve süperegonun (üst benlik) birleşimiyle kişilik meydana gelmektedir. İd; içgüdü kişiliğin esasıdır, bireylerin en kâba ve en ilkel hallerini ifade etmekte ve doğuştan sahip olunan tüm dürtülerin kaynağı olmaktadır. Ego ise kişiliğin



uyum ve denge sağlayıcı parçasıdır. Son olarak süperego, insanların fren mekanizmasıdır. Süperego; insanların ahlak, gelenek, yasak mantığı ve hükümlerinden oluşmakta ve kişiye engeller koymaktadır. Süperego, çocukluk döneminde bireyin ailesi ve toplum tarafından aktarılan değerlerin oluşumundan meydana gelmektedir (Konakay ve Çelik, 2018: 702; Özdemir vd., 2012: 570; Akyıldız, 2006: 3; Lapsley ve Stey, 2011:1). Süperego (Üst benlik) oluştuktan sonra birey davranış, eğilim ve düşüncelerini kontrol altına almaktadır. Buna göre sağlıklı bir bireyde benlik, alt ve üst benliği kontrol etmekte ve dengelemektedir. Eğer bu dengeleme sağlanmazsa bireylerde zihinsel gerginlik ve iç çekişme durumu başlamaktadır (İrengün, 2014: 70).

İnsanın akılcı ve bilinçli bir varlık olduğunu yönündeki genel görüşün aksine Freud, güçlü bilinçdışı etkenlerin insanı yönlendirdiğini varsaydığından fizyolojik laboratuvar çalışmaları yerine klinik gözlemi (vaka çalışmaları) tercih etmiştir. Bu yüzden, Freud kendisinden önce kişiliğin doğası ile ilgili birçok çalışma olmasına rağmen ilk kapsamlı kişilik kuramının sahibi olarak kabul edilmektedir (Yazgan-İnanç ve Yerlikaya, 2008: 9).

#### **2.2.3.1.2. Eric Berne'nin Kişilik Teorisi**

Eric Berne'nin kişilik teorisi Freud'un teorisine en yakın olan teoridir. Berne kişiliğin duygusal yönünü açıklamış ve kişiliğin üç yönü olduğunu varsaymıştır. Buna göre kişilik çocukluk (olgun olmayan kısım), ebeveyn (öğüt verici kısım) ve olgun (yetişkin kısım) olmak üzere üç boyuttan oluşmaktadır. Berne'ye göre bütün insanlar kısmen de olsa çocuk olmanın getirdiği özellikleri taşımakta ve bazen bir çocuk gibi bencil ve sorumsuz olabilmektedir. Bu durum teorinin çocukluk yönünü göstermektedir. Kişiliğin ebeveyn yönü ise tüm insanların anne ve baba olduğunu ifade etmesidir. Buna göre bireyler ailelerinden hareket ederek kendi içinde bir ebeveynlik biçimi oluşturmakta ve bunun sonucunda sorumluluk anlayışları yükselmektedir. Son olarak kişiliğin olgunluk yönünü ise bireyin gerçeği objektif olarak değerlendirmesi ve çocukluk isteklerini bastırmasını sağlayan unsuru (İrengün, 2014; 57; Aktaş-Alan, 2011: 13) oluşturmaktadır.

#### **2.2.3.1.3. Alfred Adler'in Kişilik Teorisi**

Adler'in kişilik yaklaşımına göre, insanlar doğuştan sahip oldukları içgüdülerle davranışta bulunmakta ve yaşamlarında karşılaştıkları durumlara ilişkin kaygılarını sahip oldukları savunma mekanizmaları ile gidermektedirler. Adler

davranışın sebebinden çok, insanların davranış anındaki durumunu anlamaya ve saptamaya yönelmiştir. Bu yaklaşımın temel öncülü, kişiliğin devamlı ve bütün olması ve başarıya ulaşma endeksli olmasıdır Adler'e göre kişilik ve davranışlar toplumsal hayatın getirdiği zorunluluğun bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Buna göre kişilik, insanların diğer insanlarla ve toplumlarla ilişki ve etkileşime girmesi sonucu gelişmektedir. Burada esas olan toplum ile birey arasındaki uyumdur. Bu bağlamda bireyin davranışlarının toplumun kabul ettiği yönde olması gerekmektedir (Eker, 2012: 168-169; Özgün, 2007: 22).

Alfred Adler doğum sırasının kişiliğin gelişiminde önemini vurgulayan ilk psikologdur. Buna göre ailedeki ilk çocuk ile ortanca doğan ya da daha sonra doğan çocuklar arasında farklı özellikler gelişmektedir. Adler'e göre ilk doğan çocuklar ailelerinden aşırı ilgi görmekte ve bu nedenle şımartılmaktadır. Ancak ikinci çocuğun dünyaya gelmesiyle birlikte ailenin ilgisi yeni çocuğa yönelmekte ve böylece ilk doğan çocukta aşağılık duygusu gelişmektedir. Öte yandan ortanca çocuklar şımartılma lüksüne sahip olmamaktadırlar. Böylece ortanca çocuklar güçlü bir üstünlük çabası göstermektedir. Ortanca çocuk kardeşi, ablası-ağabeyi kadar akıllı, güçlü ya da hızlı olmadığından ortanca çocuktaki, sürekli bir adım geride oldukları duygusu yetişkinlikte de devam etmektedir. Bu nedenle ortanca çocuklar okulda ya da iş yerlerinde kendilerinden önceki insanlara bakarak aralarındaki farkı kapatmak için daha fazla çaba harcamakta ve böylece ortanca kardeşler gayet başarılı bireyler olarak (Aktaş Alan, 2011: 11) olarak yetişmektedirler.

Adler'e göre ailedeki en küçük çocuk ise en büyük çocuğun yaşadığı tahtını yitirme durumunu yaşamamakta ve ebeveyn ve diğer aile üyelerinin sevgi ve ilgisine sahip olmaktadır. En küçük çocuk her zaman ailenin en küçüğü olarak kalmakta ve diğer çocuklardan daha çok şımartılmaktadır. En küçük çocuk pek çok uyarıcıyla karşı karşıya kaldığı ve rekabet konusunda sayısız olanak kendisini beklediğinden dolayı genellikle olağanüstü denilecek kadar iyi gelişmekte ve önüne çıkan engelleri diğer kardeşlerine göre daha kısa zamanda aşarak ve kardeşlerinin hepsini geride bırakarak öne geçmektedir. Böylece en küçük çocuk genellikle ailedeki en hırslı öğrenci, en iyi sanatçı vb. olmaktadır. Ancak ailedeki sorunlu çocukların büyük bir çoğunluğu en küçük çocuklardır. Bunun nedeni ise tüm ailenin en küçük çocuğu şımartmalarıdır. Eğer ailede tek bir çocuk varsa, bu tek çocuğun kendisi ile yarışacak bir kardeşi olmadığı için çocuk babasını rakip olarak görmeye başlamakta ve bu çocuk hep bir kardeşi olacağı korkusu yaşamaktadır. Son olarak Adler, doğum sırasıyla ilgili

görüşlerinde katı ve sarsılmaz kuralların olmadığını, çocuğun aile içindeki durumunun da önemli olduğunu belirtmiştir (Yazgan-İnanç ve Yerlikaya, 2008: 55-56). Adler'in bu varsayımları sonraki dönemlerde çokça tartışmalara yol açmıştır.

#### 2.2.3.1.4. Gustav Jung'un Kişilik Teorisi

Jung yapmış olduğu gözlem ve çalışmalar sonucunda içedönük ve dışadönük olmak üzere iki farklı tutum ortaya koymuştur. Ayrıca kişilerin deneyimlerinde duyu, duygu, düşünme ve sezgi olmak üzere dört ana işlev olduğunu belirtmiştir (İrengün, 2014: 58). Tablo 2.1'de Jung'un Sekiz Psikolojik Tipi yer almaktadır.

Tablo 2. 1. Jung'un Sekiz Psikolojik Tipi

İŞLEV	TUTUM	
	İÇEDÖNÜKLÜK	DIŞADÖNÜKLÜK
<b>Düşünme</b>	Dış dünyayı öğrenmek odak noktasıdır. Pratik düşünür, gerçeklerle ilgilenir, kuralcıdır ve mantığını kullanır. Bazen mesafeli ve soğuk görünür.	Daha çok kendilerini anlamaya çalışırlar, felsefi konularla ilgilenirler. Bazen kibirli, inatçı ve mesafeli olabilirler.
<b>Duygu</b>	Grup kurallarına uyum gösteren, değişken, karpisli bazen aşırı duygusal olabilir ve modayı takip etmeyi severler.	Genellikle uyumlu değildirler. Derin duygusal deneyimler yaşamalarına rağmen bunu kimseyle paylaşmazlar. Sessiz ve sakin görünmelerine karşılık güçlü duygularını saklarlar.
<b>Duyu</b>	Anın tadını çıkarmayı severler ve deneyimleri ile dış dünyayı öğrenmeye çalışırlar	Daha çok kendi duygu ve düşünceleri ile ilgilenirler. Kendilerini müzik ya da sanat aracılığıyla dışa vurumaktadırlar, fakat bu dışa vurma olayı kolay anlaşılabilir.
<b>Sezgi</b>	Kararsız ve değişkendir, işlerden çabuk sıkılırlar, yeni ortamlara girmeyi severler ve sürekli yeni heyecan peşindedirler.	Yeni ve farklı görüşler oluşturmayı severler, ancak bunları başkaları ile paylaşmazlar, gerçek dünyayı anlamakta ve plan yapmakta zorlanırlar.

Kaynak: İrengün, 2014: 59

Tablo 2.1'e göre Jung'un kuramındaki iki tutum (içedönük-dışadönük) ve dört işlev (düşünme, duygu, duyu ve sezgi) sekiz kişilik tipi oluşturmaktadır. Jung'a göre aynı kategoride yer alan bütün bireyler birbirinin aynısı değildir. Buna göre bu tablo, insan psikolojisinin yapısındaki temel ayrımları ortaya koymaktadır.

Jung'a kişilik; bilinç ve bilinçdışından oluşmaktadır ve ortada "ben" bulunmaktadır (Özgün, 2007: 21). Jung, "İnsan ve Simgeleri" adlı kitabında bu dört

işlevi şöyle tanımlamıştır: Duyum bize bir şeyin var olduğunu, düşünme onun ne olduğunu, hissetme onun hoş olup olmadığını, sezgi ise onun nereden gelip nereye gittiğini söylemektedir. Buna göre her insanın bu dört fonksiyonu kullanma kapasitesi birbirinden farklıdır. Jung'a göre bu dört işlevden hangisinin baskın olacağına büyük oranda doğuştan getirilen bir eğilimin etkili olduğu, fakat sosyal etkenler tarafından biçimlendirilmesinin de mümkün olacağını (Yazgan-İnanç ve Yerlikaya, 2008: 82) varsaymaktadır.

### **2.2.3.1.5. Karen Horney'in Kişilik Teorisi**

İnsanların iyi ya da kötü olarak doğmadıklarını kişinin davranışını diğer insanlarla olan ilişkisinin etkilediğini varsayan (İyigün, 2011: 82) Horney, doğuştan gelen özelliklere daha az atıfta bulunarak, sosyal faktörlere bağlı bir kişilik modeli ortaya koymuştur (Yazgan-İnanç ve Yerlikaya, 2008: 108).

Horney insan davranışlarının fizyolojik olaylardan (içgüdü) kaynaklandığı yönündeki Freud'cu görüşe karşı çıkmıştır. Horney, aile içindeki problemlerin davranış bozukluklarına neden olduğunu ve sosyokültürel nedenlerin de bu öğrenme sürecini etkilediğini savunmuştur. Buna göre davranışlar, bireylerin çevresiyle olan ilişkiler içerisinde geliştirdiği tepkilerdir. Bu tepkiler yaşamın ilk zamanlarında sınırlıyken giderek karmaşık tepkilere dönüşmektedir. Bu nedenle insan davranışlarının belirleyicileri algılar, duyu, düşünce, değer yargıları, amaçlar ve bunların karşılıklı etkileşimleridir (Kavut, 2018: 514).

Horney'e göre kişiliği iki temel eğilim yönetmektedir. Bunlar; doyum ve güven duygusudur. Bu doğrultuda her insanın korku ve endişelerden kurtulmak için bazı taktikler geliştirdiğini varsaymaktadır. Bu taktikler şunlardır (Özgün, 2007: 24):

- ✓ İnsanlara sevgi ve saygı duyma yoluyla korku ve endişelerini giderme taktikleri,
- ✓ İnsanlardan uzak durarak korku ve endişelerini giderme taktikleri,
- ✓ İnsanlarla mücadele ederek, güçlü olduğunu gösterme ve böylece korku ve endişelerinden kurtulma taktikleridir.

### **2.2.3.2.İnsancıl Yaklaşım**

İnsancıl yaklaşım, doğuştan gelen potansiyeller üzerine odaklanmanın sağlıklı gelişme ve ilerlemeyi sağladığını (Sudak, 2011: 7) varsaymaktadır. Bu yaklaşımın öncülerinden biri Abraham Maslow'dur. Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi,

1943 tarihli "*İnsan Motivasyonu Teorisi*" adlı makale Abraham Maslow'un öngördüğü psikolojide bir teoridir (Jerome, 2013: 39). Maslow'a göre motivasyon insan davranışlarının kaynağıdır. Bu yaklaşıma göre insanların ihtiyaçlarını, amaçlarını ve başarı isteklerini harekete geçiren motivasyonları vardır ve bu motivasyonlar davranışın temelini oluşturmaktadır. Maslow'a göre her davranışın arkasında giderilmesi gereken bir ihtiyaç ve bu ihtiyaçların da bir hiyerarşisi bulunmaktadır (Yalçın, 2015: 32). Maslow insanların beş tür ihtiyacı olduğunu ve bunların hiyerarşik bir biçimde yer aldığını varsaymaktadır. Maslow'a göre bu ihtiyaçlar en düşükten en yükseğe doğru belirli bir hiyerarşide yer almakta ve bir ihtiyaç diğer bir ihtiyacı tetiklemektedir. Ancak Maslow'a göre bir ihtiyaç asla tam olarak karşılanmamaktadır (Kaur, 2013: 1062). Abraham Maslow'a göre ihtiyaçlar hiyerarşisi teorisi ile insanların ihtiyaçları beş seviyede motive edilmektedir. Bunlar: (1) Temel ihtiyaçlar, (2) Korunma ihtiyaçları, (3) Sosyal ihtiyaçlar, (4) Saygınlık ihtiyaçları ve (5) Kendini gerçekleştirme ihtiyaçlarıdır (Aruma ve Hanachor, 2017: 15).

İnsancıl yaklaşımın öncülerinden biri de Carl Rogers'dır. Rogers'e göre bireyler bir engelle karşılaştığında başarıya ulaşmak için daha fazla çaba harcamaktadır (Behrem, 2017: 23). Rogers'e göre her insan kendisi için faydalı olacak bir motivasyona ve bu değişimi sağlayacak yeteneğe sahiptir. Bireyler için bir ideal ve öz kimlik bulunmaktadır. İdeal kimlik, olmak istenilen; öz kimlik ise deneyim sonucunda oluşan kimliktir. Rogers'e göre bireyler öz kimliklerinin farkındadırlar; ancak öz kimlikler bilinçaltındadır. Bu nedenle bireylerin öz kimlikleri ile deneyimleri birbirleriyle uyumlayabilir. Bunun sonucunda öz kimlik ile gerçek kimlik arasında bir tutarsızlık meydana gelmekte ve bu tutarsızlıklar kişinin psikolojik sağlığına zarar vermektedir (Özhan, 2015: 48).

İnsancıl kuramı diğerlerinden ayıran en temel nokta; insan doğasına iyimser bir bakış açısı ile bakması ve bireyin özgür iradesine inanarak nasıl davrandığından ve kim olduğundan bireyi sorumlu tutmasıdır (Sudak, 2011: 7). Son olarak bu yaklaşımın öncüleri, bireylerin kişilik yapılarının kişiliğe onların gözüyle bakmakla anlaşılabilirliğini ileri sürmüşlerdir (Isır, 2006: 50).

### **2.2.3.3. Biyolojik Yaklaşım**

Bu yaklaşımın savunucuları bireysel farklılıkların belirlenmesinde kalıtsal eğilimler üzerinde durmuşlardır. Bu yaklaşımın öncülerinden biri Hans J. Eysenck'dir. Eysenck kişiliğin büyük oranda biyolojik faktörler tarafından belirlendiğini

varsaymaktadır. Eysenck tarafından geliştirilen kişilik teorisinde kişiliği oluşturan faktörler belirli bir hiyerarşi içinde sunulmakta ve Eysenck'in bu teorisi "*Hiyerarşik Kişilik Kuramı*" olarak da adlandırılmaktadır. Bu teoride kişilik dört düzeyde ele alınmaktadır. Birinci düzey, biyolojik olarak gösterilen belirli tepkiler ve bireyin kalıtsal özellikleri ile ilgilidir. İkinci düzey, bireylerin yaşadığı ortamda kazandığı alışkanlıklara dayalı özellikleri ile ilgilidir. Üçüncü düzey ise bireyin birçok alışılmış davranış arasında belirli eğilimler kazanmasıdır. Bu eğilimler sonucunda bireyin doğruluk, dengesizlik gibi özellikleri ortaya çıkmaktadır. Son olarak kişiliğin dördüncü düzeyi ise belirgin kişilik özelliklerinin ortaya çıktığı aşamadır. Eysenck, kişiliğin dörtte üçünün genetik değişkenlerce belirlendiğini belirtmiş ve çevresel ve durumsal faktörlerin insan davranışları üzerindeki etkisine önem vermemiştir (İrengün, 2014: 61; Özhan, 2015: 46-47).

Eysenck kişiliğin üç boyutta ele alınabileceğini varsaymıştır. Bunlar içe-dışa dönüklük, nevrotiklik ve psikotiklik. Buna göre içedönüklük ve dışadönüklük boyutu kalıtsal faktörlere göre belirlenmektedir. Nevrotiklik düzeyi yüksek olan bireylerin duygu değişimi sürekli değişiklik göstermekte; psikotiklik boyutu yüksek olan bireyler ise mesafeli, soğuk ve saldırganlık özelliği göstermektedirler (Behrem, 2017: 22).

#### **2.2.3.4. Ayırıcı Özellikler Yaklaşımı**

Özellikler, kişilerarası farklılıkları belirlemek amacıyla kullanılan bir ifadedir. Bu yaklaşıma göre bireyin kişiliği temel özelliklerinin bir karmasıdır. Bu nedenle bireylerin bu özellikleri bilinebilir ise kişiliği de öğrenilmiş olacaktır. Bu yaklaşımın öncülerinden biri Gordon Allport'tur. Allport'un özellikler ile ilgili teorik varsayımları şunlardır (Özhan, 2015: 52-53):

- ✓ Özellikler, davranışı belirler ve dinamiktir.
- ✓ Özellikler, alışkanlıklardan daha fazla bulunmaktadır.
- ✓ Özellikler, bireyde bulunan diğer özelliklerden bağımsızdır.
- ✓ Özellikler sosyal ya da ahlaki değerlerle eş anlamlı değildir.
- ✓ Özellik ve eylemin tutarsız olması, o özelliğin olmadığı anlamına gelmemektedir.

Ayırıcı özellikleri yaklaşımının diğer araştırmacıları Freidman ve Rosnman'dır. Bu araştırmacılar; kişiliği örgüt içerisindeki stresle ilişkilendirerek A ve B tipi kişilik kuramını ortaya çıkarmışlardır (Yalçın, 2015: 30). Buna göre A tipi

kişilerin; çalışmaları hızlıdır, açık ve çok hızlı konuşurlar ve sorulara kısa ve güçlü cevaplar verirler, soru sorma ile cevaplar arasındaki boşluğu doldururlar, işlerinden memnun değildirler ve daha yüksek pozisyon almaya çalışırlar, iddialıdırlar, zaman yönetimi önemlidir ve her zaman bir koşuşturma içindedirler. A tipi kişilerin en büyük problemi strestir ve genellikle yapmaları gereken görevlerin çokluğu nedeniyle bunalmaktadırlar. Çok rekabetçi bir ruha sahiptirler. A tipi bireyler çoklu görevlerde uyum sağlarlar, ancak çok sabırsız olma eğilimindedirler (Ansari vd., 2013: 1004; Hussein, 2014: 2; Pradhan ve Kaur, 2016: 18-19; Fretwell vd., 2013: 60). A tipi bireylerin aksine, B tipi bireyler sakin ve kolay bir tutum sergilerler. Eğlenceyi severler ve nispeten daha az rekabetçidirler. B tipi kişilikteki bireyler A tipi kişilikteki bireylerin tam tersi özelliklere sahiptirler (Hussein, 2014: 2; Moqaddam ve Hatami, 2017: 256).

Ayırıcı özellikler yaklaşımının literatürde en çok kullanılan bir diğer örneği ise Beş Faktör Kişilik Özellikleri Yaklaşımıdır. “Büyük Beş” in ilk kökenleri, Francis Galton’un 1884 tarihli “*Karakter Ölçümü*” belgesine dayanmaktadır. 1930’lar ve 40’lar boyunca binlerce kişilik tanımlayıcısını sınıflandırmak amacıyla çeşitli dil araştırmaları yapılmıştır. Bu araştırmalarla birlikte, beş faktör kişilik özellikleri şekillenmeye başlamıştır. Bu araştırmaların sonucunda, beş faktörün kişilikteki bireysel farklılıkları tutarlı ve evrensel olarak hesaba katabildiğine yakın bir fikir birliğinin (Dale ve Harrison, 2017: 4) oluşmasına neden olmuştur.

Robert McCrea ve Paul Costa kişiliğin ilk olarak nevrotiliklik ve dışadönüklük boyutlarına odaklanmış, daha sonra deneyime açıklık boyutunu keşfetmişlerdir. 1985 yılına kadar kişiliğin bu üç boyutu üzerine odaklanılmışken daha sonraki dönemlerde kişiliğin beş boyutlu olduğu üzerinde çalışmalar yapılmıştır (Yazgan-İnanç ve Yerlikaya, 2008:286-287).

Kişiliğin beş faktörlü boyutu araştırmacı Warren Norman tarafından ortaya çıkarılmıştır. Norman 1963 yılında yapmış olduğu çalışmada kişilik özelliklerinin dışadönüklük, uyumluluk, sorumluluk, duygusal denge ve yeniliklere açıklık olarak sınıflandırmıştır. 1980’li yılların sonlarında ise anlamlı bir sınıflandırma sağlayan “Beş Faktör Modeli” üzerinde uzlaşmaya varılmıştır (Deniz ve Erçiş, 2008: 303). Böylece 1990’lı yıllarda beş faktör kişilik özellikleri modelinin ortaya çıkışı ile birlikte kişilik ölçümünde genel bir çerçeve sağlanmıştır (Caballero vd., 2013: 7).

Kişilik özellikleri ile ilgili farklı görüşler ve sınıflandırmaların ortaya atılması farklı görüşlerin bir arada toplanmasını sağlamıştır (Bacanlı vd., 2009: 262).

Literatürde “*Büyük Beş*” olarak da bilinen kişilik özelliklerinin dışadönüklük, uyumluluk, sorumluluk, deneyime açıklık ve duygusal denge boyutlarından oluştuğu (Heaven ve Ciarrochi, 2012: 519; John ve Srivastava, 1999; Dal ve Dal, 2014: 148; Çarıkcı vd., 2010: 43; Just, 2011: 765; Komarraju vd.,2009: 47; Sığırı ve Gürbüz ,2011: 31; Bacanlı vd., 2009: 262; Çivitçi ve Arıcıoğlu, 2012: 82; Golberg, 1992;) kabul edilmektedir. Tablo 2.2’de kişilik özellikleri ve bu özelliklerin neler olduğu yer almaktadır.

Tablo 2. 2. Beş Faktör Kişilik Modeli

Faktörler	Bireydeki Özellikler
Dışadönüklük	Sosyal, konuşkan, iyimser, iddialı, dışadönük ve enerjik (içedönük, utangaç ve sessiz)
Uyumluluk	Yardımsaver, iyi huylu, işbirlikçi, sempatik, güven veren ve bağışlayan (kaba, bencil, düşmanca, işbirlikçi olmayan)
Sorumluluk	Organize, sorumlu, güvenilir, temiz, verimli ve başarı odaklı (dağınık, tembel, sorumsuz, dikkatsiz ve özensiz)
Deneyime Açıklık	Canlı, entelektüel, yaratıcı, yenilikçi ve esnek (kapalı fikirli, sığ ve basit)
Duygusal Denge	Sakin, kendine güvenen, kararlı, esnek ve dengeli (nörotik, sinirli, güvensiz, korkulu ve endişeli)

Kaynak: Parks-Leduc vd., 2015: 4

Tablo 2.2.’de görüldüğü üzere, başkalarıyla olan ilişkilerde rahatlık düzeyini ifade eden (Abdullah vd., 2016: 178) **dışadönüklük**; konuşkan, girişken, kendine güvenen (Sığırı ve Gürbüz, 2011: 32; Kerr vd., 2017:10), iddialı ve sosyal olmaya meyilli (Javan, 2014: 113), insanlarla birlikte olmayı seven, liderlik gibi kişilik özelliklerini temsil etmektedir (Dal veDal 2014: 148). Dışadönüklük düzeyi yüksek olan bireyler daha büyük bir sosyal ağlara sahiptirler (Wehrli, 2008: 5) ve çalışma çevresi ve iş ortamını, içedönük insanlara göre daha olumlu algılarlar. Dışadönük insanlar aynı zamanda iş ortamında çalışma arkadaşlarından pozitif tepkiler almaktadırlar (Bitlisli vd., 2013: 463). Dışadönüklük düzeyi düşük olan bireyler ise içe kapanık, insanlara karşı mesafeli, sosyalleşmeyi sevmeyen (Ulama, 2016: 743), yalnız kalmayı seven (Wehrli, 2008: 5) sessiz ve bağımsız bireyler olarak nitelendirilmektedir. Girişimciler ortaklar, çalışanlar ve müşteriler de dâhil olmak üzere çeşitli birey ve kurumlarla iletişim halinde bulunmaktadır. Bu nedenle, girişimcilik faaliyeti sosyal etkileşim gerektirdiği için girişimcilerin dışadönüklük özelliğinin diğer bireylere göre daha fazla olması beklenmektedir (Zhao ve Seibert, 2006: 260-261).



**Uyumluluk;** başka insanlarla uyumlu ve geçimli olma (Sığrı ve Gürbüz, 2011: 32; Deniz, 2011: 99), başkalarına yardım etmekte isteklilik, fedakâr ve başkaları tarafından sempatik karşılanan (Rorthman ve Coetzer, 2003: 69), anlayışlı, kibar, esnek, güven verici, iş birliğine meyilli, şefkatli, nazik, olumlu insan ilişkilerini tercih eden, saygılı, alçakgönüllü (Wehrli, 2008: 5; Kerr vd., 2017: 10; Abdullah vd., 2016: 178; Javan, 2014: 113; Liang vd., 2015: 167) kişilik özelliklerini temsil etmektedir. Uyumluluk düzeyi yüksek olan insanlar sosyal etkileşime büyük önem verdiklerinden sosyal ağları güçlü olan bireylerdir (Wehrli, 2008: 5). Uyumluluk bir kişinin güvenilir olarak görülmesine ve olumlu, iş birliğine dayalı çalışma ilişkilerinin oluşturulmasına yardımcı olsa bile, yüksek düzeyde uyumluluk özelliği, kişinin sıkı pazarlık yapma isteğini engelleyebilmekte ve başkalarının yararı için kendi yararını olumsuz etkileyebilmektedir (Zhao ve Seibert, 2006: 261).

**Sorumluluk** boyutu; bireysel sorumluluğu, programlı çalışmayı, ayrıntı odaklılığı (Dal ve Dal, 2014: 149) disiplinli, dikkatli ve düzenliliği (Deniz, 2011: 99), güvenilir, özenli (Wehrli, 2008: 5), görev ve amaç odaklı davranışa (Kerr vd., 2017: 10) sahip olma gibi kişilik özelliklerini ifade etmektedir. Sorumluluk, bireyin hedefe ulaşma derecesini, devamlılığını, çalışkanlığını ve motivasyonunu göstermektedir. Bazı araştırmacılar bu yapıyı iradenin bir göstergesi ya da çok çalışabilme yeteneği olarak görmektedir (Zhao ve Seibert, 2006: 261). Sorumluluk düzeyi yüksek olan insanlar, diğer insanlara göre daha dikkatli, mantıklı ve hedef (Abdullah vd., 2016: 178) odaklıdır. Sorumluluk düzeyi düşük olan bireylerin ise sorumluluk bilinci düşüktür ve dikkatleri kolay dağılmaktadır (Javan, 2014: 113).

**Deneyime açıklık** boyutu; yeni duygu ve düşüncelere açık olma, geleneksel olmayan tutum, esneklik, estetik duyarlılık, merak, duyarlılık, entelektüel, yaratıcı (Çivitçi ve Arıcıoğlu, 2012: 82), her şeyi öğrenmek istemek, yenilikçilik (Gökdeniz ve Merdan, 2011: 25; Javan, 2014: 113), zihinsel ve deneysel yaşamının genişliğini, derinliğini, özgünlüğünü ve karmaşıklığı (Kerr vd., 2017: 10) gibi kişilik özelliklerini temsil etmektedir (Abdullah vd., 2016: 178). Deneyime açıklık boyutu sosyal ve kişilerarası ilişkilerde güçlü bir etkiye sahiptir (Wehrli, 2008: 5). Bu nedenle, yüksek düzeyde deneyime açıklık özelliği olan insanlar, yeni fikirler ve deneyimlere açıktırlar ve geleneksel olmayan yeni yöntemleri denemek istemektedirler (Liang vd., 2015: 167).

Olumsuz duygular yaşama eğilimi (Ulama, 2016: 743) olarak ifade edilen **Nevrotizm (duygusal dengesizlik)** üzüntü, kırılganlık, depresyon, suçluluk (Wehrli,

2008: 5; Liang vd., 2015: 167), kaygılı (Lenton, 2014: 5), özgüven ve saygıdan yoksun olma (Judge ve Bono, 2000: 753), düşük duygusal kararlılık, acı çekmeye meyilli, duygusal olarak güvensiz ve dengesiz (Abdullah vd., 2016: 178) kişilik özelliklerini ifade etmekte kullanılmaktadır. Yüksek düzeyde duygusal dengesizlik yaşayan kişiler, stresli durumlarda (Liang vd., 2015: 167) gergin, endişeli, depresif ve güvensiz olma özelliğine sahip olmaktadır. Duyusal dengeli bireyler ise sakin, güven verici ve strese karşı koyma yeteneğine sahiptirler. Bu kişiler, olumsuz duygulardan uzak durarak istikrarlı bir yaklaşım sergilemektedirler (Javan, 2014: 113).

### **2.2.3.5.Bilişsel Yaklaşım**

Bu yaklaşım, insan davranışlarındaki farklılıkları anlayabilmek için insanların bilgiyi işleme tekniklerindeki farklılıkları incelemektedir. Bu kuramın öncülerinden biri George Kelly'dir. Kelly bilişsel yapıları kişisel yapılar olarak tanımlamıştır. Kelly'e göre kaygı psikolojik sorunlara neden olmaktadır. Kelly'e göre bu kaygının sebebi de kişinin olayların sonuncunu kestirememesidir. Kelly "herkes tarafından sevilmem gerekir" ve "her şeyi mükemmel yapmalıyım" gibi bazı inançların duygusal bozukluğa neden olduğu varsaymaktadır (Özhan, 2015: 51; Behrem, 2017: 25).

### **2.2.3.6.Davranışsal/Sosyal Öğrenme Yaklaşımı**

Davranışsal/sosyal öğrenme yaklaşımı, 1920'li yıllarda John B. Watson ve daha sonra Skinner, Rotter ve Bandura gibi bilim adamlarının katkıları ile gelişmiştir. Bu yaklaşımda kişilik; klasik, edimsel koşullanma ve model almanın bir sonucu olarak kabul görmektedir. Buna göre zihinsel ve bedensel özellikler uygun olduğu takdirde, birey herhangi bir ortamda birçok davranış sergileyebilme özelliğine sahip olmaktadır. Ancak birey ödül, ceza ve alınan modele göre bazen sınırlandırılmaktadır. Buna göre bireyler hayatı boyunca karşılaştığı ceza ve ödüller karşısında belirli davranış kalıpları oluşturmakta ve bu davranış kalıpları bireyin herhangi bir ortamdaki davranışlarını etkilemektedir (Özhan, 2015: 49).

Edimsel Koşullanma, Skinner tarafından geliştirilmiştir. Buna göre bireylerin bir davranış sonucunda cezalandırılması ya da ödüllendirilmesi istenen davranışı tekrarlamaktadır (Aydın, 2000: 185). Bu nedenle Skinner'e göre kişilik gelişimi, öğrenme sonucu tepki eğilimlerinin oluşumu ile açıklanmaktadır. Aynı şekilde Rotter'a göre beklentiler de değiştiğinden ödül ve cezaya göre bir davranış gösterme

olasılığının da değiştiğini varsaymaktadır. Albert Bandura' ya göre ise kişilik, başkalarının davranışlarını gözlemle ve taklit ile öğrenilmiş davranış örüntüsüdür (Özhan, 2015: 50).

Özetle, bu yaklaşım psikolojinin gözlenebilir ve ölçülebilir yanının araştırılmasının önemini savunmakta ve özellikle davranış ve toplumsal kişilik üzerinde durmaktadır (Isır, 2006: 50).

#### 2.2.4. Kişilik Özellikleri ve Sosyal Girişimcilik

Girişimcilik faaliyetinin doğasını kavramlaştırmak için yapılan araştırmalar özellik (kişilik), davranışsal ve işlevsel yaklaşımlar olmak üzere üç ana kategoriye ayrılmaktadır (Cope, 2005: 374-375). Özellikler (kişilik) yaklaşımı, bir girişimciyi tanımlayan bireysel psikolojik özellikleri açıklamaktadır. Davranışsal yaklaşım bir girişimcinin sunulan fırsatları nasıl algıladığı ve nasıl davrandığını ele alırken, işlevsel yaklaşım ekonomik teoride rasyonel sonuçları araştırmaktadır (Nga ve Shamuganathan, 2010: 261).

Son yıllarda kişilik özellikleri, girişimcilik niyeti ve davranışının açıklanmasında önemli hale gelmiştir (Llewellyn ve Wilson, 2003: 341; Caliendo vd., 2011: 4). Yapılan araştırmalarda girişimcilerin kişilik özelliklerinin yöneticiler gibi diğer gruplardan önemli ölçüde farklı olduğu görülmüştür (Caballero vd., 2013: 3). Buna göre belirli kişilik özelliklerine sahip bireyler, girişimcilik faaliyetlerine yönelmekte ve yeni işletmeler kurmaktadır (Prieto, 2010: 21). Aynı şekilde sosyal girişimcilerde bulunan bazı özellikler de sosyal girişimcileri diğer bireylerden farklılaştırmaktadır.

Bireylerin kişiliklerini açıklamak amacıyla kullanılan değişkenlerin yer aldığı özellikler yaklaşımı genel olarak kişiliği sınırlı biçimde açıkladığı yönünde eleştirilmektedir. Buna göre kişiliği en iyi şekilde ele alan yapının beş faktör kişilik özellikleri olduğu görülmüştür. Kişilik yaklaşımı doğrultusunda, kişiliği temsil eden özelliklerin neler olduğu ile ilgili yapılan çalışmalarda kişiliği genel anlamda beş faktörlü bir yapının açıklayabildiği görülmüştür (Çetin ve Varoğlu, 2009: 58). Bu faktörler dışadönüklük, uyumluluk, sorumluluk, deneyime açıklık ve duygusal denge olarak ele alınmaktadır.

**Dışadönük** insanlar; sıcak, arkadaş canlısı, enerjik, aktif, iddialı, baskın, daha olumlu duygular yaşayan, iyimser, heyecan arayan, topluluk içine girmeyi seven, kendine güvenen ve olumlu bir yapıya sahip olan kişilerdir (Kayasandık vd., 2015:

549; Tatlılıoğlu, 2014: 946). Buna göre girişimciler çalışanlar, müşteriler, ortaklar vb. gibi birçok farklı çevrelerle iletişim içerisinde yer almaktadır. Bu nedenle girişimcilerin dışadönüklük özelliğinin yüksek olması beklenmektedir (etin ve Varoğlu, 2009: 60; Zhao ve Seibert, 2006: 261). Dışadönüklük kişilik özellikleri aynı zamanda girişimcilik algısı ile ilişkilendirilmiş özellikleri oluşurmaktadır (Zhao vd., 2010: 187). Girişimcilerin dışadönüklük özelliğinin yüksek olması, sosyal ağların gelişimini kolaylaşmakta ve sonuçta tedarikçiler ve müşterilerle daha güçlü ortaklıkların kurulmasını sağlamaktadır. Bu durum uzun vadeli ve sağlam temelli girişimciliğin oluşmasında başarı olasılığını artırmaktadır (Ciavarella vd., 2004: 470).

Sosyal destek ya da sosyal ağlar, insanın çevresi ile pozitif resmi ya da gayri resmi ilişkilere ve onların desteğiyle nelerin başarılabilieceğine işaret etmektedir. Olumlu kişilerarası ilişkiler de birçok insanın güvenini ve saygısını kazanmak için önemlidir (Caballero vd., 2013: 6). Bu nedenle sosyal girişimcilerin sayısız paydaşla iletişim kurabilmeleri nedeniyle, dışadönük özelliğine sahip olmaları beklenmektedir (Nga ve Shamuganathan, 2010: 267). Ayrıca, sosyal girişimcilerin problem çözme ve iş birliğine inanan ekipler kurmak gibi yüksek düzeyde sosyal beceriler gerektiren faaliyetlere katılmaları önemlidir. Bu doğrultuda, dışadönük insanların sosyal girişimcilik faaliyetlerinin daha sonraki aşamalarında (Sosyal ağlar, sürdürülebilirlik, satış ve pazarlama, yeni kaynaklar bulma ve iyi kişisel ilişkiler gerektiren faaliyetler vb.) daha fazla ilgilenmeleri ve başarılı olmaları beklenmektedir (İrengün ve Arıkboğa, 2015: 1189-1190).

**Uyumluluk**, kişinin diğer insanlara karşı tutum ve davranışlarını değerlendiren bir boyuttur. Uyumluluk, diğer bireylerle memnuniyet verici ve hoşnut edici ilişkiler kurmak ya da insanlarla anlaşma becerisi olarak tanımlanmaktadır (Tatlılıoğlu, 2014: 948). Uyumluluk düzeyi yüksek olan bireyler güvenilir, işbirlikçi ve mütevazı olarak nitelendirilmektedir (Zhao vd., 2010: 387; Zhao ve Seibert, 2006: 261).

Girişimciler gömülü sosyal ağlar içerisinde çalıştıklarından kararlarını bireysel olarak almamaktadır. Kararlarını çoğunlukla, paydaşlar ve yatırımcılar, çalışanlar, finansörler (bankalar), arkadaşlar ve aile dâhil olmak üzere önemli kişilerle iştişare ederek almaktadırlar. Bu bağlamda potansiyel olarak çelişen paydaş beklentileri ve talepleri bulunduğundan, uyumluluk anlayışı; iletişimi kolaylaştırmak, sosyal bağları güçlendirmek ve güvene dayalı ilişkileri beslemek için sosyal gerilimleri azaltabilmekte ve dağıtabilmektedir. Bu durumda müşterileri ile güvene dayalı ve

saygılı ilişkiler geliştiren girişimciler daha fazla gelir artışı sağlayabilmektedir (Nga vd., 2018: 127). Aynı doğrultuda, sosyal girişimcilerin de sosyal sorunlara çözüm bulabilmek için diğer paydaş gruplarıyla empati kurması gerekmektedir. Bu nedenle uyumluluk özelliği; sosyal girişimciliğin yönlendirilmesi, sosyal girişimciliğin sürdürülmesi ve insan kaynaklarının verimli kullanılması için en önemli kişilik özelliklerinden biri olarak düşünülmektedir (İrengün ve Arıkboğa, 2015: 1190).

**Sorumluluk**, bireyin başarı düzeyini, iş motivasyonunu, organizasyon ve planlamayı, geleneksel normların kendi kendini kontrol etmesini ve kabulünü ve başkalarına karşı erdem ve sorumluluğu tanımlayan kişilik boyutudur (Zhao vd., 2010: 384). Sorumluluk, bireyin hedefe ulaşma başarısında bireyin devamlılığını, çalışkanlığını ve motivasyonunu göstermektedir (Zhao ve Seibert, 2006: 261). Sorumluluk duygusu yüksek olan bireyler, başarma duygusuna sahip, öz disiplinli, hırslı, kararlı, iradeli, güvenilir, dikkatli kişilik özelliğini göstermektedir (Kayasandık vd., 2015: 549). Sorumluluk boyutunun ana özellikleri liderlik, amaç yönelimi, üretkenlik ve kararlılık olarak kabul edilmektedir. Girişimcilerde sorumluluk seviyesinin yüksek olması işletmenin uzun vadede hayatta kalmasında önemli bir rol oynamaktadır (İrengün ve Arıkboğa, 2015: 1190). Bu nedenle girişimciler gibi sosyal girişimcilerin de sorumluluk düzeyinin yüksek olması beklenmektedir.

**Deneyime Açıklık**, entelektüel olarak meraklı, yeni deneyimler arayışına ve yeni fikirler keşfetmeye eğilimli bir kişiyi karakterize eden bir kişilik boyutudur (Zhao ve Seibert, 2006: 261). Yeni bir işletmenin kurulması, problemlerin çözümünde yenilikçi stratejilerin kullanılması, yeni ürün, iş metotları gerektirmektedir. Bu nedenle girişimcilerin deneyime açıklık özelliğinin yüksek olması beklenmektedir (Çetin ve Varoğlu, 2009: 61). Araştırmacılar, bir girişimcinin sürekli değişen ortamlara uyum sağlayabilmesi için yenilikçilik özelliğinin olması gerektiğini vurgulamaktadır (Kerr vd., 2017: 11).

Deneyime açık bireyler, macera ve inovasyon arayışında olan insanlar olarak görüldükleri için, bir sosyal problemi tanımlamakta başarılı olabilmekte, var olan kaynaklarla amaca hizmet etmeyi ve kısa vadede çalışmaya eğilimli olmayı amaçlamaktadırlar. Deneyime açıklık kişilik özelliği baskın olan insanların, çaba gerektiren ve sonuçlarının göreceli olarak daha uzun bir zaman alacağı uzun dönemli sosyal girişimcilik faaliyetlerine katılmaları beklenmemektedir. Çünkü sosyal girişimcilikte gerçekleştirilen faaliyetlerin sonucu, normal girişimciliğe kıyasla daha

uzun bir süre sonra elde edilmektedir. Bu açıdan sosyal girişimcilerin sabırlı olması beklenmektedir (İrengün ve Arıkboğa, 2015: 1190).

*Duygusal Denge*, uyum ve duygusal istikrarın bireysel farklılıklarını temsil etmektedir. Duygusal dengesizlik düzeyi yüksek kişiler, kaygı, düşmanlık, depresyon ve kırılganlık gibi bir takım olumsuz duyguları deneyimleme eğilimindedirler. Duygusal dengesizlik düzeyi düşük olan bireyler ise kararlı, dengeli, sakin, kendine güvenen ve rahat bireyler olarak karakterize edilmektedir (Zhao ve Seibert, 2006: 260). Duygusal denge bireylerin ilişkilerini sürdürmelerine, müşteriler, çalışanlar ve kaynak sağlayıcılarla ilişkilerinde girişimcinin uzun vadeli başarısını kolaylaştırmasını sağlamaktadır (Ciavarella vd., 2004: 470-471).

Girişimciler yeni girişimlerinin başarısı veya başarısızlığı için büyük bir kişisel sorumluluk üstlenmektedirler. Baskılar, ağır kişisel iş yükü, mali kayıplar vb. sorunlar olabilmektedir. Bu nedenle, duygusal dengenin düşük olduğu insanlar, girişimcilik rolüyle ilgili kişisel sorumlulukları ve zorlukları üstlenmek istemezler (Zhao vd., 2010: 386). Girişimciler de aşılmaz zorluklar ve eleştirilerle başa çıkabilmek için kendini kontrol etme ve duygusal zekâyâ ihtiyaç duyarlar. Bu nedenle, bir işe başlamada ve hayatta kalmayı sağlamada duygusal olarak kararlılık ve iyimser olmak gerekmektedir (Nga vd., 2018: 127) Girişimciler, işletme içerisinde büyük bir finansal yatırıma sahiptir, fakat yöneticilere sağlanan finansal güvenceye sahip değillerdir. Bu nedenle ağır iş yükü, finansal risk, yeni bir işletme kurma riski vb. durumlar girişimci üzerinde bir takım psikolojik ve fiziksel strese neden olmaktadır. Bu bakımdan strese karşı dayanıklılık ve kendine güven gibi kişilik özellikleri girişimciler için daha önemlidir (Çetin ve Varoğlu, 2009: 59).

Öfke, hüznün ve kaygı gibi birçok olumsuz duyguyu barındıran duygusal dengesizlik ile ilgili yapılan çalışmalar, bu tür duyguları hissetme eğilimine sahip kişilerin ani duygusal dalgalanmalara sahip olduklarını, depresyon ve kendine güven eksikliği yaşadıklarını ortaya koymaktadır. Sosyal girişimcilik temelde, insanların sorunlarını çözmeye odaklanmaktadır. Bu süreç boyunca, kar odaklı girişimcilere benzer şekilde, yeni bir iş kurma baskısı sosyal girişimciler tarafından da karşılanmaktadır. Sosyal girişimcilerin bu baskıya karşı koyarken daha az nevroitik olması beklenmektedir (İrengün ve Arıkboğa, 2015: 1189).

## 2.3.GİRİŞİMCİLİK

Bu bölümde girişimcilik kavramı tanımlandıktan sonra girişimcilik türleri, girişimcilik yaklaşımı, girişimci kişilik özellikleri, girişimcilik ve sosyal girişimcilik arasındaki ilişkiye yer verilmiştir.

### 2.3.1.Girişimcilik Kavramı

18 yüzyılda Fransa’da yaşayan Richard Cantillon tarafından tanımlanan Almanca “unternehmen” ve Fransızca “entreprendre” kelimelerinden türetilen ve İngilizceye “entrepreneurship” olarak dönüştürülen (Gümüšoğlu ve Karaöz, 2014: 99; Şenturan ve Şentürk, 2016: 813; Hebert ve Link, 2006: 261; Yüksel vd., 2015: 146; Adebayo ve Kolawole, 2013: 494) girişimcilik kavramı 20 yy’dan sonra önem kazanmaya başlamıştır.

Yönetim bilginleri ve sosyal bilimciler arasında artan bir ilgi alanı olarak ortaya çıkan (Jones ve Wadhvani, 2006: 5) yeni girişimler veya organizasyonlar (Li, 2016: 13) oluşturma anlamına gelen ve ekonomik kaynakları kullanarak üretkenliği daha fazla artırma anlayışına dayanan (Mort vd., 2003: 78) girişimcilik kavramını literatüre Fransız ekonomist Cantillon kazandırmış olmasına rağmen, Fransız İktisatçı Jean Babtiste Say ile girişimcilik bugün kullandığımız anlamına kavuşmuştur (Çiftçi vd., 2014: 77).

Girişimcilik terimi gerek İktisat gerekse İşletme anabiliminde uzun bir süre boyunca kullanılmış, fakat Fransız iktisatçı J.B. Say ile birlikte üretim faktörlerinden dördüncüsü olarak kabul görmeye başlamıştır (Durukan, 2006: 28). J. Baptista Say girişimciyi iktisadi olan kaynakları alt düzlemden üst düzleme taşıyan kişi olarak tanımlarken (Demirtaş ve Kalyoncu, 2015: 3), girişimciliği düşük üretkenlikten yüksek verimliliğe kadar olan kaynakların değişimi olarak tanımlamıştır (Adebayo ve Kolawolw, 2013: 494).

Girişimciliğin 1980’lerden beri bir disiplin olarak gelişmesinde, sayısız bilim insanının katkısı olmuştur. Bu bilim insanlarında biri de Joseph A. Schumpeter’dir. Ekonomik kalkınmada girişimcinin merkezi rolünü savunan ilk ekonomist olan Joseph A. Schumpeter’in “İktisadi Gelişme Teorisi” (*Theorie der Wirtschaftlichen Entwicklung*) isimli çalışmasında ekonomik kalkınmanın “yaratıcı yıkım” yoluyla yeni fırsatlar yaratma sürecinde ortaya çıktığını öne sürmüştür. Schumpeter’e göre yenilik ekonomik büyümenin itici gücüdür (Ferreira vd., 2016: 6). Modern girişimcilik düşüncesinin kurucusu olarak kabul edilen (Damgacı ve Uygun, 2011 :20) ve

girişimcilik tarihinde önemli kişilerden biri sayılan Avusturyalı siyaset bilimci ve iktisatçı Joseph A. Schumpeter'e göre girişimcilik yenilikle özdeşleşmiş bir kavramdır. Schumpeter'e göre girişimci kişi, kar elde etmek istemekte ve girişimcinin bu isteğine ulaşması için yenilik yaratması gerekmektedir. Schumpeter, girişimciliği yeni ekonomik fırsatların algılanmasına ve daha sonra piyasaya yeni fikirlerin eklenmesine odaklanarak ekonomik perspektifinden tanımlamaktadır. Peter F. Drucker ise girişimciliği; yeni mal ve hizmetlerin üretilerek üretim kapasitesinin artırılmasını içeren bir yenilik süreci olarak tanımlamıştır (Bula, 2012: 82; Candan, 2011: 159; Çiftçi vd., 2014: 77).

Hem ekonomik hem de toplumsal gelişimin temeli olan girişimcilik, II. Dünya Savaşı'nın sona ermesinden ve sanayi ülkelerinin yeniden inşa etme ihtiyacından dolayı, 1900'lerin ortalarında araştırmacıların odak noktası haline gelmeye başlamıştır. Daha sonra yenilikçilik ve girişimciliğe ilginin büyümesi ile birlikte girişimcilik, işletmecilikte özel bir teorik alan olarak daha fazla ilgi görmeye başlamıştır (Hoppe, 2016: 97). Türkiye'de ise girişimciliğe 1980'li yıllardan sonra önem vermeye başlanmıştır. 24 Ocak 1980 kararları ile birlikte ihracata dönük bir kalkınma stratejisi uygulanmaya başlanmıştır. 24 Ocak 1980 kararlarıyla ekonomide strateji değişikliği olmuş ve serbest piyasa ekonomisi modeline geçilmiştir. (Öztürk ve Arslan, 2016: 4). Türkiye daha önceden kapalı bir ekonomik model anlayışı hâkimken, sadece iç piyasaya hâkim olmak yeterli görülmemekte ve bireyler risk almaktan çekinerek finansal liberalizasyonun olmadığı kapalı bir ekonomik anlayışına sahipken, küreselleşme ile birlikte hem devlet hem de özel sektörler girişimcilik ile ilgili çalışmalar yapmaya başlamıştır (Sönmez ve Toksoy, 2014: 45).

Yeni bir organizasyon oluşturmak, işi kâr amacı ile büyütmek, yeni bir girişim, fırsatlardan istifade etmek, psikolojik, sosyal ve ekonomik riskleri kabul ederek süreç içerisinde yeni bir şeyler oluşturma kavramlarının tamamı girişimciliği ifade etmekte kullanılmaktadır (Bayrakdar, 2011: 247).

Dört üretim faktöründen biri olan (Memiş vd., 2007: 138) girişimcilik, genellikle işin yaratılması olarak kavramsallaştırılmış olsa da bu kavramsallaştırma, girişimciliğin tam kapsamını açıklamada yetersiz kalmaktadır. Girişimcilik faaliyetleri; organizasyonlar dışında (örneğin, alternatif gelir için etkinlikler düzenleyen bir öğrenci), kurumlar içinde (kurumsal girişimcilik) gerçekleştirilebilir veya iş aktiviteleri olmayan (sosyal girişimcilik gibi) faaliyet alanları için de kullanılan çok geniş bir kavramdır (Ahmetoğlu vd., 2011: 1028).



Girişimcilik fırsatların tespit edilmesi, başarıya ulaşmak için bilgilerin ürün ve hizmetlere dönüştürülmesi amacıyla yeni bir şeyler yaratılması sürecidir (Paksoy vd., 2018: 125). Diğer bir deyişle girişimcilik, genellikle, sınırlı maddi kaynakların kısıtladığı belirsiz bir çevrede faaliyet gösteren bireyin yenilikçilik özelliği ile ekonomik refahı artırma arayışı olarak da tanımlanabilmektedir (Nga ve Shamuganathan, 2010: 259).

Girişimcilik; sermaye oluşturma, ekonomik güvenliği sağlama, gelir dağılımını dengeleme (Sönmez ve Toksoy, 2014: 42; Keskin, 2014: 72; Yüksel vd., 2015: 145) durgun ekonomileri harekete geçirme, ekonomik güvenliği sağlama (Tamer, 2013:649; 72; Gevrenova, 2015: 322; Develi vd., 2011: 116) ekonomik büyümeyi hızlandırma ve işsizlik sorununu çözme (Sondari, 2014:44) gibi özelliklerinden dolayı ülkelerin ekonomik seviyelerinin gelişiminde büyük etkisi olmaktadır.

Ekonomik kalkınma ve büyümenin motoru, istihdamı artıran bir dizi faaliyetler bütünü (Yüksel vd., 2015: 145; Abu-Saifan, 2012: 22) olan girişimcilik; riskleri üstlenerek, gerekli zamanı ve çabayı harcayarak değerli ve farklı bir şey yaratma (Göksel ve Aydınlan, 2011: 36) süreci olarak ifade edilmektedir. Ancak girişimciliğin en klasik tanımı; teknolojik gelişmelerden faydalanarak daha önceden hiç üretilmemiş yeni ürünler ortaya koymaktır. Buna ek olarak girişimcilik; müşterilerin değişen isteklerini erken algılayıp bu beklentilere hızlı bir şekilde cevap verebilme, pazarlama ve dağıtım süreçlerinde rutin olanın dışına çıkmak (Küçükaltan, 2009: 25) olarak da tanımlanabilir. Girişimcilik kavramı ilk dönemlerde yeni bir işletme kurma ve bu süreçte risk alma olarak tanımlanırken, daha sonraki zamanlarda yeni fikir ve düşüncelerin ortaya çıkması, bu fikir ve düşüncelerin yeni mal ya da hizmetlere dönüştürülmesi ve piyasaya sunulması olarak kapsamı genişletilmiştir (Akpınar ve Küçükgöksel, 2015: 14). Girişimci ise fırsatların peşinde koşan, öz yeterlilik sahibi, proaktif, risk alma, yenilik ortaya koyma (Yıldırım vd., 2011: 195; Onay ve Çavuşoğlu, 2010: 48; Günlü, 2015: 25; Luca ve Robi, 2016: 92) sınırlı miktarda bilgi ile daha zor hedefler belirleyerek bunlara ulaşma arzusunda (Taatila, 2010: 50) olan birey olarak tanımlanmaktadır. Diğer bir deyişle girişimci, kendi sermayesiyle yeni ve küçük kârlı faaliyetlere başlayan (Chirani vd., 2013: 73) algılanan fırsatlar etrafında tanınmış değerden bir şey inşa etmek için yeni şeyler geliştiren (Smith vd.,2014: 201; Tiwari vd., 2017: 9) kişi olarak ifade edilmektedir.

Girişimcilik iş fırsatlarını tanımlayarak, değerlendirerek, yeni işletmeler kurmak ya da var olanları daha aktif hale getirerek, yenileyerek ve ekonomik gelişmişliği ileriye taşıyarak inovasyon ve iş yaratma yoluyla toplumların refahını arttırmaktadır (Cuervo vd., 2007: 5; Rusu vd., 2012: 3571). Bu nedenle girişimciliğin teşvik edilmesi, dünya çapında hükümetler tarafından ulusal bir öncelik olarak kabul edilmektedir (Fairlie ve Holleran, 2012: 366). Bu doğrultuda ekonomide değişimin ajanı olan girişimciler (Mort vd. 2003: 78) yaşadıkları topluma karşı önemli misyonlar üstlenen kişiler olarak görülmektedir. Bu misyonlardan bazıları aşağıdaki gibi sıralanabilir (Önce vd., 2014: 2; Chirani vd., 2013: 74):

- ✓ İşsizlik, az gelişmiş ülkelerin en önemli sorunlarından biridir. İşsizliğin nedeni ise bu ülkelerde yeni yatırımların yapılmamasıdır. Ülkeleri işsizlikten kurtulmanın yolu ise bireylerin kendi işlerini kurmalarıdır. Dolayısıyla bir ülkede girişimci sayısı ne kadar çok olursa o ülkenin istihdam oranı da o kadar çok artmaktadır.
- ✓ Girişimcilik faaliyetleri ile birlikte yaşam kalitesi ve toplum refahı artmaktadır.
- ✓ Girişimciler, bilim ve teknolojinin gelişmesini sağlamaktadır.
- ✓ Girişimciler, kendi ülkelerinin yurt dışında reklamını yapmaktadırlar.
- ✓ Girişimciler, kullanılan kaynakların âtıl durumda kalmasını önlemektedir.
- ✓ Girişimcilik ile değişim ve yenilik yaratılmaktadır.
- ✓ Girişimcilik rekabeti teşvik etmektedir.

### 2.3.2. Girişimcilik Türleri

İş dünyası hızla değişmekte, ekonomik, sosyal ve teknolojik değişimler yeni talepler getirmekte ve aynı zamanda bireylerin kariyerleri için yeni fırsatlar da sunmaktadır. Proaktif olarak bu taleplerle başa çıkmanın bir yolu da girişimcilik, yani kendi işini kurmaktır (Obschonka vd., 2012: 178). Günümüzde, ekonomik kalkınmanın anahtarı olan (Nagarajan, 2011: 241) girişimcilik birçok ülkede önemli bir hareket haline gelmiş ve tüm çalışma alanlarında kabul görmüştür. Girişimcilik, modern piyasa ekonomisinin devam eden dinamizmi, rekabeti ve ekonomik büyümeyi destekleyebilecek yeni işletmelerin ortaya çıkmasını sağlayan bir faaliyet alanı olarak kabul edilmektedir (Mathew, 2010: 163). Bu nedenle, sanayi toplumu ve ardından bilgi toplumuna geçişle birlikte girişimcilik kavramı önem kazanmaya ve

araştırmacılar tarafından tanımlanmaya çalışılan bir kavram olmaya başlamıştır (Özdevecioğlu ve Cingöz, 2009: 82). Bu durum farklı girişimcilik türlerinin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Çalışmanın bu bölümünde, literatürde en çok kullanılan girişimcilik türlerinden olan kadın girişimcilik, yeşil girişimcilik ve iç girişimcilik türlerine değinilmiştir.

### **2.3.2.1.Kadın Girişimcilik**

Günümüzde iş dünyasında girişimcilik birçok ülkede önemli bir hareket haline gelmiş ve tüm çalışma alanlarında kabul görmüştür. Girişimcilik, modern piyasa ekonomisinin devam eden dinamizmi, rekabeti ve ekonomik büyümeyi destekleyebilecek, yeni işletmelerin kurulması için temel bir güç olarak görülmektedir (Mathew, 2010: 163; Orhan ve Scott, 2001: 232).

Yenilikleri içeren yeni organizasyonların oluşmasını sağlayan girişimcilik (Choudhary ve Patil, 2015: 167) türlerinden biri olan kadın girişimciliğin toplumsal ve ekonomik hayatta fırsat ve yararlar sunmasının yanında kendi ülkelerinde girişimcilik faaliyetlerinin gelişmesinde önemli bir gücü oluşturduğu söylenebilir (Soysal, 2010: 72). Kadın girişimcilik; ekonomik büyüme ve kadın işletmecilerinin sayısının artması ile son otuz yılda önemli bir gelişme kaydetmiş ve sürdürülebilir ekonomik kalkınma ve sosyal ilerlemeye yönelik küresel arayışın önemli bir parçası olmuş (Sharma, 2013: 172) ve böylece kadın girişimcilik konusu dünya çapında giderek daha popüler hale gelmiştir. Kadınların iş dünyasına katılmaları ekonomik büyümeye en çok katkıda bulunun unsurlarından biridir. Kadın girişimciliği sadece ekonomik hayatta kalmak için değil, aynı zamanda sosyal sistemi güçlendirmek için de gereklidir (Singh ve Belwal, 2008:124). Çünkü kadınların girişimcilik faaliyetlerine katılmaları kadınları sosyal, ekonomik ve kültürel alanlarda daha da fazla güçlendirmektedir (Nawaz, 2009: 1).

Kadın girişimcilik, yenilikçi, yaratıcı, kendine güvenen, birtakım riskleri üstlenen, ekonomik bağımsızlığını elde etmiş, bir iş kurarak başka insanlar için de iş imkânı sağlayan (Keskin, 2014: 73; Yıldırım ve Çıkmaz, 2016; 979) kadın veya kadın grubu olarak tanımlanmaktadır (Goyal ve Parkash, 2011: 196).

Kadın girişimciliği ile ilgili yapılan çalışmalarda kadın girişimciliğin tanımının genellikle aşağıdaki sınırlamalar içerisinde (Paksoy vd.,2018:126) yapıldığı görülmüştür. Bunlar:

- ✓ Ev dışındaki bir yerde kendi adına kurmuş olduğu bir ya da daha fazla işyeri olan,
- ✓ Bu iş yerinde istihdam ettirdiği kişilerle ya da yalnız başına çalışan,
- ✓ Mal ya da hizmetin üretimi, pazarlaması, satışı ve dağıtımını yapan,
- ✓ İş ile ilgili olarak iletişime geçmesi gereken kurumlarla kendisi adına iletişime geçen,
- ✓ İş yerinin işletilmesi, kapatılması, işin geliştirilmesi vb. konularda kararı kendisi veren,
- ✓ İşinden elde etmiş olduğu gelirin kullanım ve yatırımı üzerinde asıl söz sahibi olan kadındır.

Kadın girişimcilerin ekonomik kalkınmaya yaptığı katkı, iş hayatında aktif katılımın artmasından kaynaklanan ekonomik büyümenin yanı sıra iş yaratmayı da içermektedir. Aynı zamanda kadın girişimciler, iş süreçlerini erkek meslektaşlarına göre hareket edip davranmalarındaki farklılıklar nedeniyle zenginleştirmektedirler (Huang vd., 2012: 487). Tablo 2.3'te erkek ve kadın girişimciler arasındaki birtakım farklılıklar yer almaktadır.

Tablo 2. 3. Erkek ve Kadın Girişimciler Arasındaki Farklılıklar

	<b>Erkek Girişimciler</b>	<b>Kadın Girişimciler</b>
<b>İş Hedefleri</b>	Kolay karar alır.	Zor karar alır.
	Maliyet ve ekonomi odaklıdır.	Kalite ve sosyal katkı odaklıdır.
	Finansal risk almaya isteklidir.	Finansal risk alma konusunda endişelidir.
	Görev odaklı yöneticilik özelliğine sahiptir.	Çalışanlarla iyi ilişkilere odaklanmıştır.
	Daha çok inşaat ve imalat alanında işletmeler kurar.	Daha çok hizmet ve perakende alanında işletmeler kurar.
<b>Risk Toleransı</b>	İşi ile ilgili tehlikelerden daha az endişe duyar.	İşi ile ilgili tehlikelerden daha fazla endişe duyar.
	İşi ile ilgili yeterli bilgiye sahip olmak ister.	İşi ile ilgili daha detaylı bilgiye sahip olmak ister.
	İş kurarken daha az sosyal desteğe ihtiyaç duyar.	İş kurarken daha fazla sosyal desteğe ihtiyaç duyar.
	Başarısız olmaktan kaçınmaz	Başarısız olmaktan kaçınır.
	Risk almaya daha yatkındır.	Risk almaktan kaçır.
<b>Finans</b>	Daha fazla sermaye	Daha az sermaye
	Borç daha fazla	Borç daha az
	Finansman için geçmiş sicil kaydı mevcuttur.	Finansman için geçmiş sicil kaydı yoktur.
	Bankaların güveni daha fazladır.	Bankaların güveni daha azdır.
	Sermaye erişim kolaylığına sahiptir.	Sermaye erişim zorluğu bulunmaktadır.
<b>Motivasyon</b>	Dışsal odaklıdır.	Bağımsız olma isteği yüksektir.
	İnisiyatif almada güçlük yaşar.	Daha sağduyuludur.
		Daha pozitifdir.
		Eleştirel düşünebilir.
Daha fazla para kazanmak ister.	Kendi işinin patronu olmak önemlidir.	
Önceki deneyimleri motive eder.	Başarı hissi edinmek ister.	
<b>Yönetim</b>	Daha fazla mantıksal düşünür.	Daha fazla sezgisel düşünür.
	Direktif yönetim tarzına sahiptir.	Çalışanların ihtiyaçlarını anlar.
		İletişim becerileri mükemmeldir.
		Anlatımcı ve iletişimsel davranışlar sergiler.
Genişleme ve büyüme konusunda daha cesaretlidir.	Genişleme ve büyüme konusunda daha temkinli ve tutucudur.	
<b>Ağ İlişkisi</b>	Geniş sosyal ağa sahiptir.	Daha az sosyal ağa sahiptir.
	Ağ ilişkisi organizasyonlardan oluşur.	Ağ ilişkisi aile ve arkadaşlarından oluşur.

Kaynak: Shmailan, 2016:3-6 (Aktaran, Keskin 2017:72)

Tablo 2.3'te görüldüğü üzere kadın ve erkek girişimciler kişisel ve iş profillerine göre farklılık göstermektedirler, farklı sektörlerde faaliyette bulunmakta,

farklı ürünler geliştirmekte, farklı hedefler peşinde koşmakta ve işletmelerini farklı bir şekilde yapılandırmaktadırlar (Ince, 2012: 63). Kadın girişimciler genellikle gelişme imkânı az olan firmalarda ya da küçük ölçekli işletmelerde yer almaktadır (Soysal, 2010: 74).

Kadın girişimciler; dünyada büyük bir yenilik, iş yaratma ve ekonomik büyüme kaynağını temsil etmesine rağmen kadın girişimciliğinin önünde birtakım engeller bulunmaktadır. Kadınlar; kredi, eğitim, özgüven eksikliği, kararsızlık, sosyal ağlar ve bilgilerin yanı sıra yasal ve politik kısıtlamalara erişimde erkek girişimcilere oranla daha büyük engellerle karşı karşıya kalmaktadırlar (Odebrecht, 2013: 31; Bruin vd., 2007: 324; Sangolagi ve Alagawadi, 2016: 216). Bu engeller iç ve dış engeller olarak iki şekilde sınıflandırılabilir. Dış engellerden bazıları şunlardır: Piyasa paydaşlarının kadın girişimcilere bir tür kuşkuyla bakması (bu durum kadınların bilgi, beceri ve kapasitelerini müşterilerine, tedarikçilerine ve iş ortaklarına karşı kanıtlamalarını gerektirmekte), finansman erişiminde zorluklar, kadınların toplumdaki rolüne ilişkin geleneksel görüşler olarak sınıflandırılabilir. İç engellerden en önemlileri ise; kadınların iddialı olma ve risk alma gibi kişisel / girişimcilik becerilerinden yoksun oldukları algısıdır (Beaufort, 2014: 34-35). Son olarak kadın girişimcilerin birçok ülkede karşılaştıkları ortak zorluklar; eşit olmayan fırsatlar, yetersiz güvenilirlik, tanınma eksikliği, aşırı aile sorumlulukları, beceri eksiklikleri ve cinsiyet ayrımı (Goby ve Erogul, 2011: 330) olarak sıralanabilir.

### **2.3.2.2.Yeşil Girişimcilik**

Piyasa sisteminin en önemli başarısızlıklarından biri üretim, depolama, ulaştırma ve kullanım sırasında üretim-tüketim döngüsünün çeşitli aşamalarında üretilen olumsuz çevresel sorunlarla başa çıkamamasıdır (Pastakia, 2002: 94). Dünyadaki mevcut çevresel problemler göz önünde bulundurulduğunda, bu zorlukların üstesinden gelmek için kullanılan geçmişteki stratejilerin çevresel bozulmayı önlemede başarısız olduğu görülmüştür. Bu nedenle yeşil girişimcilerin çevresel sorunları çözmeye oynayabilecekleri roller önemli hale gelmeye başlamıştır (McEven, 2013: 264).

Çevre bilinci artan toplumların ortaya çıkmasıyla çevre dostu girişimcilere olan ihtiyaç artmaya başlamış ve bunun sonucu olarak da yeşil girişimcilik (Aydın ve Çakar, 2013: 57) kavramı gündeme gelmeye başlamıştır. Girişimcilik ve ekoloji kelimelerinin birleşmesi ile oluşan yeşil girişimcilik kavramı (Aykan, 2012: 198)

tüketici davranışında bir değişime yol açan ve çevreye olumsuz etkiyi azaltan ürün veya hizmetler sunmak, işletmelerin ekolojik ve ekonomik hedeflerini dengelemek, ürün ve hizmetlerin üretimi ve tüketimi ile bağlantılı sorunlara yenilikçi ekolojik çözümler sunmak (Gevrenova, 2015: 322) olarak tanımlanabilir. Yeşil girişimcilik, yönetim sistemlerine ya da teknik prosedürlere daha az yönelerek, daha çok çevresel yeniliklerle pazar başarısını artırmak için girişimci kişi ya da ekibin kişisel inisiyatifine ve becerilerine odaklanmaktadır (Schaltegger, 2002: 47).

Yeşil girişimci, yeşil sektörlerde faaliyet gösteren, kaynakları yenileyen ya da verimliliği sıfır olan ve verimliliği azaltan yeşil inovasyon (yeşil ürün tasarımı, yeşil süreçler ve/veya yeşil hizmetler) gibi bir sektörü sürdürülebilirliğe dönüştürmeyi amaçlayan bir girişimci kişiliği ifade etmektedir (Gunawan ve Fraser, 2016:187).

Yeşil girişimlerin başarılı olmaları için hızlı hareket etmeleri, başkalarını motive etmeleri, risk almaları ve aynı zamanda çok sayıda insanın istediği şeyi sunmaları (Linnanen, 2002: 72) gerekmektedir. Buna ek olarak yeşil girişimcilerde bulunması gereken özelliklerden bazıları şu şekilde sıralanabilir (Skopenko ve Sagaydack, 2013: 30):

- ✓ Enerji kaynaklarının kullanım miktarını azaltmak,
- ✓ Atıkları azaltmak ve verimli şekilde geri dönüşümünü sağlamak,
- ✓ Yeşil iş yatırımının çekiciliğini artırmak,
- ✓ Ekonomi ve ekoloji alanlarında bilgili, becerikli ve yetenekli personel almak,
- ✓ Çevre bilincini ve kültürünü oluşturmak,
- ✓ Yeni çevre dostu ürünler üretmek,
- ✓ Sosyal ve çevre sorunlarına duyarlı bir işletme imajı oluşturmaktır.

### 2.3.2.3.İç Girişimcilik

İçinde bulunulan ortamın karmaşıklığı bireyleri, örgütleri ve toplumları daha esnek, hızlı ve daha yenilikçi olmaya zorlamakta ve teknolojik, ekonomik ve yasal alanlarındaki değişim ve gelişme, işgücü ve kaynak piyasalarında büyük çaplı değişimler olarak kendini göstermektedir. Bu nedenle işletmelerin rekabet edebilmeleri için yeni ve sürdürülebilir dönüşüm sağlamaları gerekmektedir (Singer vd., 2009: 1).

İşletmelerin yoğun rekabet ortamında hayatlarını sürdürebilmeleri için değişen çevre koşullarına ayak uydurmaları ve kendilerini yenilemeleri gerekmektedir (Gürel, 2012: 57). Ayrıca çalışanlarının yenilikçilik ve yaratıcılığını geliştiren

kurumsal ortamların sağlanması gerekmektedir. Bu durum işletmeleri giderek artan bir şekilde iç girişimciliğe önem vermeye (Kuratko, 2007: 2; Enginoğlu ve Arıkan, 2016: 15) yönlendirmiştir.

İç girişimcilik, örgüt içerisindeki bireylerin kendi bilgi ve yeteneklerinin farkına varmaları ile başlayan ve işletme içindeki bireylerin kendilerini geliştirmelerine dayanan bir girişimcilik türü olarak ortaya çıkmıştır (Özgüner, 2015: 150). Genellikle örgüt içinde dış girişimciliğin rolünü yerine getiren bir faaliyet olarak tanımlanan (Westrup, 2013: 97) iç girişimcilik, girişimcilik anlayışının örgüt içerisine doğru yayılması, örgütte çalışan bireylerin girişimcilik özelliklerinin artırılması (Kızıloğlu ve İbrahimoglu, 2013: 106), işletme içerisinde çalışan herkese girişimcilik ruhunun aşılması, esnek yapıların oluşturulması (Ağça ve Kurt, 2007: 85) olarak tanımlanmaktadır. İç girişimcilik, mevcut firmalar içerisinde inovasyon, girişimcilik ve stratejik yenilenme gibi girişimcilik faaliyetlerini de ifade etmektedir (Sakhdari, 2006: 5; Paunović, 2012: 344). İç girişimciler ise işletme içerisinde girişimcilik ruhuna sahip olan, fırsatları gören ve bu fırsatları işletmenin rekabet gücünü ve karlılığını arttırmak amacıyla kullanan kişiler (Başar ve Tosunoğlu, 2006: 127; Onay ve Çavuşoğlu, 2010: 49) olarak tanımlanmaktadır.

### **2.3.3. Girişimcilik Yaklaşımları**

Girişimciliğin çok boyutlu doğası, girişimciliğin ölçülmesinde çok çeşitli yaklaşımların ortaya çıkmasına neden olmuştur (Smith vd., 2014: 6). Bu yaklaşımlar bireysel, çevresel ve örgütsel yaklaşımlar olarak sınıflandırılabilir.

#### **2.3.3.1. Bireysel Yaklaşım**

Girişimcilik davranışına yönelik bireysel yaklaşım, girişimciliğe yönelik tutumların, bireyin girişimciliğe ilişkin yönelimini etkileyeceğini varsaymaktadır. Buna göre insanların girişimciliğe yönelik tutumları farklı olmaktadır. Bazı insanlar girişimciliğe bir kariyer olarak bakarken bazı insanlar ise girişimciliği borç bulma ya da iş başarısızlığı olarak algılamaktadır (Robinson vd., 1991: 17; Shariff ve Saud, 2009:130). Buna göre bireysel yaklaşımının temel sorusu “Niçin belirli kişilerin girişimci oldukları ve işletme kurduklarıdır?” Bu konu ile ilgili yapılan çalışmalarda bireylerin demografik, kişilik ve psikolojik özellikleri üzerinde durulmuştur (Durak, 2011: 197).



Girişimcilerin tanımlanmasına yönelik ilk yaklaşım olan bireysel yaklaşım, tipik bir girişimcinin profiline ulaşmak için demografik bilgilerin kullanılmasına dayanmaktadır. Bu yaklaşımın altında yatan temel varsayım, bilinen girişimcilerin demografik özelliklerini belirleyerek, girişimci ve girişimci olmayan kişilerin özelliklerini ayırt edebilmektir (Robinson vd., 1991: 15; Smith vd., 2014: 208; Tamizharasi ve Panchanatham, 2010: 216; Ayodele, 2013: 60).

Bireysel yaklaşım, başarılı girişimcilerin bir takım ortak özelliklere sahip olduğunu varsaymaktadır (Smith vd., 2014: 207). Buna göre girişimci kişilik özellikleri, bireyi girişimci olmaya özendiren bir dizi unsurdan oluşmaktadır. Bu özelliklerin toplam etkisi, bireyin girişimci gücünün derecesini belirlemektedir (Demirer ve Memiş, 2010: 67). Son olarak bu yaklaşım bireylerin gizli kalmış girişimcilik ruhunu belirlemek için kişisel özelliklerinin analiz edilmesi gerektiği üzerinde durmuştur (Tamizharasi ve Panchanatham, 2010: 215).

#### **2.3.3.2.Çevresel Yaklaşım**

Girişimciliği etkileyen yaklaşımlardan biri de çevresel yaklaşımdır. Buna göre bazı çevresel koşullar, girişimcilik başarısını olumlu olarak etkileyebileceği gibi bazı çevresel koşullar olumsuz olarak da etkileyebilmektedir. Girişimcilik faaliyetini etkileyen çevresel faktörlerden bazıları şunlardır: Aile, yerel toplum, devlet kurumları ve finansal kaynaklardır (Lee ve Peterson, 2000: 402). Yapılan çalışmalarda en çok kültürel boyutun girişimciliği etkilediği görülmüştür (Durak, 2011: 198).

#### **2.3.3.3.Örgütsel Yaklaşım**

Bu yaklaşıma göre bir işletmenin büyümesi için işletme kuran girişimcinin bir takım yönetsel özelliklere sahip olması gerekmektedir. Bu nedenle, bu yaklaşımda girişimcinin yönetici bakış açısına sahip olması önemli kabul edilmektedir. Çünkü girişimci önce fırsatları yönetmekte sonra kaynakları yönetmektedir. Bu yaklaşımda girişimciliğin yöneticilik boyutu üzerinde durularak, girişimcilerin yalnızca yeni bir işletme kurmadıkları işletme içerisinde yer alan birimleri yönetmesi gerektiği üzerinde durulmuştur (Durak, 2011: 199).

#### **2.3.4.Girişimci Kişilik Özellikleri**

Literatürdeki çalışmalar incelendiğinde girişimcilerde bulunması gereken kişilik özelliklerinden en çok kullanılanların risk alma eğilimi (Gürol ve Atsan, 2006;

Luca ve Robu, 2016; Verheul vd., 2012; Yüksel vd., 2015; Bozkurt, 2006; Türkoğlu vd., 2017), belirsizlik toleransı (Bozkurt, 2006; Bozkurt ve Erdurur, 2013; Kırılmaz, 2012), kontrol odağı (Gürol ve Atsan, 2006; Verheul vd., 2012; Bozkurt, 2006), yenilikçilik (Yüksel vd., 2015; Bozkurt ve Erdurur, 2013; Kırılmaz, 2012) ve başarı ihtiyacı (Gürol ve Atsan, 2006; Luca ve Robu, 2016; Yüksel vd., 2015; Bozkurt, 2006) olduğu görülmüştür.

#### **2.3.4.1.Risk Alma Eğilimi**

Girişimcilik, girişimcinin yeni iş ve firmalar kurduğu bir süreci ya da yeni ve yaratıcı fikirlerin, yeni fırsatların ve kaynakların harekete geçirilmesi ile topluma yeni bir ürün ya da hizmetlerin getirilmesi (Allah ve Nakhaie, 2011: 78) olarak ifade edilmektedir. Bireylerin her yaptığı yeni girişim faaliyetleri başarı ile sonuçlanmamakta ve yapılan yenilikler çeşitli sorunlara neden olmaktadır. Bu durumda girişimcilerin belirli ölçüde risk alması ve fırsatları değerlendirmesi gerekmektedir (Basım ve Şeşen, 2008: 52).

Yenilikçilik ve yeni girişimin ayrılmaz bir parçası olan risk kavramı, kaybetme olasılığı anlamına gelmektedir (Ağça ve Kurt, 2007: 94). Risk alma eğilimi ise bireyin riskli durumlarla karşılaştığı zaman risk alma veya riskten kaçınma durumunu ifade etmektedir (Gürol ve Atsan, 2006: 30; Koh, 1996: 14).

Girişimci kişiliğin en önemli özelliklerinden biri risk alma eğilimidir (Develi vd, 2011:118). Girişimciler risk alma eğilimi yüksek bireyler olarak (Koudstaal vd, 2015: 1; Beattie, 2016: 16) yeni bir iş kurarken birçok risklerle karşı karşıya kalmaktadırlar (Pillis ve Reardon, 2007: 383). Çünkü girişimci bireyler sınırlı miktarda bilgi ile karar almakta ve amaca ulaşma arzusunda (Taatila, 2010: 50) olduklarından dolayı, girişimcilerin risk alma eğilimlerinin yüksek olması gerekmektedir (Beattie, 2016: 16).

#### **2.3.4.2.Yenilikçilik**

Hem sonucu hem bir süreci ifade eden yenilikçilik kavramı bir fikir ya da düşünceyi pazarlanabilir mal ya da hizmete dönüştürme (Ağça ve Kurt, 2007: 94; Bozkurt, 2006: 100), yeni ürünler, yeni üretim teknikleri geliştirme, yeni pazarlara açılma, yeni tedarik kaynaklarına ulaşma ve yeni bir iş kurmayı ifade etmektedir (Gürol ve Atsan, 2006: 28).

Girişimciliğin yenilikçilik boyutu, işletmenin karşılaştığı problemlere yenilikçi ve kalıcı çözümler bulması ve önerileri ile yeni ürün ve hizmet geliştirmeleri, işletme fonksiyonlarına yönelik yeni teknikleri uygulaması ile ilgili bir özelliktir (Çetin, 2011: 71). Girişimcinin yeni fikirleri keşfetmesi, yeni problemleri çözmek için yaratıcılığını kullanması ve ürünlere, iş yöntemlerine ya da stratejilere yenilikçi bir yaklaşımla odaklanmasını gerektirmektedir (Zhao ve Seibert, 2006: 261). Buna göre girişimciliğin odak noktası olan yenilikçilik; iş faaliyetlerini yeni ve benzersiz şekillerde algılamak ve hareket etmek (Koh, 1996: 14), problemleri çözmek için her türlü yeni ve faydalı fikirlerin toplanması süreci (Gholami ve Karimi, 2014: 74), yeni bir düşüncenin işletme faaliyetlerine uygulanması veya aktarılması (Basım ve Şeşen, 2008: 54), başarılı girişimcilerin yeni ürün ve hizmetlerin tanıtımı, yeni üretim yöntemleri ve hatta tüm sektörün yeniden düzenlenmesi gibi rekabetçi stratejileri benimsemeleri ve uygulamaları (Mueller ve Thomas, 2000: 57) anlamına gelmektedir. Sürekliliği olan bir süreci ifade eden yenilikçilik sonucunda daha önceden denenmemiş radikal fikirler, yeni ürün ve üretim yöntemleri ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle işletmelerin varlıklarını devam ettirmeleri için sürekli yenilik anlayışı ile hareket etmeleri ve değişen müşteri isteklerine hızlı bir şekilde cevap vermeleri gerekmektedir (Kızıloğlu ve İbrahimoglu, 2013: 107; Gürel, 2012: 57).

#### **2.3.4.3. Başarı İhtiyacı**

Girişimci kişiler, kendi sorunlarını çözmek, hedeflerini belirlemek ve bu hedeflere ulaşmak için çaba sarf eden, zorlu görevlerde daha yüksek bir performans sergilemek isteyen, yeni ve daha iyi yollar arayışında olan ve bu yolla performansını artıran bireyler olarak ifade edilmektedir (Gürol ve Atsan, 2006: 29). Bu nedenle, başarı ihtiyacı girişimciliğin ortaya çıkmasında büyük bir role sahiptir.

Başarı ihtiyacı duyma; bireyin önemli başarılarla ulaşma, beceriye hâkim olma ve zorlayıcı hedeflere ulaşma arzusu (Kerr vd., 2017: 17), yeni girişimlerin yaratılmasıyla ilişkili olduğu düşünülen, başarıya ya da başarı motivasyonuna duyulan ihtiyaç, girişimcilerin en çok öne sürülen karakteristiği olarak görülmektedir (Yan, 2010: 3). Yüksek bir başarıya ihtiyaç duyan bireylerin başarılı olmak için güçlü bir istekleri olduğuna ve girişimci davranma olasılıklarının daha yüksek olduğuna inanılmaktadır (Koh, 1996: 14). Buna göre başarıma ihtiyacı, bireyin seçtiği görevin zorluğunu kabul ettiğini gösterdiğinden başarıma ihtiyacının diğer bireylerle

karşılaştırıldığında girişimcilerde daha fazla olduğu söylenebilir (Çetin ve Varoğlu, 2009: 56).

Başarı ihtiyacı, girişimcilik davranışını etkileyen ve insan davranışının altında yatan psikolojik bir güç olarak ifade edilmektedir. Başarı ihtiyacı güçlü ve yüksek olan bireyler, başarı için gerekli olan motivasyona sahip olma ve diğer bireylere göre girişimcilik davranışı gösterebilecek bireyler olarak görülmektedir. Yüksek başarı ihtiyacına sahip olan bireyler; risk ve sorumluluk alma, sorun çözme ve zorlukları aşma (Ören ve Biçkes, 2011: 74; Çetin ve Varoğlu, 2009: 56) mükemmelliğe ulaşmak için diğerleriyle yarışma özelliklerine sahiptirler (Altınay vd., 2012: 489). Çünkü başarı ihtiyacı, sorumlulukları yerine getirmede ve başarıya ulaşmada itici bir güç olmaktadır. Buna göre yüksek başarı ihtiyacına sahip olan bireylerin bu güçlerini girişimcilik faaliyetine dâhil etme olasılıkları daha da yüksek olmaktadır (Tong vd.,2011:488). Başarı ihtiyacı yüksek olan bireyler önceden plan yapmakta, kişisel sorumluluk almayı ve eylemleri hakkında hızlı, özel geri bildirim almayı tercih etmektedir (Sanchez ve Sahuquillo, 2012:133). Başarı ihtiyacı düşük olan bireyler ise mevcut durumlarından memnun görünmektedirler (Bozkurt, 2006: 100).

#### **2.3.4.4.Kontrol Odağı**

Kontrol odağı, bireyin hayatındaki ödülleri ve cezaları hakkındaki algılarını ve bir kişinin kendi kaderini kontrol edip edemeyeceği genel bir inanca işaret etmektedir (Yan, 2010: 3). Diğer bir deyişle kontrol odağı bireylerin kendilerini etkileyen olayları kontrol edebildiklerine inanmalarını ifade etmektedir (Ugwoke vd., 2013: 49).

Kontrol odağının iç ve dış kontrol odağı olmak üzere iki alt boyutu bulunmaktadır. İç kontrol odağı olan bireyler, yaşam çıktılarının, sıkı çalışma gibi kendi eylemlerinin sonucu olduğuna (Pilllis ve Reardon, 2007: 383; Göksel ve Aydın, 2011: 37; Özbezek, 2018: 88) ve yaşamındaki olayları kontrol edebildiklerini düşünmektedirler. Dışsal kontrol odağı olan bireyler ise yaşadıkları olayların şans ya da kader gibi dışsal faktörlerin sonucu olduğuna inanmaktadırlar (Bamikole ve Jayeoba, 2012: 76; Kerr vd., 2017: 15). İç kontrol odağı yüksek olan bireyler, dışsal kontrol odağı olanlara kıyasla başarı için daha fazla çaba (Koh, 1996: 14) göstermekte ve değişimden daha az endişe duymaktadır (Fuller vd., 2010: 39). İç kontrol odağı yüksek olan bireyler, kendileri için zor hedefler koyarak amaçlarına ulaşmak için gösterdikleri çaba ile olaylardan ders çıkarma yetenekleri arasında ilişki olduğuna inanmaktadırlar, ancak dış kontrol odağı yüksek olan bireyler ise

gösterdikleri çaba ile elde ettikleri arasında bir bağlantı olduğuna inanmamakta ve olayları şansın belirlediğini düşünmektedir (Basım ve Şeşen, 2008: 52).

Kontrol odağı, girişimcilik araştırmalarında büyük ilgi görmüş ve uzun zamandır en baskın girişimci kişilik özelliklerinden biri olarak tanımlanmıştır (Yan, 2010:3). Yapılan çalışmalarda girişimci davranış ile iç kontrol odağı arasında güçlü bir bağlantı bulunmuştur (Göksel ve Aydın, 2011: 37). Bu doğrultuda girişimcilerin, kendi işlerindeki başarı ya başarısızlığını şans, kader vb. güçlere bağlamayarak başarı ya da başarısızlıklarının kendi kontrolleri altında olduğuna (Bozkurt, 2006:100) inandıkları kabul edilmektedir.

#### **2.3.4.5.Belirsizlik Toleransı**

Bir girişimcinin hangi becerilere ihtiyaç duyduğunun kesin bir tanımını yapmak zordur. Bununla birlikte, referans niteliğindeki çalışmalar, girişimcilik yeterliklerinin genellikle bir iş veya akademik branşa özgü beceriler değil, psikolojik veya sosyal beceriler olduğu konusunda hemfikirdir (Taatila, 2010: 51). Bu nedenle girişimciler, çalıştıkları ortamdaki belirsizlik ve değişen durumlara karşı yüksek bir toleransa sahiptirler. Sürekli olarak çok sayıda bilinmeyen kaynaktan alınan yeni ve bazen çelişen bilgileri kullanarak alınan kararlar, belirsizlikle başa çıkma yeteneğini gerektirmektedir (Koh, 1996: 15; Gürol ve Atsan, 2006: 30; Taatila, 2010: 50).

Belirsizliğe karşı toleransı yüksek olan girişimciler risk alarak işlerini devam ettirmekte, bilgiye önem vermekte ve ipuçlarını yorumlamaktadır (Bozkurt, 2006: 100). Bu nedenle risk ve belirsizlik girişimcilik çabalarının bir parçası olduğu için, girişimciler çoğu zaman belirsizlik yaratan yetersiz bilgi ile kararlar almaktadırlar (Gurel vd., 2010: 652). Bu durum girişimcilerinin belirsizliğe tolerans düzeyinin diğer bireylere göre daha fazla olması gerektiğini göstermektedir.

#### **2.3.5.Girişimci Kişilik Özellikleri ve Sosyal Girişimcilik**

Girişimcilik; fırsatları arama, risk almaya istekli olma, değişen iş ve ekonomik koşulları arasında fikir alışverişinde bulunma, yenilik yapma, iş girişimini yönetme (Chuah vd., 2015: 81; Hortoványi, 2012: 14), karar verme, yönetim, denetleme, pazarlama ve muhasebe becerisi, dinamizm, işbirlikçi olma, güvenme ve iletişim kurma becerisi, iç kontrol odağı ve problem çözme (Petridou ve Glaveli, 2008: 266) gibi yetenek ve becerilerine sahip olmayı gerektirmektedir.

Girişimci, üretim faktörlerini bir araya getiren ve bunun sonucunda yeni mal ve hizmetler üreten kişidir. Ancak insanların çoğu, sermaye sahibi olmanın girişimci olmak için yeterli olduğunu düşünmektedir. Fakat sermayenin yanında girişimcilerde bulunması gereken bir takım kişilik özelliklerine de sahip olmak gerekmektedir (Parlak, 2013: 57; Yüksel vd., 2015: 145). Bu özellikler; yenilikçi düşünebilme becerisi, çalışma arzusunun yüksek olması, değişime ve yeniliğe istekli olması, insanları ikna etme ve inandırma kabiliyetinin yüksek olması, iş motivasyonunun yüksek olması ve işini sevmesi, liderlik yeteneği ve yönetim becerisi, takım çalışmasına yatkın olması, fırsatları sezerek ileri görüşlü olması ve iletişim becerisinin güçlü olması olarak sıralanabilir (Yılmaz ve Sünbül, 2009: 197).

Girişimcilik fırsatları keşfetme, seçme, yorumlama ve daha sonrasında yenilikler yapma sürecidir. Girişimci kişilerin bu yeteneklerini etkileyen bazı unsurlar bulunmaktadır (Bozkurt ve Erdurur, 2013: 59). Girişimcilik ile ilgili yapılan çalışmalarda, girişimcilik eğilimine sahip olan kişilerin ve başarılı girişimcilerin bazı ortak özelliklerinin olduğu görülmüştür (Boz vd., 2016: 2). Bu özelliklerden ilki risk alma eğilimidir. **Risk alma eğilimi**; bireyin, finansal açıdan zarar görebileceği bir sorunla karşı karşıya kaldığında riskten kaçınması ya da risk alması yönünde davranış sergilemesi olarak tanımlanmaktadır (Saygın ve Doğru, 2018: 310). Risk kelimesi, finansal açıdan zararı içerdiği gibi, sosyal kayıpları da içermektedir (Kayalar ve Ömürberk, 2007: 187).

Risk alma eğiliminin, girişimcilik faaliyetine ilk başlanıldığı süreçte önemli bir kişilik özelliği olduğu düşünülmektedir. Bunun nedeni, belirsizlik koşulları altında, riskten kaçınmaya yatkın olan insanların karar vermeyi veya karar almayı erteleyecek olması ve bunun sonucunda fırsatları kaçırmaları durumudur (Luca, 2017: 23). Ancak girişimciler riski yöneterek amaçlarına ulaşabilmektedirler. Sosyal ağlar yolu ile belirsizliğin azaltılması, kaynak sağlanması ve değişimler için uygun koşulların sağlanması riskin yönetilmesinde kullanılan yöntemlerden bazılarıdır. Girişimcinin riski azaltmak amacıyla kullanabileceği bir diğer yöntem de inovasyondur. Girişimciler inovasyon yolu ile yapmış oldukları yatırımlarda riskleri iyi bir şekilde yönetebilmektedirler (Ören ve Biçkes, 2011: 73). Girişimciler sınırlı veriler ile karar almakta ve amaçlarına ulaşmak için risk almak durumundadırlar (Taatila, 2010: 50). Bu nedenle girişimcilerin amaçlarına başarılı bir şekilde ulaşabilmeleri için risk almaktan korkmaması gerekmektedir (Dhaliwal, 2016: 4262).

Girişimci kişilik özelliklerinden biri olan risk değerlendirmesi bilişsel süreç sonucunda gerçekleşmektedir. Buna göre girişimciler herhangi bir fırsat ile karşılaştığında risk değerlendirmesi yapmakta ve böylece girişimcilik süreci başlamaktadır. Sosyal girişimcilik için de bu süreç aynı şekilde işlemektedir. Sosyal girişimci de herhangi bir sosyal bir sorun ile karşılaştığında, mevcut olan sorunu azaltma ya da çözme konusunda ne yapabileceğini düşünmekte, risk değerlemesi yapmakta ve buna göre kararını vermektedir (Kırılmaz, 2012: 135). Sosyal sorunlara yenilikçi çözümler bulmak, bu çözümlere uygun kaynaklar oluşturmak, risk alarak ve eldeki kaynakları kullanarak bulunan çözümleri uygulamaya koymak ve bunun sürdürülebilirliğini sağlayarak sosyal fayda oluşturmak sosyal girişimcilikte en önemli amaçlardır. Bu nedenle, sosyal girişimciler de ticari girişimciler gibi amaçlarına ulaşmak için risk alma (Çavuş ve Pekkan, 2017: 520) eğilimleri yüksek olan bireylerdir.

**Yenilikçilik;** tedarikçilere, tüketicilere ve organizasyona yeni çözümler, prosedürler, ürün ve hizmetler geliştirerek katma değer oluşturan ve yenilik katan bir süreç olarak tanımlanmaktadır (Ören ve Biçkes, 2011: 73). Girişimcilik ile ilgili yapılan çalışmalarda, girişimcilerin diğer bireylerden daha yüksek düzeyde yenilikçilik özelliğine sahip olduğu görülmüştür (Koh, 1996: 14).

Sosyal girişimciler için de yenilikçilik özelliği büyük öneme sahiptir. Buna göre sosyal girişimcilerin bir işin rutin yapılışından farklı olarak, yeni yollar bulması, bunları uygulamaya koyabilmesini içeren yenilikçilik özelliği, sosyal girişimcilerin yeni kaynaklara ulaşmasını kolaylaştırmaktadır (Kümbül Güler, 2008: 209). Bu doğrultuda ticari girişimciler gibi sosyal girişimcilerin de yenilikçilik özelliğine sahip olması gerekmektedir.

**Başarı ihtiyacı,** bir bireyin önemli başarılarla ulaşma, beceriye hâkim olma ve zorlayıcı hedeflere ulaşma arzusunu ifade etmektedir (Kerr vd., 2017: 17). Girişimciler, kişisel yetenekleriyle karar almakta ve bunun sonucunda başarılı ya da başarısız olmaktadır. Bu nedenle girişimcilerin bir faaliyete başlarken girişimcilik özellikleri yanında başarı özelliğine de sahip olması gerekmektedir (Şen ve Aslan, 2017: 1849). Girişimcilik faaliyetinde performans bireyin niteliğine ve kendi çabalarına bağlı olduğundan, başarı ihtiyacının yüksek olması girişimcilik kariyerine önemli bir etkiye sahip olmaktadır (Luca, 2017: 23). Yüksek düzeyde başarıya ihtiyaç duyan girişimciler, genellikle kendilerine zor hedefler belirleyerek bu hedeflere ulaşabilmek için daha fazla çalışmaktadırlar (Chavez, 2016: 14).

Girişimciler sürekli başarı ihtiyacı ile karakterize edilmektedir. McClelland “*The Achieving Society*” adlı kitabında, yüksek bir başarı oryantasyonuna sahip bireylerin, sonuçları kontrol etmelerine, performans hakkında doğrudan geri bildirimlerine izin vermelerine ve orta düzeyde risk sunmalarına olanak tanıyan kariyerleri takip etmeleri gerektiğini ileri sürmektedir. McClelland girişimcileri bu gereklilikleri yerine getirme olasılığı en yüksek olan bireyler olarak tanımlamıştır. Daha sonraları yapılan çalışmalarda, başarma ihtiyacının girişimcilerde girişimci olmayan bireylerden daha fazla olduğu ve başarı ihtiyacının girişimcilikteki önemi üzerinde durulmuştur (Beattie, 2016: 15). Aynı doğrultuda sosyal girişimcilerin de mücadele etme ve bir işi başarma konucunda azimli olduğu varsayımından hareketle yüksek başarı ihtiyacına sahip olacağı varsayılmaktadır (Kümbül Güler, 2008: 209). Bu doğrultuda sosyal girişimcilerin sosyal sorunlara çözüm bulma ve sosyal değişimi sağlayarak başarıya ulaşmasında yüksek başarı ihtiyacının önemli olduğu söylenebilir (Kırılmaz, 2012: 133).

**Kontrol odağı**, kontrol duygusunu gösteren bir kişilik özelliğidir (Karabulut, 2016: 13). Kontrol odağı, bireyin hayatındaki olayları kontrol edebildiğine olan inancı olarak ifade edilmektedir (İnce vd., 2015: 402-403).

Yeni bir işe başmak, işin sürdürülebilirliğini sağlamak ve hedefler doğrultusunda hareket edebilmek için girişimcinin bir vizyona sahip olması gerekmektedir. Girişimcinin sadece bir vizyonunun olması yeterli olmamakta aynı zamanda, o vizyonunu gerçekleştirmek için plan yapması ve bunun gerçekleşeceğine inanması gerekmektedir (Solmaz vd., 2014: 43). Bu noktada girişimci bireylerin kontrol odağı düzeylerinin yüksek olması önemli bir özellik olarak karşımıza çıkmaktadır. Yapılan çalışmalarda girişimcilerin eylemlerini dış etkenlere bırakmak yerine, olayları kendi kontrolleri altında tutmak istemlerinden dolayı iç kontrol odağının girişimcilikte önemli bir özellik olarak yer aldığı görülmektedir (Koh, 1996: 14). Aynı doğrultuda sosyal girişimcilerin, sosyal amaçlara ulaşmak için yaptığı faaliyetlerde başarı ya da başarısızlığını kendisine bağladığı varsayımından hareketle sosyal girişimcilerin de iç kontrol odağının yüksek olması beklenmektedir.

**Belirsizlik toleransı**, bireylerin belirsizlik ve riskten kaçınma konusundaki tolerans düzeyini ifade etmektedir (Türkoğlu vd., 2017:3). Bir kişinin belirsiz bir durumu nasıl algıladığı ve ona yaklaşmak için mevcut bilgileri organize etme biçimi, belirsizlik toleransını yansıtmaktadır. Belirsizlik toleransı yüksek olan bir birey, zorluklarla mücadele etmekte, belirsiz durumların üstesinden gelmeye çalışmaktadır.



Girişimciler belirsiz bir ortamda faaliyet gösterdikleri için belirsizliğe tolerans düzeylerinin diğer bireylere göre daha yüksek olması gerekmektedir (Koh, 1996: 15).

Sosyal girişimcilerin hesaplı bir şekilde ve orta düzeyde risk almaları, işletmelerin sürdürülebilirliği için önemli görüldüğünden sosyal girişimcilerin belirsizlikten kaçınma düzeylerinin orta düzeyde olacağı varsayılmaktadır (Kümbül Güler, 2008: 207).

## **2.4.SOSYAL GİRİŞİMCİLİK**

Bu bölümde sosyal girişimcilik kavramının tanımı, sosyal ve ticari girişimciliğin karşılaştırılması, sosyal girişimciliğin alt boyutları, sosyal girişimcinin özellikleri, sosyal girişimciliğin gelişimini hazırlayan ortam, Dünyada ve Türkiye'den sosyal girişimcilik örnekleri ve sosyal girişimcilik eğitimi ele alınmıştır.

### **2.4.1.Sosyal Girişimcilik Kavramı**

Özünde sosyallik ve girişimcilik kavramlarını barındıran sosyal girişimcilik kavramı, sosyal problemleri girişimci bir yaklaşımla en basit haliyle çözmeyi içermektedir (Akar ve Üstüner, 2017: 97). Sosyal girişimciliğin temel dayanağı, bir toplumun ekonomik, sosyal ve çevresel sorunlara ilişkin problemlerine çözüm bulmaktır (Boluk ve Mottiar, 2014: 3). Bu bağlamda sosyal girişimcilik, karmaşık sosyal ihtiyaçları ele almak ve çözmek için yenilikçi yaklaşımlar sunmaktadır (Rhodes vd., 2008: 1).

Sosyal girişimcilik; iş ve hayırseverlik arasındaki boşluğu dolduran, girişimciliğin sosyal alanda uygulanması (Roberts ve Woods, 2005: 45) toplumsal girişimciliği, toplumsal değişimi tetikleyen ve sosyal ihtiyaçları ele alan fırsatları takip etmek için kaynakların bir araya getirilmesi süreci (Marti vd., 2016: 1651) olarak tanımlanmaktadır. Bir diğer ifade ile sosyal girişimcilik daha az ayrıcalıklı bir konuma sosyal bir değer sunma (Abu-Saifian, 2012: 25), sosyal değer yaratma, sosyal dönüşümü sağlama (Kırılmaz, 2014: 57), sosyal sorunlara çözüm bulma ve fırsatları kovalama (Kök ve Mert, 2016: 167) faaliyetleri olarak da tanımlanabilir.

Sosyal girişimciliği tanımlarken J. Gregory Dess beş faktör üzerinde durmaktadır. Bunlar (Dess, 2001: 4):

- ✓ Sosyal bir değer oluşturmak ve bunun sürdürülebilirliğini sağlamak için bir misyon benimsemek,
- ✓ Bu misyonu gerçekleştirmek için sürekli yeni fırsatlar peşinde koşmak,

- ✓ Sürekli yenilik, adaptasyon ve öğrenim sürecine dâhil olmak,
- ✓ Hâlihazırda eldeki kaynaklarla sınırlı kalmadan cesurca davranmak ve
- ✓ Topluma karşı artan sorumluluk duygusunu göstermektir.

Kökleri 1970'lere dayanan (McAnany, 2012: 207) sosyal girişimcilik terimi kavramsal olarak ilk kez 1953'te yayımlanan H. Bowen'in "*İş adamlarının Sosyal Sorumlulukları*" isimli kitabında yer almaktadır (Koçak ve Kavi, 2014: 28).

Sosyal ekonomi kavramının bir parçası olan sosyal girişimciliğe (Sönmez vd., 2016: 103) tarihsel anlamda bakıldığında ilk örnekleri; hastane yapısında devrim yaratan ve hemşirelik okulu kuran Florence Nightingale, zihinsel engelli insanlarla çalışmaya başlayan John Durand'ın yaptığı faaliyetler ve halk eğitimini reformcusu Horace Mann ilk sosyal girişimcilik faaliyetleri olarak kabul edilmektedir (Paksoy vd., 2015: 7-8). Ayrıca 1833'te William L. Garrison kölelik karşıtı ilk gazetenin de yayıncısı olan American Anti-Salavery Society'yi kurması; 1889'da sosyal reformcu olan Jane Adams yoksul insanlara yardım üreten Hull House'ı kurması; 1968'de Bill Strickland Pittsburgh'da iletişim programlarını geliştirmek için sanatı kullanan Manchester Craftsmen's Guild'i kurması sosyal girişimcilik ile ilgili tarihteki diğer örnek uygulamalar (Mair ve Martı, 2006: 36) olarak kabul edilmektedir.

Sosyal girişimcilik ile ilgili tarihteki bir diğer uygulama da Muhammed Yunus tarafından gerçekleştirilmiştir. Prof. Dr. Muhammed Yunus dünyanın en kötü ve en zor şartlarına sahip olan ülkelerden biri olan Bangladeş'te tüm dünyanın beğenisini kazanan bir devrim gerçekleştirmiştir. Yoksulluğu gidermek için 1976 yılında *Bank Grameen* (Yoksullar Bankası) kurmuştur. Chittagong Üniversitesinde Ekonomi Bölümü Başkanı olan Prof. Dr. Muhammed Yunus bu sosyal girişimcilik çalışması ile 2006 Nobel Barış Ödülünü kazanmıştır (Gusseinova, 2015: 10; Mair ve Martı, 2004: 3; Işık, 2013: 123).

Tarihteki ilk sosyal girişimcilik örneklerinin sağlık, eğitim, kişisel ve çalışma hakları gibi çeşitli alanlarla ilgili olması, sosyal girişimciliğin toplumdaki sorunlara çözümler bulma ve sosyal kalkınmayı sağlama yönünü göstermektedir. Eski dönemlerdeki bu faaliyetler ve uygulamalar sosyal girişimcilik olarak anılmasa da aslında sosyal girişimcilik kavramının temellerini oluşturan adımların atıldığı (Çoşkun, 2015: 14) söylenebilir.

Dünyanın sosyal girişimcilik kavramı ile tanışması 1980 yılında Bill Drayton isimli bir Amerikalı tarafından sosyal girişimcileri destekleyen Ashoka'nın kuruluşu ile olmuştur. Dünyanın en büyük sosyal girişimcilik ağı olan Ashoka (Dehtjare ve

Riashchenko, 2015: 7; Sutha ve Sankar, 2016; 96) dünya çapındaki sosyal yenilikçilere fon sağlayan (Gusseanova, 2015: 10; Dess, 2007: 24), kendini sosyal girişimcileri bulmaya ve desteklemeye adanmış, sosyal değişim projeleri olan insanları destekleyen ve kâr amacı gütmeyen bir kuruluştur (Cukier vd., 2011: 100; McAnany, 2012: 206). Sosyal girişimcilik alanında ilk ve en önemli kuruluş olan Ashoka ilk üyesini 1981 yılında Hindistan'da seçmiştir. Ashoka ismi M.Ö. 3. yüzyılda Hindistan'da şiddete son veren ve hayatını sosyal ve ekonomik kalkınmaya adanmış lider Ashoka'ya dayanmaktadır (Kayalar ve Arslan, 2009: 58).

Sosyal girişimcilik 1980'li yıllarda güçlenmeye başlamış ve (Reyhanoğlu ve Akın, 2012: 9) 1990'lı yıllarla birlikte dünyadaki büyük üniversitelerde sosyal girişimcilik ile ilgili araştırma ve eğitim programları geliştirilmiş ve çeşitli Avrupa ülkelerindeki kurumlar, sosyal girişimler veya sosyal girişimciler için eğitim ve destek programları oluşturmuşlardır (Defourny ve Nyssens, 2010: 33).

Sosyal girişimcilik kavramı; ilk zamanlarda, sosyal amaçlara yönelik olarak ticari faaliyetlerin gerçekleştirilmesinde bir araç olarak kullanılırken, ilerleyen zamanlarda kâr amacı gütmeyen örgütler için de kullanılmaya başlamıştır (Aslan vd., 2012: 72). Buna göre sosyal girişimcilik; STK'lar gibi, kâr amacı gütmeyen örgütlerin sosyal fayda oluşturmak ve finansman sağlamak için gerçekleştirdiği faaliyetler olarak görülebileceği gibi kâr amacı güden özel ve kamu sektör örgütlerinin sosyal sorumluluk projeleri olarak topluma katkı sağlamak için yaptıkları faaliyetler olarak da görülmektedir (Paksoy vd.,2015: 9). Dolayısıyla sosyal girişimcilik her örgütte ve her sektörde uygulanabilmektedir (Koçak ve Kavi, 2014: 30).

Yeni bir girişim kültürü olarak ortaya çıkan sosyal girişimcilik (Bull, 2008: 268) kâr amacı gütmeyen kuruluşlar, iş dünyası veya devlet sektörlerinde veya bunlar arasında gerçekleştirilecek yenilikçi, sosyal değer yaratma faaliyetidir (Austin vd., 2006: 2). Buna göre toplumsal gelişmenin yapı taşı olan sosyal girişimcilik, bireyler arasından dayanışmanın oluşmasını sağlamaktadır. Aile ve öğrenci birlikleri, gönüllü platformlar, yardımlaşma ve dayanışma dernekleri, vakıflar, dernekler ve sivil toplum kuruluşları gibi organizasyonlar sosyal girişimciler tarafından kurulmuşlardır (Taş ve Şemşek, 2017: 483; Özdevecioğlu ve Cingöz, 2009: 81).

Sosyal girişimcilik; çevre, eğitim, sağlık, yoksulluk, yaşlılar, çocuklar, kadınlar, engelliler vb. ile ilgili sosyal problemlere kalıcı çözümler bulmak için yapılan faaliyetleri içermektedir (Kırılmaz, 2014: 57; Alter, 2003: 5). Ayrıca, yenilikçi yaklaşımlar geliştirerek, kâr amacı gütmeyen sektörde iş uzmanlığı ve pazar temelli

becerilerin uygulanmasını (Austin vd., 2006: 2) bir dizi toplumsal eğilimi, örgütsel formları ve yapıları ve bireysel girişimleri kapsamakta (Corner ve Ho, 2010: 635), sosyal sorunları ele almakta ve toplumsal değer oluşturmaktadır (Cornelius vd., 2008: 359). Diğer bir deyişle sosyal girişimcilik, kaynakların yeni yollarla birleştirilmesi süreci, sosyal ihtiyaçların karşılanması, sosyal değişimin canlandırılması veya yeni sosyal bilinçli örgütler yaratılması yoluyla değer yaratma fırsatlarının araştırılması ve bunlardan yararlanılması (Abolarin, 2014: 13) süreci olarak ifade edilmektedir.

Şekil 2.1'de sosyal girişimcilik yaklaşımı yer almaktadır.



Şekil 2. 1.Sosyal Girişimcilik Yaklaşımı

Kaynak: Ersen vd., 2010: 8

Şekil 2.1'de görüldüğü üzere sosyal girişimciler sistematik değişime odaklanmaktadır. Sosyal girişimciler, sosyal sorunları tek tek düzeltmek yerine sorunlara uzun vadeli çözümler bulmak ve sistematik değişim sağlamayı hedeflemektedir. Sosyal girişimcilikte çok sık kullanılan örneklerden biri de balık vermek veya balık tutma benzetmesidir (Ersen ve Diğ., 2010: 7). Buna göre, sosyal girişimciler toplumsal ihtiyaçları hükümete veya iş sektörlerine bırakmak yerine, sistemi değiştirerek, sorunlara (Hervieux vd., 2010: 57) çözüm bulmakta ve inovasyon yoluyla fırsatları bir araya getirerek sosyal sorunlara uygulanabilir (Sutha ve Sankar, 2016: 97) çözümler bulmaktadırlar. Sosyal girişimciliğin olumlu etkileri genel olarak şunlardır (Kostetska ve Berezyak, 2014: 574):

- ✓ Ekonomi ve toplumun gelişmesine katkıda bulunarak, iş yaratma ve istihdam için fırsatlar sunmak,
- ✓ Sosyal izolasyonun üstesinden gelmeye yardımcı olmak,

- ✓ Vatandaşların katılımını ve gönüllü çalışmalarını teşvik ederek toplumun birliğini güçlendirmek,
- ✓ Geniş bir yelpazede sosyal hizmetlerin gelişimine katkıda bulunmak,
- ✓ Sosyal problemlerin çözümünde bölgenin mevcut kaynaklarının daha verimli kullanılmasını sağlamak,
- ✓ Sosyal problemleri çözmek için yerel yönetimler üzerindeki yükü azaltmak,
- ✓ Bölgedeki sosyal programların yapısını genişletmek,
- ✓ Elverişli bir iş ortamı yaratmaya katkıda bulunmak,
- ✓ STK'ların sosyal amaçlar için istikrarlı bir mali desteğe sahip olmalarını sağlamaktır.

#### **2.4.2.Sosyal ve Ticari Girişimci Karşılaştırması**

Yeni bir girişimcilik türü olarak ortaya çıkan sosyal girişimcilik (Sutha ve Sankar, 2016: 97) kâr amacı güden işletmelerin sosyal sorumluluk uygulamaları olarak tanımlanabileceği gibi kâr amacıyla kurulmayan işletmelerin sosyal fayda ve finansman sağlamak için gerçekleştirdiği faaliyetler (Özdevecioğlu ve Cingöz, 2009: 84) olarak da tanımlanabilmektedir.

Sosyal girişimciler; toplumsal sorunları ele alarak toplumsal değer yaratmaya çalışan örgütlere liderlik eden ve yöneten (Stephan ve Drencheva, 2017: 256), yaşadığı çevredeki sorunu ve ihtiyacı belirleyen ve bunlara çözüm üreten (Koçak ve Kavi, 2014: 30), yenilikçi olan, sosyal misyona sahip (Taş ve Şemşek, 2017: 484; Smith vd., 2014: 201), sosyal hedeflere ve sosyal dönüşüme ulaşmak için kaynakları yeniden yapılandırmayı amaçlayan (Han ve McKelvey, 2009: 4), gerekli kaynakları toplayan ve bunları kullanan (Levie ve Hart, 2011:202), temel değerleri toplumsal problemleri tanımlama, ele alma ve çözüme üzerine odaklanan önemli bir değişim ajanı (Abolarin, 2014: 13) olarak ifade edilmektedir.

Sosyal ve ticari girişimcilik literatürde birbirlerinden net olarak ayrılmalarına rağmen, uygulamada belirgin bir farklılık bulunmamaktadır. Bu nedenle sosyal ve ticari girişimcilik bir bütünün parçaları olarak düşünülmektedir (Koçak ve Kavi, 2014: 29).

Sosyal bir problemin farkında olan bir birey tarafından gerçekleştirilen yenilikçi olan ve bir problemi çözme süreci olarak tanımlanan sosyal girişimcilik, bazı yönlerden kar odaklı girişimcilere benzemektedir Buna göre sosyal girişimciler kar odaklı girişimciler gibi fırsatları tespit etmekte, risk almakta ve yenilikçi bakış açısına

sahip olmaktadır (İrengün ve Arıkboğa, 2015: 1187). Ayrıca hem ticari hem de sosyal girişimcilerin beşerî ve finansal sermaye girdileri de benzer özellik göstermektedir (Austin vd., 2006: 3). Ticari ve sosyal girişimcilik arasında birtakım farklılıklar da bulunmaktadır. Sosyal girişimciler kar odaklı girişimcilerden farklı olarak sosyal değer elde etmeyi amaçlamakta ve elde edilen kar, bu faaliyetin bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır (İrengün ve Arıkboğa, 2015: 1187). Buna göre sosyal ve ticari girişimci, benzer ticari teknik ve stratejileri kullanmalarına rağmen sosyal girişimcinin başarısı sadece maliyet-verimlilik ve kârla ölçülmezken, sosyal girişimcinin başarısı sosyal olarak meşru hedeflere ulaşması ve sosyal değeri artırması ile ölçülmektedir (Smith vd., 2014: 202).

Tablo 2.4'te ticari ve sosyal girişimciliğin karşılaştırılması yer almaktadır.

Tablo 2. 4. Ticari Girişimci ve Sosyal Girişimcinin Karşılaştırılması

<b>TİCARİ GİRİŞİMCİ</b>	<b>SOSYAL GİRİŞİMCİ</b>
-Girişimci kişiler, yeni ihtiyaçlara odaklanmaktadır.	-Sosyal girişimci yeni yaklaşımlar kullanarak uzun vadede amaçlara ulaşmaya, insanlara daha iyi hizmet sunmaya odaklanmaktadır.
-Girişimci kişiler, kendi adlarına ya da pay sahibi adına risk almaktadırlar.	-Sosyal girişimciler kendi adlarına değil paydaşları adına risk almaktadır.
-Girişimci kişiler, iş ya da işletme kurma eğilimindedirler.	-Sosyal girişimci değişim oluşturmaya çalışmaktadır.
-Girişimci kişiyi motive eden faktörler şunlardır: Finansal kazanç, kendi işine başlama ve yeni bir iş kurma düşüncesidir.	-Sosyal girişimcilerin temel amacı kardan çok, sosyal değişim sağlamak ve kendi müşteri grubunu geliştirmektir.
-Girişimci kişiler, para ve saygınlık elde etmek istemektedir.	-Sosyal girişimciler riski ve sorumluluğu sivil toplumun ihtiyaçları için almaktadır.
-Girişimci kişinin temel amacı kar sağlamaktır.	-Sosyal girişimciler, kâr amaçlı faaliyetlerde yer alabilmektedirler, ancak kar amaca ulaşmak için bir araçtır.

Kaynak: Özdevecioğlu ve Cingöz, 2009: 91

Tablo 2.4'te girişimci ve sosyal girişimci arasındaki farklılıklar yer almaktadır. Buna göre, ticari girişimciler daha çok kar ve zenginliğe odaklanmakta, ana hedefleri müşteri ihtiyaçlarını karşılamak, hissedarlara büyüme sağlamak, işlerini genişletmek ve kar elde etmektir (Sutha ve Sankar, 2016: 98). Ancak sosyal girişimciler uzun vadede insanlara daha iyi hizmet sunmaya odaklanmakta, değişim oluşturmaya çalışmakta ve karı amacına ulaşmak için bir araç olarak kullanmaktadır.

Şekil 2.2'de sosyal girişimcilikte değer anlayışı yer almaktadır.

Öncelikli yönlendirici:  
Sosyal değer

Harmanlanmış  
Değer

Öncelikli yönlendirici:  
Finansal değer

Kâr amacı gütmeyen geleneksel hayır kurumları	Sosyal girişimler			Sosyal sorumluluk sahibi işletmeler	Ticari işletmeler
Gelirin elde edilmediği durum	Kâr amacı gütmeyen kaldıraçlı yapılanma: Öncelikli olan yardımlar	Kâr amacı gütmeyen hibrit yapılanma: Yardımlar ve gelir elde etme	Sosyal işletme: Gelir elde etme ve kâr amacı gütmeye	Kârın sosyalliği önceleyen veya kurumsal sosyal sorumluluk projeleri arasında dağılması	En yüksek seviyede gelir elde etme

Şekil 2. 2.Sosyal Girişimcilikte Değer Anlayışı

Kaynak: Kök ve Mert, 2016:164

Şekil 2.2'ye göre geleneksel hayır kurumları gelirin elde edilmediği kurumlarken, ticari işletmeler gelir elde etme amacının en yüksek olduğu kurumdur. Sosyal girişimciler, kâr amacı gütmeyen kaldıraçlı yapılanma, kâr amacı gütmeyen hibrit yapılanma ve sosyal işletme olarak üç şekilde sınıflandırılmaktadır. Sosyal sorumluluk sahibi işletmeler ise kârın kurumsal sosyal sorumluluk projeleri arasında dağılmasını sağlayan bir yapılanmaya sahiptirler.

#### 2.4.3.Sosyal Girişimciliğin Alt Boyutları

Sosyal girişimcilik ile ilgili yapılan çalışmalarda sosyal girişimcilik kavramının farklı alt boyutlarda ele alındığı görülmüştür. Bu çalışmada Nga ve Shamuganathan (2010) tarafından geliştirilen “Sosyal Girişimcilik Yönelimi Ölçeği” kullanıldığı için sosyal girişimciliğin alt boyutları sosyal vizyon, finansal getiri, inovasyon, sürdürülebilirlik ve sosyal ağlar olmak üzere beş alt boyutta (Caballero vd., 2013; Koçak ve Kavi, 2014; Nga vd., 2018) ele alınmıştır.

##### 2.4.3.1.Sosyal Vizyon

Sosyal ihtiyaçların karşılanması, sosyal yenilikler karşısında toplumsal değer yaratılması ve sonuç olarak toplumsal değişimin teşvik edilmesi anlamına gelen (Urbano vd., 2010: 55: Chang vd., 2014: 41) sosyal girişimcilikte, ekonomik değerlerden ziyade sosyal açıdan formüle edilmiş güçlü bir vizyon sunma yeteneği

önemlidir (Sharir ve Lerner, 2006: 7). Çünkü sosyal bir misyonun başarısı, karmaşık sosyal sorunlara yenilikçi çözümler getiren değerlerin, yeteneklerin ve becerilerin geliştirilmesini gerektirmektedir (Arroya vd., 2016: 182). Bu nedenle sosyal girişimcilerin sosyal sorunlara, girişimcilik perspektifinden çözüm araması, sosyal değer yaratarak insanların sosyal ihtiyacını karşılaması ve sosyal dönüşümü hızlandırması (Kırılmaz, 2014: 57) sosyal bir vizyona sahip olmayı gerektirmektedir.

Sosyal girişimciliği diğer girişimcilik türlerinden ayıran temel faktör olarak kabul edilen sosyal vizyon, (İrengün ve Arıkboğa, 2015: 1188) sosyal veya çevresel bir neden için mücadele etmek, sorumluluk duygusu taşımak ve fırsatları görme (Kırılmaz, 2014: 62) ile ilgili bir kavramdır.

Sosyal ya da çevresel bir nedene bağlı olarak sorumluluk ve duygusal bağlantı hissine dayanan sosyal vizyon anlayışı, bireyleri gerçek değişim yaratmak için uzun vadeli fırsatları keşfetmeye teşvik etmektedir. Sosyal vizyon, bireyin hayatının ilk aşamalarında karşılaşılan önemli olaylar ya da deneyimlerle oluşturulan adaletli sosyal dağılımı ve adaleti yeniden tesis etmek için yönetimdeki güçlü ahlaki inançların oluşmasını sağlamaktadır. Bu dönüştürücü inanç, sosyal girişimcilerin anlamlı sosyal çabalar yoluyla değişimleri artırmak için insan potansiyelini geliştirmesini sağlamaktadır. Bu nedenle sosyal girişimciliğin sosyal vizyon boyutu, sosyal girişimcilik anlayışında umut ve güvenin temelini oluşturmaktadır (Nga vd., 2018: 124-125).

Sosyal girişimciler sosyal değişimin araçları olmayı isterler. Bu nedenle, bir vizyona sahiptirler ve var olan uygulamaları ya da işletmeleri çoğaltmaktan ziyade, sürekli bir yenilikçilik süreci ile bu sosyal vizyonlarını gerçekleştirmeye motive olmaktadır (Arroya vd., 2016: 182).

#### **2.4.3.2.Finansal Getiri**

Algılanan sosyal fırsatlarla başlayan, onu bir işletme modeline dönüştüren ve gerçekleştiren, büyüten ve geleceği sağlayan bir süreç (Tiwari vd., 2017: 3) olan sosyal girişimcilikte, sosyal girişimcilerin kıt kaynaklarla rekabet ederek getiri elde etmeleri gerekmektedir (Nga ve Shamuganathan, 2010: 265). Bu nedenle, finansal getiri üretme kapasitesi, kuruluşun sürdürülebilirliğini garanti ettiğinden, sosyal girişimci için önemli bir faktör olarak görülmektedir. Sosyal girişimcilikte sosyal amaç, her zaman en başta gelmekte, bununla birlikte finansal kar elde etme bu hedefe ulaşmanın gerekli bir parçası olarak görülmektedir (Ismail vd., 2014: 5; Caballero vd., 2013: 7).



Sosyal girişimciler, sosyal değişimi sağlama ve sosyal sorunlara sürdürülebilir çözümler sağlamak için finansal gereksinimlere ihtiyaç duymaktadır (Akkan ve Süygün, 2016: 40). Bu yüzden sosyal girişimciler bazen amaçlarına ulaşmak için gelir getirici faaliyetlerde bulunmaktadırlar. Buna ek olarak sosyal girişimciler bağışlar, üyelik aidatları, sponsorluk vb. yollarla gelir elde etmektedirler. Sosyal girişimciler elde ettikleri bu gelirleri sürdürülebilirlik ve topluma daha iyi hizmet verebilmek amacıyla kullanmaktadırlar (Kırılmaz, 2014: 71). Tablo 2.5'te sosyal girişimcinin kaynakları yer almaktadır.

Tablo 2. 5. Sosyal Girişimcinin Kaynakları

<b>Finansal Kaynaklar</b>	Piyasa İçi Kaynaklar	-Ürün satılması, verilen hizmetler, kiraya verilen yerlerden sağlanan gelirler gibi kaynaklardır.
	Piyasa Dışı Kaynaklar	-Kâr amacı olmayan işletmelerin üyelerinden toplanan üyelik aidatları, kişilerden toplanan bağış ve yardımlar, devletin verdiği fonlardır.
<b>Finansal Olmayan Kaynaklar</b>	Personel	-Örgütte çalışan personelin fedakârlık anlayışı ile hareket ederek örgüte aidiyet duygusuna sahip olmasıdır.
	Gönüllüler	-Faaliyetlerin devam edebilmesi için hiç ücret almayan ya da çok az ücretle çalışan bireylerdir.
	Sosyal Sermaye	-Örgüt üyelerinin amaçlarına ulaşabilmeleri için beraber hareket etmeleri ve karşılıklı güvene dayalı bir ağ geliştirmeleridir.

Kaynak: Asılsoy, 2016: 33

Tablo 2.5'e göre sosyal girişimcinin kaynakları finansal ve finansal olmayan kaynaklar olmak üzere iki boyutta sınıflandırılmaktadır. Finansal kaynaklar piyasa içi ve piyasa dışı kaynaklardır. Finansal olmayan kaynaklar ise personel, gönüllüler ve sosyal sermayeden sağlanan kaynaklardan oluşmaktadır.

İşletmelerin faaliyetlerine devam etmeleri için parasal gelire ihtiyaçları vardır. Eğer parasal gelirleri yeterli değilse, işletmeler uzun vadede hayatta kalamamaktadırlar. Sosyal girişimciler de sosyal ihtiyaçlarını yenilikçi bir şekilde karşılamak için faaliyetlerinde kâr amacı gütmektedir. Bununla birlikte, sosyal girişimciler ticari girişimcilerden farklı olarak kâr amacı, kendi çıkarları için değildir. Sosyal girişimci için kar elde etmek sosyal bir amacı gerçekleştirmek için bir araçtır. Bu nedenle günümüzde, sosyal fayda sağlamanın sürdürülebilirliğini sağlamak için gelir getirici faaliyetler yürütme isteği, geleneksel kâr amacı gütmeyen kuruluşların

sosyal girişimciliğe evrilmesinde önemli bir faktör olarak görülmektedir (İrengün ve Arıkboğa, 2015: 1189).

Son olarak, sosyal girişimcilikte sosyal amaca ulaşmak için finansal getiriye ihtiyaç duyulması bir zıtlık gibi görünse de finansal getiriler sonucu oluşan gelirler, sosyal amaçlar için kullanılmakta ve bu durum sosyal girişimciliğin bir alt boyutu olan sosyal vizyon anlayışıyla da uyumlu olmaktadır (Reyhanoğlu ve Akın, 2012: 14).

### **2.4.3.3.İnovasyon**

En iyi sosyal uygulamaları, insanlar arasında yeni bağlantıları ve destekleri bir araya getirerek, risk alma ve yaratıcılığın teşvik edilmesi dâhil olmak üzere en iyi iş uygulamaları kapsayan (Hasan, 2005: 8) sosyal girişimcilikte, kâr amacından ziyade sosyal amaçlara yönelik girişimcilik davranışları önemlidir (Hibbert vd., 2012: 228). Bu nedenle sosyal değişimi ve/veya sosyal ihtiyaçları ele almak için fırsatları takip etme ve kaynakların birleşimini içeren bir süreç olan (Littlewood ve Holt, 2018: 532; Sutha ve Sankar, 2016: 98) sosyal girişimcilikte, yenilikçilik önemli bir özellik olarak ortaya çıkmaktadır. Buna göre sosyal girişimciler, sosyal sorunlar veya sosyal yardım hizmetleri için yeni mal ya da hizmetler oluşturarak inovasyon (Kırılmaz, 2014: 67; Zahra vd., 2009: 522) yapmaktadırlar.

Sosyal girişimciler, sınırlı kaynaklarıyla ve toplum için olumlu değişimler yaratma yönünde güçlü bir dürtüyle hareket etmekte, hedeflerine ulaşmak için yenilikçi çözümler aramakta ve iş modelinin farklı yönlerini (dağıtım kanalları, ürün veya hizmet, ödeme şekilleri, vb.) yeniden gözden geçirerek, bunlara ulaşmak için yeni yollar bulmaktadırlar (Caballero vd., 2013: 8). Buna göre sosyal girişimcilerde bulunan sosyal inovasyon yönelimi, sosyal değerlere ve imkânlarla, sosyal iş birliklerinin geliştirilmesine imkân veren, sosyal problemlere yeni çözümler bulan bir sosyal değişim aracı olma arzusunu ifade (Arroya vd., 2016: 183) etmektedir.

Sosyal girişimciler, çevrelerindeki problemlerle mücadele etmek için çok karmaşık paydaş kitlesinin ihtiyaçlarını dengelemek açısından inovasyona yönelerek varlığını sürdürmektedir (Smith vd., 2014: 214). Sosyal girişimciler genel olarak ekonomik getirileri az olan ve düşük gelir gruplarını içeren pazarlarda faaliyet göstermektedirler. Bu nedenle sosyal girişimcilerin bu pazarlarda faaliyetlerini sürdürmeleri için yenilikçi teknoloji ve süreçleri kullanması gerekmektedir (Nga ve Shamuganathan, 2010: 265).

#### **2.4.3.4.Sürdürülebilirlik**

Sosyal problemler için ekonomik olarak sürdürülebilir çözümler yaratılmasını sağlayan (Smith vd., 2014: 202) sosyal girişimciliğin sürdürülebilirlik boyutu; insan ve kurumların birbirine bağlı olduğu ve tek bir ekosistemin parçası olduğu bilinciyle hareket edilmesi gerektiği anlayışına dayanmaktadır (Ismail, 2014: 5). Bu nedenle üstlenilen her türlü eylemin uzun vadeli devamlılığını sağlama ve korumasında sosyal girişimciler, kalıcı sosyal değer yaratmaya çalışmaktadırlar (Nga ve Shamuganathan, 2010: 264).

Sosyal girişimciler ellerindeki kaynaklarla yetinemeyerek ve yeni kaynaklar yaratma ve böylece sürdürülebilir bir şekilde faaliyetlerine devam etme özelliğine sahip olmaktadır. Sosyal dönüşümler genellikle aniden olmamakta ve belirli bir süre içerisinde gerçekleşmektedir. Bu nedenle sosyal girişimciler de hedeflerine ulaşmak için sürdürülebilir faaliyetler içerisinde yer almak zorundadır (Akkan ve Süygün, 2016: 41).

Sosyal girişimcilikte sürdürülebilirlik ve kaynak yaratma birbiriyle dönüşüm halinde olan iki bileşendir. Buna göre sosyal girişimciler, kaynak yarattıkları ölçüde sürdürülebilir olmakta ve sürdürülebilir oldukları ölçüde kaynak bulma konusunda problem yaşamamaktadır. Bu nedenle sosyal girişimciler bir yandan varlıklarını devam ettirmeye bir yandan da sosyal misyonlarını gerçekleştirmeye çalışmaktadırlar (Kırılmaz, 2012: 164).

#### **2.4.3.5.Sosyal Ağlar**

Sosyal ağlar, insanın çevresi ile pozitif resmi ya da gayri resmi ilişkilere ve onların desteğiyle nelerin başarılacağına işaret etmektedir. Sosyal ağlara aktif katılım aynı zamanda girişimciye etkili çözümler bulma konusunda değerli bilgi sağlayabilecek kolektif öğrenmeyi de mümkün kılmaktadır (Caballero vd., 2013: 6). Yapısal perspektiften bakıldığında, sosyal ağlar girişimcinin misyonunun gerçekleştirildiği ve yayıldığı bir sistemdir (Nga ve Shamuganathan, 2010: 264). Bu doğrultuda sosyal girişimciler, yüksek düzeyde bir sosyal ağ düzeyine sahip olduklarında, sosyal girişimcilik faaliyetlerine olan bağlılıklarını güçlendiren sosyal girişimlere başlamak için gerekli kaynağı harekete geçirme kapasitesine sahip olmaktadır (Madhooshi ve Samimi, 2015: 108).

Çok yönlü sosyal sorunları ele alan sosyal girişimciler, geniş bir yelpazedeki paydaşlarla işbirlikçi ilişkiler geliştirmekte ve böylece farklı gruplar arasında köprü

kurmaktadır (Estrin vd., 2013: 480). Bu nedenle sosyal girişimcilikte sosyal ağlar önemlidir. Çünkü sosyal girişimciler problem çözme, toplumla iletişime geçme, ekipler kurma gibi yüksek düzeyde sosyal beceri gerektiren faaliyet ve etkinliklere katılmak durumundadır (İrengün ve Arıkboğa, 2015: 1190). Bu durumda sosyal girişimcilerin başarılı olabilmeleri için sosyal ağları oluşturmaları gerekmektedir (Caliendo ve Kritikos, 2012: 319; Taatila, 2010: 50).

Sosyal girişimcilerin sosyal ilişkileri, sosyal sorunlara çözüm konusunda faydalı olmakta ve yeni girişim fırsatlarının doğmasını sağlamaktadır. Sosyal girişimciler ihtiyaç duyulduğunda amaçlarına ulaşmak için kamu kuruluşları, üniversiteler, STK'lar vb. ile iş birliği içerisinde yer almaktadırlar (Kırılmaz, 2014: 69).

#### **2.4.4.Sosyal Girişimcinin Özellikleri**

Sosyal girişimcilik ile ilgili literatür incelendiğinde sosyal girişimciliğin bireysel boyutunun arka planda kaldığı görülmüştür. Bu nedenle çalışmanın bu bölümünde, sosyal girişimcilerin sahip olması gereken özellikler üzerinde durulmuştur. Çalışmada sosyal girişimcilerin özellikleri bireysel özellikler ve sosyal özellikler olarak ele alınmıştır.

##### **2.4.4.1.Bireysel Özellikler**

Sosyal girişimcilerin sahip olması gereken bireysel özellikler demografik özellikler, kişisel özellikler, bilişsel özellikler, değerler ve motivasyonel özellikler olarak beş alt boyutta ele alınmıştır.

Demografik özellikler; cinsiyet, yaş, eğitim, aile yapısından oluşmaktadır. Cinsiyet değişkeni açısından bir değerlendirme yapıldığında, yapılan çalışmalarda kadın ve erkek girişimciler arasında birtakım farklılıkların yer aldığı görülmektedir. Kadınların daha çok iş ve aile hayatını dengelemek için girişimci oldukları, erkeklerin ise refah ve ekonomik başarı için girişimcilik faaliyetinde buldukları ve erkeklerin risk almaya kadınlardan daha fazla yatkın oldukları görülmektedir (Uluköy ve Demireli, 2014: 49). Sosyal girişimcilik ile yapılan çalışmalarda (Akkan ve Süygün, 2016; Van Ryzin vd., 2009; Chipeta,2015) bireylerin cinsiyeti ile sosyal girişimcilik özellikleri arasında da birtakım farklılıkların yer aldığı görülmüştür. Buna göre kadınların erkeklere oranla daha fazla sosyal girişimcilik faaliyetlerine katıldığı ve kadınların sosyal değer yaratma algısının erkeklerden daha fazla olduğu tespit

edilmiştir. Yaş değişkeni açısından sosyal girişimcilik özellikleri değerlendirildiğinde, yaş düzeyi arttıkça sosyal girişimcilik kavramının daha iyi anlaşılmasından dolayı sosyal girişimcilik eğiliminin de arttığı, ayrıca yapılan çalışmalarda (Chipeta, 2015; Auberry, 2015) yaş düzeyi arttıkça bireylerin sosyal girişimcilik ile daha çok meşgul oldukları, fakat genç gruptaki bireylerin sosyal girişimciliğe başlamalarının daha olası olduğu görülmüştür. Eğitim düzeyi açısından sosyal girişimcilik özellikleri ele alındığında; sosyal girişimcilik eğitimi, bireylerin girişimcilik becerisini destekleyerek kendi kendine yeterliliğini, yaratıcılığını geliştirmektedir. Geleneksel girişimcilik programlarıyla karşılaştırıldığında sosyal girişimcilik eğitimi bireylere sosyal bir vizyon kazandırmaktadır (Dobele, 2016: 232). Bu nedenle eğitim düzeyi sosyal girişimciliği etkilemektedir. Sosyal girişimcinin demografik özelliklerinden sonuncusu olan ailevi yapı da sosyal girişimcilik özellikleri üzerinde etkili olmaktadır. Bireylerin davranışlarının, duygularının ve düşünce yapısının ilk olarak şekil almaya başladığı yer olan aile içindeki sosyal girişimcilik eğiliminin ortaya çıkmasında etkili olmaktadır (Kümbül-Güler, 2008: 162).

Sosyal girişimcilerin sahip olması gereken kişisel özellikler; sebatkârlık, iyimserlik ve içsel kontrol odağından oluşmaktadır. Kişisel özelliklerden ilki olan sebatkârlık, bireyin zorlukların üstesinden gelebilmesi konusunda sahip olduğu yetenek ya da bireyin zorluk ve riskler karşısında azmetmesi ve dayanıklı olması olarak ifade edilmektedir. Sosyal girişimciler amaçlarına ulaşma konusunda azimli ve sebatkâr kişiler olarak değerlendirilmektedir (Kümbül-Güler, 2008: 163). Bir diğer sosyal girişimcilik özelliği olan iyimserlik, kişilerin amacına ulaşabilmesi ve çabalamasını sağlayabilmek için iyi şeylerin gerçekleşeceğine dair bir beklenti olarak tanımlanmaktadır (Hırlak vd., 2007: 97). Sosyal girişimcilerin de faaliyetlerini yerine getirirken iyimser bir bakış açısına sahip olması gerekmektedir. Sosyal girişimciliğin kişisel özelliklerinden içsel kontrol odağı, durumları ve olayları kendi davranışlarına bağlı olarak algılayan kişinin sahip olduğu inancı olarak ifade edilmektedir (Gül ve Beyşenova, 2018: 217). İç kontrol odağına sahip bireyler yaşamlarındaki olayları kendilerinin kontrol edebildiklerine bağlamaktadır (Küçükkaragöz vd., 2013: 2-3). Yapılan çalışmalarda girişimci bireylerin içsel kontrol odağına sahip olduğu görülmüştür (Göksel ve Aydın, 2011: 37). Buna göre başarılı girişimciler, kendi işlerindeki başarı ya başarısızlığını şans, kader vb. güçlere bağlamayarak başarı ya da başarısızlıklarının kendi kontrolleri altında olduğuna (Bozkurt, 2006:100)

inanmaktadırlar. Bu doğrultuda sosyal girişimcilerinde içsel kontrol odağının yüksek olduğu söylenebilir.

Sosyal girişimcilerin sahip olması gereken bilişsel özellikler; öz yeterlik, yaratıcılık/yenilikçilik, fırsatları belirleyebilme, liderlik olarak ele alınmaktadır. Öz yeterlilik, bireyin belirli davranış ve görevleri yapabileceğine olan inancı olarak tanımlanmaktadır. Girişimcilerin sahip oldukları öz yeterlilikleri onları girişimci olmayan diğer bireylerden farklı kılmaktadır (Çolakoğlu ve Çolakoğlu, 2016: 75). Aynı doğrultuda sosyal girişimcilerin de öz yeterlilik düzeyleri diğer bireylerden daha yüksektir. Bir diğer sosyal girişimcilik özelliği olan yaratıcılık/yenilikçilik boyutu sosyal girişimcilikte önemli bir özellik olarak karşımıza çıkmaktadır. Sosyal girişimciler sosyal sorunlara yeni teknikler ve yöntemler geliştirerek çözümler bulmaktadır (Kırılmaz, 2014: 67; Zahra vd., 2009: 522). Bu nedenle sosyal girişimcilerin, çevrelerindeki sorunlarla mücadele etmek için inovasyona yönelerek uzun vadede sürdürülebilirliği sağlaması önemli görülmektedir (Smith vd., 2014: 214). Girişimcilik, bireylerin çevrelerindeki fırsatlardan faydalanarak benzersiz kombinasyonlar oluşturduğu değer yaratma süreci olarak ifade edilmektedir (Karabey ve Bingöl, 2010: 11). Girişimciliğin tanımında da görüldüğü üzere fırsatların belirlenmesi girişimcilikte önemli özelliklerden biri olarak yer almaktadır. Girişimcilikte olduğu gibi sosyal girişimcilik faaliyetleri yerine getirilirken de fırsatların iyi bir şekilde belirlenmesi başarı açısından önemli bir özellik olarak yer almaktadır. Bilişsel özelliklerden sonuncusu olan liderlik, ortak bir hedef doğrultusunda bir lider ve bir grup izleyicinin ortak katılımı olan ilişki ya da belirli bir grubun belirli koşullar altında faaliyetlerinin yönlendirilmesi ve etkilenmesi olarak ifade edilmektedir (Uncuoğlu-Yolcu, 2017: 185). Liderin takipçilerini etkileyebilme kapasitesi sosyal girişimcinin sosyal amacının başarıya ulaşması açısından önemli bir özellik olarak kabul edilmektedir (Kümbül-Güler, 2008: 176).

Sosyal girişimcilerin sahip olması gereken değerler; kültürel değerler (güç aralığı, erillik/dişilik, bireycilik/toplumculuk ve belirsizlikten kaçınma) ve kişisel değerlerden (maneviyatçılık, sosyal sorumluluk, özgecilik, ahlaklı olma, dürüstlük, empati sahibi olma) oluşmaktadır. Sosyal girişimciliğin bireysel özelliklerinden olan kültürel değerler Hofstede'nin kültürel sınıflaması temel alınarak değerlendirilmiştir. Hofstede 40 ülkedeki 116 bin IBM çalışanı arasında gerçekleştirdiği araştırmasında kültürleri dört boyutta incelemiştir. Bunlardan ilki güç mesafesidir. Güç aralığı (mesafesi), grup üyeleri arasındaki güç dağılımının ne oranda eşit dağıldığı ile ilgilidir

(Sıgır ve Tıgılı, 2006: 330). Güç mesafesi bireyler arasındaki eşitsizlik durumunu göstermektedir. Eğer bir toplumda güç mesafesinin yüksek ise insanların sahip olduğu güç baskıcı ve zorlayıcıdır ve hiyerarşik bir yapı söz konusudur. Güç mesafesinin düşük olduğu toplumlarda ise girişimcilik için uygun ortam oluşmaktadır Girişimcilik gibi sosyal girişimcilik faaliyetleri de güç mesafesinin düşük olduğu toplumlarda uygun gelişme ortamı bulmaktadır. Hosftede'in ikinci kültürel boyutu erillik/dişiliktir. Eril toplumlarda başarı, rekabet, performans gibi değerler ön planda iken; dişil toplumlarda zayıfları kollama, dayanışma, iyi ilişkiler kurma gibi değerler ön plandadır (Ülgen vd., 2017: 32-33). Sosyal girişimciler erillik/dişilik açısından değerlendirildiğinde sosyal girişimcilerin daha çok erillik özelliğine sahip olduğu söylenebilir (Kümbül-Güler, 2008: 176). Hosftede'in üçüncü kültürel boyutu bireycilik/ toplumculuktur. Bireycilik, kişinin "ben" merkezli bir yaşam biçimi benimsemesi ve kişisel amaçlarını ön planda tutması olarak ifade edilirken; toplumculuk, ortak amaçların önem kazandığı ve "biz" anlayışı ile hareket edildiği tutum ve davranışları ifade etmekte kullanılmaktadır (Sıgır ve Tıgılı, 2006: 330). Sosyal girişimciler bireycilik/ toplumculuk boyutu açısından değerlendirildiğinde sosyal girişimcilerin toplumsal sorunlara çözüm arayışı içerisinde yer aldıklarından dolayı "biz" anlayışı ile hareket ettikleri görülmektedir. Hosftede'in son kültürel boyutu olan belirsizlikten kaçınma, toplumun belirsizlik durumları tehdit edici olarak kabul etmesi olarak ifade edilmektedir. Belirsizlikten kaçınma düzeyi yüksek olan toplumlarda, bireyler kendilerini daha güvenli hissedebilmek için yazılı ve biçimsel kuralları ve iş güvencesini artırmaya çalışmaktadır. Belirsizlik düzeyinin düşük olduğu toplumlarda ise bireyler yenilik ve değişikliklere şüphe ile bakmamaktadır (Dursun, 2013: 52). Bu doğrultuda sosyal girişimciler belirsizlik düzeyi düşük olan bireyler olarak görülmektedir.

Sosyal girişimciliğin bireysel özelliklerinde yer alan kişisel değerler maneviyatçılık, sosyal sorumluluk, özgecilik, ahlaklı olma, dürüstlük ve empati sahibi olma özelliklerinden oluşmaktadır. Bu özelliklerden birincisi olan maneviyat, yaşama verilen anlam, kişilerin kendisine veya başkalarına bağlılık ve ilişkisi, kişinin dünya ile ilişkili inançları (Apak ve Acar, 2018: 365) olarak ifade edilmektedir. Manevi duygular diğer insanlara yardım etme eğilimini olumlu olarak etkilediğinden sosyal girişimcilikte maneviyatçılık önemli bir özellik olarak görülmektedir. Kişisel değerlerden ikincisi sosyal sorumluluktur. Sosyal sorumluluk, bireylerin içerisinde yaşadığı toplumun sorunlarına karşı duyarlı olması ve bu sorunları çözebilmek için

faaliyette bulunması (Kuzgun, 2013: 1) olarak ifade edilmektedir. Sosyal sorumluluk kavramı ile sosyal girişimcilik kavramı toplumsal refaha birlikte katkı sağlayan süreçler olarak ele alındığından (TOG, 2013: 11) sosyal girişimcilerin sosyal sorumluluk düzeylerinin yüksek olduğu söylenebilir. Sosyal girişimcinin özelliklerinden bir diğeri özgecildir. Özgecilik, bencillik (egoizm) karşıtı olarak ortaya çıkmış ve kişilerin gönüllü olarak fedakârlıkta bulunması ve herhangi bir karşılık beklenmemesi olarak tanımlanmaktadır (Yeşilkaya ve Yıldız, 2018: 82). Sosyal girişimcilerin sorumluluk duygusu ve etik güdülerle hareket ederek faaliyetlerde bulunması sosyal girişimciler için özgecilik/fedakârlığın ne kadar önemli bir özellik olduğunu ortaya koymaktadır (Özdevecioğlu ve Cingöz, 2009: 85). Bir diğeri sosyal girişimci özelliği ahlaklı olmaktır. Ahlaklı olma; iyi bir sağduyu, dürüstlük ve hayırseverlik kurallarına göre hareket etmek olarak ifade edilmektedir. Sosyal girişimciler sosyal fayda anlayışı ile hareket ettiklerinden dolayı sosyal girişimcilerin dürüst ve ahlaklı bireyler olacağı düşünülmektedir (Kümbül-Güler, 2008: 183). Sosyal girişimci özelliklerinden biri olan dürüstlük, girişimcinin önemli özelliklerinden biri olarak kabul edilmektedir (Bozkurt ve Alpaslan, 2013: 7). Girişimcilikte olduğu gibi sosyal girişimcilikte de dürüstlük önemli bir özellik olarak kabul edilmektedir. Sosyal girişimcilik özelliklerinden bir diğeri olan empati, karşıdaki bireyin fikir ve düşüncelerini anlamak, hislerini sezmek olarak tanımlanmaktadır. Bireyler empati kurarak kendi fikir ve düşüncelerini dışarıda bırakarak olaylara karşıdaki bireyin penceresinden bakmaya başlamaktadır (Arslan, 2016: 52). Empati özelliği sosyal girişimcilikte de önemli bir özellik olarak görülmektedir. Sosyal sorunlara çözüm bulmak amacıyla olan sosyal girişimlerde empati özelliğinin yüksek olduğu söylenebilir.

Sosyal girişimcilerin sahip olması gereken motivasyonel özellikler; başarı ihtiyacı, üstünlük ihtiyacı ve özerklik ihtiyacı olarak ele alınmaktadır. Başarı ihtiyacı bireyin önemli başarılarla ve zorlayıcı hedeflere ulaşma arzusu olarak tanımlanmaktadır. Başarı ihtiyacı, girişimciliğin ortaya çıkmasında önemli bir özellik olarak görüldüğü (Kerr vd., 2017: 17) gibi sosyal girişimcilikte de önemli bir özellik olarak yer almaktadır. Motivasyonel özelliklerden ikincisi olan üstünlük ihtiyacı, kişinin diğeri kişiler üzerinde daha etkin olmak, duygu ve düşüncelerini daha etkili bir şekilde ifade etmek, önem verilmeyi istemek ve grubun yönetiminde söz sahibi olmayı içermektedir (Kümbül-Güler, 2008: 189). Sosyal girişimciler de sosyal amaçlarını gerçekleştirirken üstünlük ihtiyacına sahip olmak istemektedir. Motivasyonel



özelliklerden sonuncusu olan özerklik ihtiyacı, başkalarına ekonomik olarak bağımlı olmama, başarı ya da başarısızlığını paylaşmama, kimseye hesap vermeme, karar alırken ve uygularken kimseden emir almama olarak ifade edilmektedir. Girişimci kişiler bağımsız çalışma arzusuna sahip olan bireylerdir (Kaygın ve Güven, 2015: 38). Bu doğrultuda girişimciler gibi sosyal girişimcilerin de özerklik ihtiyacının üst düzeyde olduğu söylenebilir.

#### **2.4.4.2.Sosyal Özellikler**

Sosyal girişimci davranışın sergilenmesinde bireysel özellikler kadar sosyal özellikler de etkili olmaktadır. Buna göre sosyal girişimcilerin sahip olması gereken sosyal özellikler; ortama ilişkin özellikler ve sahip olunan sosyal sermaye olmak üzere iki boyutta ele alınmıştır.

Ortama ilişkin özellikler, sosyal girişimci davranış üzerinde etkili olan sosyal özelliklerden ilkidir. Buna göre sosyal girişimcinin faaliyet gösterdiği ortam birtakım fırsatların ortaya çıkması açısından önemlidir. Genel olarak sosyal girişimcilik faaliyetleri sosyal ihtiyaçların artmaya başladığı ve ekonomik olarak zorlayıcı durumların olduğu dönemlerde ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle içinde bulunulan ortam sosyal girişimcilik faaliyetlerinin ortaya çıkmasında ve gelişmesinde dikkate alınması gereken bir özellik olarak (Kümbül-Güler, 2008: 192) karşımıza çıkmaktadır.

Sahip olunan sosyal sermaye, sosyal girişimci davranış üzerinde etkili olan sosyal özelliklerden ikincidir. Sosyal sermaye güvene dayalı insan ilişkilerinin ürünü ve maddi olmayan bir sermaye olarak tanımlanmaktadır (Uçar, 2016: 2). Sosyal sorunları ele alan sosyal girişimciler farklı gruplar arasında köprü kurarak geniş bir yelpazede yer alan paydaş grupları ile işbirlikçi ilişkiler kurmaktadır (Estrin vd., 2013: 480). Bu nedenle sosyal girişimcilikte sahip olunan sosyal sermaye önemli bir özellik olarak görülmektedir.

#### **2.4.5.Sosyal Girişimciliğin Gelişimini Hazırlayan Ortam**

Sosyal girişimcilik faaliyetlerinde son dönemlerde artışların olduğu görülmektedir. Sosyal girişimciliğin gelişimi üzerinde etkili olan unsurlar alt başlıklar altında ele alınmıştır.

#### 2.4.5.1. Sivil Toplum Kuruluşları (STK)

İnsanların kendi istekleri ile oluşturdukları yaşam alanını ifade eden sivil toplum (Talas, 2011: 390) herhangi bir gerçekliğe ve üst kimliğe başvurmaksızın kendi gelişimini yönlendiren, devletten bağımsız ve sürekli bir gelişme içerisinde bulunan bireylerin örgütlendiği topluluktur. Sivil toplum aynı zamanda toplumla devlet arasındaki ara kademeyi de ifade (Gündüz ve Kaya, 2014: 132; Çaha vd., 2013: 13) etmektedir.

Sanayileşme süreci ile birlikte yeni pek çok yapı ortaya çıkmıştır. Bu yapılanmalardan biri de STK (Sivil Toplum Kuruluşu)'lardır (Demir, 2014: 349). STK'lar farklı isimlerle tanımlanmaktadır. STK'lar yasama, yargı, yürütme ve medyadan sonra "*Beşinci Güç*", kamu ve özel kesimden sonra "*Üçüncü Sektör*" olarak sınıflandırılmaktadır (Gündüz ve Kaya, 2014: 132).

İktisatçılar STK'ları "kâr amacı gütmeyen örgütler"; sosyologlar "gönüllü örgütler"; siyaset bilimciler ise "üçüncü sektör örgütler" olarak adlandırmaktadır (Bayraktar, 2017: 106). Devlet dışı kuruluşlar, gönüllü kuruluşlar, kâr amacı olmayan kuruluşlar, gayri resmi kuruluşlar, yönetim dışı kuruluşlar olarak da adlandırılan Sivil Toplum Kuruluşları (Bener, 2009: 413); yerel, ulusal ve uluslararası sosyal, ekonomik, kültürel ve siyasal problemlere çözüm bulmak, sosyal sorumluluk anlayışı ile hareket ederek sorunların üstesinden gelmek amacıyla kurulan sivil girişimler (Talas, 2011: 390) olarak da ifade edilmektedir.

Özel sektörün tersine kâr amacı gütmeyen birlikler olan (Ulleberg, 2009: 12) STK'ların hedefi bireysel ihtiyaçları, ortak çıkarları tatmin etmektir. Bu sektörde en çok karşılaşılan aktörler dernekler ve vakıflardır. Bu iki örgütsel yapı, özel, gönüllü ve özerk bir kurumun özelliklerini kümülatif olarak sahipken, sunulan hizmetler özel ve kamu tarafından da sunulabilmektedir (Arustei vd., 2014; Teegen vd., 2004: 2).

Sivil toplumdaki sosyal hareketlerin bileşeni olan (Mostashari, 2005: 2) STK'lar, devletin resmi olarak erişemedikleri siyasal ve sosyal sorunlara çözüm önerileri getirerek devletin üzerinden bu yükleri kısmen almakta ve sosyal refahı artırmaktadır (Kurt ve Taş, 2015: 201; Lekorwe ve Mpabanga, 2007: 3).

Dünyada ve ülkemizde oluşum şekilleri, yönetim anlayışları, organizasyon yapıları ve kapasite bakımından farklılık gösteren STK'ların dört temel özelliği bulunmaktadır. Bunlar (Kurt ve Taş, 2015: 202; Lekorwe ve Mpabanga, 2007: 4; Werker ve Ahmet, 2007: 7):

- ✓ *Kâr amacı gütmemek*: STK'lar kişisel kar ya da kazanç için faaliyet göstermemektedir. STK'lar gelir getirici faaliyetler yapabilmekte ancak bu gelirleri üyelerine dağıtmamaktadırlar.
- ✓ *Bağımsızlık (Özerklik)*: Bağımsızlık özelliği, STK'larının siyasal iktidar karşısında bağımsız olması anlamında kullanılmaktadır. Ancak STK'lar gerektiğinde devlet kurumları ile iş birliği yapabilmektedirler.
- ✓ *Gönüllülük*: STK'ya katılım gönüllü olarak gerçekleşmekte ve demokratik bir katılım bulunmaktadır.
- ✓ *Vizyona ve Bir İdeale Sahip Olmak*: STK'ların temel amacı, dayanışma ve sosyal amaçlı hizmet üretmektir. STK'ların en önemli özelliği yardımsever özellikli kuruluşlar olmalarıdır.

Dernek, vakıf, ilişki ağı ve sivil girişim gibi organizasyonlardan oluşan yapılar olan (Güngör ve Çölgeçen, 2013:164) STK'lar uluslararası yasaların ve normların oluşturulmasına ve uygulanmasına büyük ölçüde müdahil olması ile insan haklarını koruma alanında, uluslararası standartların ilerlemesine katkıda bulunmaktadır (Martens, 2002: 273). Ayrıca STK'lar makro açıdan; sürdürülebilir kalkınmayı teşvik etme, çevreyi koruma mikro açıdan; sağlık, eğitim, rehberlik, spor, insan hakları gibi faaliyet alanlarına yönelik çalışmaları ile topluma katkıda bulunmaktadır (Özmutaf, 2009: 1978).

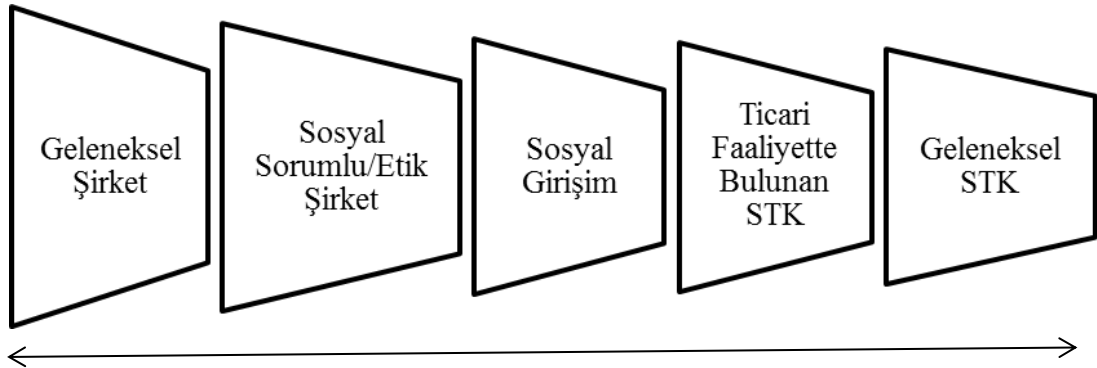
STK'ların işlevleri genel olarak şunlardır (Tutar vd., 2012: 442; Arustei vd., 2014; Allard ve Martinez, 2008: 3):

- ✓ Toplumsal problemlere çözümler bulmak ve bunları uygulamak,
- ✓ Toplumda demokratik bir yönetim anlayışının oluşmasını sağlamak,
- ✓ İnsanların kendi haklarını savunabilmeleri için, onlara siyasal bir platform sunmak,
- ✓ Kamuoyu oluşturularak, insanların isteklerini dile getirmesini sağlamak,
- ✓ Küresel ısınma, kirlilik, çevre sorunları gibi tüm dünyayı etkileyen problemlere çözümler bulmak,
- ✓ Kitle iletişim araçları ile insanları gerekli konularda bilinçlendirmek ve uyarmak,
- ✓ Yerel yönetimlere karşı, halkın savunuculuğunu yapmak,
- ✓ Sel, heyelan vb. gibi durumlarda insanlara en kısa sürede yardım etmek,
- ✓ Bireyler arasında iş bölümü ile bireylerin tek başlarına ulaşamayacakları bilgilere grup aracılığı ile ulaşmasını sağlamak,

- ✓ Toplumun ihtiyaçlarına göre düzenlenmiş çeşitli hizmetler sağlamak,
- ✓ Toplumun yaşam kalitesini artırmak,
- ✓ Yenilikçi eylemler için daha büyük fırsatlar elde etmektir.

Ülkemizde STK'lar sosyal girişim ve her sivil toplum lideri sosyal girişimci olarak görülmektedir. Ancak her sivil toplumcu sosyal girişimci olarak kabul edilmemektedir. Çünkü sosyal girişimcilikte bir sorunun çözümü için yaratıcı bir düşüncenin hayata geçirilmesi anlayışı hâkimdir. Yani sosyal girişimcilikte, bireyin kapasitesi ve yaratıcılığı önemlidir (Ersen vd., 2010: 16). Buna göre STK ve sosyal girişimcilik birbirinden farklı kavramlardır. Ancak sivil toplum kuruluşlarının güçlenebilmesi sosyal girişimci sayısının artması ile sağlanabilmektedir. STK'lar kâr amacı gütmeyen, gönüllülük, hayırseverlik ve devlet sübvansiyonları ile varlığını sürdürürken; sosyal girişimcilik “sürdürülebilirlik” ve “kendi kendine yeterlilik” anlayışı ile varlığını sürdürmektedir. Buna göre sosyal girişimcilik: STK'ların gelir elde etmek için yürüttükleri sosyal faaliyetler iken; kâr amacı güden özel ve kamu işletmeler açısından sosyal girişimcilik, bu işletmelerin sosyal sorumluluk kapsamında yürüttükleri faaliyetler olarak adlandırılmaktadır (Demir, 2014: 350).

Şekil 2.3'te ticari ve sosyal girişimciler yer almaktadır.



Şekil 2. 3. Ticari ve Sosyal Girişimciler

Kaynak: Ersen vd., 2010: 8

Şekil 2.3'te görüldüğü üzere bir tarafta geleneksel şirketler bir tarafta geleneksel sivil toplum kuruluşları yer almaktadır.

#### 2.4.5.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri

Bireyin kendi davranışlarının sonucunu üstlenmesi (Akgül, 2010: 96) anlamına gelen sorumluluk, belirli bir işi yapmakla mükellef olan bireyin görevini yerine getirmek için uymak zorunda olduğu kurallar bütünü (Taşlıyan, 2012: 23) olarak da tanımlanmaktadır.

Sosyal sorumluluk kavramına, ilk kez 1953 yılında Bowen “*İş Adamının Sosyal Sorumluluğu*” kitabında yer vermiştir (Tarcan- İçigen vd., 2016: 300; Erdoğan ve Erdem, 2017: 296). Sosyal sorumluluk; bireylerin toplumun sorunlarına karşı duyarlı olması ve bu sorunları çözebilmek için faaliyette bulunması, (Kuzgun, 2013: 1) birey ya da kurumların etik, sosyal, çevresel, ekonomik ve kültürel sorunlara karşı duyarlı davranması olarak tanımlanmaktadır (Demir, 2014: 351).

Küreselleşme ile birlikte işletmeler başarıya ulaşmak ve rekabet üstünlüğü elde edebilmek için farklı arayışlar içerisine girmeye başlamıştır. Bu durumda işletmeler yalnızca kaliteli mal ve hizmet üreterek kurumsal başarıya ulaşamayacaklarını anlamlarıyla birlikte sosyal değerler üretmeye yönelmişlerdir (Sağır, 2016: 292). Kurumsal sosyal sorumluluk, işletmelerin toplumdaki bir kısmını topluma geri vermesi ya da ticari bir işletmenin yasal ve ekonomik yükümlülüklerinin dışında toplum için yararlı girişimlerde bulunması olarak tanımlanmaktadır (Uzkesici, 2005: 71). Bir diğer ifade ile kurumsal sosyal sorumluluk, işletmelerin iç ve dış çevresinde yer alan paydaşlarına karşı sorumlu ve etik davranması (Aktan, 2007: 4) olarak ifade edilmektedir.

Kurumsal sosyal sorumluluk; kurumların genellikle çevre, sağlık, eğitim vb. alanlarda gerçekleştirdikleri projelerle ortaya çıkmaktadır. Bazı kurumlar STK’larla iş birliğine giderek bazı kurumlarda kendi vakıflarını kurarak projelerini gerçekleştirmektedirler (Özden, 2008: 1).

Carroll’a (1991: 42) göre, kurumsal sosyal sorumluluğun dört türü bulunmaktadır. Bunlar; ekonomik, yasal, ahlaki ve hayırseverlik (gönüllü) yönlü sosyal sorumluluklar olarak ele alınmaktadır. Kurumsal sosyal sorumluluğun bu dört türü bir piramitle gösterilmektedir. Şekil 2.4’te kurumsal sosyal sorumluluk piramidi yer almaktadır.



Şekil 2. 4. Kurumsal Sosyal sorumluluk Modeli

Kaynak: Carroll, 1991: 42

Şekil 2.4’te görüldüğü üzere kurumsal sosyal sorumluluğun dört türü bulunmaktadır. Bunlardan ilki ekonomik sorumluluktur. İşletmelerin asıl amacı tüketici ihtiyaçlarını karşılayacak mal ve hizmetler üreterek karlılığı sağlamaktır (Carroll, 1991: 40). İşletmenin diğer bütün sorumluluklarının temelinde ekonomik sorumluluk yer almaktadır (Büyükyılmaz ve Fidan, 2015: 367). Yasal sorumluluk ise, işletmenin ekonomik hedeflerini yasal gereklilikler çerçevesinde yerine getirmesi olarak ifade edilmektedir. Yasal sorumlulukta, işletmelerin yalnızca kar elde etme güduları ile hareket etmemeleri gerektiği ve aynı zamanda yasalar aracılığı ile devlet ve yerel yönetimlerin düzenlediği birtakım kurallara uyması gerektiği anlayışı yer almaktadır (Paksoy vd., 2015 :7). Ahlaki sorumluluk, toplumun beklentilerini oluşturan, toplum üyeleri arasında yazılı olmayan, eylemleri, uygulamaları ve yasakları kapsamaktadır. Ahlaki sorumluluk ahlaki normları içermektedir. Ahlaki sorumluluklar tüketicilerin, çalışanların, hissedarların ve toplumun gözünde adil, tarafsız ve paydaş gruplarının ahlaki değerlerini koruyan haklar olarak topluma yansımaktadır (Carroll, 1991: 41). Son olarak gönüllü sorumluluk, topluma faydalı olabilecek faaliyetlerde yer alarak iyi bir vatandaş olmayı ifade etmektedir. Eğitim, kültür, sanat ve gönüllü sosyal sorumluluk projeleri geliştirmek ve bunları uygulama faaliyetleri gönüllü sosyal sorumluluk içerisinde değerlendirilmektedir (Sağır, 2016: 295).

Kurumsal sosyal sorumluk ile sosyal girişimciliğin kavramları birbirleri ile karıştırılmaktadır. Ancak, kurumsal sosyal sorumluluk ve sosyal girişimcilik arasında birtakım farklılıklar yer almaktadır. Kurumsal sosyal sorumluluk “küçük farklılıklar”

yaratma amacında iken sosyal girişimcilik tamamen “yenilikçi bir farklılık” yaratma amacındadır. İşletmeler alıcılarına yönelik mal ve hizmet üretmekte, müşterilerinden aldıklarını çalışanlarına, topluma ve çevreye geri vermektedir. Sosyal girişimciler ise genellikle dezavantajlı gruplara yönelik sermaye ya da bilgi eksikliği nedeni ile yapılamayan değeri yaratma amacındadır. Kurumsal sosyal sorumluluk hissedarlar ve paydaşlar arasında çekişme üzerine odaklanırken, sosyal girişimciler tüketiciler üzerine yoğunlaşmaktadır. Son olarak kurumsal sosyal sorumluluk kar odaklı işletme girişimleri ile kamuoyu görüş ve tercihlerini harmanlarken, sosyal girişimcilik sosyal sorunlarla kar odaklı sermayeyi harmanlamaktadır (Günlü, 2015: 30-31).

#### **2.4.5.3. Sosyal Hareketler**

Küreselleşme ile birlikte toplumsal sorunlar küresel sorunlar haline dönüşmekte ve toplumlar birer dinamik yapı olarak değişime açık hale gelmeye başlamaktadır. Bu durum ekonomik, kültürel ve toplumsal alanlarda birçok yeni sosyal hareketin ortaya çıkmasına neden olmaktadır (Onar-Çambay, 2015: 955).

Sosyal bir hareketin ortaya çıkmasında birçok farklı değişken yer almaktadır. Genel olarak sosyal hareket, toplumsal sistemin kendileri üzerinde ekonomik, kültürel veya siyasi bir baskı kurduğunu düşünen bireylerin seslerini duyurmak ve taleplerini kabul ettirmek için örgütlenmesi ya da bireysel olarak eyleme geçmesi sonucunda oluşmaktadır (Sarı, 2018: 429). Sosyal hareket bir anlamda karşılanması istenilen ihtiyaçları dile getirme veya sosyal bir hoşnutsuzluğun dışı vurumu olarak ifade edilmektedir. Sosyal girişimciler de içinde yaşadığı toplumun sorunlarını gören ve bu sorunları çözümlenerek toplumu dönüştürme isteğine sahip bireyler olduğundan sosyal hareketlerden etkilenmektedirler (Kümbül-Güler, 2008: 136).

#### **2.4.5.4. Çalışma Yaşamındaki Değişim**

Toplumsal duyarlılığın artması ile birlikte bireyler, çalışma hayatlarının kendilerine ve topluma olan katkılarını daha fazla sorgulayarak maddi kazanç yanında daha çok fayda sağlayıcı ve anlamlı işler yapmaya yönelmişlerdir. Giderek daha fazla gönüllü işlerde yer almaya ve boş zamanlarını toplumsal sorunlara çözüm bulmaya harcamaya başlamışlardır (Kümbül-Güler, 2008:137). Bireylerin sosyal yaşamlarındaki bu değişimler, sosyal girişimcilik faaliyetlerinin gelişimini de hızlandırmıştır.

Sosyal girişimciler, sosyal sorunları belirlemek ve uzun vadede sorunlara çözüm üretmek için yenilikçi ve girişimci yaklaşımlara odaklanmakta (Akar ve Doğan, 2018: 84), sosyal bir sorun ya da ihtiyaca dikkat çekmekte, yaratıcı bir şekilde yeni çözümler bulmaktadır. Bu bağlamda, sosyal girişimciler kar yerine sosyal değişimi vurguladığından (Chengalvala ve Rentala, 2017: 407) sosyal bir girişimcilerde toplumsal duyarlılığın yüksek olması gerekmektedir (Akar ve Aydın, 2015: 427).

#### **2.4.6.Dünyada ve Türkiye’de Sosyal Girişimcilik Örnekleri**

Dünya’nın en ünlü sosyal girişimcileri ve sosyal girişimi Tablo 2.6’da yer almaktadır. Buna göre; Ashoka, Grameen Bank, TOMS, Charity: Water, Seventh Generation, Better World Books, Comilla Cooperative Project and Orangi Pilot Project ve SEKEM Development Foundation dünyadaki en iyi sosyal girişimcilik uygulamaları olarak görülmektedir.





Tablo 2. 6. Dünya'nın En Ünlü Sosyal Girişimcileri ve Sosyal Girişimleri

Sosyal Girişimci	Sosyal Girişim	Girişim Konusu	Gelişimi
Ibrahim Abouleish	SEKEM Development Foundation (1977)	Biodinamik tarım, özel çay, ürün ve organik pamuk üretimidir.	Bu kuruluş 1977'den beri çalışmalarına devam etmekte ve farklı ülkelere ihracat yapmaktadır.
Bill Drayton	Ashoka (1980)	Dünya'daki sosyal girişimcilere yardım etmektedir.	-Bill Drayton Ashoka'nın kurucusudur. Ashoka 73 ülkede 2,145'ün üzerindeki sponsoru olan bir uluslararası kuruluştur.
Muhammed Yunus	Grameen Bank (1983)	Mikro finans ve sosyal kapitalizmi geliştirmektedir.	-1983 yılından bu yana 10 milyon dolann üzerinde net kan bulunmaktadır ve Muhammed Yunus 2006 yılında Nobel Ödülünü almıştır.
Jefferey Hollender	Seventh Generation (1988)	Temizlik, kâğıt ve kişisel bakım firmasıdır.	-Temizlik ve kişisel bakım ürünlerinde kötü kimyasallar kullanılmadan yapılan üretime odaklanmıştır. Ayrıca çevreye ve sağduyuya odaklanan ve kâr amacı gütmeyen kuruluşlara vergi öncesi karının %10'unu bağışlamıştır.1998 yılından bu yana çalışan girişim 2010 yılında 150 milyon doların üzerinde gelir elde etmiştir.
Akhtar Hameed Khan	Comilla Cooperative Project Orangi Pilot Project (1980'lerin sonları)	Mikrofinans girişimleriyle işletmelerin büyümesine yardımcı olurken bir yandan da kırsal alanlarda altyapıların geliştirilmesini amaçlamıştır.	-Pakistan ve Karachi'de çalışmalar ve destekler devam etmektedir. Akhtar Hameed Khan'ın Comilla'nın tersine Orangi Pilot projesi oldukça başarılı olmuştur.
Xavier Helgesen, Chris Fuchs, Jeff Kurtzman	Better World Books (2002)	Her kitabın değerini maksimize etmek ve dünya çapında okuryazarlığı teşvik etmektedir.	Firma, internet sitelerindeki satışlar aracılığıyla kitapları yeniden kullanmakta, geri dönüştürmekte ve daha sonra bunları okullara bağışlamaktadır. 2002 yılından bu yana okuryazarlık fonu yaklaşık 12,1 milyon dolara, işlem sayısı 84 milyon adete ulaşmıştır.
Black Mycoskie	TOMS (2006)	Black Mycoskie, Arjantin ziyareti sırasında birçok çocuğun giyecek ayakkabısı olmadığı için hastalandığını ve yaralandığını görmüştür. Bu durumla savaşmak için satılan her çift ayakkabının ihtiyaç sahibi bir kişiye bağışlandığı TOMS markasını oluşturmuştur.	2011 yılında başka bir girişimde bulunarak satın alınan her güneş gözlüğü karşılığı ihtiyaç sahibi insanlara gözlük bağışlamaya veya göz ameliyatı yaptırmaya başlamıştır.
Scott Harrison	Charity: Water (2006)	Temiz su sağlamak	Bu kuruluş açıldığından beri 17 ülkede 1 milyondan fazla insana temiz su göndermiştir. 2011 yılının ilk çeyreğinde %100'den fazla büyüme sağlamıştır.

Kaynak: Sönmez ve Arıker, 2016: 110-111; <http://www.yeniisfikirleri.net/tum-zamanlarin-en-iyi-10-sosyal-girisimcisi/8>. (Erişim tarihi 16-08-2018).

Tablo 2.7’de Türkiye’de bulunan başarılı sosyal girişimlerden örnekler yer almaktadır. Buna göre Umut Çocukları Derneği, TEMA, AKUT, KAMER, TOG, İpek Yolu Kadın Kooperatifi, Çöp (m)adam ve SOGLA başarılı sosyal girişimcilik örneklerindendir.

Tablo 2. 7. Türkiye’de Bulunan Başarılı Sosyal Girişimlerden Örnekler

Kurum	Kurum Türü	Kurucusu	Amaç
Umut Çocukları Derneği (1992)	Kâr amacı gütmeyen sivil toplum kuruluşu	Gönüllü Bireyler	Ailesinden ayrılarak sokaklarda yaşamak zorunda kalan, uyuşturucu maddelerin yanı sıra suça bulaşmış veya suç potansiyeli olan çocuk, genç ve yetişkin olan bireyler kapsamında sosyal çalışmalar yapmak amacıyla kurulmuştur.
TEMA (1992)	Vakf	A Nihat Gökyiğit ve Hayrettin Karaca	Çölleşme erozyon tehlikesine karşı toplumun duyarlılığını artırmak ve bu mücadeleyi devlet politikası haline getirmek amacıyla kurulmuştur.
AKUT (1996)	Dernek	Nasuh Mahruki	Özellikle dağcılık sporunda kaza geçiren veya kaybolan bireyleri arama ve kurtarma konusunda uzmanlaşmış bir kurumdur. AKUT afetler ve kayıp durumunda arama ve kurtarma ekibine yardım etmektedir.
KAMER (Kadın Merkezi) (1997)	Kooperatif	Nebahat Akkoç	Kadınların vatandaş, eş ve anne olarak hakları hakkında farkındalığı artırmak ve kadınların aile içindeki şiddet durumlarında ihtiyaçlarına cevap vermektir.
TOG (Toplum Gönüllüleri Vakfı) (2002)	Vakf	Gönüllü Bireyler	Gençlerin gönüllü olarak sosyal sorumluluk çalışmalarına katılmasını sağlamak ve onların kişisel gelişimlerine katkı bulunmaktır.
İpek Yolu Kadın Kooperatifi (2005)	Kooperatif	Gönüllü Bireyler	Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı’nın Mardin’de uygulamış olduğu, yerel kalkınmada kadın liderliğinin güçlendirilmesi için kurulmuştur
Çöp (m)adam (2008)	Kâr amacı gütmeyen sivil toplum kuruluşu	Tara Hopkins ve Melih Özsöz	Kadın istihdamını artırmak ve geri dönüşümün önemi üzerinde denemeler yaparak Ayvalık’ta yerel bir kalkınma projesi olarak hayata geçirilmiştir. Ambalaj atıklarını yaratıcı, farklı, estetik ve benzersiz şekilde kullanıp, satışa sunmak amacıyla kurulmuştur.
SOGLA (Sosyal Girişimci Genç Liderler Akademisi) (2009)	Dernek	Ece Erçel ve Timur Tiryaki	Türkiye’nin öncü platformlarından olan SOGLA Sosyal girişimciliği gençler arasında yaymak ve bu alanda gençlere destek olmak amacıyla kurulmuştur.

Kaynak: Ercan, 2016: 44-47

### 2.4.7.Sosyal Girişimcilik Eğitimi

Girişimciler, ekonominin büyümesine ve gelişmesine olanak tanıyan belki de en önemli üretim faktörüdür. Girişimciler, diğer tüm üretim faktörlerinin iş ve ekonomi içinde üretken ve verimli bir şekilde uygulanmasına olanak sağladığından, girişimcilik faaliyeti her ekonomide başarılı ve istikrarlı olmak için önemlidir (Nieuwenhuizen, 2016: 528). Girişimciliğin bireyler ve ekonomiler için önemi göz önünde bulundurulduğunda, son yirmi yılda girişimcilik eğitime önem verilmeye başlanmış ve böylece girişimcilik eğitimi ile girişimci bir kültür ve çevrenin yaratılması ve zenginleştirilmesi, uzun yıllardır ekonomik üretkenlikteki düşük verimlilik ve düşüş için bir çözüm olarak görülmüştür (Kalyoncuoğlu vd., 2017: 76).

Eğitim, uzun vadede girişimciliğe yönelik popüler tutumları şekillendirmenin ve gelişmekte olan bir piyasa ekonomisine ilişkin bilgi ve becerilere erişim sunmanın anahtarı (Kolbre, vd., 2007: 249) olarak görülmektedir. Girişimcilik eğitimi, işletme girişimlerinin teşvik edilmesi gibi belirgin avantajların yanı sıra, daha geniş bir pazar potansiyeline de sahip olmak anlamında kullanılmakta (Raposo ve Paço, 2011: 454) ve girişimcilik eğitimi, başarılı bir işletmeyi kurmak için gerekli olan motivasyon, bilgi ve becerileri sağlamaktadır (Lee vd., 2005: 27). Girişimcilik eğitim programları, öğrencilere ekonomik değer ve iş yaratmak için gerekli olan bilgi ve yetkinliği kazandırdığından giderek daha fazla kurulmakta ve genişletilmektedir (Couetil, 2013:394). Girişimcilik eğitimi, temel olarak girişimcilik kültürünün yaratılmasına odaklanmakta, potansiyel girişimcilerin fırsatları tespit etmelerine ve takip etmelerine yardımcı olmakta (Gautam ve Singh, 2015: 24), bireysel iş sahiplerinin, büyüme odaklı işletmelerin başlatılması ve geliştirilmesinde kullandıkları kavram, beceri ve zihniyet anlamına gelmektedir (Antoncic vd., 2015: 198).

Girişimcilik eğitimi birçok nedenden dolayı popüler hale gelmiştir. Buna göre girişimcilik eğitimi; iş planlarını geliştirmeyi ve bir şirket oluşturmayı öğrenmek, öğrencilerin finans, ekonomi, muhasebe, pazarlama ve diğer iş disiplinlerini daha iyi anlamalarını ve entegre etmelerini sağlamakta ve onlara bütüncül ve zenginleştirici bir eğitim deneyimi sunmaktadır. Girişimcilik eğitimi, öğrenciler ve mezunlar tarafından yeni işletmelerin kurulmasını teşvik etmekte ve onları iş piyasasında mezunların başarısını arttıran kritik karar verme becerileriyle donatmaktadır. Ayrıca girişimcilik eğitimi ile akademik ve iş dünyası toplulukları arasında bağlantılar kurulmaktadır (Grecu ve Denes, 2017: 3). Diğer bir deyişle girişimcilik eğitimi, öğrencilerin iş dünyasına daha kolay adapte olmasını sağlayarak öğrencilerin beceri ve yeteneklerini

olumlu bir şekilde etkilemektedir (Capiene ve Ragauskaitė, 2017: 285; Ahmad ve Buchanan, 2015: 3; Maresch vd., 2016: 172; Arensburg, 2015: 7).

Gerek yerli literatürde (Balaban ve Özdemir, 2008; Çiçek, 2016; Kerse vd., 2017; Uygun ve Güner, 2016; Doğan, 2015; Tanrıverdi vd., 2016) gerekse yabancı literatürde (Hussain, 2015; Weber vd., 2009; Hattab, 2014; Stamboulis ve Barlas, 2014; Lorz, 2011; Hejazinia, 2015; Mahendra vd., 2017; Gerba, 2012; Babatunde ve Durowaiye, 2014; Fayolle ve Gailly, 2015; Yaqub vd., 2015) yapılan çalışmalarda girişimcilik eğitimin girişimcilik eğilimini pozitif yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Bu yüzden girişimcilik eğitimi girişimciliği teşvik eden önemli bir faktör olarak kabul edilmektedir. Çünkü girişimcilik eğitimi bireylere özgüven duygusu kazandırmakta, fırsatların daha iyi algılanmasını sağlamakta, bireylerin ufkunu genişletmekte ve bireylerin iş kurma konusunda bilgi sahibi olmasını sağlamaktadır. Bu nedenle yeterli girişimcilik eğitimi sayesinde bireyler yeni bir iş kurmak ve geliştirmek için gerekli olan bilgi ve beceriyi edinmiş olmaktadır (Doğan, 2015: 82). Girişimciliğin “zorunlu ulusların ekonomisini yönlendiren motor” olduğu düşünülürse yeni girişimcilerin yetiştirilmesi, üniversitelerin katkıda bulunacakları çok önemli bir ekonomik ve toplumsal zorunluluk olarak görülmektedir (Nasr ve Boujelbene, 2014: 712).

Girişimcilik ekonomik ve sosyal alanda birçok yeniliklerin oluşmasını sağlamakta ve girişimcilik eğitimi, bir girişimci olmak için gereken en uygun beceri ve bilgi bileşimini belirlemeyi ve bu bilgiyi vermenin ve bu becerileri geliştirmenin en iyi yollarını içermektedir (Kirkwood vd., 2014: 308). Başarılı girişimcilerin varlığı ve bir toplumdaki girişimcilerin sayısının artması, girişimcilik eğitimi alan ve girişimcilik arzusu taşıyan potansiyel girişimcilere bağlıdır. Bu nedenle, girişimcilik eğilimi olan öğrencilere girişimcilik konusunda eğitimlerin verilmesi (Doğan, 2015: 80) gerekmektedir.

Sosyal girişimcilerin; bir organizasyonun nasıl kurulacağını ve yönetileceğini, yeni pazar fırsatlarının nasıl ele alınacağını sağlayacak yönetsel, fırsata özgü ve girişim odaklı bir bilgi birikimine sahip olmaları gerekmektedir. Çünkü sosyal girişimcilerin ele aldıkları sosyal ihtiyaçlar, piyasanın geleneksel ihtiyaçlarından farklıdır. Bu nedenle sosyal girişimcilik eğitimi, girişimcilik eğitimi gibi önem verilmeye başlanan bir konu haline gelmiştir (Pache ve Chowdhury, 2012: 499).

Sosyal girişimcilik eğitimi, bireyin kendi kendine yeterliliğini, yaratıcılığını, rasyonel düşünmesini ve girişimcilik becerilerini desteklemektedir. Geleneksel

girişimcilik programlarıyla karşılaştırıldığında sosyal girişimcilik eğitimi, girişimcilere vizyon kazandırmaktadır. Bu nedenle sosyal girişimcilik eğitimi önem kazanmaya başlamıştır (Dobele, 2016: 232). Sosyal girişimcilik eğitimi; sosyal sorunların çözümünde köklü değişimler yapacak bilgi ve becerilerin kazandırılmasını sağlamaktadır (Karğın vd., 2018: 165).

Son yıllarda sosyal girişimciliğe artan ilgiyle birlikte (Weerawardena ve Mort, 2006: 21) sosyal girişimcilik eğitiminde üniversiteler önemli rol oynamaya başlamıştır (Karğın vd., 2018: 165). Üniversitelerde eğitimciler, öğrencilere girişimcilik faaliyetleri yoluyla sosyal sorumluluk duygusu aşılayabilirlerse, bu durum öğrencilerin toplumun sosyal sorumlu üyeleri olarak işlev görme yeteneğine olumlu katkıda bulunabilecektir (Waghid ve Oliver, 2017: 77).

Üniversiteler toplumsal bütünleşmeyi sağlayarak toplumsal sorunlara karşı farkındalığı olan bireylerin yetiştirilmesini sağlamaktadır. Bu nedenle üniversitelerin, öğrencilere toplumsal sorumluluk bilinci oluşturmaları ve öğrencilerin sosyal sorumluluk projelerinde yer almalarını sağlaması misyonu önemlidir (Külekcı ve Özgan, 2015: 2-3). Üniversiteler sosyal sorumluluk ve girişimcilik dersleri ile öğrencilere toplumsal sorunların farkında olmalarını, bu sorunlara çözüm üretmelerini hedeflemektedir (Toker ve Tat, 2013: 41).

Sosyal girişimcilik eğitimi ile öğrencilerin sosyal girişimcilerden ilham aldığı, dış dünyalarıyla empati geliştirdikleri, sosyal girişimcilerin kariyerlerine daha çok ilgi gösterdikleri, yeni iş geliştirme süreçlerinin daha iyi anlaşılmasını sağladıkları, günlük sosyal çalışmalarında doğrudan katılımı olan bireylerin farkındalıklarını ve takdirlerini arttırdıkları, fırsatları tanımak için yeteneklerini geliştirdikleri, sosyal kaygılarla meşgul olmaları için gerekli olan güveni kazandıkları ve deneysel öğrenme yöntemi ile önemli faydaların sağlandığı görülmüştür (Chang vd., 2014: 432). Chengalvala ve Rentala (2017) tarafından yapılan çalışmada girişimcilik eğitiminin sosyal girişimcilik yöneliminde etkisi olduğu, Bursalı ve Aksel (2016) tarafından yapılan çalışmada ise öğrenci topluluklarının yürüttükleri projelerde sorunları ele alış biçimleri, toplumsal sorunlara yaklaşımları ve bu yönde geliştirmiş oldukları çözümler değerlendirilmiş ve gençlerin sorunlara çözüm noktasında ortaya koydukları kararlı tutumlarının sürdürülebilirlik ve sosyal değer oluşturma bakımından büyük önem taşıdığı sonucuna ulaşılmıştır.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM MATERYAL VE YÖNTEM

Çalışmanın üçüncü bölümü olan materyal ve yöntem bölümünde; ana kütle ve örneklem, çalışmada kullanılan ölçekler, pilot uygulama, veri toplama yöntemleri, araştırmanın modeli ve araştırmanın hipotezleri ve verilerin analizine yer verilmiştir.

### 3.1. ANA KÜTLE VE ÖRNEKLEM

Girişimcilik ve teknolojik gelişme, ekonominin büyümesinde temel bir kavram olmanın yanında sosyal ve kültürel kalkınmaya da katkı sağlamaktadır. Girişimcilik üzerine yapılan faaliyetler gerek yerel gerek ise ulusal bazda önemli gelişmelere neden olmaktadır. Bu amaçla Türkiye’de bölgelerin gelişme potansiyellerine göre çeşitli destek politikaları ve kurumları oluşturulmuştur. Bu destek kurumlarından biri de Kalkınma Ajanslarıdır (Sevinç ve Eren, 2016: 3). Türkiye’de 2006 yılından itibaren kurulmaya başlayan (Öztürk ve Çolakoğlu, 2015: 324) kalkınma ajansları, bölgesel kalkınma uygulamalarında alınan kararların bölgede yaşayanlar tarafından alındığı ve eskiden yalnızca devletin üstelendiği kalkınma misyonunun, kalkınma ajansları ile birlikte toplumdaki farklı kesimler tarafından paylaşılmasını sağlamaktadır (Demiroğlu ve Topal-Demiroğlu, 2014: 179). Diğer bir deyişle kalkınma ajansları; bölgedeki sivil toplum, kamu ve özel kesim kuruluşları arasında iş birliğini geliştirerek, bölgedeki tarafların karar alma ve bu kararları uygulama safhalarına katılmalarını sağlamaktadır (Sert, 2012: 142; Urhan ve Sandal, 2015: 214-215).

Türkiye’deki kalkınma ajanslarının yürüttüğü birçok faaliyet bulunmaktadır (Stratejik planlama, koordinasyon, istihdam programları, beşerî alt yapı gelişimi, fiziksel alt yapı gelişimi gibi.). Kalkınma ajanslarının en önemli amaçlarından biri de “Girişimcilik Desteği ve Yeni İşletme Danışmanlığı” vermesidir (Demiroğlu ve Topal-Demiroğlu, 2014: 192; Engin, 2011: 68). Bu amaçla kurulan kalkınma ajanslarından biri de Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansıdır. Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansı’nın

(DOĞAKA) merkezi Hatay'da bulunmakta olup Hatay, Kahramanmaraş ve Osmaniye illerini kapsamakta ve ekonomik ve sosyal gelişmeyi sağlamak amacıyla 14.07.2009 tarihinde kurulmuştur (Urhan, 2015: 56). Bu nedenle bu çalışmada, Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansı'nın yer aldığı, TR63 bölgesindeki üniversiteler ana kütle olarak seçilmiştir (Fettahlıoğlu vd., 2016: 153).

Üniversite öğrencileri arasında girişimciliğin benimsenmesi, girişimcilik araştırmacıları arasında önemli bir konu haline gelmiştir (Chengalvala ve Rentala, 2017: 407). Çünkü üniversiteye başlayan her öğrenciye potansiyel girişimci adayı gözüyle bakılmakta ve öğrencilerin yaşamış olduğu çevredeki fırsatların farkına varacakları, bu fırsatlarla yaratıcılıklarını geliştirmeleri gerektiği düşünülmektedir. (Arslan, 2002: 3). Öğrencilere bu fırsatları sağlayacak olanlar eğitim kurumlarıdır (Patır ve Karahan, 2010: 28). Eğitim kurumları, sosyal yapı ve çevrede meydana gelen değişimlerden etkilenen ve aynı zamanda sosyal yapı ve çevreyi hizmet ve sonuçları ile etkileyen sosyal açık sistemlerdir. Eğitim sistemleri, yeni nesillerin fiziksel, bilişsel, sosyal ve kültürel gelişimlerine katkıda bulunmanın yanı sıra bölgesel, ulusal ve uluslararası düzeydeki konularda sürdürülebilir yenilikçi çözümler yaratabilecek kurumlardır. Günümüz dünyasında savaşlar, doğal afetler, yoksulluk, adalet, eğitim gibi alanlarında giderek artan sorunlara duyarlı sosyal girişimci adaylarının yetiştirilmesi eğitim kurumları aracılığıyla sağlanabilmektedir (Akar ve Doğan, 2018: 85).

Çalışmada İİBF lisans öğrencileri, girişimcilik ve sosyal girişimcilik faaliyetlerinde bulunma konusunda eğitilmiş ve aynı zamanda girişimcilik ve sosyal girişimcilik alanında daha fazla motive olabilecekleri anlayışıyla (Bull, 2008: 269) ana kütle olarak belirlenmiştir. Çalışmanın en önemli kısıtı İİBF öğrencileri ile sınırlı tutulmuş olmasıdır.

Çalışmanın ana kütlelerini, 2018-2019 Eğitim ve Öğretim Yılı Güz Döneminde TR63 bölgesinde (Hatay, Kahramanmaraş ve Osmaniye) yer alan üç devlet üniversitesindeki (Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi ve Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi) İİBF'nin İşletme ve İktisat Bölümlerindeki 2., 3. ve 4. sınıf öğrencileri kapsamaktadır. Çalışmada üniversite öğrencileri arasında karşılaştırma yapabilmek için üç üniversitede de ortak olan İşletme ve İktisat bölümleri ana kütle olarak alınmıştır. Çalışmanın ana kütlelerini oluşturan üniversitelerde anketin uygulanması için gerekli izinler alınmış ve anket

zorunlu derslere katılan tüm gönüllü öğrencilere uygulanmıştır. Çalışmaya dâhil edilen üniversitelerdeki öğrencileri sayıları Tablo 3.1’de yer almaktadır.

Tablo 3. 1. Araştırmaya Dâhil Edilen Üniversitelerin Öğrenci Sayıları

Üniversite	Bölüm	Sınıf			Toplam
		2	3	4	
MKÜ	İşletme	162	154	305	<b>621</b>
	İktisat	163	135	209	<b>507</b>
KSÜ	İşletme	172	218	508	<b>898</b>
	İktisat	157	242	603	<b>1.002</b>
OKÜ	İşletme	56	154	337	<b>547</b>
	İktisat	69	143	139	<b>351</b>
<b>Toplam</b>		<b>779</b>	<b>1.046</b>	<b>2.101</b>	<b>3.926</b>

Tablo 3.1’de görüldüğü gibi Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi’nden 621 İşletme Bölümü ve 507 İktisat Bölümü olmak üzere toplam 1.128 öğrenci, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi’nden 898 İşletme Bölümü ve 1.002 İktisat Bölümü olmak üzere toplam 1.900 öğrenci ve Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi’nden 547 İşletme bölümü ve 351 İktisat Bölümü olmak üzere toplam 898 öğrenci İİBF İşletme ve İktisat Bölümlerinin iki, üç ve dördüncü sınıflarında öğrenim görmektedir. TR63 bölgesinde yer alan Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi ve Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi olmak üzere İİBF iki, üç ve dördüncü sınıflarında öğrenim göre toplam 3.926 öğrenci çalışmanın ana kütesini oluşturmaktadır. Çalışmada birinci sınıf öğrencilerinin yükseköğrenime yeni başlamış olmaları, çalışma için istenilen yükseköğretimle bütünleşme seviyesine henüz ulaşmamış olmalarından dolayı (Ören ve Biçkes, 2011: 75) birinci sınıf öğrencileri değerlendirmeye alınmamıştır.

Çalışmada kullanılan anket dört bölümden oluşmaktadır. Anketin ilk bölümünde öğrencilerin sosyodemografik (cinsiyet, yaş, sınıf, bölüm vb. gibi) özellikleri ile ilgili sorular yer almaktadır, anketin ikinci bölümü öğrencilerin kişilik özelliklerini ölçmek için “*Beş Faktör Kişilik Özellikleri Ölçeği*” kullanılmıştır. Anketin üçüncü bölümünde öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerini ölçmek amacıyla oluşturulmuş olan “*Girişimci Kişilik Özellikleri Ölçeği*” kullanılmıştır. Anketin dördüncü bölümünde ise “*Sosyal Girişimcilik Yönelimi Ölçeği*” kullanılmıştır. Bu ölçekteki sorular da beş alt boyuttan oluşmaktadır. Çalışmada kullanılan tüm ölçekler “1 Kesinlikle Katılmıyorum”, “5 Kesinlikle Katılıyorum” ifadelerini içeren 5’li Likert Ölçeği şeklindedir.



Araştırmada örneklem büyüklüğünü belirlemek için Yazıcıoğlu ve Erdoğan (2004: 50) tarafından hazırlanan tablo kullanılmıştır. Tablo 3.2’de, %5 kabul edilebilir hata oranı ve %95 güven seviyesinde yaklaşık olarak 333 ile 357 arasında öğrenciye anket uygulanması gerekmektedir. Ancak örneklem geçerliliğini artırmak ve anketin uygulama esnasındaki hatalardan daha az etkilenmek için örneklem büyüklüğünün 1.200 olması gerektiği düşünülmüştür. Araştırmanın ana kütlesi belirlendikten sonra öğrencilerin almış oldukları zorunlu dersler tespit edilmiş ve öğretim üyelerinden anketin uygulanması için izinler alındıktan sonra anketler gönüllülük esasına göre uygulanmıştır. Çalışmada toplam 1.200 öğrenciye anket uygulanmış, ancak 133 anket eksik ve hatalı olarak doldurulduğundan dolayı bu anketler analize eklenmemiştir. Bu nedenle, çalışmanın örnekleme oranı 1.067 öğrenciden oluşmaktadır. Örneklemin ana kütleyi temsil etme oranı %27,17’dir.

Tablo 3.2’de hata terimleri için örneklem büyüklükleri yer almaktadır. Araştırmanın ana kütlesinin 3.926 olduğu varsayımından hareketle %5 kabul edilebilir hata oranı ve %95 güven seviyesinde 1067 öğrencinin ana kütleyi temsil ettiği kabul edilmektedir.

Tablo 3. 2. Örneklem Büyüklükleri

Evrenin Büüklüğü	+, - 0.03 örnekleme hatası			+, - 0.05 örnekleme hatası			+, - 0.10 örnekleme hatası		
	p=0.5 q=0.5	p=0.8 q=0.2	p=0.3 q=0.7	p=0.5 q=0.5	p=0.8 q=0.2	p=0.3 q=0.7	p=0.5 q=0.5	p=0.8 q=0.2	p=0.3 q=0.7
100	92	87	90	80	71	77	49	38	45
500	341	289	321	217	165	196	81	55	70
750	441	358	409	254	185	226	85	57	73
1000	516	406	473	278	198	244	88	58	75
2500	748	537	660	<b>333</b>	224	286	93	60	78
5000	880	601	760	<b>357</b>	234	303	94	61	79
10000	964	639	823	370	240	313	95	61	80
25000	1023	665	865	378	244	319	96	61	80
50000	1045	674	881	381	245	321	96	61	81
100000	1056	678	888	383	245	322	96	61	81
1000000	1066	682	896	384	246	323	96	61	81
10000000	1067	683	896	384	246	323	96	61	81

Kaynak: Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004: 50

### 3.2. ÖLÇEKLER

Çalışmada üç farklı ölçek kullanılmıştır. Bunlar: “*Beş Faktör Kişilik Özellikleri Ölçeği*”, “*Girişimci Kişilik Özellikleri Ölçeği*” ve “*Sosyal Girişimcilik Yönelimi Ölçeği*”dir. Tüm sorularda 5’li Likert Tipi ölçekler kullanılmıştır. Bunlara

ek olarak sosyodemografik (cinsiyet, bölüm, sınıf, yaş, ailenin aylık geliri ve sosyal sorumluluk projelerine katılma gibi) sorular yer almaktadır.

### 3.2.1. Kişilik Özellikleri Ölçeği

Bireylerin kişilik özellikleri düzeyini ölçmek amacıyla, Goldberg (1992) tarafından geliştirilen ve International Personality Item Pool WEB sayfasında araştırmacıların kullanımına sunulmuş olan Beş Faktör Kişilik Özellikleri Ölçeği kullanılmıştır. Beş Faktör Kişilik Ölçeği e-posta aracılığıyla gerekli izinler alındıktan sonra Prof. Dr. H. Mustafa PAKSOY tarafından yeniden düzenlenerek Türkçe 'ye uyarlanmıştır. Goldberg'in (1992) ölçeği, 5'li Likert Sistemi bir ölçekle ölçülmüştür. Kişilik özellikleri ölçeğinin üniversite öğrencilerine uygulanması için araştırmacıdan alınan yazılı izin Ek 1'de ve ölçeğin Türkçe uyarlaması ise Ek 4'te sunulmuştur.

Kişilik özellikleri ölçeği; dışadönüklük, uyumluluk, sorumluluk, deneyime açıklık ve duygusal denge olmak üzere beş alt boyuttan oluşmaktadır. Somer, Korkmaz ve Tatar (2002) tarafından yapılan geçerlilik ve güvenilirlik çalışmasında kişilik özelliklerini ölçen beş temel faktör altında toplanan 15 alt boyut oluşturulmuş ve her bir kişilik özelliğinin 10-15 madde içeren ve toplam 187 maddelik kişilik özellikleri ölçeği geliştirilmiştir. Bu ifadelerin Cronbach alfa katsayı değerleri şöyledir: Dışadönüklük .86, Uyumluluk .86, Sorumluluk .91, Deneyime Açıklık .84 ve Duygusal Denge .84'tür. Yapılan bu çalışmada Beş Faktör Kişilik Özelliği Ölçeği'nin yapı geçerliliği ve güvenirliliğine sahip olduğu görülmüştür.

Kişilik Özellikleri Ölçeği, Tabak vd. (2010) tarafından yapılan çalışmada da kullanılmıştır. Bu çalışmada her bir kişilik özelliğinde 10 sorunun olduğu toplam 50 soru bulunan envanter kullanılmıştır. Bu ifadelerin Cronbach  $\alpha$  katsayıları; Dışadönüklük .79, Uyumluluk .79, Sorumluluk .81, Deneyime Açıklık .75 ve Duygusal Denge .79 olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Boz, Buluk, Aydınkaya ve Arslantaş (2016) tarafından yapılan çalışmada, kişilik özellikleri ile ilgili kullanılan 50 ifadeden güvenirliliği düşüren soruların çıkartılması ile 29 ifadenin Cronbach  $\alpha$  katsayısı .783 olarak bulunmuştur. Aynı doğrultuda Deniz ve Erçiş (2008) tarafından yapılan çalışmada Goldberg'in Ölçeği kullanmıştır. Yapılan çalışmada alt boyutların güvenirliliği Dışadönüklük .74, Uyumluluk .82, Sorumluluk .79, Duygusal Denge .85 ve Deneyime Açıklık .80 olarak bulunmuştur. Son olarak Tomrukçu (2008), Goldberg'in ölçeğini kullanmış ve ölçeğin

Cronbach  $\alpha$  katsayıları Dışadönüklük .87, Uyumluluk .77, Sorumluluk .82, Duygusal Denge .76 ve Deneyime Açıklık .80 olarak bulunmuştur.

### 3.2.2. Girişimci Kişilik Özellikleri Ölçeği

Bireylerin girişimci kişilik özelliklerini ölçmek amacıyla Koh'un (1996) Hong Kong'da öğrencilere uygulamış olduğu ve Bozkurt (2005) tarafından Türkçe 'ye uyarlanan 6 boyutlu "Girişimci Kişilik Özellikleri Ölçeği" e-posta aracılığıyla gerekli izinler alındıktan sonra Prof. Dr. H. Mustafa PAKSOY tarafından 5 boyutlu olarak yeniden düzenlenmiştir. Girişimci Kişilik Özellikleri, istatistiksel analiz için 5'li Likert Sistemi bir ölçekle ölçülmüştür. Ölçekteki ters kodlu sorular çevrilmiştir. Girişimci kişilik özellikleri ölçeği; risk alma eğilimi, yenilikçilik, başarı ihtiyacı, kontrol odağı ve belirsizlik toleransı olmak üzere beş alt boyuttan oluşmaktadır. Girişimci Kişilik Özellikleri Ölçeği'nin üniversite öğrencilerine uygulanması için araştırmacıdan alınan yazılı izin Ek 2'de ve ölçeğin yeniden düzenlenmiş hali ise Ek 5'te sunulmuştur.

Paksoy, S., Paksoy, H.M. ve Özbezek, B.D. (2019) tarafından yapılan çalışmada, Bokurt'un (2005) Girişimci Kişilik Özellikleri Ölçeği kullanılmıştır. Çalışmada ölçeğin genel Cronbach's Alpha değeri 0,65 olarak bulunmuştur.

### 3.2.3. Sosyal Girişimcilik Yönelimi Ölçeği

Öğrencilerin sosyal girişimcilik yönelimlerini ölçmek amacıyla Nga ve Shamuganathan (2010) tarafından hazırlanan ve daha sonra Prof. Dr. H. Mustafa PAKSOY Türkçe 'ye uyarlanan Sosyal Girişimcilik Yönelimi Ölçeği kullanılmıştır. Sosyal girişimcilik yönelimi ile ilgili ifadelerin ölçülmesinde 5'li Likert tipi ölçek kullanılmıştır. Sosyal girişimcilik ölçeğinin üniversite öğrencilerine uygulanması için araştırmacıdan alınan yazılı izin Ek 3'te ve ölçeğin Türkçe uyarlaması ise Ek 6'da sunulmuştur.

Nga ve Shamuganathan (2010) tarafından geliştirilen sosyal girişimcilik ölçeği 5 boyuttan oluşmaktadır. Bunlar; sosyal vizyon, finansal getiri, inovasyon sürdürülebilirlik ve sosyal ağlardır. Bu ifadelerin Cronbach  $\alpha$  katsayı değeri Sosyal Vizyon ve İnovasyon .89, Sürdürülebilirlik ve Sosyal Ağlar .87 ve Finansal Getiri .82 olarak bulunmuştur. Çalışmada 5'li Likert tipi ölçek kullanılmıştır.

İrengün ve Arıkboğa (2015), Nga ve Shamuganathan (2010) tarafından geliştirilen sosyal girişimcilik ölçeğini kullanmışlardır. Çalışmadaki ifadelerin

Cronbach  $\alpha$  katsayıları toplamı .94 olarak bulunmuştur. Aynı doğrultuda, Caballero vd. (2013), Nga ve Shamuganatgan (2010) tarafından geliştirilen sosyal girişimcilik ölçeğini kullanmıştır. İfadelerin Cronbach  $\alpha$  değerleri Sürdürülebilirlik .77, Sosyal Vizyon .84, Sosyal Ağlar .70, Finansal Getiri .85 ve İnovasyon .81 olarak bulunmuştur. Son olarak Dacul (2017), Nga ve Shamuganatgan (2010) tarafından geliştirilen sosyal girişimcilik ölçeğini kullanmıştır. İfadelerin Cronbach  $\alpha$  alfa değerleri toplamının .93 olduğu görülmüştür.

### 3.3. PİLOT UYGULAMA

Çalışmada kullanılan anketin hatalarını bulmak ve soruların güvenilirliğini ölçmek amacıyla Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü ile Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümlerinde öğrenim gören 150 öğrenciye pilot çalışma yapılmıştır. Bu aşamada, öğrencilerin anketteki soruları algılama düzeyleri ve kullandıkları süre gözlemlenmiştir. Öğrenciler anket formunu yaklaşık 15-20 dakika civarında tamamlamıştır. Pilot uygulama sonrasında kullanılan ölçeklerde düzeltmeler uygulanmıştır.

Pilot uygulama sonrasında ankette yer alan ölçeklerin Cronbach  $\alpha$  katsayılarına bakılmıştır. Cronbach  $\alpha$  katsayı değerleri sırasıyla Kişilik Özelliği Ölçeği için ,913; Girişimci Kişilik Özelliği Ölçeği için ,932; Sosyal Girişimcilik Yönelimi Ölçeği için ,944 ve anketin geneli için ,967 olarak bulunmuştur.

### 3.4. VERİLERİN TOPLANMASI

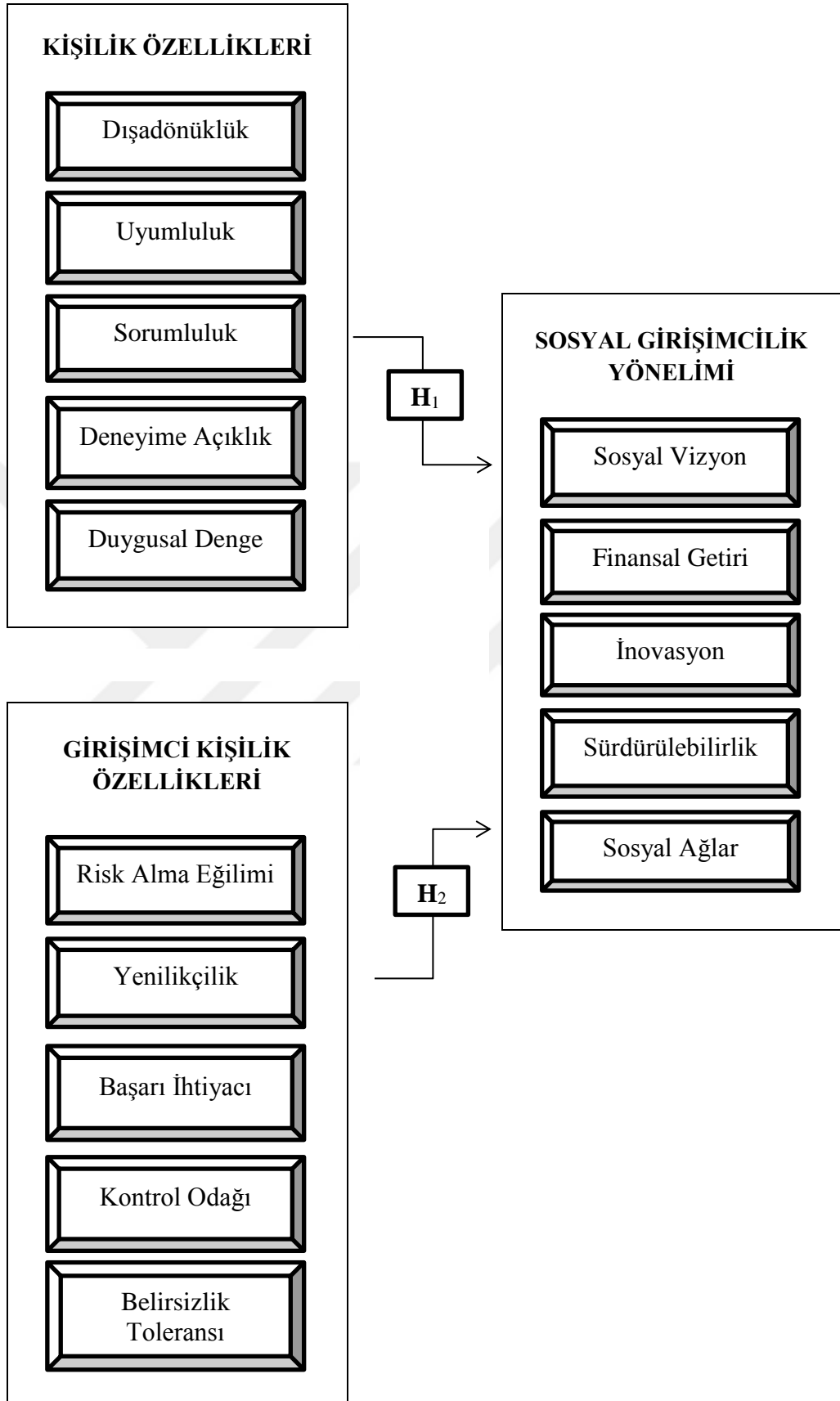
Çalışmada kullanılan anket, 2018-2019 Eğitim ve Öğretim Yılı Güz Döneminde uygulanmıştır. TR63 bölgesinde yer alan üç üniversitede anketin uygulanması için gerekli izinler alınmış ve İşletme ve İktisat Bölümlerinin 2., 3. ve 4. sınıflarındaki öğrenci sayıları tespit edilmiştir. Üniversitelerdeki hedef ana kütleye ulaşabilmek için öğrencilerin ders programlarındaki zorunlu dersler tespit edilerek, tüm öğrencilerin gönüllülük esasına göre anket formunu doldurması sağlanmıştır. Bunun yanı sıra dersin olduğu gün derse katılmayan ve anketi doldurmak istemeyen öğrenciler çalışmanın kapsamı dışında tutulmuştur. Anketin amacı ve anketteki bölümler öğrencilere açıklanarak uygulamaya geçilmiştir. Anket formunun doldurulma süresinin ortalama 15-20 dakika olduğu görülmüştür.

### 3.5. ARAŞTIRMA MODELİ

Üniversite öğrencilerinin sosyal girişimcilik yönelimini etkileyen değişkenleri araştıran bu çalışmada 3 ölçek kullanılmıştır. Kişilik ve girişimci kişilik özellikleri bağımsız değişken, sosyal girişimcilik yönelimi ise bağımlı değişken olarak belirlenmiştir. “*Beş Faktör Kişilik Ölçeği*” Goldberg’in (1992) ölçeğinden uyarlanan ölçektir. “*Girişimci Kişilik Özellikleri Ölçeği*” Bozkurt (2005) tarafından Türkçe’ye uyarlanan ölçektir. Son olarak “*Sosyal Girişimcilik Yönelimi Ölçeği*” Nga ve Shamaganathan (2010) tarafından geliştirilen ölçektir.

Şekil 3.1’de araştırmanın teorik modeli yer almaktadır.





Şekil 3. 1.Araştırmanın Modeli

### 3.6. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ

Bu çalışmada kişilik ve girişimci kişilik özelliklerinin sosyal girişimcilik yönelimi üzerindeki etkisi araştırılmıştır.

Katılımcıların kişilik özellikleri (ve alt boyutları) ve girişimci kişilik özelliklerinin (ve alt boyutları) sosyal girişimcilik yönelimi (ve alt boyutları) üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olup olmadığı araştırılmıştır. Temel ve alt hipotezler şunlardır:

**H<sub>1</sub> : Kişilik özellikleri ile sosyal girişimcilik yönelimi arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.**

**H<sub>1.1a</sub>:** Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan dışadönüklük ile sosyal girişimcilik yönelimi arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H<sub>1.1b</sub>:** Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan uyumluluk ile sosyal girişimcilik yönelimi arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H<sub>1.1c</sub>:** Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan sorumluluk ile sosyal girişimcilik yönelimi arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H<sub>1.1d</sub>:** Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan deneyime açıklık ile sosyal girişimcilik yönelimi arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H<sub>1.1e</sub>:** Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan duygusal denge ile sosyal girişimcilik yönelimi arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H<sub>1.2</sub> : Kişilik özellikleri ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sosyal vizyon arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.**

**H<sub>1.2a</sub>:** Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan dışadönüklük ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sosyal vizyon arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H<sub>1.2b</sub>:** Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan uyumluluk ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sosyal vizyon arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H<sub>1.2c</sub>:** Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan sorumluluk ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sosyal vizyon arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H<sub>1.2d</sub>:** Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan deneyime açıklık ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sosyal vizyon arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H1.2e:** Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan duygusal denge ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sosyal vizyon arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H1.3:** Kişilik özellikleri ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan finansal getiri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H1.3a:** Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan dışadönüklük ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan finansal getiri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H1.3b:** Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan uyumluluk ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan finansal getiri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H1.3c:** Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan sorumluluk ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan finansal getiri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H1.3d:** Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan deneyime açıklık ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan finansal getiri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H1.3e:** Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan duygusal denge ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan finansal getiri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H1.4:** Kişilik özellikleri ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan inovasyon arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H1.4a:** Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan dışadönüklük ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan inovasyon arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H1.4b:** Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan uyumluluk ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan inovasyon arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H1.4c:** Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan sorumluluk ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan inovasyon arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H1.4d:** Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan deneyime açıklık ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan inovasyon arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.



**H1.4e:** Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan duygusal denge ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan inovasyon arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H1.5:** Kişilik özellikleri ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sürdürülebilirlik arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H1.5a:** Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan dışadönüklük ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sürdürülebilirlik arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H1.5b:** Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan uyumluluk ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sürdürülebilirlik arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H1.5c:** Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan sorumluluk ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sürdürülebilirlik arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H1.5d:** Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan deneyime açıklık ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sürdürülebilirlik arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H1.5e:** Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan duygusal denge ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sürdürülebilirlik arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H1.6:** Kişilik özellikleri ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sosyal ağlar arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H1.6a:** Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan dışadönüklük ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sosyal ağlar arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H1.6b:** Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan uyumluluk ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sosyal ağlar arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H1.6c:** Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan sorumluluk ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sosyal ağlar arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H1.6d:** Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan deneyime açıklık ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sosyal ağlar arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H1.6e:** Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan duygusal denge ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sosyal ağlar arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H2: Girişimci kişilik özellikleri ile sosyal girişimcilik yönelimi arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.**

**H2.1a:** Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan risk alma eğilimi ile sosyal girişimcilik yönelimi arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H2.1b:** Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan yenilikçilik ile sosyal girişimcilik yönelimi arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H2.1c:** Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan başarı ihtiyacı ile sosyal girişimcilik yönelimi arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H2.1d:** Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan kontrol odağı ile sosyal girişimcilik yönelimi arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H2.1e:** Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan belirsizlik toleransı ile sosyal girişimcilik yönelimi arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H2.2: Girişimci kişilik özellikleri ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sosyal vizyon arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.**

**H2.2a:** Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan risk alma eğilimi ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sosyal vizyon arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H2.2b:** Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan yenilikçilik ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sosyal vizyon arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H2.2c:** Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan başarı ihtiyacı ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sosyal vizyon arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H2.2d:** Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan kontrol odağı ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sosyal vizyon arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H2.2e:** Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan belirsizlik toleransı ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sosyal vizyon arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H2.3:** Girişimci kişilik özellikleri ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan finansal getiri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H2.3a:** Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan risk alma eğilimi sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan finansal getiri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H2.3b:** Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan yenilikçilik ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan finansal getiri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H2.3c:** Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan başarı ihtiyacı ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan finansal getiri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H2.3d:** Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan kontrol odağı ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan finansal getiri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H2.3e:** Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan belirsizlik toleransı ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan finansal getiri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H2.4:** Girişimci kişilik özellikleri ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan inovasyon arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H2.4a:** Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan risk alma eğilimi sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan inovasyon arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H2.4b:** Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan yenilikçilik ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan inovasyon arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H2.4c:** Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan başarı ihtiyacı ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan inovasyon arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H2.4d:** Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan kontrol odağı ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan inovasyon arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H2.4e:** Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan belirsizlik toleransı ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan inovasyon arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H2.5:** Girişimci kişilik özellikleri ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sürdürülebilirlik arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H2.5a:** Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan risk alma eğilimi sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sürdürülebilirlik arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H2.5b:** Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan yenilikçilik ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sürdürülebilirlik arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H2.5c:** Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan başarı ihtiyacı ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sürdürülebilirlik arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H2.5d:** Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan kontrol odağı ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sürdürülebilirlik arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H2.5e:** Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan belirsizlik toleransı ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sürdürülebilirlik arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H2.6:** Girişimci kişilik özellikleri ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sosyal ağlar arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H2.6a:** Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan risk alma eğilimi sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sosyal ağlar arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H2.6b:** Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan yenilikçilik ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sosyal ağlar arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H2.6c:** Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan başarı ihtiyacı ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sosyal ağlar arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H2.6d:** Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan kontrol odağı ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sosyal ağlar arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H2.6e:** Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan belirsizlik toleransı ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sosyal ağlar arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Yukarıdaki temel hipotezler dışında model içerisinde yer almayan sosyodemografik değişkenlere ilişkin; kişilik, girişimci kişilik özellikleri ve sosyal girişimcilik yöneliminin sosyodemografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek için ek analizlere yer verilmiştir.

### 3.7. VERİLERİN ANALİZİ

Araştırmada verileri analiz etmek için SPSS 22 istatistik paket programından faydalanılmıştır.

Elde edilen verilerin özellikleri ve çalışmanın amacına göre farklı istatistik tekniklerden yararlanılmıştır. SPSS 22 istatistik paket programı ile çalışmadaki sosyodemografik soruların tanımlayıcı istatistiksel teknikler kullanılmıştır. Daha sonra faktör analizi yapılarak ölçeklerin yapı geçerliliğine sahip olup olmadığı belirlenerek, değişkenlerin Cronbach  $\alpha$  katsayı değerleri hesaplanmıştır. Verilerin normal bir dağılıma sahip olup olmadığını belirlemek için Kolmogorow-Smirnov testi yapılmıştır. Ayrıca betimsel istatistikler hesaplanmıştır.

Kişilik özellikleri, girişimci kişilik özellikleri ve sosyal girişimcilik yönelimi değişkenleri ve bu değişkenlerin alt boyutları arasındaki ilişkiyi belirlemek için Korelasyon analizi yapılmıştır. Ayrıca kişilik ve girişimci kişilik özelliklerinin sosyal girişimcilik yönelimi üzerinde anlamlı bir etkisinin olup olmadığını öğrenmek için basit ve çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Ek olarak sosyodemografik özelliklerin kişilik ve girişimci kişilik özelliği ile sosyal girişimcilik yönelimine göre farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek için bağımsız örneklem T-Testi ve ANOVA analizleri yapılmıştır.

## **DÖRDÜNCÜ BÖLÜM BULGULAR VE TARTIŞMA**

Çalışmanın dördüncü bölümü olan bulgular ve tartışma kısmında; tanımlayıcı istatistikler, araştırmanın modelinde yer alan kişilik özellikleri, girişimci kişilik özellikleri ve sosyal girişimcilik yönelimi değişkenlerine ilişkin ölçeklerin geçerlilik ve güvenirlik analizleri, faktör analizleri, korelasyon ve regresyon analizleri ve sosyodemografik değişkenlerin bağımlı ve bağımsız değişkenlere göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla T testi ve ANOVA analizlerine yer verilmiştir.

### **4.1. TANIMLAYICI İSTATİSTİKLER**

Çalışmanın bu bölümünde, araştırmaya katılan 1.067 lisans öğrencisinin cinsiyet, yaş ve ailelerinin aylık gelirlerine ait frekans ve yüzde dağılımları ile çapraz tablolara yer verilmiştir.

#### **4.1.1.Cinsiyet, Yaş ve Gelir Düzeylerine Göre Katılımcılar**

Tablo 4.1’de çalışmaya katılan öğrencilerin cinsiyet, yaş ve ailenin aylık gelirine göre frekans ve yüzde dağılımlarına yer verilmiştir.

Tablo 4. 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

<b>Cinsiyet</b>	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde</b>
Kadın	653	61,2
Erkek	414	38,8
<b>Toplam</b>	<b>1067</b>	<b>100</b>
<b>Yaş</b>	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde</b>
18-20	274	25,7
21-23	687	64,4
24 ve üzeri	106	9,9
<b>Toplam</b>	<b>1067</b>	<b>100</b>
<b>Ailenin Aylık Geliri</b>	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde</b>
1.600 TL ve aşağısı	313	29,3
1.601-3.000 TL	433	40,6
3.001-4.500 TL	199	18,7
4.501 TL ve üzeri	122	11,4
<b>Toplam</b>	<b>1067</b>	<b>100</b>

Tablo 4.1’de görüldüğü üzere çalışmaya katılan öğrencilerin 653’ü (%61,2) kadın öğrenci iken 414’ü (%38,8) erkek öğrencilerden oluşmaktadır. Çalışmaya katılan öğrencilerin 274’ü (%25,7) 18-20 yaş arasında, 687 öğrenci (%64,4) 21-23 yaş arasında ve 106 öğrencinin yaşının (%9,9) 24 yaş ve üzerinde olduğu görülmektedir. Öğrencilerinin ailelerinin aylık ortalama geliri incelendiğinde 313 (%29,3) öğrencinin ailesinin aylık ortalama geliri 1.600 TL ve aşağısında, 433 (%40,6) öğrencinin 1.601-3.000 TL arasında, 199 (%18,7) öğrencinin 3.001-4.500 TL arasında ve 122 (%11,4) öğrencinin ailesinin aylık gelirinin 4.501 TL ve üzerinde olduğu görülmüştür.

#### 4.1.2. Üniversite ve Bölümlere Göre Katılımcılar

Tablo 4.2’de çalışmaya katılan öğrencilerin üniversite ve bölümlere göre frekans ve yüzde dağılımları yer almaktadır.

Tablo 4. 2. Üniversite ve Bölümlere Göre Katılımcı Sayısı

<b>Üniversite</b>	<b>Bölüm</b>	<b>Katılımcı Sayısı</b>	<b>Toplam</b>	<b>Yüzde</b>
MKÜ	İşletme Bölümü	163	318	29,8
	İktisat Bölümü	155		
KSÜ	İşletme Bölümü	216	322	30,2
	İktisat Bölümü	106		
OKÜ	İşletme Bölümü	212	427	40,0
	İktisat Bölümü	215		

Tablo 4.2’de görüldüğü üzere araştırmanın ana kütesini MKÜ, KSÜ ve OKÜ, İİBF’de yer alan İşletme ve İktisat Bölümleri öğrencileri oluşturmaktadır. Yapılan çalışmada İşletme Bölümünden 591 (%55,4) öğrenci ve İktisat Bölümünden

476 (%44,6) öğrenci araştırmaya katılmıştır. Araştırmaya üniversite ve bölüm bazında bakıldığında Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi'nden 318 (%29,8) öğrenci araştırmaya katılmıştır. Bu öğrencilerden 163'ü (%15,3) İşletme Bölümü öğrencisi iken, 155'i (%14,5) İktisat Bölümü öğrencisidir. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi'nden 322 (%30,2) öğrenci araştırmaya katılmıştır. Bu öğrencilerden 216'sı (%20,2) İşletme Bölümü öğrencisi iken, 106'sı (%9,9) İktisat Bölümü öğrencisidir. Son olarak Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi'nden 476 (%40,0) öğrenci araştırmaya katılmıştır. Bu öğrencilerden 212'si (%19,9) İşletme Bölümü öğrencisi iken, 215'i (%20,1) İktisat Bölümü öğrencisidir.

#### 4.1.3. Üniversite ve Sınıflara Göre Katılımcılar

Tablo 4.3'te çalışmaya katılan öğrencilerin üniversite ve sınıflara göre frekans ve yüzde dağılımlarına yer verilmiştir.

Tablo 4. 3. Üniversite ve Sınıflara Göre Katılımcı Sayısı

Üniversite	Sınıf	Katılımcı Sayısı	Toplam	Yüzde
MKÜ	2.Sınıf	123	292	27,4
KSÜ		100		
OKÜ		69		
MKÜ	3.Sınıf	87	416	39,0
KSÜ		145		
OKÜ		184		
MKÜ	4.Sınıf	108	359	33,6
KSÜ		77		
OKÜ		174		

Tablo 4.3'te çalışmanın ana kütlelerini oluşturan MKÜ, KSÜ ve OKÜ'deki İşletme ve İktisat Bölümü öğrencilerinin sınıflara göre dağılımları yer almaktadır. Buna göre öğrencilerin 292'si (%27,4) ikinci sınıf, 416'sı (%39,0) üçüncü sınıf ve 359'u (%33,6) dördüncü sınıf öğrencisidir. Üniversitelere göre öğrencilerin sınıflara göre dağılımına bakıldığında Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi'nden araştırmaya katılan öğrencilerin 123'ü (%11,5) ikinci sınıf, 87'si (%8,2) üçüncü sınıf ve 108'i (%10,1) dördüncü sınıf öğrencisidir. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi'nden araştırmaya katılan öğrencilerin 100'ü (9,4) ikinci sınıf, 145'i (%13,6) üçüncü sınıf ve 77'si (%7,2) dördüncü sınıf öğrencisidir. Son olarak Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi'nden araştırmaya katılan öğrencilerin 69'u (%6,5) ikinci sınıf, 184'ü (%17,2) üçüncü sınıf ve 174'ü (%16,3) dördüncü sınıf öğrencisidir.



#### 4.1.4. Üniversite ve Cinsiyete Göre Katılımcılar

Tablo 4.4'te çalışmaya katılan öğrencilerin üniversite ve cinsiyete göre frekans ve yüzde dağılımlarına yer verilmiştir.

Tablo 4. 4. Üniversite ve Cinsiyete Göre Katılımcı Sayısı

Üniversite	Cinsiyet	Katılımcı Sayısı	Toplam	Yüzde
MKÜ	Kadın	195	653	61,2
KSÜ		205		
OKÜ		253		
MKÜ	Erkek	123	414	38,8
KSÜ		117		
OKÜ		174		

Tablo 4.4'te görüldüğü üzere çalışmaya katılan öğrencilerin 653'ü (%61,2) kadın öğrenci iken 414'ü (%38,8) erkek öğrencidir. Araştırmaya katılan öğrencilerin cinsiyetinin üniversitelere göre dağılımına bakıldığında Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi'nden 195 (%18,3) öğrencinin kadın ve 123 (%11,5) öğrencinin erkek olduğu; Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi'nden 205 (%19,2) öğrencinin kadın ve 117 (%11,0) öğrencinin erkek olduğu; Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi'nden 253 (%23,7) öğrencinin kadın ve 174 (%16,3) öğrencinin erkek olduğu görülmüştür.

#### 4.2.ÖLÇEKLERİN GEÇERLİĞİ VE GÜVENİRLİĞİ

Ölçüm yapılan ana kütleyle genelleme yapabilme ve ölçüm amacına uygunluk anlamına gelen (Çakmur, 2012: 339) geçerlilik, bir çalışmada kullanılan veri toplama tekniğinin ayırt edici, yeterli ve çalışmanın amaçlarına uygun olup olmadığını göstermektedir. Geçerlilik ile ilgili temel kriterlerden biri, ölçekten anket sorularına yansıyan yargıların ölçülmek istenen değişkenleri objektif olarak ortaya koyabilmesidir. Bu nedenle geçerli bir ankette sorular açık, net ve ilgili değişkenleri temsil edebilecek şekilde olmalıdır. Geçerlilik ile ilgili pek çok sınıflama yapılmış olmasına rağmen temel olarak üç tür geçerlilik sınıflandırması yapılmaktadır. Bunlar: Kapsam geçerliliği, kriter geçerliliği ve yapı geçerliliğidir (Saruhan ve Özdemirci, 2016: 192; Büyüköztürk, 2018: 179; Ergin, 1995: 125).

Kapsam geçerliliği, araştırılan kavramın ölçeğin ne kadar temsil edip etmediği ile ilgilidir. Bir ölçeğe ait sorular ölçülen değişkenlerin tüm boyutlarını ne kadar fazla temsil ederse ölçeğin kapsam geçerliliği de o kadar yüksek olmaktadır. Kriter geçerliliği, ölçeğin kişilerarasındaki farklılığı beklenildiği gibi ortaya koyup koymaması ile ilgilidir. Buna göre gerçekte farklı olduğu bilinen kişilerin ölçekten

aldıkları sonucunda farklı olması beklenmektedir. Yapı geçerliliği, ölçekten elde edilen sonuçların ilgili olan kuramlarla uyum gösterip göstermemesi ile ilgilidir. Buna göre, iki farklı ölçme yöntemi ile elde edilen skorlar arasında yüksek bir korelasyon varsa, ilgili kuramda bu iki değişken arasında yüksek korelasyon olmadığı varsayılıyorsa ve gerçekte de değişkenler arasında ilişki çıkmadıysa ölçeğin yapı geçerliliğinin yüksek olduğu söylenebilir (Saruhan ve Özdemirci, 2016: 193-194).

Yapı geçerliliğini test etmek için faktör analizi kullanılmaktadır (Jonsson, 2000: 1457). Ölçümün geçerliliğini ve kalitesini gösteren (Yaşlıoğlu, 2017: 75) faktör analizi, çok sayıda yer alan değişkenler arasındaki ilişkilerden hareketle değişkenlerin daha anlaşılır ve özet olarak yorumlanmasına imkân tanımaktadır (Albayrak, 2006: 107; Turanlı vd., 2012: 47). Faktör analizinin amacı, çok sayıdaki değişken arasındaki ilişkinin yorumlanmasını ve anlaşılmasını kolaylaştırmak ve bu çok sayıdaki değişkeni daha az sayıda temel boyuta indirgemektir (Çakmur, 2012: 343). Sosyal bilimlerde iki tür faktör analizi bulunmaktadır. Bunlar; keşfedici ve doğrulayıcı faktör analizidir. Keşfedici faktör analizi, ölçek geliştirme aşamasında değişkenler arasındaki ilişkilerden hareketle yeni faktörler bulmaya yönelik işlem yapılırken kullanılmakta; doğrulayıcı faktör analizi ise daha çok geliştirilmiş olan bir ölçeğin yeniden uygulanması sürecinde ve değişkenler arasındaki ilişki ile ilgili daha önceden saptanan bir hipotezin test edilmesinde kullanılmaktadır (Saruhan ve Özdemirci, 2016: 225; Büyüköztürk, 2018: 133; Yaşlıoğlu, 2017: 75).

Faktör analizi yapılmadan önce araştırma verilerinin faktör analizine uygun olup olmadığını tespit etmek için Kasier-Meyer-Olkin (KMO) katsayısı ve Barlett küresellik (sphericity) testi yapılmaktadır. Barlett testi, kısmi korelasyonlar temelinde değişkenler arasında ilişki olup olmadığını göstermektedir. Barlett testinin p değerinin ( $p < ,000$ ) anlamlı olması ana kütlede yeterli örneklemin alındığını ve bu verilerden anlamlı faktörlerin elde edileceğini göstermektedir. KMO katsayısı ise, veri yapısının faktör çıkarma için uygunluğunu ve veri matrisinin faktör analizi için uygunluğunu göstermektedir. KMO katsayısının, 60'dan yüksek çıkması Faktörleştirilebilirlik için alt sınırdır (Büyüköztürk, 2018: 136; Köksal, 2016: 46). KMO sonuçlarının 0,50'dan küçük olması durumunda kabul edilemeyeceğini, 0,50-0,60 değerinin kötü, 0,61-0,70 değerinin zayıf, 0,71-0,80 değerinin orta, 0,81-0,90 değerinin iyi, 0,90 üzerinde olan değer ise mükemmel olduğu kabul edilmektedir (Yaşar, 2014: 66).

Özdeğer hem faktör sayısına karar vermede hem de faktörlerce açıklanan varyansı hesaplamada dikkate alınan bir katsayıdır. Bir faktörün anlamlı kabul

edilmesi için özdeğerinin 1'den büyük olması gerekmektedir. Ayrıca açıklanan varyansın %50'nin üzerinde olması faktör analizinin önemli bir kriteridir (Yaşlıoğlu, 2017: 77; Büyüköztürk, 2018: 135). Ancak açıklanan varyansın %40-%50 arasında olması sosyal bilimlerde yeterli görülmektedir (Yiğit vd., 2008: 42).

Madde ve faktör arasındaki ilişkiyi açıklayan bir katsayı olan faktör yükünün 0,30 ya da bu değer üstünde bir değer olması gerekmektedir. Eğer faktör yükünün değeri 0,30- 0,60 arasında ise orta derecede, 0,60'dan (pozitif ya da negatif) yüksek faktör yüküne sahip olan bir madde için ise yüksek derecede yapıyı ölçtüğü sonucuna varılabilir (Karaman, 2015: 31).

Güvenirlilik, aynı süreçlerin izlenmesi ile aynı sonuçların alınması (Ergin, 1995: 138) ya da testin ölçmek istediğimiz değişkeni ne derece doğru ölçtüğü ile ilgili bir kavramdır (Büyüköztürk, 2018: 182). Bir ölçeğin geçerli olabilmesi için ilk şart ölçeğin güvenilir olmasıdır. Güvenirlilik geçerlilik için ön koşuldur, ancak tek başına yeterli bir koşul değildir. Buna göre güvenilir bir ölçek her zaman geçerli olmayabilir. Ancak geçerliliği yüksek olan ölçeğin bir dereceye kadar güvenirliliği de yüksek olmaktadır (Ercan ve Kan, 2004, 214). Ölçeğin güvenirliliği için Cronbach Alpha katsayısı kullanılmaktadır (Çakmur, 2012: 340). Güvenirlilik katsayısına ilişkin ölçütler şunlardır:  $0,00 < \alpha < 0,40$  güvenilir değil,  $0,40 < \alpha < 0,60$  düşük güvenirlilik,  $0,60 < \alpha < 0,80$  orta düzeyde güvenilir,  $0,80 < \alpha < 1,00$  yüksek düzeyde güvenilirdir (Yaşar, 2014: 63). Ancak Cronbach Alpha katsayı değerinin 0,60-0,80 arasında bir değer alması yaygın bir şekilde kabul edilmektedir (Liu vd., 2005: 295).

#### **4.2.1. Kişilik Özellikleri Ölçeği 'ne Ait Faktör ve Güvenirlilik Analizleri**

Kişilik Özellikleri Ölçeği'nin yapı geçerliliğini test etmek için faktör analizi yapılmıştır. Kişilik Özellikleri Ölçeği beş boyuttan oluştuğu için faktör sayısı beş olarak belirlenmiştir. Faktör yük değerleri ,40'ın üzerinde olan ifadelerin faktörlere dağılması sağlamak için Temel Bileşenler Analizi Varimax rotasyon yöntemi kullanılmıştır. Varimax rotasyonu sonucunda ölçekteki 32 sorudan 26'sının 5 faktör altında yer aldığı görülmüştür. Kişilik Özellikleri Ölçeği'nde faktör yük değerleri ,40'ın altında olan dışadönüklük boyutundan 1 soru (Kişilik Özellikleri-Soru 6), uyumluluk boyutundan 2 soru (Kişilik Özellikleri-Soru 9 ve Kişilik Özellikleri-Soru 13) ve duygusal denge boyutundan 3 soru (Kişilik Özellikleri-Soru 27, Kişilik Özellikleri-Soru 28 ve Kişilik Özellikleri-Soru 29) faktör analizine dahil edilmemiştir. Yapılan faktör analizi sonuçlarına göre Kişilik Özellikleri Ölçeği'nin birinci faktörü

olan dışadönüklük boyutu 5 sorudan, ikinci faktörü olan uyumluluk boyutu 5 sorudan, üçüncü faktörü olan sorumluluk boyutu 7 sorudan, dördüncü faktörü olan deneyime açıklık boyutu 6 sorudan ve son olarak beşinci faktörü olan duygusal denge boyutu 3 sorudan oluşmaktadır. Kişilik özellikleri ölçeğinin dışadönüklük boyutunun faktör yük değerleri ,665-,811 arasında; uyumluluk boyutunun faktör yük değerleri ,608-,729 arasında; sorumluluk boyutunun faktör yük değerleri ,561-,779 arasında; deneyime açıklık boyutunun faktör yük değerleri ,472-,750 arasında ve son olarak duygusal denge boyutunun faktör yük değerleri ,734-,830 arasında değiştiği görülmektedir. Buna göre Tablo 4.5'te analiz sonuçları yer almaktadır.

Tablo 4. 5. Kişilik Özellikleri Ölçeği'ne Ait Faktör Analizi

<b>Kişilik Özellikleri Ölçeği</b>		<b>Faktör Yükleri</b>				
<b>Boyutlar</b>	<b>Ölçekteki Sorular</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Dışadönüklük</b>	Kişilik Özellikleri-Soru 1	,811				
	Kişilik Özellikleri-Soru 2	,807				
	Kişilik Özellikleri-Soru 3	,756				
	Kişilik Özellikleri-Soru 4	,703				
	Kişilik Özellikleri-Soru 5	,665				
<b>Uyumluluk</b>	Kişilik Özellikleri-Soru 7		,634			
	Kişilik Özellikleri-Soru 8		,696			
	Kişilik Özellikleri-Soru 10		,729			
	Kişilik Özellikleri-Soru 11		,612			
	Kişilik Özellikleri-Soru 12		,608			
<b>Sorumluluk</b>	Kişilik Özellikleri-Soru 14			,645		
	Kişilik Özellikleri-Soru 15			,561		
	Kişilik Özellikleri-Soru 16			,695		
	Kişilik Özellikleri-Soru 17			,779		
	Kişilik Özellikleri-Soru 18			,700		
	Kişilik Özellikleri-Soru 19			,648		
	Kişilik Özellikleri-Soru 20			,684		
<b>Deneyime Açıklık</b>	Kişilik Özellikleri-Soru 21				,472	
	Kişilik Özellikleri-Soru 22				,677	
	Kişilik Özellikleri-Soru 23				,750	
	Kişilik Özellikleri-Soru 24				,729	
	Kişilik Özellikleri-Soru 25				,572	
	Kişilik Özellikleri-Soru 26				,650	
<b>Duygusal Denge</b>	Kişilik Özellikleri-Soru 30					,739
	Kişilik Özellikleri-Soru 31					,830
	Kişilik Özellikleri-Soru 32					,734
Açıklanan Toplam Varyans						59,492
KMO						,918
Barlett Testi						
Ki-Kare (df=325)						12225,851
Sig						,000

Tablo 4. 5'te Kişilik Özellikleri Ölçeği'ne ait faktör analizi sonuçları yer almaktadır. Verilerin faktör analizine uygunluğunu öğrenmek amacıyla Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) katsayısı ve Barlett Sphericity testi yapılmıştır. Kişilik Özellikleri Ölçeği'nin KMO'nun ,918 olması ve Barlett Sphericity testinin (Ki-Kare (df=325) 12225,851;  $p < ,000$ ) anlamlı çıkması verilerin faktör analizine uygun olduğunu göstermektedir (Büyüköztürk, 2018: 136; Köksal, 2016: 46). Kişilik Özelliği Ölçeği'nin alt boyutu olan dışadönüklük boyutunun özdeğerinin 8,636 ve açıklanan varyans oranının %15,002 olduğu, uyumluluk boyutunun özdeğerinin 2,141 ve açıkladığı varyans oranının %13,070 olduğu, sorumluluk boyutunun özdeğerinin 1,769 ve açıkladığı varyans oranının %12,320 olduğu, deneyime açıklık boyutunun özdeğerinin 1,516 ve açıkladığı varyans oranının %10,811 olduğu ve son olarak duygusal denge boyutunun özdeğerinin 1,405 ve açıkladığı varyans oranının %8,289 olduğu belirlenmiştir. Açıklanan toplam varyansın ise %59,492 olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Açıklanan varyansın %40-%50 arasında olması sosyal bilimlerde yeterli kabul (Yiğit vd., 2008: 42) edilmektedir.

Kişilik Özellikleri Ölçeği'nin faktör analizinden önce ve faktör analizinden sonra olmak üzere iki defa güvenirlilik analizi yapılmıştır. Faktör analizi öncesinde Kişilik Özellikleri Ölçeği'nin Cronbach  $\alpha$  katsayısı ,925 olarak bulunmuştur. Tablo 4.6'da analiz sonuçları yer almaktadır.

Tablo 4. 6. Kişilik Özellikleri Ölçeği'ne Ait Güvenirlilik Analizi Sonuçları

<b>Kullanılan Ölçek</b>	<b>Ölçeğe Ait Faktörler</b>	<b>Soru Sayısı</b>	<b>Cronbach <math>\alpha</math></b>
<b>Kişilik Özellikleri</b>	Dışadönüklük	5	,864
	Uyumluluk	5	,771
	Sorumluluk	7	,861
	Deneyime Açıklık	6	,802
	Duygusal Denge	3	,762
<b>Tüm Boyutlar</b>		26	,910

Tablo 4.6'da görüldüğü üzere Kişilik Özellikleri Ölçeği'nin alt boyutlarının Cronbach  $\alpha$  katsayılarının sırasıyla dışadönüklük ,864; uyumluluk ,771; sorumluluk ,861; deneyime açıklık ,802 ve duygusal denge için ,762 olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Kişilik Özellikleri Ölçeği'nin genel Cronbach  $\alpha$  katsayısının ise ,910 olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Cronbach  $\alpha$  katsayı değerinin 0,60-0,80 arasında bir değer alması yaygın bir şekilde kabul edilmektedir (Liu vd., 2005: 295).

#### 4.2.2. Girişimci Kişilik Özellikleri Ölçeği'ne Ait Faktör ve Güvenirlilik Analizleri

Girişimci Kişilik Özellikleri Ölçeği'nin yapı geçerliliğini test etmek amacıyla faktör analizi yapılmıştır. Girişimci Kişilik Özellikleri Ölçeği beş boyuta sahip olduğu için faktör sayısı beş olarak belirlenmiştir. Faktör yük değerleri ,40'ın üzerinde olan ifadelerin faktörlere dağılmasını sağlamak için Temel Bileşenler Analizi Varimax rotasyon yöntemi kullanılmıştır. Varimax rotasyonu sonucunda ölçekteki 34 sorudan 21'inin 5 faktör altında yer aldığı görülmüştür. Girişimci Kişilik Özellikleri Ölçeği'nde faktör yük değerleri ,40'ın altında olan risk alma eğilimi boyutundan 2 soru (Girişimci Kişilik Özellikleri-1, Girişimci Kişilik Özellikleri-5), başarı ihtiyacı boyutundan 5 soru (Girişimci Kişilik Özellikleri-14, Girişimci Kişilik Özellikleri-Soru 15, Girişimci Kişilik Özellikleri-Soru 16, Girişimci Kişilik Özellikleri-Soru 17, Girişimci Kişilik Özellikleri- Soru 18), kontrol odağı boyutundan 4 soru (Girişimci Kişilik Özellikleri-Soru 20, Girişimci Kişilik Özellikleri-Soru 21, Girişimci Kişilik Özellikleri-Soru 22, Girişimci Kişilik Özellikleri-Soru 23) ve belirsizlik toleransı boyutundan 2 soru (Girişimci Kişilik Özellikleri-Soru 27, Girişimci Kişilik Özellikleri-Soru 34) faktör analizi analizine dahil edilmemiştir. Yapılan faktör analizi sonucuna göre Girişimci Kişilik Özellikleri Ölçeği'nin birinci faktörü olan risk alma eğilimi boyutu 5 sorudan, ikinci faktörü olan yenilikçilik boyutu 3 sorudan, üçüncü faktörü olan başarı ihtiyacı boyutu 3 sorudan, dördüncü faktörü olan kontrol odağı boyutu 4 sorudan ve son olarak beşinci faktörü olan belirsizlik toleransı boyutu 6 sorudan oluşmaktadır. Girişimci Kişilik Özellikleri Ölçeği'nin risk alma eğilimi boyutunun faktör yük değerleri ,501-,676 arasında; yenilikçilik boyutunun faktör yük değerleri ,548-,718 arasında; başarı ihtiyacı boyutunun faktör yük değerleri ,598-,776 arasında; kontrol odağı boyutunun faktör yük değerleri ,503-,818 arasında ve son olarak belirsizlik toleransı boyutunun faktör yük değerleri ,609-,749 arasında değiştiği görülmüştür. Buna göre Tablo 4.7'de analiz sonuçları yer almaktadır.

Tablo 4. 7. Girişimci Kişilik Özellikleri Ölçeği'ne Ait Faktör Analizi

Girişimci Kişilik Özellikleri Ölçeği		Faktör Yükleri				
Boyutlar	Ölçekteki Sorular	1	2	3	4	5
<b>Risk Alma Eğilimi</b>	Girişimci Kişilik-Soru 2	,552				
	Girişimci Kişilik-Soru 3	,617				
	Girişimci Kişilik-Soru 4	,501				
	Girişimci Kişilik-Soru 6	,676				
	Girişimci Kişilik-Soru 7	,637				
<b>Yenilikçilik</b>	Girişimci Kişilik-Soru 8		,548			
	Girişimci Kişilik-Soru 9		,674			
	Girişimci Kişilik-Soru 10		,718			
<b>Başarı İhtiyacı</b>	Girişimci Kişilik-Soru 11			,765		
	Girişimci Kişilik-Soru 12			,776		
	Girişimci Kişilik-Soru 13			,598		
<b>Kontrol Odağı</b>	Girişimci Kişilik-Soru 19				,566	
	Girişimci Kişilik-Soru 24				,776	
	Girişimci Kişilik-Soru 25				,818	
	Girişimci Kişilik-Soru 26				,503	
<b>Belirsizlik Toleransı</b>	Girişimci Kişilik-Soru 28					,697
	Girişimci Kişilik-Soru 29					,705
	Girişimci Kişilik-Soru 30					,609
	Girişimci Kişilik-Soru 31					,622
	Girişimci Kişilik-Soru 32					,749
	Girişimci Kişilik-Soru 33					,666
Açıklanan Toplam Varyans						53,304
KMO						,870
Barlett Testi						
Ki-Kare (df=210)						5628,278
Sig						,000

Tablo 4.7’de Girişimci Kişilik Özellikleri Ölçeği’ne ait faktör analizi sonuçları yer almaktadır. Verilerin faktör analizine uygunluğunu öğrenmek amacıyla Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) katsayısı ve Barlett Sphericity testi yapılmıştır. Girişimci Kişilik Özellikleri Ölçeğinin KMO’nun ,870 olması ve Barlett Sphericity testinin (Ki-Kare (df=210) 5628,278;  $p < ,000$ ) anlamlı çıkması verilerin faktör analizine uygun olduğunu göstermektedir (Büyüköztürk, 2018: 136; Köksal, 2016: 46). Girişimci Kişilik Özelliği Ölçeği’nin alt boyutu olan risk alma eğilimi boyutunun özdeğerinin 5,309 ve açıklanan varyans oranının %16,825 olduğu, yenilikçilik boyutunun özdeğerinin 1,975 ve açıkladığı varyans oranının %9,912 olduğu, başarı ihtiyacı boyutunun özdeğerinin 1,540 ve açıkladığı varyans oranının %9,083 olduğu, kontrol odağı boyutunun özdeğerinin 1,275 ve açıkladığı varyans oranının %8,967 olduğu ve son olarak belirsizlik toleransı boyutunun özdeğerinin 1,096 ve açıkladığı varyans oranının %8,518 olduğu belirlenmiştir. Açıklanan toplam varyansın ise %53,304 olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Açıklanan varyansın %50’nin üzerinde olması faktör analizinin önemli bir kriteridir (Yaşlıoğlu, 2017: 77; Büyüköztürk, 2018: 135).

Açıklanan varyansın %40-%50 arasında olması yeterli kabul edildiğinden (Yiğit vd., 2008: 42) açıklanan varyansın yeterli bir seviyede olduğu söylenebilir.

Girişimci Kişilik Özellikleri Ölçeği'nin faktör analizinden önce ve faktör analizinden sonra olmak üzere iki defa güvenilirlik analizi yapılmıştır. Faktör analizi öncesinde Girişimci Kişilik Özellikleri Ölçeği'nin Cronbach  $\alpha$  katsayısının ,855 olduğu görülmüştür. Tablo 4.8'de analiz sonuçları yer almaktadır.

Tablo 4. 8. Girişimci Kişilik Özellikleri Ölçeği'ne Ait Güvenirlilik Analizi Sonuçları

<b>Kullanılan Ölçek</b>	<b>Ölçeğe Ait Faktörler</b>	<b>Soru Sayısı</b>	<b>Cronbach <math>\alpha</math></b>
<b>Girişimci Kişilik Özellikleri</b>	Risk Alma Eğilimi	5	,649
	Yenilikçilik	3	,624
	Başarı İhtiyacı	3	,636
	Kontrol Odağı	4	,610
	Belirsizlik Toleransı	6	,834
	<b>Tüm Boyutlar</b>	21	,804

Tablo 4.8'de görüldüğü üzere Girişimci Kişilik Özellikleri Ölçeği'nin Cronbach  $\alpha$  katsayılarının sırasıyla risk alma eğilimi ,649 olduğu; yenilikçilik ,624; başarı ihtiyacı ,636; kontrol odağı ,610; belirsizlik toleransı ,834 olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Girişimci Kişilik Özellikleri Ölçeği'nin genel Cronbach  $\alpha$  katsayısının ise ,804 olduğu belirlenmiştir. Cronbach Alpha katsayı değerinin 0,60-0,80 arasında bir değer alması yaygın bir şekilde kabul edildiğinden (Liu vd., 2005: 295) verilerin Cronbach Alpha katsayılarının güvenilir olduğu sonucuna varılabilir.

#### 4.2.3.Sosyal Girişimcilik Yönelimi Ölçeği'ne Ait Faktör ve Güvenirlilik Analizleri

Sosyal Girişimcilik Yönelimi Ölçeği'nin yapı geçerliliğini test etmek amacıyla faktör analizi yapılmıştır. Sosyal Girişimcilik Yönelimi Ölçeği beş boyuta sahip olduğundan için faktör sayısı beş olarak belirlenmiştir. Faktör yük değerleri ,40'ın üzerinde olan ifadelerin faktörlere dağılmasını sağlamak için Temel Bileşenler Analizi Varimax rotasyon yöntemi kullanılmıştır. Varimax rotasyonu sonucunda ölçekteki 33 sorudan 26'sının 5 faktör altında yer aldığı görülmüştür. Sosyal Girişimcilik Yönelimi Ölçeği'nde faktör yük değerleri ,40'ın altında olan inovasyon boyutundan 6 soru (Sosyal Girişimcilik Yönelimi–Soru 15, Sosyal Girişimcilik Yönelimi–Soru 18, Sosyal Girişimcilik Yönelimi–Soru 19, Sosyal Girişimcilik Yönelimi–Soru 20, Sosyal Girişimcilik Yönelimi–Soru 21, Sosyal Girişimcilik Yönelimi–Soru 22) ve sosyal ağlar boyutundan 1 soru (Sosyal Girişimcilik Yönelimi–Soru 33) faktör analizine dahil edilmemiştir. Analiz sonuçlarına göre Sosyal



Girişimcilik Yönelimi Ölçeği'nin birinci faktörü olan sosyal vizyon boyutu 8 sorudan, ikinci faktörü olan finansal getiri boyutu 6 sorudan, üçüncü faktörü olan inovasyon boyutu 2 sorudan, dördüncü faktörü olan sürdürülebilirlik boyutu 6 sorudan ve son olarak beşinci faktörü olan sosyal ağlar boyutu 4 sorudan oluşmaktadır. Sosyal Girişimcilik Yönelimi Ölçeği'nin sosyal vizyon boyutunun faktör yük değerleri ,543-,710 arasında; finansal getiri boyutunun faktör yük değerleri ,580-,771 arasında; inovasyon boyutunun faktör yük değerleri ,692-807 arasında; sürdürülebilirlik boyutunun faktör yük değerleri ,491-,752 arasında ve son olarak sosyal ağlar boyutunun faktör yük değerleri ,689-,855 arasında değiştiği görülmüştür. Buna göre Tablo 4.9'da analiz sonuçları yer almaktadır.

Tablo 4. 9. Sosyal Girişimcilik Yönelimi Ölçeği'ne Ait Faktör Analizi

Sosyal Girişimcilik Yönelimi Ölçeği		Faktör Yükleri				
Boyutlar	Ölçekteki Sorular	1	2	3	4	5
Sosyal Vizyon	Sosyal Girişimcilik Yönelimi- Soru 1	,686				
	Sosyal Girişimcilik Yönelimi- Soru 2	,710				
	Sosyal Girişimcilik Yönelimi- Soru 3	,543				
	Sosyal Girişimcilik Yönelimi- Soru 4	,628				
	Sosyal Girişimcilik Yönelimi- Soru 5	,710				
	Sosyal Girişimcilik Yönelimi- Soru 6	,710				
	Sosyal Girişimcilik Yönelimi- Soru 7	,662				
	Sosyal Girişimcilik Yönelimi- Soru 8	,637				
Finansal Getiri	Sosyal Girişimcilik Yönelimi- Soru 9		,671			
	Sosyal Girişimcilik Yönelimi- Soru 10		,771			
	Sosyal Girişimcilik Yönelimi- Soru 11		,580			
	Sosyal Girişimcilik Yönelimi- Soru 12		,688			
	Sosyal Girişimcilik Yönelimi- Soru 13		,727			
	Sosyal Girişimcilik Yönelimi- Soru 14		,648			
İnovasyon	Sosyal Girişimcilik Yönelimi- Soru 16			,807		
	Sosyal Girişimcilik Yönelimi- Soru 17			,692		
Sürdürülebilirlik	Sosyal Girişimcilik Yönelimi- Soru 23				,491	
	Sosyal Girişimcilik Yönelimi- Soru 24				,538	
	Sosyal Girişimcilik Yönelimi- Soru 25				,567	
	Sosyal Girişimcilik Yönelimi- Soru 26				,752	
	Sosyal Girişimcilik Yönelimi- Soru 27				,745	
	Sosyal Girişimcilik Yönelimi- Soru 28				,649	
Sosyal Ağlar	Sosyal Girişimcilik Yönelimi- Soru 29					,689
	Sosyal Girişimcilik Yönelimi- Soru 30					,851
	Sosyal Girişimcilik Yönelimi- Soru 31					,855
	Sosyal Girişimcilik Yönelimi- Soru 32					,789
Açıklanan Toplam Varyans						57,962
KMO						,921
Barlett Testi						
Ki-Kare (df=325)						11547,101
Sig						,000

Tablo 4.9'da Sosyal Girişimcilik Yönelimi Ölçeği'ne ait faktör analizi sonuçları yer almaktadır. Verilerin faktör analizine uygunluğunu öğrenmek amacıyla

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) katsayısı ve Barlett Sphericity testi yapılmıştır. Sosyal Girişimcilik Yönelimi Ölçeğinin KMO'nun ,921 olması ve Barlett Sphericity testinin (Ki-Kare (df=325) 11547,101;  $p<,000$ ) anlamlı çıkması verilerin faktör analizine uygun olduğunu göstermektedir (Büyüköztürk, 2018: 136; Köksal, 2016: 46). Sosyal Girişimcilik Yönelimi Ölçeği'nin alt boyutu olan sosyal vizyon boyutunun özdeğerinin 8,085 ve açıklanan varyans oranının %15,936 olduğu, finansal getiri boyutunun özdeğerinin 2,510 ve açıkladığı varyans oranının %12,851 olduğu, inovasyon boyutunun özdeğerinin 2,220 ve açıkladığı varyans oranının %11,502 olduğu, sürdürülebilirlik boyutunun özdeğerinin 1,188 ve açıkladığı varyans oranının %11,149 olduğu ve son olarak sosyal ağlar boyutunun özdeğerinin 1,067 ve açıkladığı varyans oranının %6,523 olduğu belirlenmiştir. Açıklanan toplam varyansın ise %57,962 olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Açıklanan varyansın %40-%50 arasında olması sosyal bilimler için yeterli kabul (Yiğit vd., 2008: 42) edildiğinden dolayı açıklanan toplam varyans oranının yeterli aralıklarda olduğu sonucuna varılabilir.

Sosyal Girişimcilik Yönelimi Ölçeği'nin faktör analizinden önce ve faktör analizinden sonra olmak üzere iki defa güvenirlik analizi yapılmıştır. Faktör analizi öncesinde Sosyal Girişimcilik Yönelimi Ölçeği'nin Cronbach  $\alpha$  katsayısının ,916 olduğu görülmüştür. Tablo 4.10'da analiz sonuçları yer almaktadır.

Tablo 4. 10. Sosyal Girişimcilik Yönelimi Ölçeği'ne Ait Güvenirlik Analizi Sonuçları

<b>Kullanılan Ölçek</b>	<b>Ölçeğe Ait Faktörler</b>	<b>Soru Sayısı</b>	<b>Cronbach <math>\alpha</math></b>
<b>Sosyal Girişimcilik Yönelimi</b>	Sosyal Vizyon	8	,848
	Finansal getiri	6	,791
	İnovasyon	2	,648
	Sürdürülebilirlik	6	,850
	Sosyal Ağlar	4	,873
	<b>Tüm Boyutlar</b>	26	,898

Tablo 4.10'da görüldüğü üzere Sosyal Girişimcilik Yönelimi Ölçeği'nin alt boyutlarının Cronbach  $\alpha$  katsayısının sırayla sosyal vizyon ,848; finansal getiri ,791; inovasyon ,648; sürdürülebilirlik ,850 ve sosyal ağların ,873 olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sosyal Girişimcilik Yönelimi Ölçeği'nin genel Cronbach  $\alpha$  katsayısının ise ,898 olduğu görülmüştür. Cronbach Alpha katsayı değerinin 0,60-0,80 arasında bir değer alması yaygın bir şekilde kabul edildiğinden (Liu vd., 2005: 295) verilerin Cronbach Alpha katsayılarının yeterli ve güvenilir olduğu sonucuna ulaşılabılır.

### 4.3.HİPOTEZLERİN TEST EDİLMESİ

Parametrik testlerin uygulanabilmesi için örneklem sayısının minimum 30 olması, dağılımın normal olması ve farklılık testleri için gruplar arası varyansın eşit olması gerekmektedir (Saruhan ve Özdemirci,2016: 236). Verilerin normalliğinin ölçülebilmesi için Kolmogorov-Simironov (örnek sayısı büyükse) ve Shapiro-Wilk testi (örneklem sayısı 50'den azsa) kullanılmaktadır. Bu testlerde p değerinin 0,05'den yüksek olması hipotezin kabul edildiği ve normal dağılıma sahip olduğu anlamına gelmektedir. Ancak Likert tipi ölçeklerde ara değer bulunmadığından ("1,5", "1,85" gibi) Likert tipi ölçeklerin bu testleri geçme olasılıkları zayıftır (Saruhan ve Özdemirci, 2016: 236). Bu nedenle bir faktör ortalamasının normal dağılıma uyup uymadığını ölçmek için kullanılan diğer bir yöntem de çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerlerine bakılmasıdır (Saruhan ve Özdemirci, 2016: 240; Karadaş vd., 2013: 202). Değişkenin normalleştirilmiş basıklık değerleri  $\pm 3$  sınırları aralığında ise söz konusu değişkenin değerlerinin normal dağılımdan geldiği kabul edilmektedir (Albayrak, 2006: 52; Kalaycı, 2010: 209).

Çalışmanın bu bölümünde araştırma modelinde yer alan kişilik özellikleri, girişimci kişilik özellikleri ve sosyal girişimcilik yönelimi değişkenlerinin birbirleriyle korelasyonu ve betimsel istatistikleri yer almaktadır.

Tablo 4. 11. Kişilik Özellikleri Ölçeği'ne Ait Ortalama, Standart Sapma, Çarpıklık ve Basıklık Değerleri

Faktörler	Soru Sayısı	Ortalama ( $\bar{x}$ )	Std. Sapma	Skewness	Kurtosis	Örneklem (n)
Dışadönüklük	5	3,96	,851	-,850	,510	1.067
Uyuumluluk	5	4,22	,702	-1,155	2,071	1.067
Sorumluluk	7	4,13	,703	-,973	1,576	1.067
Den. Açıklık	6	4,07	,677	-,811	,994	1.067
Duygusal Denge	3	3,64	1,047	-,568	-,357	1.067
Genel Kişi. Öz.	26	4,04	,566	-1,083	2,528	1.067

Tablo 4.11'de görüldüğü üzere Kişilik Özellikleri Ölçeği'ne ait çarpıklık değerlerinin sırasıyla dışadönüklük (-,850), uyuumluluk (-1,155), sorumluluk (-,973), deneyime açıklık (-,811), duygusal denge (-,568) ve genel kişilik özelliklerine ait çarpıklık (-1,083) değerlerinin  $\pm 3$  sınırları içinde sifıra yakın olduğu görülmüştür. Kişilik Özellikleri Ölçeği'ne ait basıklık değerlerinin sırasıyla dışadönüklük (,510), uyuumluluk (2,071), sorumluluk (1,576), deneyime açıklık basıklık (,994), duygusal denge basıklık (-,357) ve genel kişilik özelliklerine ait basıklık (2,528) değerlerinin  $\pm 3$  sınırları içinde sifıra yakın olduğu görülmüştür. Kişilik Özellikleri Ölçeği'nin

standart sapma değerlerinin ise ,566-1,047 arasında değiştiği görülmüştür. Buna göre kişilik özellikleri ve alt boyutlarına ait verilerin normal bir dağılıma sahip olduğu (Albayrak 2006: 52; Kalaycı, 2010: 209) sonucuna ulaşılabilir.

Kişilik Özellikleri Ölçeği'nin ortalama değerlerine bakıldığında, ölçeğin genel ortalamasının 4,04; dışadönüklük boyutunun 3,96; uyumluluk boyutunun 4,22; sorumluluk boyutunun 4,13; deneyime açıklık boyutunun 4,07 ve duygusal denge boyutunun 3,64 olduğu görülmüştür. Bu sonuçlar uyumluluk boyutunun ( $\bar{x}=4,22$ ) ortalamasının diğer boyutlardan daha yüksek olduğunu göstermektedir. Diğer taraftan duygusal denge boyutunun ortalamasının ( $\bar{x}=3,64$ ) ise daha düşük olduğu görülmektedir.

Tablo 4. 12. Girişimci Kişilik Özellikleri Ölçeği 'ne Ait Ortalama, Standart Sapma, Çarpıklık ve Basıklık Değerleri

Faktörler	Soru Sayısı	Ortalama ( $\bar{x}$ )	Std. Sapma	Skewness	Kurtosis	Örnekleme (n)
Risk Alma Eğ.	5	3,67	,665	-,466	,764	1.067
Yenilikçilik	3	3,67	,738	-,482	,585	1.067
Başarım İht.	3	4,16	,754	-1,284	2,463	1.067
Kontrol Odağı	4	3,01	,857	,022	-,416	1.067
Belirsizlik Tole.	6	3,95	,696	-,726	,836	1.067
Genel Girişimci Kişi. Öz.	21	3,70	,470	-,822	2,891	1.067

Tablo 4.12'de görüldüğü üzere Girişimci Kişilik Özellikleri Ölçeği'nin alt boyutlarının çarpıklık değerlerinin sırasıyla risk alma (-,466), yenilikçilik (-,482) başarı ihtiyacı (-1,284), kontrol odağı (,022), belirsizlik toleransı (-,726) ve genel girişimci kişilik özelliklerine ait çarpıklık (-,822) değerlerinin  $\pm 3$  sınırları içinde sifra yakın olduğu görülmüştür. Girişimci Kişilik Özellikleri Ölçeği'nin alt boyutlarının basıklık değerlerinin ise sırasıyla risk alma (,764), yenilikçilik (,585), başarı ihtiyacı (2,463), kontrol odağı (-,416), belirsizlik toleransı (,836) ve genel girişimci kişilik özelliklerine ait basıklık (2,891) değerlerinin  $\pm 3$  sınırları içinde sifra yakın olduğu görülmüştür. Girişimci Kişilik Özellikleri Ölçeği'nin standart sapma değerlerinin ,470-,857 arasında değiştiği görülmüştür. Buna göre girişimci kişilik özellikleri değişkenine ait verilerin normal bir dağılıma sahip olduğu (Albayrak 2006: 52; Kalaycı, 2010: 209) sonucuna ulaşılabilir.

Girişimci Kişilik Özellikleri Ölçeği'nin ortalama değerlerine bakıldığında, ölçeğin genel ortalamasının 3,70; risk alma eğilimi boyutunun 3,67; yenilikçilik boyutunun 3,67; başarı ihtiyacı boyutunun 4,16; kontrol odağı boyutunun 3,01 ve

belirsizlik toleransı boyutunun 3,95 olduğu görülmüştür. Bu sonuçlar başarı ihtiyacı boyutunun ( $\bar{x}=4,16$ ) ortalamasının diğer boyutlardan daha yüksek olduğunu göstermektedir. Diğer taraftan kontrol odağı boyutunun ortalamasının ( $\bar{x}=3,01$ ) ise daha düşük olduğu görülmüştür.

Tablo 4. 13. Sosyal Girişimcilik Yönelimi Ölçeği'ne Ait Ortalama, Standart Sapma, Çarpıklık ve Basıklık Değerleri

Faktörler	Soru Sayısı	Ortalama ( $\bar{x}$ )	Std. Sapma	Skewness	Kurtosis	Örneklem (n)
Sosyal Vizyon	8	3,71	,645	-,416	,837	1.067
Finansal getiri	6	3,61	,795	-,388	,180	1.067
İnovasyon	2	3,83	,840	-,646	,535	1.067
Sürdürülebilirlik	6	4,10	,648	-,941	2,120	1.067
Sosyal Ağlar	4	4,38	,716	-1,508	2,932	1.067
Genel Sosyal Gir. Yön.	27	3,89	,508	-,846	2,258	1.067

Tablo 4.13'te görüldüğü üzere Sosyal Girişimcilik Yönelimi Ölçeği'nin alt boyutlarının çarpıklık değerlerinin sırasıyla sosyal vizyon (-,416), finansal getiri (-,388), inovasyon (-,646), sürdürülebilirlik (-,941), sosyal ağlar (-1,508) ve genel sosyal girişimcilik yönelimine ait çarpıklık (-,846) değerlerinin  $\pm 3$  sınırları içinde sifıra yakın olduğu görülmüştür. Sosyal Girişimcilik Yönelimi Ölçeği'nin alt boyutlarının basıklık değerlerinin sırasıyla sosyal vizyon (,837) finansal getiri (,180), inovasyon (,535), sürdürülebilirlik (2,120), sosyal ağlar (2,932) ve genel sosyal girişimcilik yönelimine basıklık (2,258) değerlerinin  $\pm 3$  sınırları içinde sifıra yakın olduğu belirlenmiştir. Sosyal Girişimcilik Yönelimi Ölçeği'nin standart sapma değerleri ise ,508-,840 arasında değiştiği görülmüştür. Buna göre sosyal girişimcilik yönelimi değişkenine ait verilerin normal bir dağılıma sahip olduğu (Albayrak 2006: 52; Kalaycı, 2010: 209) sonucuna ulaşılabilir.

Sosyal Girişimcilik Yönelimi Ölçeği'nin ortalama değerlerine bakıldığında, ölçeğin genel ortalamasının 3,89; sosyal vizyon boyutunun 3,71; finansal getiri boyutunun 3,61; inovasyon boyutunun 3,83; sürdürülebilirlik boyutunun 4,10 ve sosyal ağlar boyutunun 4,38 olduğu görülmüştür. Bu sonuçlar sosyal ağlar boyutunun ( $\bar{x}=4,38$ ) ortalamasının diğer boyutlardan daha yüksek olduğunu göstermektedir. Diğer taraftan finansal getiri boyutunun ortalamasının ( $\bar{x}=3,61$ ) ise daha düşük olduğunu göstermektedir.

### 4.3.1.Korelasyon Analizleri

Korelasyon katsayısı, değişkenler arasındaki ilişkinin hem yönünü hem de derecesi hakkında bilgi vermektedir. Korelasyon katsayısı 0 ile-/+ 1 arasında değerler almaktadır (Köseoğlu ve Yamak, 2008: 245). Sosyal bilimlerde, Korelasyon Katsayısı mutlak değer olarak 0.70-1.00 arasında ise yüksek ilişki; 0.70-0.30 arasında ise orta düzeyde ilişki; 0.30-0.00 arasında ise düşük düzeyde bir ilişki olduğu kabul edilmektedir (Büyüköztürk, 2018: 32; Saruhan ve Özdemirci, 2016: 248).

Çalışma kapsamında kişilik özellikleri, girişimci kişilik özellikleri ve sosyal girişimcilik yönelimi değişkenleri ve bu değişkenlerin alt boyutları arasındaki ilişkileri görmek amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır. Tablo 4.14'te korelasyon analizi sonuçları yer almaktadır.

Tablo 4.14'deki analiz sonuçları kişilik özellikleri açısından değerlendirildiğinde, kişilik özellikleri ile genel sosyal girişimcilik yönelimi ( $r=,658$ ;  $p<,01$ ) arasında orta düzeyde pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Kişilik özelliklerinin alt boyutlarını oluşturan dışadönüklük ile genel sosyal girişimcilik yönelimi ( $r=,512$ ;  $p<,01$ ) arasında orta düzeyde pozitif yönlü, uyumluluk ile genel sosyal girişimcilik yönelimi ( $r=,437$ ;  $p<,01$ ) arasında orta düzeyde pozitif yönlü, sorumluluk ile genel sosyal girişimcilik yönelimi ( $r=,586$ ;  $p<,01$ ) arasında orta düzeyde pozitif yönlü, deneyime açıklık ile genel sosyal girişimcilik yönelimi ( $r=,560$ ;  $p<,01$ ) arasında orta düzeyde pozitif yönlü ve duygusal denge ile genel sosyal girişimcilik yönelimi ( $r=,256$ ;  $p<,01$ ) arasında düşük düzeyde pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir.

Kişilik özellikleri ile sosyal vizyon ( $r=,553$ ;  $p<,01$ ) arasında orta düzeyde pozitif yönlü, kişilik özellikleri ile finansal getiri ( $r=,238$ ;  $p<,01$ ) arasında düşük düzeyde pozitif yönlü, kişilik özellikleri ile inovasyon ( $r=,492$ ;  $p<,01$ ) arasında orta düzeyde pozitif yönlü, kişilik özellikleri ile sürdürülebilirlik ( $r=,628$ ;  $p<,01$ ) arasında orta düzeyde pozitif yönlü, kişilik özellikleri ile sosyal ağlar ( $r=,539$ ;  $p<,01$ ) arasında orta düzeyde pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Kişilik özelliklerinin alt boyutunu oluşturan dışadönüklük ile sosyal vizyon ( $r=,448$ ;  $p<,01$ ) arasında orta düzeyde pozitif yönlü, dışadönüklük ile finansal getiri ( $r=,192$ ;  $p<,01$ ) arasında düşük düzeyde pozitif yönlü, dışadönüklük ile inovasyon ( $r=,449$ ;  $p<,01$ ) arasında orta düzeyde pozitif yönlü, dışadönüklük ile sürdürülebilirlik ( $r=,466$ ;  $p<,01$ ) arasında orta düzeyde pozitif yönlü, dışadönüklük ile sosyal ağlar ( $r=,340$ ;  $p<,01$ ) arasında orta düzeyde pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu

belirlenmiştir. Bu analiz sonucuna göre dışadönüklük değişkenini en fazla sürdürülebilirlik boyutunun etkilediği söylenebilir.

Kişilik özelliklerinin alt boyutunu oluşturan uyumluluk ile sosyal vizyon ( $r=,280$ ;  $p<,01$ ) arasında düşük düzeyde pozitif yönlü, uyumluluk ile finansal getiri ( $r=,107$ ;  $p<,01$ ) arasında düşük düzeyde pozitif yönlü, uyumluluk ile inovasyon ( $r=,315$ ;  $p<,01$ ) arasında orta düzeyde pozitif yönlü, uyumluluk ile sürdürülebilirlik ( $r=,457$ ;  $p<,01$ ) arasında orta düzeyde pozitif yönlü, uyumluluk ile sosyal ağlar ( $r=,528$ ;  $p<,01$ ) arasında orta düzeyde pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Bu analiz sonucuna göre uyumluluk değişkenini en fazla sosyal ağlar boyutunun etkilediği söylenebilir.

Kişilik özelliklerinin alt boyutunu oluşturan sorumluluk ile sosyal vizyon ( $r=,470$ ;  $p<,01$ ) arasında orta düzeyde pozitif yönlü, sorumluluk ile finansal getiri ( $r=,239$ ;  $p<,01$ ) arasında düşük düzeyde pozitif yönlü, sorumluluk ile inovasyon ( $r=,366$ ;  $p<,01$ ) arasında orta düzeyde pozitif yönlü, sorumluluk ile sürdürülebilirlik ( $r=,569$ ;  $p<,01$ ) arasında orta düzeyde pozitif yönlü, sorumluluk ile sosyal ağlar ( $r=,470$ ;  $p<,01$ ) arasında orta düzeyde pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Bu analiz sonucuna göre sorumluluk değişkenini en fazla sürdürülebilirlik boyutunun etkilediği söylenebilir.

Kişilik özelliklerinin alt boyutunu oluşturan deneyime açıklık ile sosyal vizyon ( $r=,475$ ;  $p<,01$ ) arasında orta düzeyde pozitif yönlü, deneyime açıklık ile finansal getiri ( $r=,203$ ;  $p<,01$ ) arasında düşük düzeyde pozitif yönlü, deneyime açıklık ile inovasyon ( $r=,417$ ;  $p<,01$ ) arasında orta düzeyde pozitif yönlü, deneyime açıklık ile sürdürülebilirlik ( $r=,524$ ;  $p<,01$ ) arasında orta düzeyde pozitif yönlü, deneyime açıklık ile sosyal ağlar ( $r=,438$ ;  $p<,01$ ) arasında orta düzeyde pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Bu analiz sonucuna göre deneyime açıklık değişkenini en fazla sürdürülebilirlik boyutunun etkilediği söylenebilir.

Kişilik özelliklerinin alt boyutunu oluşturan duygusal denge ile sosyal vizyon ( $r=,226$ ;  $p<,01$ ) arasında düşük düzeyde pozitif yönlü, duygusal denge ile finansal getiri ( $r=,096$ ;  $p<,01$ ) arasında düşük düzeyde pozitif yönlü, duygusal denge ile inovasyon ( $r=,231$ ;  $p<,01$ ) arasında düşük düzeyde pozitif yönlü, duygusal denge ile sürdürülebilirlik ( $r=,228$ ;  $p<,01$ ) arasında düşük düzeyde pozitif yönlü, duygusal denge ile sosyal ağlar ( $r=,171$ ;  $p<,01$ ) arasında düşük düzeyde pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Bu analiz sonucuna göre duygusal denge değişkenini en fazla inovasyon boyutunun etkilediği söylenebilir.

Tablo 4.14'deki korelasyon analizi sonuçları girişimci kişilik özellikleri açısından değerlendirildiğinde, girişimci kişilik özellikleri ile genel sosyal girişimcilik yönelimi ( $r=,663$ ;  $p<,01$ ) arasında orta düzeyde pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Bunun yanı sıra girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutunu oluşturan risk alma eğilimi ile genel sosyal girişimcilik yönelimi ( $r=,469$ ;  $p<,01$ ) arasında orta düzeyde pozitif yönlü, yenilikçilik ile genel sosyal girişimcilik yönelimi ( $r=,414$ ;  $p<,01$ ) arasında orta düzeyde pozitif yönlü, başarı ihtiyacı ile genel sosyal girişimcilik yönelimi ( $r=,381$ ;  $p<,01$ ) arasında orta düzeyde pozitif yönlü, kontrol odağı ile genel sosyal girişimcilik yönelimi ( $r=,183$ ;  $p<,01$ ) arasında düşük düzeyde pozitif yönlü ve belirsizlik toleransı ile genel sosyal girişimcilik yönelimi ( $r=,618$ ;  $p<,01$ ) arasında orta düzeyde pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir.

Girişimci kişilik özellikleri ile sosyal vizyon ( $r=,579$ ;  $p<,01$ ) arasında orta düzeyde pozitif yönlü, girişimci kişilik özellikleri ile finansal getiri ( $r=,343$ ;  $p<,01$ ) arasında orta düzeyde pozitif yönlü, girişimci kişilik özellikleri ile inovasyon ( $r=,440$ ;  $p<,01$ ) arasında orta düzeyde pozitif yönlü, girişimci kişilik özellikleri ile sürdürülebilirlik ( $r=,565$ ;  $p<,01$ ) arasında orta düzeyde pozitif yönlü, girişimci kişilik özellikleri ile sosyal ağlar ( $r=,420$ ;  $p<,01$ ) arasında orta düzeyde pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Bu verilere göre girişimci kişilik özellikleri değişkenini en fazla sosyal vizyonun etkilediği söylenebilir.

Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutunu oluşturan risk alma eğilimi ile sosyal vizyon ( $r=,410$ ;  $p<,01$ ) arasında orta düzeyde pozitif yönlü, risk alma eğilimi ile finansal getiri ( $r=,248$ ;  $p<,01$ ) arasında düşük düzeyde pozitif yönlü, risk alma eğilimi ile inovasyon ( $r=,317$ ;  $p<,01$ ) arasında orta düzeyde pozitif yönlü, risk alma eğilimi ile sürdürülebilirlik ( $r=,399$ ;  $p<,01$ ) arasında orta düzeyde pozitif yönlü, risk alma eğilimi ile sosyal ağlar ( $r=,285$ ;  $p<,01$ ) arasında düşük düzeyde pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Yapılan analiz sonucunda risk alma eğilimi değişkeninin en fazla sosyal vizyon boyutunu etkilediği görülmüştür.

Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutunu oluşturan yenilikçilik ile sosyal vizyon ( $r=,432$ ;  $p<,01$ ) arasında orta düzeyde pozitif yönlü, yenilikçilik ile finansal getiri ( $r=,130$ ;  $p<,01$ ) arasında düşük düzeyde pozitif yönlü, yenilikçilik ile inovasyon ( $r=,355$ ;  $p<,01$ ) arasında orta düzeyde pozitif yönlü, yenilikçilik ile sürdürülebilirlik ( $r=,357$ ;  $p<,01$ ) arasında orta düzeyde pozitif yönlü, yenilikçilik ile sosyal ağlar ( $r=,221$ ;  $p<,01$ ) arasında düşük düzeyde pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu



görülmektedir. Yapılan korelasyon analizi sonucunda yenilikçilik değişkeninin en fazla sosyal vizyonu etkilediği görülmüştür.

Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutunu oluşturan başarı ihtiyacı ile sosyal vizyon ( $r=,224$ ;  $p<,01$ ) arasında düşük düzeyde pozitif yönlü, başarı ihtiyacı ile finansal getiri ( $r=,108$ ;  $p<,01$ ) arasında düşük düzeyde pozitif yönlü, başarı ihtiyacı ile inovasyon ( $r=,242$ ;  $p<,01$ ) arasında düşük düzeyde pozitif yönlü, başarı ihtiyacı ile sürdürülebilirlik ( $r=,395$ ;  $p<,01$ ) arasında orta düzeyde pozitif yönlü, başarı ihtiyacı ile sosyal ağlar ( $r=,458$ ;  $p<,01$ ) arasında orta düzeyde pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Bu analiz sonucunda, başarı ihtiyacı değişkeninin en fazla sosyal ağları etkilediği söylenebilir.

Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutunu oluşturan kontrol odağı ile sosyal vizyon ( $r=,166$ ;  $p<,01$ ) arasında düşük düzeyde pozitif yönlü, kontrol odağı ile finansal getiri ( $r=,323$ ;  $p<,01$ ) arasında orta düzeyde pozitif yönlü, kontrol odağı ile sosyal ağlar ( $r=-,061$ ;  $p<,05$ ) arasında düşük düzeyde negatif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Ancak kontrol odağı ile inovasyon ( $r=,022$ ;  $p>,05$ ) ve sürdürülebilirlik ( $r=,038$ ;  $p>,05$ ) arasında anlamlı bir ilişki olmadığı görülmüştür.

Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutunu oluşturan belirsizlik toleransı ile sosyal vizyon ( $r=,544$ ;  $p<,01$ ) arasında orta düzeyde pozitif yönlü, belirsizlik toleransı ile finansal getiri ( $r=,221$ ;  $p<,01$ ) arasında düşük düzeyde pozitif yönlü, belirsizlik toleransı ile inovasyon ( $r=,451$ ;  $p<,01$ ) arasında orta düzeyde pozitif yönlü, belirsizlik toleransı ile sürdürülebilirlik ( $r=,582$ ;  $p<,01$ ) arasında orta düzeyde pozitif yönlü, belirsizlik toleransı ile sosyal ağlar ( $r=,451$ ;  $p<,01$ ) arasında orta düzeyde pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Bu analiz sonucunda belirsizlik toleransı değişkeninin en fazla sürdürülebilirliği etkilediği söylenebilir.

Tablo 4. 14. Araştırma Modelindeki Girişimci Kişilik Özellikleri, Kişilik Özellikleri ve Sosyal Girişimcilik Yönelimi Değişkenlere Ait Pearson Korelasyon Katsayıları

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
<b>Dışadönüklük (1)</b>	1																	
<b>Uyumluluk (2)</b>	,413**	1																
<b>Sorumluluk (3)</b>	,449**	,536**	1															
<b>Deneyime Açıklık (4)</b>	,530**	,449**	,538**	1														
<b>Duygusal Denge (5)</b>	,231**	,334**	,340**	,350**	1													
<b>Risk Alma Eğilimi (6)</b>	,335**	,183**	,387**	,377**	,125**	1												
<b>Yenilikçilik (7)</b>	,380**	,238**	,340**	,463**	,232**	,391**	1											
<b>Başarı İhtiyacı (8)</b>	,167**	,352**	,353**	,211**	,125**	,271**	,199**	1										
<b>Kontrol Odağı (9)</b>	,000	-,006	-,014	,013	,060*	,086**	,118**	,025	1									
<b>Belirsizlik Toleransı (10)</b>	,467**	,334**	,494**	,515**	,219**	,501**	,488**	,396**	,024	1								
<b>Sosyal Vizyon (11)</b>	,448**	,280**	,470**	,475**	,226**	,410**	,432**	,244**	,166**	,544**	1							
<b>Finansal getiri (12)</b>	,192**	,107**	,239**	,203**	,096**	,248**	,130**	,108**	,323**	,221**	,306**	1						
<b>İnovasyon (13)</b>	,449**	,315**	,366**	,417**	,231**	,317**	,355**	,242**	,022	,451**	,412**	,208**	1					
<b>Sürdürülebilirlik (14)</b>	,466**	,457**	,569**	,524**	,228**	,399**	,357**	,395**	,038	,582**	,555**	,317**	,464**	1				
<b>Sosyal Ağlar (15)</b>	,340**	,528**	,470**	,438**	,171**	,285**	,221**	,458**	-,061*	,451**	,357**	,221**	,332**	,616**	1			
<b>Kişilik (16)</b>	,734**	,733**	,814**	,791**	,570**	,401**	,458**	,335**	,011	,569**	,533**	,238**	,492**	,628**	,539**	1		
<b>Girişimci Kişilik (17)</b>	,434**	,335**	,492**	,502**	,236**	,729**	,650**	,541**	,419**	,801**	,579**	,343**	,440**	,565**	,420**	,559**	1	
<b>Sosyal Girişimcilik (18)</b>	,512**	,437**	,586**	,560**	,256**	,469**	,414**	,381**	,183**	,618**	,794**	,648**	,572**	,818**	,659**	,658**	,663**	1

\*p<0.05, \*\*p<0.01

### 4.3.2. Regresyon Analizleri

Kişilik özellikleri ve girişimci kişilik özelliklerinin sosyal girişimcilik yönelimi üzerindeki etkisinin daha kapsamlı bir biçimde belirlenmesi için basit doğrusal (lineer) regresyon ve çoklu (multiple) doğrusal regresyon analizleri yapılmıştır.

İki veya daha fazla değişken arasındaki doğrusal ilişkiyi belirleyen istatistiksel bir teknik olan regresyon analizi; öncelikle tahmin ve nedensel çıkarım için kullanılmaktadır (Campbell ve Campbell, 2008: 3). Regresyon analizi, aralarında ilişki olan iki ya da daha fazla değişkenden birini bağımlı değişken ve diğerlerini bağımsız değişkenler olarak ayırarak aralarındaki ilişkinin matematiksel eşitlik olarak ifade edilmesi sürecidir (Büyüköztürk, 2018: 91; Tezcan, 2011: 341).

Bir bağımsız değişkenin bir bağımlı değişken üzerindeki etkisi inceleniyorsa “*Basit Regresyon Analizi*”, iki ya da daha fazla bağımsız değişkenin bir bağımlı değişken üzerindeki etkisi inceleniyorsa “*Çoklu Regresyon Analizi*” uygulanmaktadır. Regresyon analizinin sonucunda bağımsız değişkenin bağımlı değişkende gözlenen değişimlerin ne kadarını açıkladığı ortaya çıkmaktadır (Saruhan ve Özdemirci, 2016: 254). Çoklu regresyon modeli (Kılıç, 2013: 01):

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_1$$

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 + \dots + \beta_n X_n \text{ şekilde ifade edilmektedir.}$$

Basit doğrusal regresyon modelinin bir uzantısı olan çoklu doğrusal regresyon modelinde  $Y_i$  bağımlı değişkeni,  $X_1, X_2, \dots, X_n$  bağımsız değişkenlere ait beta katsayılarını,  $\beta_0$  sabit değeri ve  $\beta_1..n$  bağımsız değişkenlerin katsayılarını ifade etmektedir (Eregno vd., 2014: 338).

Çoklu doğrusal regresyon modelinin varsayımları şunlardır: verilerin normal dağılıma sahip olması, doğrusallık şartı, hata terimlerinin ortalamasının sıfır olması, sabit varyansa sahip olması, otokorelasyon olmaması ve bağımsız değişkenler arasında çoklu bağlantı sorununun olmamasıdır (Yavuz, 2009: 126). Çoklu regresyon analizinin temel varsayımı bağımlı ve bağımsız değişkenler arasında doğrusal bir ilişkinin olduğudur. Bu ilişki yapılan korelasyon analizi ile sağlanmaktadır. Buna göre bağımsız değişkenlerin birbiri ile korelasyonu 0,70’den büyük olmamalı, Varyans Enflasyon Faktörü (VIF) sınır değer olan 10’un altında olmalı ve tolerans istatistikleri sınır değer olan 0,2’nin üstünde olmalıdır (Saruhan ve Özdemirci, 2016: 256-257). Regresyon analizinde önemli varsayımlardan biri de hata terimleri arasında ilişkinin

olmamasıdır. Buna göre hata terimleri arasında ilişkinin olması otokorelasyon sorununu ortaya çıkarmaktadır (Yavuz, 2009: 126). Bir regresyon modelinde hata teriminde otokorelasyon olup olmadığını anlamada uygulamada en yaygın kullanılan test Durbin-Watson testidir (Wan vd., 2007: 213; Karataş vd., 2013: 203; Kınacı ve Genç, 2002: 58; Albayrak, 2014: 4). Genel olarak Durbin-Watson'un 1,5-2,5 arasında bir değer alması otokorelasyon sorununun olmadığını göstermektedir (Kalaycı, 2010: 267).

#### 4.3.2.1. Kişilik Özelliklerinin Sosyal Girişimcilik Yönelimi Üzerindeki Etkisi

Çalışmanın bu bölümde kişilik özellikleri ve sosyal girişimcilik yönelimi değişkenleri ve bu değişkenlerin alt boyutları kapsamında oluşturulan hipotezleri test etmek için yapılan basit ve çoklu regresyon analizleri ele alınmıştır.

**H<sub>1</sub>:** Kişilik özellikleri ile sosyal girişimcilik yönelimi arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Öğrencilerin kişilik özellikleri ile sosyal girişimcilik yönelimleri arasındaki ilişkiyi test etmek için (H<sub>1</sub>) basit doğrusal regresyon analizi kullanılmıştır. Bu analizde bağımlı değişken sosyal girişimcilik yönelimi, bağımsız değişken kişilik özellikleridir. Tablo 4.15'te analiz sonuçları yer almaktadır.

Tablo 4. 15. Kişilik Özelliklerinin Sosyal Girişimcilik Yönelimi Üzerindeki Etkisi

<b>Bağımlı Değişken = Sosyal Girişimcilik Yönelimi</b>					
R = ,658    R <sup>2</sup> =,433    F = 812,861    df.1=1    df.2 = 1065    Sig. F = ,000					
<b>Bağımsız Değişken</b>	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar	<b>t</b>	<b>p</b>
	<b>B</b>	<b>Std. Hata</b>	<b>Beta</b>		
Sabit	1,501	,085		17,709	,000
Kişilik Özellikleri	,591	,021	,658	28,511	<b>,000***</b>
Durbin-Watson=2,048					

\*p<0.05, \*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001

Tablo 4.15'te görüldüğü üzere öğrencilerin kişilik özellikleri ile sosyal girişimcilik yönelimleri arasında herhangi bir anlamlı bir ilişki olup olmadığını tespit etmek için kurulan regresyon modelinin (p<,001) istatistiksel olarak (F=812,861 ve p=,000) anlamlı olduğu görülmüştür. Durbin-Watson değeri 2,048 olduğundan dolayı hata terimleri arasında korelasyon probleminin (1,5-2,5) olmadığı tespit edilmiştir. (Kalaycı, 2010: 267). Buna göre kişilik özellikleri değişkeni tek başına sosyal girişimcilik yöneliminin %43,3'ünü (R<sup>2</sup>=,433) açıklamaktadır. Kişilik özellikleri ve sosyal girişimcilik yönelimi arasındaki ( $\beta$ =,658; p=,000) ilişkinin pozitif yönlü ve

istatistiksel olarak anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre  $H_1$  ( $p<.001$ ) hipotezi kabul edilmiştir. Yapılan analiz sonucunda kişilik özelliklerinin sosyal girişimcilik yönelimi üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkiye sahip olduğu görülmüştür.

Kişilerin yeteneklerini, motivasyonlarını, tutumlarını ve mizacını oluşturan ve doğuştan gelen özellikler olarak tanımlanan kişilik özellikleri, girişimcilerin niyetlerini ve performansını belirlemek için kullanılan bir ölçüttür (Nga vd., 2018: 37). Kişilik özellikleri, bir işe başlamak ya da bir işin sürdürülebilirliğini sağlamak üzere girişimciliğin birçok yönünde belirleyici bir unsur olmaktadır (Pillis ve Reardon, 2007: 363). Aynı doğrultuda, girişimci davranışların bireysel farklılıkların bir işlevi olduğu göz önünde bulundurulduğunda kişilik özellikleri, girişimcilik faaliyetinde ve başarıda önemli bir unsur olarak görülmektedir (Ahmetoğlu vd., 2011:1029). Girişimcilik türlerinden biri olan sosyal girişimcilik anlayışı, sosyal ihtiyaçların karşılanması, sosyal değişimin sağlanması ve sosyal bilinçli örgütler oluşturularak değer yaratılması süreci olarak (Abolarin, 2014: 13) ifade edilmektedir.

Kişilik özellikleri, girişimci kişilik özellikleri üzerinde etkili olduğu gibi sosyal girişimcilik üzerinde de etkili olmaktadır. Literatürde kişilik özellikleri ile sosyal girişimcilik yönelimi arasındaki ilişkiyi inceleyen birçok çalışma (Nga ve Shamuganathan, 2010; İrengün, 2014; İrengün ve Arikboğa, 2015; Arshad ve Li, 2016; Caballero vd., 2013; Nga vd., 2018; Paksoy vd., 2019) bulunmaktadır.

Sonuç olarak, kişilik özelliklerinin sosyal girişimcilik yönelimi üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisinin olduğu ve bu nedenle kişilik özellikleri düzeyi arttıkça sosyal girişimcilik yöneliminin de arttığı söylenebilir. Çalışmanın bu sonucu, Dacul (2017) kişilik özelliklerinin sosyal girişimcilik yönelimini etkilediği sonucuna ulaştığı çalışması ile paralellik göstermektedir. Dacul (2017), yaptığı çalışmada kişilik özellikleri düzeyinin yüksek olduğu bireylerin sosyal girişimcilik yönelimlerinin de yüksek olduğunu tespit etmiştir.

**H<sub>1.1a</sub>:** Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan dışadönüklük ile sosyal girişimcilik yönelimi arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H<sub>1.1b</sub>:** Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan uyumluluk ile sosyal girişimcilik yönelimi arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H<sub>1.1c</sub>:** Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan sorumluluk ile sosyal girişimcilik yönelimi arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H<sub>1.1d</sub>:** Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan deneyime açıklık ile sosyal girişimcilik yönelimi arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H<sub>1.1e</sub>:** Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan duygusal denge ile sosyal girişimcilik yönelimi arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Öğrencilerin kişilik özelliklerinin alt boyutlarının sosyal girişimcilik yönelimi üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olup olmadığını belirlemek için (H<sub>1.1a</sub>, H<sub>1.1b</sub>, H<sub>1.1c</sub>, H<sub>1.1d</sub>, H<sub>1.1e</sub>) çoklu doğrusal regresyon analizi kullanılmıştır. Bu analizde, sosyal girişimcilik yönelimi bağımlı değişken, kişilik özelliklerinin alt boyutları bağımsız değişkendir. Tablo 4.16’da analiz sonuçları yer almaktadır.

Tablo 4. 16. Kişilik Özelliklerinin Alt Boyutlarının Sosyal Girişimcilik Yönelimi Üzerindeki Etkisi

<b>Bağımlı Değişken = Sosyal Girişimcilik Yönelimi</b>					
R = ,681	R <sup>2</sup> = ,464	F = 183,393	df.1= 5	df.2 = 1061	Sig. F = ,000
<b>Bağımsız Değişken</b>	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar	<b>t</b>	<b>p</b>
	<b>B</b>	<b>Std. Hata</b>	<b>Beta</b>		
Sabit	1,479	,085		17,465	,000
Dışadönüklük	,125	,016	,209	7,566	<b>,000***</b>
Uyumluluk	,050	,020	,068	2,444	<b>,015*</b>
Sorumluluk	,236	,021	,326	11,032	<b>,000***</b>
Deneyime Açıklık	,186	,022	,248	8,369	<b>,000***</b>
Duygusal Denge	-,006	,012	-,012	-,500	,617

Durbin-Watson =2,007

\*p<0.05, \*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001

Tablo 4.16’da görüldüğü üzere öğrencilerin kişilik özelliklerinin alt boyutları ile sosyal girişimcilik yönelimi arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını belirlemek amacıyla kurulan regresyon modelinin (p<,001) istatistiksel olarak (F=183,393 ve p=,000) anlamlı olduğu görülmüştür. Çoklu bağlantı problemine karşı Tolerans ve VIF değerlerine bakılmıştır. Tolerans değerlerinin 0,20’nin üstünde (dışadönüklük: ,664; uyumluluk: ,644; sorumluluk: ,579; deneyime açıklık: ,575 ve duygusal denge: 826) ve VIF değerlerinin (dışadönüklük:1,506; uyumluluk:1,552; sorumluluk: 1,728; deneyime açıklık:1,738 ve duygusal denge:1,211) 10 olarak kabul edilen maksimum değer in altında olduğu tespit edilmiştir. Durbin-Watson değeri 2,007 olarak bulunmuştur. Kişilik özelliklerinin alt boyutları sosyal girişimcilik yöneliminin %46’4’ünü (R<sup>2</sup>=464) açıklamaktadır. Kişilik özelliklerinin alt boyutlarını oluşturan dışadönüklük ile sosyal girişimcilik yönelimi (β=,209; p=,000) , uyumluluk ile sosyal girişimcilik yönelimi (β=,068; p=,015) , sorumluluk ile sosyal girişimcilik yönelimi (β=,326; p=,000) , deneyime açıklık ile sosyal girişimcilik yönelimi (β=,248; p=,000) arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü olduğu görülmektedir.

Ancak kişilik özelliklerinin alt boyutunu oluşturan duygusal denge ile sosyal girişimcilik yönelimi ( $\beta=-,012$ ;  $p=,617$ ) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Bu sonuçlara göre  $H_{1.1a}$  ( $p<,001$ ),  $H_{1.1b}$  ( $p<,05$ ),  $H_{1.1c}$  ( $p<,001$ ) ve  $H_{1.1d}$  ( $p<,001$ ) hipotezleri kabul edilirken  $H_{1.1e}$  ( $p>,05$ ) hipotezi reddedilmiştir. Yapılan çoklu doğrusal regresyon analizi sonucunda kişilik özelliklerinin alt boyutlarından dışadönüklük, uyumluluk, sorumluluk ve deneyime açıklık boyutlarının sosyal girişimcilik yönelimi üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu, ancak duygusal dengenin sosyal girişimcilik yönelimi üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Sonuç olarak, dışadönüklük, uyumluluk, sorumluluk ve deneyime açıklık boyutlarının sosyal girişimcilik yönelimi üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisinin olduğu görülmüştür. Buna göre dışadönüklük, uyumluluk, sorumluluk ve deneyime açıklık düzeyi arttıkça sosyal girişimcilik yöneliminin de arttığı söylenebilir. Bu sonuç, Akar ve Aydın'ın (2015) dışadönüklük ve deneyime açıklığın sosyal girişimcilik üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğunu bulduğu çalışması ile paralellik göstermektedir. Akar ve Aydın'a (2015) göre, yeniliğe açık olmak aynı zamanda deneyime açık olmak özelliğini de gerektirmektedir. Ayrıca, sosyal girişimcilerin diğer insanlarla sürekli iletişim içerisinde yer alması ve sosyal ağ kurması, önemli bir özellik olarak görülmektedir. Son olarak Karaca'nın (2015) dışadönüklük, yeni deneyimlere açıklık, uyumluluk ve sorumluluk boyutlarının sosyal girişimcilik yönelimi üzerinde anlamlı bir etkisini bulduğu çalışması ile çalışmamızın paralellik gösterdiği söylenebilir.

**H<sub>1.2</sub>: Kişilik özellikleri ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sosyal vizyon arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.**

Öğrencilerin kişilik özelliklerinin sosyal girişimcilik yönelimi boyutlarından birisi olan sosyal vizyon arasındaki ilişkiyi test etmek için ( $H_{1.2}$ ) basit doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Yapılan analizde bağımlı değişken sosyal vizyon, bağımsız değişken kişilik özellikleridir. Tablo 4.17'de analiz sonuçları yer almaktadır.

Tablo 4. 17. Kişilik Özelliklerinin Sosyal Vizyon Üzerindeki Etkisi

<b>Bağımlı Değişken = Sosyal Vizyon</b>							
R = ,533		R <sup>2</sup> = ,284		F = 422,920	df.1= 1	df.2 = 1065	Sig. F = ,000
<b>Bağımsız Değişken</b>	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar		<b>t</b>	<b>p</b>	
	<b>B</b>	<b>Std. Hata</b>	<b>Beta</b>				
Sabit	1,253	,121			10,377	,000	
Kişilik Özellikleri	,608	,030	,533		20,565	<b>,000***</b>	

Durbin-Watson = 2,069

\*p&lt;0.05, \*\*p&lt;0.01, \*\*\*p&lt;0.001

Tablo 4.17'de görüldüğü üzere öğrencilerin kişilik özellikleri ile sosyal vizyon arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını belirlemek için kurulan regresyon modelinin ( $p<,001$ ) istatistiksel olarak ( $F=422,920$  ve  $p=,000$ ) anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre kişilik özellikleri değişkeni tek başına sosyal vizyonun %28,4'ünü ( $R^2=,284$ ) açıklamaktadır. Kişilik özellikleri ve sosyal vizyon arasındaki ( $\beta=,533$ ;  $p=,000$ ) ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre  $H_{1.2}$  ( $p<,001$ ) hipotezi kabul edilmiştir. Yapılan basit doğrusal regresyon analizi sonucunda kişilik özelliklerinin sosyal vizyon üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmüştür.

Sosyal girişimciliğin toplumsal, ekonomik ve çevresel formlarda değer üretmede etkili bir mekanizma olduğu yaygın olarak kabul edilmektedir (Murphy ve Coombes, 2009: 325). Sosyal girişimcilik, finansal / ekonomik çıkar ve sosyal değeri entegre etmede sürdürülebilir bir çözüm olarak ortaya çıkmıştır (Nga ve Shamuganathan, 2010: 277). Sosyal girişimciler, toplumsal değeri yaratma ve sürdürme, topluma hizmet etmek için anlamlı fırsatlar peşinde koşma, yaşam boyu öğrenmeyi sağlama, yenilikçilik ve yüksek paydaşlı sorumluluk duygusu gibi taahhütleri içermektedir (Nga vd., 2018: 37).

Literatürde başarılı sosyal girişimcilerin, ticari girişimciler (risk alma eğilimi, yenilikçilik, başarı ihtiyacı duyma, bağımsızlık ve proaktif olma gibi) ile aynı girişimci kişilik özelliklerine sahip oldukları varsayılmaktadır. Ancak, sosyal girişimcilerin, ticari girişimcilerden daha yüksek düzeyde empati ve sosyal sorumluluk algısına sahip olduğu görülmüştür (Smith vd., 2014: 201). Sonuç olarak, kişilik özelliklerinin sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutu olan sosyal vizyon üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisinin olduğu görülmüştür. Buna göre kişilik özellikleri düzeyi arttıkça sosyal vizyonun da arttığı söylenebilir.



**H<sub>1.2a</sub>:** Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan dışadönüklük ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sosyal vizyon arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H<sub>1.2b</sub>:** Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan uyumluluk ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sosyal vizyon arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H<sub>1.2c</sub>:** Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan sorumluluk ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sosyal vizyon arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H<sub>1.2d</sub>:** Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan deneyime açıklık ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sosyal vizyon arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H<sub>1.2e</sub>:** Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan duygusal denge ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sosyal vizyon arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Öğrencilerin kişilik özelliklerinin alt boyutları ile sosyal vizyon arasındaki ilişkiyi test (H<sub>1.2a</sub>, H<sub>1.2b</sub>, H<sub>1.2c</sub>, H<sub>1.2d</sub>, H<sub>1.2e</sub>) etmek için çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Bu analizde sosyal vizyon bağımlı değişken, kişilik özelliklerinin alt boyutları bağımsız değişkendir. Tablo 4.18’de analiz sonuçları yer almaktadır.

Tablo 4. 18. Kişilik Özelliklerinin Alt Boyutlarının Sosyal Vizyon Üzerindeki Etkisi

<b>Bağımlı Değişken = Sosyal Vizyon</b>					
R = ,570 R <sup>2</sup> = ,325 F = 102,287 df.1=5 df.2 = 1061 Sig. F = ,000					
<b>Bağımsız Değişken</b>	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar	<b>t</b>	<b>p</b>
	<b>B</b>	<b>Std. Hata</b>	<b>Beta</b>		
Sabit	1,322	,120		10,969	,000
Dışadönüklük	,172	,023	,226	7,318	<b>,000***</b>
Uyumluluk	-,066	,029	-,072	-2,290	<b>,022*</b>
Sorumluluk	,252	,030	,275	8,284	<b>,000***</b>
Deneyime Açıklık	,220	,032	,231	6,950	<b>,000***</b>
Duygusal Denge	,015	,017	,024	,849	,396

Durbin-Watson = 2,046

\*p<0.05, \*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001

Tablo 4.18’de görüldüğü üzere öğrencilerin kişilik özelliklerinin alt boyutları ile sosyal vizyon arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını belirlemek amacıyla kurulan regresyon modelinin (p<,001) istatistiksel olarak (F=102,287 ve p=,000) anlamlı olduğu görülmüştür. Çoklu bağlantı problemine karşı Tolerans ve VIF

değerlerine bakılmıştır. Tolerans değerlerinin 0,20'nin üstünde (dışadönüklük: ,664; uyumluluk: ,644; sorumluluk: ,579; deneyime açıklık: ,575 ve duygusal denge: ,826) ve VIF değerlerinin (dışadönüklük:1,506; uyumluluk:1,552; sorumluluk: 1,728; deneyime açıklık:1,738 ve duygusal denge:1,211) 10 olarak kabul edilen maksimum değerlerin altında olduğu görülmüştür. Durbin-Watson değeri 2,046 olarak bulunmuştur. Kişilik özelliklerinin alt boyutları sosyal vizyonun %32,5'ini ( $R^2=,325$ ) açıklamaktadır. Kişilik özelliklerinin alt boyutlarını oluşturan dışadönüklük ile sosyal vizyon ( $\beta=,226$ ;  $p=,000$ ), sorumluluk ile sosyal vizyon ( $\beta=,275$ ;  $p=,000$ ), deneyime açıklık ile sosyal vizyon ( $\beta=,231$ ;  $p=,000$ ) arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü olduğu, uyumluluk ile sosyal vizyon ( $\beta=-,072$ ;  $p=,022$ ) arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ve negatif yönlü olduğu, ancak duygusal denge ile sosyal vizyon ( $\beta=,024$ ;  $p=,396$ ) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Bu sonuçlara göre  $H_{1.2a}$  ( $p<,001$ ),  $H_{1.2b}$  ( $p<,05$ ),  $H_{1.2c}$  ( $p<,001$ ),  $H_{1.2d}$  ( $p<,001$ ) hipotezleri kabul edilirken,  $H_{1.2e}$  ( $p>,05$ ) hipotezi reddedilmiştir. Yapılan çoklu doğrusal regresyon analizi sonucunda kişilik özelliklerinin alt boyutlarından dışadönüklük, uyumluluk, sorumluluk ve deneyime açıklık boyutlarının sosyal vizyon üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu, ancak duygusal dengenin sosyal vizyon üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Kişilik özelliklerinin alt boyutunu oluşturan dışadönüklük; enerjik, aktif, heyecan arayan, kendine güvenen ve sosyal bir yapıya sahip kişilik özelliğini temsil etmektedir (Kayasandık vd., 2015: 549; Tatlılıoğlu, 2014: 946). Kişilik özelliklerinin diğer alt boyutunu oluşturan uyumluluk, bireyin diğer insanlara karşı tutum ve davranışlarını değerlendiren bir faktördür (Zhao ve Seibert, 2006: 261). Kişilik özelliklerinin sorumluluk boyutu, bireyin harekete geçmeden önce düşünme, kurallara uyma, planlama, organize etme gibi kişilik özelliklerini temsil etmektedir (Brandstätter, 2011:6). Sosyal vizyon anlayışı sosyal girişimcinin güçlü bir sorumluluk anlayışı ile insanların ihtiyaçlarının karşılanmasını sağlamaktadır. Sosyal girişimciler genellikle çevresel ve/veya sosyal sorunlara çözüm bulmak için sorumluluk duygusuyla hareket etmektedir (Nga ve Shamuganathan,2010: 263). Bir diğer kişilik özelliği boyutu olan deneyime açıklık özelliği, meraklı, entelektüel, yeni fikir ve deneyimlere açık kişilik özelliğini açıklamaktadır (Ciavarella vd., 2004: 472). Bu kişilik özelliklerine sahip olan bireylerin sosyal vizyon bakış açısına sahip olduğu görülmüştür (Kırılmaz, 2014: 70). Sosyal girişimcilerin sosyal vizyon bakışına sahip olması gerekmektedir. Literatürde yapılan çalışmalarda, kişilik özelliklerinin sosyal

vizyon üzerinde etkisi olduğu tespit edilmiştir.

Dacul (2017), tarafından yapılan çalışmada deneyime açıklık ve dışadönüklüğün sosyal vizyon üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu, ancak sorumluluk, uyumluluk ve duygusal dengenin sosyal vizyon üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmüştür. Caballero, Fuchs ve Priale (2013), tarafından yapılan çalışmada ise uyumluluk ve sorumluluğun sosyal vizyon üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu, ancak dışadönüklük, deneyime açıklık ve duygusal dengenin sosyal vizyon üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmüştür. Kişilik özelliklerinin sosyal girişimcilik üzerindeki etkisi ile ilgili yapılan bir diğer çalışmada Nga ve Shamuganathan (2010) tarafından yapılmıştır. Üniversite öğrencilerine yapılan bu çalışmada, deneyime açıklık ve uyumluluğun sosyal vizyon üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu, ancak dışadönüklüğün anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmüştür. Nga, Priale, Darmohraj, Moschetti, Fuchs ve Sáenz (2018) tarafından yapılan çalışmada ise sorumluluğun sosyal vizyon üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmüştür. İrengün ve Arıkboğa (2015) tarafından yapılan çalışmada da uyumluluk ve deneyime açıklığın sosyal vizyon üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Kişilik özelliklerinin duygusal denge boyutu, rahat, sakin, dayanıklı, sabırlı ve kendine güvene kişilik özelliklerini temsil etmektedir (McCrae ve Costa, 1987: 85). Fakat bu çalışmada duygusal dengenin sosyal vizyon üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmüştür.

Sonuç olarak, dışadönüklük, sorumluluk ve deneyime açıklık boyutlarının sosyal vizyon üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisinin olduğu, uyumluluğun ise negatif yönlü ve anlamlı bir etkisinin olduğu görülmüştür. Buna göre dışadönüklük, sorumluluk ve deneyime açıklık düzeyi arttıkça sosyal vizyonun arttığı, uyumluluk düzeyi azaldıkça sosyal vizyonun arttığı söylenebilir. Bu sonuçlar, Nga ve Shamuganathan (2010), İrengün ve Arıkboğa (2015), Arshad ve Li (2016), Dacul (2017), Nga, Priale, Darmohraj, Moschetti, Fuchs ve Sáenz (2018), Caballero, Fuchs ve Priale (2013) ve Paksoy, Özbezek ve Gül (2019) çalışmalarıyla paralellik göstermektedir.

**H<sub>1.3</sub>: Kişilik özellikleri ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan finansal getiri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.**

Öğrencilerin kişilik özellikleri ile sosyal girişimcilik yönelimi boyutlarından birisi olan finansal getiri arasındaki ilişkiyi test etmek için (H<sub>1.3</sub>) basit doğrusal

regresyon analizi yapılmıştır. Yapılan analizde bağımlı değişken finansal getiri, bağımsız değişken kişilik özellikleridir. Tablo 4.19’da analiz sonuçları yer almaktadır.

Tablo 4. 19. Kişilik Özelliklerinin Finansal Getiri Üzerindeki Etkisi

<b>Bağımlı Değişken = Finansal Getiri</b>					
R = ,238      R <sup>2</sup> =,056      F = 63,727      df.1= 1      df.2 = 1065      Sig. F = ,000					
<b>Bağımsız Değişken</b>	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar	<b>t</b>	<b>p</b>
	<b>B</b>	<b>Std. Hata</b>	<b>Beta</b>		
Sabit	2,265	,171		13,246	,000
Kişilik Özellikleri	,334	,042	,238	7,983	<b>,000***</b>
Durbin-Watson = 1,940					

\*p<0.05, \*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001

Tablo 4.19’da görüldüğü üzere öğrencilerin kişilik özellikleri ile finansal getiri arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını tespit etmek için kurulan regresyon modelinin ( $p<,001$ ) istatistiksel olarak ( $F=63,727$  ve  $p=,000$ ) anlamlı olduğu görülmüştür. Durbin-Watson değeri 1,940 olarak bulunmuştur. Buna göre kişilik özellikleri değişkeni tek başına finansal getirinin %5,6’sını ( $R^2=,056$ ) açıklamaktadır. Kişilik özellikleri ve finansal getiri arasındaki ( $\beta=,238$ ;  $p=,000$ ) ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre  $H_{1.3}$  ( $p<,001$ ) hipotezi kabul edilmiştir. Yapılan basit doğrusal regresyon analizi sonucunda kişilik özelliklerinin finansal getiri üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmüştür.

Sosyal girişimciler, topluma fayda sağlamak için sosyal amaçlarla hareket etmektedirler. Bu nedenle, sosyal girişimciler çevrede ve yaşadıkları toplumda bir sorun gördüklerinde eyleme geçme eğilimindedirler. Sosyal girişimcilerin temel amaçları kâr elde etmek değildir. Aksine, amaçları toplumun sorunlarını çözmek ve ihtiyaçlarını karşılamaktır (Akar ve Doğan, 2018: 84). Sonuç olarak, kişilik özelliklerinin sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutu olan finansal getiri üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Buna göre kişilik özellikleri düzeyi arttıkça, finansal getirinin de arttığı söylenebilir.

**H<sub>1.3a</sub>:** Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan dışadönüklük ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan finansal getiri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H<sub>1.3b</sub>:** Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan uyumluluk ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan finansal getiri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H<sub>1.3c</sub>:** Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan sorumluluk ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan finansal getiri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H<sub>1.3d</sub>:** Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan deneyime açıklık ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan finansal getiri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H<sub>1.3e</sub>:** Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan duygusal denge ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan finansal getiri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Öğrencilerin kişilik özelliklerinin alt boyutları ile finansal getiri arasındaki ilişkiyi test (H<sub>1.3a</sub>, H<sub>1.3b</sub>, H<sub>1.3c</sub>, H<sub>1.3d</sub>, H<sub>1.3e</sub>) etmek için çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Bu analizde finansal getiri bağımlı değişken, kişilik özelliklerinin alt boyutları bağımsız değişkendir. Tablo 4.20’de analiz sonuçları yer almaktadır.

Tablo 4. 20. Kişilik Özelliklerinin Alt Boyutlarının Finansal Getiri Üzerindeki Etkisi

<b>Bağımlı Değişken = Finansal Getiri</b>					
R = 270 R <sup>2</sup> = ,073 F =16,658 df.1= 5 df.2 = 1061 Sig. F =,000					
<b>Bağımsız Değişken</b>	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar	<b>t</b>	<b>p</b>
	<b>B</b>	<b>Std. Hata</b>	<b>Beta</b>		
Sabit	2,323	,174		13,339	,000
Dışadönüklük	,086	,034	,092	2,535	<b>,011*</b>
Uyumluluk	-,082	,042	-,072	-1,967	<b>,049*</b>
Sorumluluk	,216	,044	,191	4,923	<b>,000***</b>
Deneyime Açıklık	,096	,046	,082	2,094	<b>,037*</b>
Duygusal Denge	,004	,025	,005	,163	,870

Durbin-Watson = 1,931

\*p<0.05, \*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001

Tablo 4.20’de görüldüğü üzere öğrencilerin kişilik özelliklerinin alt boyutlarını ile finansal getiri arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını tespit etmek için kurulan regresyon modelinin (p<,001) istatistiksel olarak (F=16,658 ve p=,000) anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çoklu bağlantı problemine karşı Tolerans ve VIF değerlerine bakılmıştır. Tolerans değerlerinin 0,20’nin üstünde (dışadönüklük: ,664; uyumluluk: ,644; sorumluluk: ,579; deneyime açıklık: ,575 ve duygusal denge: ,826) ve VIF değerlerinin (dışadönüklük:1,506; uyumluluk:1,552; sorumluluk: 1,728; deneyime açıklık:1,738 ve duygusal denge:1,211) 10 olarak kabul edilen maksimum değer in altında olduğu belirlenmiştir. Durbin-Watson değeri 1,931 olarak bulunmuştur. Kişilik özelliklerinin alt boyutları finansal getirinin %7,3’ünü (R<sup>2</sup>=,073)

açıklamaktadır. Kişilik özelliklerinin alt boyutlarını oluşturan dışadönüklük ile finansal getiri ( $\beta=,092$ ;  $p=,011$ ), sorumluluk ile finansal getiri ( $\beta=,191$ ;  $p=,000$ ), deneyime açıklık ile finansal getiri ( $\beta=,082$ ;  $p=,037$ ) arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü olduğu, uyumluluk ile finansal getiri ( $\beta=-,072$ ;  $p=,049$ ) arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ve negatif yönlü olduğu, ancak duygusal denge ile finansal getiri ( $\beta=,005$ ;  $p=,870$ ) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Bu sonuçlara göre  $H_{1.3a}$  ( $p<,05$ ),  $H_{1.3b}$  ( $p<,05$ )  $H_{1.3c}$  ( $p<,001$ ) ve  $H_{1.3d}$  ( $p<,05$ ) hipotezleri kabul edilirken  $H_{1.3e}$  ( $p>,05$ ) hipotezi reddedilmiştir. Yapılan çoklu doğrusal regresyon analizi sonucunda kişilik özelliklerinin alt boyutlarından dışadönüklük, uyumluluk, sorumluluk ve deneyime açıklık boyutlarının finansal getiri üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu, ancak duygusal dengenin finansal getiri üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı görülmüştür.

Kişilik özelliklerinin alt boyutunu oluşturan dışadönüklük girişimcilerin müşteriler, çalışanlar, ortaklar gibi çok farklı paydaş grupları ile sosyal etkileşim içerisinde yer aldıkları için önemli bir kişilik özelliğini temsil etmektedir (Çetin ve Varoğlu, 2009: 60). Uyumluluk kişilik özelliği ise, girişimcilerin iş birliğini tercih ettiklerini, güvene dayalı ilişkiler kurduklarını ve dolayısıyla girişimcilerin uyumlu kişiler olduğunu ifade etmektedir (Zhao vd., 2010: 387). Bir diğer kişilik özelliği boyutu olan sorumluluk, bireylerin güçlü sorumluluk duygusu ile hareket ettiğini, çalışkanlık ve yüksek başarı ihtiyacı ile motive olduklarını varsaymaktadır (Nga ve Shamuganathan, 2010: 268). Gelişime açıklık kişilik özelliği, girişimcilerin kendi mal ve hizmetlerini geliştirmelerini sağlayan yenilikçilik özelliğini oluşturmaktadır (Wood, 2012: 130).

Sosyal girişimciler, sosyal girişimcilik faaliyetlerinin sürdürülebilirliğini sağlamak için finansman kaynaklarına gereksinim duymaktadırlar. Bu nedenle sosyal girişimciler bazı durumlarda sosyal amaçlarını gerçekleştirmek için gelir getirici çalışmalarda bulunabilmektedirler. Ancak, elde etmiş oldukları bu gelirleri topluma daha iyi hizmet verebilmek ve sürdürülebilirliği sağlamak amacıyla kullanmaktadırlar (Kırılmaz, 2014: 71).

Nevrotizm düşük duygusal kararlılığı yansıtmaktadır. Girişimcilik ve kişilik çalışmalarının büyük bir bölümünde, girişimcilerin duygusal olarak dengeli olduklarını görülmüştür. Aynı zamanda sosyal girişimcilerin de duygusal olarak dengeli oldukları görülmektedir. İrengün ve Arıkboğa (2015) tarafından yapılan çalışmada dışadönüklük ve uyumluluğun finansal getiri üzerinde anlamlı bir etkisinin

olduğu görülmüştür. Nga, Priale, Darmohraj, Moschetti, Fuchs ve Sáenz (2018) tarafından yapılan çalışmada ise kişilik özelliklerinin tüm alt boyutlarının finansal getiri üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmüştür.

Nga ve Shamuganathan (2010) tarafından üniversite öğrencilerine yapılan çalışmada deneyime açıklık, uyumluluk ve sorumluluğun finansal getiri üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu görülmüştür. Dacul (2017), tarafından yapılan çalışmada ise dışadönüklük ve duygusal dengenin (negatif) finansal getiri üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu, ancak uyumluluk, sorumluluk ve deneyime açıklığın finansal getiri üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmüştür. Son olarak, Caballero, Fuchs ve Priale (2013), tarafından yapılan çalışmada dışadönüklük ve duygusal dengenin finansal getiri üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu, ancak deneyime açıklık, uyumluluk ve sorumluluğun finansal getiri üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmüştür.

Bu çalışmada, kişilik özelliklerinin rahat, sakin, dayanıklı, sabırlı ve kendine güvenen kişilik özelliklerini temsil eden duygusal denge boyutunun (McCrae ve Costa, 1987: 85) finansal getiri üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmüştür.

Sonuç olarak, dışadönüklük, sorumluluk ve deneyime açıklık boyutlarının finansal getiri üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisinin olduğu, uyumluluğun ise negatif yönlü ve anlamlı bir etkisinin olduğu görülmüştür. Buna göre dışadönüklük, sorumluluk ve deneyime açıklık düzeyi arttıkça finansal getirinin arttığı, uyumluluk düzeyi azaldıkça finansal getirinin arttığı söylenebilir. Bu sonuçlar, Nga ve Shamuganathan (2010), İrengün ve Arikboğa (2015), Arshad ve Li (2016), Dacul (2017), Nga, Priale, Darmohraj, Moschetti, Fuchs ve Sáenz (2018), Caballero, Fuchs ve Priale (2013) ve Paksoy, Özbezek ve Gül (2019) çalışmalarıyla paralellik göstermektedir.

**H<sub>1.4</sub>: Kişilik özellikleri ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan inovasyon arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.**

Öğrencilerin kişilik özellikleri ile sosyal girişimcilik yönelimi boyutlarından birisi olan inovasyon arasındaki ilişkiyi test etmek için (H<sub>1.4</sub>) basit doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Yapılan bu analizde bağımlı değişken inovasyon, bağımsız değişken kişilik özellikleridir. Tablo 4.21’de analiz sonuçları yer almaktadır.

Tablo 4. 21. Kişilik Özelliklerinin İnovasyon Üzerindeki Etkisi

<b>Bağımlı Değişken = İnovasyon</b>						
R = ,492		R <sup>2</sup> = ,242	F = 340,457	df.1= 1	df.2 =1065	Sig. F = ,000
<b>Bağımsız Değişken</b>	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar		<b>t</b>	<b>p</b>
	<b>B</b>	<b>Std. Hata</b>	<b>Beta</b>			
Sabit	,873	,162			5,390	,000
Kişilik Özellikleri	,731	,040	,492		18,451	<b>,000***</b>

Durbin-Watson = 1,998

\*p&lt;0.05, \*\*p&lt;0.01, \*\*\*p&lt;0.001

Tablo 4.21’de görüldüğü üzere öğrencilerin kişilik özellikleri ile inovasyon arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını tespit etmek için kurulan regresyon modelinin ( $p<,001$ ) istatistiksel olarak ( $F=340,457$  ve  $p=,000$ ) anlamlı olduğu görülmüştür. Durbin-Watson değeri 1,998 olarak bulunmuştur. Kişilik özellikleri değişkeni tek başına inovasyonun %24,2’sini ( $R^2=,242$ ) açıklamaktadır. Kişilik özellikleri ve inovasyon arasındaki ( $\beta=,492$ ;  $p=,000$ ) ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre  $H_{1.4}$  ( $p<,001$ ) hipotezi kabul edilmiştir. Yapılan basit doğrusal regresyon analizi sonucunda kişilik özelliklerinin inovasyon üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmüştür.

Ticari girişimciler gibi sosyal girişimcilerde faaliyetlerinde inovasyon anlayışı ile hareket etmektedir (Smith vd., 2014: 2). Sosyal girişimciler, sosyal problemleri belirlemek ve kısa ve uzun vadede sorunlara çözüm sağlamak için yenilikçi ve girişimci yaklaşımlara odaklanmakta, sorunları çözmek ve karmaşık sosyal ihtiyaçları karşılamak için mevcut iş modellerini sunmaktadır. Bu bağlamda, sosyal girişimciler ticari, kamusal ve sivil toplum kuruluşlarının dikkatini çekmeyen karmaşık ve sürekli sosyal meseleler için yaratıcı çözümler bulmakta önemli bir role sahiptirler (Akar ve Doğan, 2018: 84). Sonuç olarak, kişilik özelliklerinin sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutu olan inovasyon üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisinin olduğu görülmüştür. Buna göre kişilik özellikleri düzeyi arttıkça inovasyon düzeyinin arttığı sonucuna varılabilir.

**H<sub>1.4a</sub>:** Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan dışadönüklük ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan inovasyon arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H<sub>1.4b</sub>:** Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan uyumluluk ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan inovasyon arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.



**H<sub>1.4c</sub>:** Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan sorumluluk ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan inovasyon arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H<sub>1.4d</sub>:** Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan deneyime açıklık ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan inovasyon arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H<sub>1.4e</sub>:** Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan duygusal denge ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan inovasyon arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Öğrencilerin kişilik özelliklerinin alt boyutları ile inovasyon arasındaki ilişkiyi test (H<sub>1.4a</sub>, H<sub>1.4b</sub>, H<sub>1.4c</sub>, H<sub>1.4d</sub>, H<sub>1.4e</sub>) etmek için çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Bu analizde inovasyon bağımlı değişken, kişilik özelliklerinin alt boyutları bağımsız değişkendir. Tablo 4.22’de analiz sonuçları yer almaktadır.

Tablo 4. 22. Kişilik Özelliklerinin Alt Boyutlarının İnovasyon Üzerindeki Etkisi

<b>Bağımlı Değişken = İnovasyon</b>							
R = ,513		R <sup>2</sup> = ,263		F = 75,731	df.1= 5	df.2 = 1061	Sig. F = ,000
<b>Bağımsız Değişken</b>	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar		<b>t</b>	<b>p</b>	
	<b>B</b>	<b>Std. Hata</b>	<b>Beta</b>				
Sabit	,952	,164			5,801	,000	
Dışadönüklük	,275	,032	,278		8,608	,000***	
Uyumluluk	,057	,039	,048		1,462	,144	
Sorumluluk	,124	,041	,104		3,006	,003**	
Deneyime Açıklık	,214	,043	,173		4,974	,000***	
Duygusal Denge	,044	,023	,055		1,885	,060	
Durbin-Watson =1,986							

\*p<0.05, \*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001

Tablo 4.22’de görüldüğü üzere öğrencilerin kişilik özelliklerinin alt boyutlarını ile inovasyon arasında anlamlı bir ilişki olup tespit etmek için kurulan regresyon modelinin (p<,001) istatistiksel olarak (F=75,731 ve p=,000) anlamlı olduğu görülmüştür. Çoklu bağlantı problemine karşı Tolerans ve VIF değerlerine bakılmıştır. Tolerans değerlerinin 0,20’nin üstünde (dışadönüklük: ,664; uyumluluk: ,644; sorumluluk: ,579; deneyime açıklık: ,575 ve duygusal denge: ,826) ve VIF değerlerinin (dışadönüklük:1,506; uyumluluk:1,552; sorumluluk: 1,728; deneyime açıklık:1,738 ve duygusal denge:1,211) 10 olarak kabul edilen maksimum değerinin altında olduğu görülmüştür. Durbin-Watson değeri 1,986 olarak bulunmuştur. Kişilik özelliklerinin alt boyutları inovasyonun %26,3’ünü (R<sup>2</sup>=,263) açıklamaktadır. Kişilik özelliklerinin

alt boyutlarını oluşturan dışadönüklük ile inovasyon ( $\beta=,278$ ;  $p=,000$ ), sorumluluk ile inovasyon ( $\beta=,104$ ;  $p=,003$ ), deneyime açıklık ile inovasyon ( $\beta=,173$ ;  $p=,000$ ) arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü olduğu, ancak uyumluluk ile inovasyon ( $\beta=,048$ ;  $p=,144$ ) ve duygusal denge ile inovasyon ( $\beta=,055$ ;  $p=,060$ ) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Bu sonuçlara göre  $H_{1.4a}$  ( $p<,001$ ),  $H_{1.4c}$  ( $p<,01$ ) ve  $H_{1.4d}$  ( $p<,001$ ) hipotezleri kabul edilirken,  $H_{1.4b}$  ( $p>,05$ ) ve  $H_{1.4e}$  ( $p>,05$ ) hipotezleri reddedilmiştir. Yapılan analiz sonucunda dışadönüklük, sorumluluk ve deneyime açıklık boyutlarının inovasyon üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu, ancak uyumluluk ve duygusal dengenin inovasyon üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı görülmüştür.

Sosyal girişimciler, sosyal beceri gerektiren faaliyetlere katıldıklarından, sosyal girişimcilerin dışadönüklük özelliği, özellikle girişimcilik faaliyetinin ileriki aşamalarında daha önemli hale gelmektedir. Bu nedenle sosyal girişimciler için dışadönüklük, önemli kişilik özelliklerinden biri olarak görülmektedir (İrengün ve Arıkboğa, 2015: 1189-1190). Kişilik özelliklerinden sorumluluk boyutu, kişinin hedefe ulaşmada çalışkanlığını ve motivasyonunu göstermektedir (Zhao ve Seibert, 2006: 261). Girişimci kişiler sorumluluk anlayışı ile hareket ederek faaliyetlerinde yenilik yapmaya odaklanmaktadır. Bu nedenle, sosyal girişimciler misyoner liderlik, diğer insanlara ilham verme, sosyal değer yaratma ve yüksek sorumluluk duygusuna sahip olma gibi temel özelliklere sahip olmaktadır (Abu-Safian, 2014: 25; Barendsen ve Gardner, 2004: 45). Kişilik özelliklerinin alt boyutunu oluşturan deneyime açıklık, yeni deneyimleri, yenilikçi fikirleri ve yaratıcılığı ifade etmektedir. Girişimciler kaynaklarını yönetmek ve sürekli iyileşmeyi sağlamak için en yeni ve etkili çözümler bularak zorluklarla başa çıkmaya çalışmaktadırlar. Aynı doğrultuda sosyal girişimciler de sosyal inovasyon içeren uygulamalarla yeni iş modelleri geliştirmektedirler (Nga vd., 2018: 128).

Sosyal girişimcilikte gerçekleştirilen faaliyetlerin sonucu, normal girişimciliğe kıyasla daha uzun bir süre sonra elde edilmektedir. Bu açıdan sosyal girişimcilerin sabırlı olması beklenmektedir. Sosyal girişimciler, yeniliğe açık insanlar olarak görüldükleri için sosyal bir problemi tanımlamakta başarılı olmaktadır (İrengün ve Arıkboğa, 2015: 1189-1190). Sosyal girişimciler toplum içerisinde değişimler yaratmak ve hedeflerine ulaşmak için güçlü bir dürtüyle hareket ederek yenilikçi yöntemler aramaktadırlar (Caballero vd., 2013: 8). Buna göre sosyal girişimcilerde bulunan inovasyon özelliği, sosyal değerlere ve imkânlara, sosyal iş

birliklerinin geliştirilmesine imkân veren, sosyal problemlere yeni çözümler bulan bir sosyal değişim aracı olma arzusunu ifade (Arroya vd., 2016: 183) etmektedir.

Dacul (2017) tarafından yapılan çalışmada, dışadönüklük ve uyumluluğun inovasyon üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu, ancak deneyime açıklık, sorumluluk ve duygusal dengenin anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmüştür. Caballero, Fuchs ve Priale (2013), tarafından yapılan çalışmada ise deneyime açıklık ve sorumluluğun inovasyon üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu, ancak dışadönüklük, uyumluluk ve duygusal dengenin inovasyon üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmüştür. Buna göre deneyime açık bireyler meraklı, yaratıcı, yeni fikirleri bulmaya çalışmaktadırlar. Bu nedenle deneyime açık bireylerin inovasyon özelliğinin bulunması doğru kabul edilmektedir. Aynı şekilde sosyal girişimcilerde de deneyime açıklık özelliği bulunmaktadır. Nga ve Shamuganathan (2010) tarafından üniversite öğrencilerine yapılan çalışmada deneyime açıklık ve uyumluluğun inovasyon üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu görülmüştür. Nga, Priale, Darmohraj, Moschetti, Fuchs ve Sáenz (2018) tarafından yapılan çalışmada ise deneyime açıklık ve sorumluluğun inovasyon üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu görülmüştür.

Sosyal girişimcilerin sosyal sorunlara çözüm bulabilmek için diğer paydaş grupları ile işbirliğine gitmesi gerektiği göz önünde bulundurulduğunda sosyal girişimcilik faaliyetinin sürdürülebilirliğinde en önemli özelliklerinden biri sayılan uyumluluğun (İrengün ve Arıkboğa, 2015: 1190) ve bireylerin ilişkilerini sürdürmelerini ve müşteriler, çalışanlar ve kaynak sağlayıcılarla ilişkilerinde girişimcinin uzun vadeli başarısını kolaylaştırması için yardımcı olan duygusal dengenin (Ciavarella vd., 2004: 470-471) inovasyon üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmüştür.

Sonuç olarak, kişilik özelliklerinin alt boyutlarından dışadönüklük, sorumluluk ve deneyime açıklık boyutlarının inovasyon üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisinin olduğu görülmüştür. Buna göre dışadönüklük, sorumluluk ve deneyime açıklık düzeyi arttıkça inovasyonun da arttığı söylenebilir. Bu sonuçlar, Nga ve Shamuganathan (2010), Dacul (2017), Nga, Priale, Darmohraj, Moschetti, Fuchs ve Sáenz (2018), Caballero, Fuchs ve Priale (2013), ve Paksoy, Özbezek ve Gül (2019) çalışmalarıyla paralellik göstermektedir.

**H<sub>1.5</sub>:** Kişilik özellikleri ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sürdürülebilirlik arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Öğrencilerin kişilik özellikleri ile sosyal girişimcilik yönelimi boyutlarından birisi olan sürdürülebilirlik arasındaki ilişkiyi test etmek için ( $H_{1.5}$ ) basit doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Yapılan bu analizde bağımlı değişken sürdürülebilirlik, bağımsız değişken kişilik özellikleridir. Tablo 4.23'te analiz sonuçları yer almaktadır.

Tablo 4. 23. Kişilik Özelliklerinin Sürdürülebilirlik Üzerindeki Etkisi

<b>Bağımlı Değişken = Sürdürülebilirlik</b>					
R = ,628    R <sup>2</sup> = ,394    F =692,658    df.1= 1    df.2 = 1065    Sig. F = ,000					
<b>Bağımsız Değişken</b>	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar	<b>t</b>	<b>p</b>
	<b>B</b>	<b>Std. Hata</b>	<b>Beta</b>		
Sabit	1,197	,112		10,712	,000
Kişilik Özellikleri	,719	,027	,628	26,318	<b>,000***</b>
Durbin-Watson = 1,929					

\*p<0.05, \*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001

Tablo 4.23'te görüldüğü üzere öğrencilerin kişilik özellikleri ile sürdürülebilirlik arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını tespit etmek amacıyla kurulan regresyon modelinin ( $p<,001$ ) istatistiksel olarak ( $F=692,658$  ve  $p=,000$ ) anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Durbin-Watson değeri 1,929 olarak bulunmuştur. Buna göre kişilik özellikleri değişkeni tek başına sürdürülebilirliğin %39,4'ünü ( $R^2=,394$ ) açıklamaktadır. Kişilik özellikleri ve sürdürülebilirlik arasındaki ( $\beta=,628$ ;  $p=,000$ ) ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre  $H_{1.5}$  ( $p<,001$ ) hipotezi kabul edilmiştir. Yapılan basit doğrusal regresyon analizi sonucunda kişilik özelliklerinin sürdürülebilirlik üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmüştür.

Kişilik özellikleri, sosyal girişimciliğin uygulanması üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Ticari girişimcilerin aksine, sosyal girişimciler yüksek düzeyde bir sosyal farkındalığa sahiptir ve sürdürülebilir iş modellerinin geliştirilmesine büyük önem vermektedirler (Nga vd., 2018: 41). Bu nedenle, sosyal girişimciler yeni kaynaklar oluşturarak sürdürülebilir olmaktadır. Buna göre sosyal girişimciler kaynak yarattıkları ölçüde sürdürülebilirliği sağlamaktadır (Kırılmaz, 2012: 164).

Sonuç olarak, kişilik özelliklerinin sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutu olan sürdürülebilirlik üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisinin olduğu görülmüştür. Buna göre kişilik özellikleri düzeyi arttıkça sürdürülebilirliğin de arttığı söylenebilir.

**H<sub>1.5a</sub>:** Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan dışadönüklük ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sürdürülebilirlik arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H<sub>1.5b</sub>:** Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan uyumluluk ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sürdürülebilirlik arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H<sub>1.5c</sub>:** Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan sorumluluk ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sürdürülebilirlik arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H<sub>1.5d</sub>:** Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan deneyime açıklık ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sürdürülebilirlik arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H<sub>1.5e</sub>:** Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan duygusal denge ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sürdürülebilirlik arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Öğrencilerin kişilik özelliklerinin alt boyutları ile sürdürülebilirlik arasındaki ilişkiyi test (H<sub>1.5a</sub>, H<sub>1.5b</sub>, H<sub>1.5c</sub>, H<sub>1.5d</sub>, H<sub>1.5e</sub>) etmek için çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Bu analizde sürdürülebilirlik bağımlı değişken, kişilik özelliklerinin alt boyutları bağımsız değişkendir. Tablo 4.24'te analiz sonuçları yer almaktadır.

Tablo 4. 24. Kişilik Özelliklerinin Alt Boyutlarının Sürdürülebilirlik Üzerindeki Etkisi

<b>Bağımlı Değişken = Sürdürülebilirlik</b>					
R = ,651    R <sup>2</sup> =,424    F = 156,392    df.1= 5    df.2 = 1061    Sig. F = ,000					
<b>Bağımsız Değişken</b>	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar	<b>t</b>	<b>p</b>
	<b>B</b>	<b>Std. Hata</b>	<b>Beta</b>		
Sabit	1,113	,112		9,947	,000
Dışadönüklük	,121	,022	,158	5,541	,000***
Uyumluluk	,123	,027	,134	4,605	,000***
Sorumluluk	,296	,028	,321	10,468	,000***
Deneyime Açıklık	,212	,029	,222	7,213	,000***
Duygusal Denge	-,024	,016	-,039	-1,540	,124

Durbin-Watson = 1,936

\*p<0.05, \*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001

Tablo 4.24'te görüldüğü üzere öğrencilerin kişilik özelliklerinin alt boyutları ile sürdürülebilirlik arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını tespit etmek için kurulan regresyon modelinin (p<,001) istatistiksel olarak (F=156,392 ve p=,000) anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çoklu bağlantı problemine karşı Tolerans ve

VIF değerlerine bakılmıştır. Tolerans değerlerinin 0,20'nin üstünde (dışadönüklük: ,664; uyumluluk: ,644; sorumluluk: ,579; deneyime açıklık: ,575 ve duygusal denge: ,826) ve VIF değerlerinin (dışadönüklük:1,506; uyumluluk:1,552; sorumluluk: 1,728; deneyime açıklık:1,738 ve duygusal denge:1,211) 10 olarak kabul edilen maksimum değerlerin altında olduğu görülmüştür. Durbin-Watson değeri 1,936 olarak bulunmuştur. Kişilik özelliklerinin alt boyutları sürdürülebilirliğin %42,4'ünü ( $R^2=,424$ ) açıklamaktadır. Kişilik özelliklerinin alt boyutlarını oluşturan dışadönüklük ile sürdürülebilirlik ( $\beta=,158$ ;  $p=,000$ ), uyumluluk ile sürdürülebilirlik ( $\beta=,134$ ;  $p=,000$ ), sorumluluk ile sürdürülebilirlik ( $\beta=,321$ ;  $p=,000$ ), deneyime açıklık ile sürdürülebilirlik ( $\beta=,222$ ;  $p=,000$ ) arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü olduğu, ancak duygusal denge ile sürdürülebilirlik ( $\beta=-,039$ ;  $p=,124$ ) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Bu sonuçlara göre  $H_{1.5a}$  ( $p<,001$ ),  $H_{1.5b}$  ( $p<,001$ ),  $H_{1.5c}$  ( $p<,001$ ) ve  $H_{1.5d}$  ( $p<,001$ ) hipotezleri kabul edilirken,  $H_{1.5e}$  ( $p>,05$ ) hipotezi reddedilmiştir. Yapılan analiz sonucunda dışadönüklük, uyumluluk, sorumluluk ve deneyime açıklık boyutlarının sürdürülebilirlik üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu, ancak duygusal dengenin sürdürülebilirlik üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı görülmüştür.

Dışadönüklük, genel olarak toplumsal sorunlara kararlılıkla yaklaşan kişilik özelliğini temsil etmektedir (Nga ve Shamuganathan, 2010: 267). Girişimciler sosyal ağlar içerisinde çalıştıklarından güvene dayalı ilişkiler geliştirerek hayatta kalmakta ve bu durum girişimcilerin uyumluluk kişilik özelliğine sahip olmasını gerektirmektedir (Ciavarella vd., 2004: 471; Nga vd., 2018: 127). Aynı doğrultuda sorumluluk kişilik özelliği de girişimcinin kurmuş olduğu işletmenin uzun dönemde hayatta kalmasında önemli bir etkiye sahiptir (Ciavarella vd., 2004: 471). Girişimcilerin günümüzün hızlı değişen iş ortamında hayatta kalabilmesi için yenilikçi olması, iş metotları ve kullandığı yöntemlerde yenilikçi yaklaşımlar sergilemesi gerekmektedir (Zhao ve Seibert, 2006: 261). Bu nedenle deneyime açıklık özelliği sürdürülebilirliği sağlamada önemli bir özellik olarak yer almaktadır. Literatürde yapılan çalışmalarda, kişilik özelliklerinin sürdürülebilirlik üzerinde etkisi olduğu görülmüştür.

Sosyal girişimciler yeni kaynaklar oluşturarak sürdürülebilirlik özelliğine ulaşmaktadır. Buna göre sosyal girişimciler kaynak yarattıkları ölçüde sürdürülebilir ve sürdürülebilir oldukları ölçüde kaynak oluşturmaktadırlar (Kırılmaz, 2012: 164). Bu nedenle sürdürülebilirliği benimseyen sosyal girişimciler, daha fazla sayıda insanın

ihtiyaçlarına hizmet ederek toplumsal değişimi yönlendirmeye çalışmaktadırlar (Nga ve Shamuganathan, 2010: 264).

Dacul (2017) tarafından yapılan çalışmada, dışadönüklük ve uyumluluğun sürdürülebilirlik üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu, ancak deneyime açıklık, sorumluluk ve duygusal dengenin anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmüştür. Caballero, Fuchs ve Priale (2013), tarafından yapılan çalışmada ise uyumluluk ve sorumluluğun sürdürülebilirlik üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu, ancak dışadönüklük, deneyime açıklık ve duygusal dengenin sürdürülebilirlik üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmüştür. Nga ve Shamuganathan (2010) tarafından üniversite öğrencilerine yapılan çalışmada, uyumluluk ve sorumluluğun sürdürülebilirlik üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu, ancak dışadönüklük ve duygusal dengenin anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmüştür. Nga, Priale, Darmohraj, Moschetti, Fuchs ve Sáenz (2018) tarafından yapılan çalışmada sorumluluk ve duygusal dengenin sürdürülebilirlik üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu görülmüştür.

Duygusal denge, bireylerin ilişkilerini sürdürmelerini ve müşteriler, çalışanlar ve kaynak sağlayıcılarla ilişkilerinde girişimcinin uzun vadeli başarısını kolaylaştırmasında önemli bir etkiye sahiptir (Ciavarella vd., 2004: 470-471). Fakat yapılan bu çalışmada duygusal dengenin sürdürülebilirlik üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmüştür.

Sonuç olarak, kişilik özelliklerinin alt boyutlarından dışadönüklük, uyumluluk, sorumluluk ve deneyime açıklık boyutlarının sürdürülebilirlik üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisinin olduğu, ancak duygusal dengenin anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmüştür. Buna göre dışadönüklük, uyumluluk, sorumluluk ve deneyime açıklık düzeyi arttıkça sürdürülebilirliğin de arttığı söylenebilir. Bu sonuçlar, İrengün ve Arikboğa (2015), Arshad ve Li (2016), Nga, Priale, Darmohraj, Moschetti, Fuchs ve Sáenz (2018), Caballero, Fuchs ve Priale (2013), Paksoy, Özbezek ve Gül (2019), Dacul (2017) ve Nga ve Shamuganathan (2010) alışmalarıyla paralellik göstermektedir.

**H<sub>1.6</sub>: Kişilik özellikleri ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sosyal ağlar arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.**

Öğrencilerin kişilik özellikleri ile sosyal girişimcilik yönelimi boyutlarından birisi olan sosyal ağlar arasındaki ilişkiyi test etmek için (H<sub>1.6</sub>) basit doğrusal regresyon

analizi yapılmıştır. Yapılan bu analizde bağımlı değişken sosyal ağlar, bağımsız değişken kişilik özellikleridir. Tablo 4.25'te analiz sonuçları yer almaktadır.

Tablo 4. 25. Kişilik Özelliklerinin Sosyal Ağlar Üzerindeki Etkisi

<b>Bağımlı Değişken = Sosyal Ağlar</b>					
R = ,539	R <sup>2</sup> = ,291	F = 436,345	df.1=	df.2 = 1065	Sig. F = ,000
<b>Bağımsız Değişken</b>	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar	<b>t</b>	<b>p</b>
	<b>B</b>	<b>Std. Hata</b>	<b>Beta</b>		
Sabit	1,621	,133		12,143	,000
Kişilik Özellikleri	,682	,033	,539	20,889	<b>,000***</b>
Durbin-Watson = 1,861					

\*p<0.05, \*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001

Tablo 4.25'te görüldüğü üzere öğrencilerin kişilik özellikleri ile sosyal ağlar arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını tespit etmek amacıyla kurulan regresyon modelinin ( $p<,001$ ) istatistiksel olarak ( $F=436,345$  ve  $p=,000$ ) anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Durbin-Watson değeri 1,861 olarak bulunmuştur. Buna göre kişilik özellikleri değişkeni tek başına sosyal ağların %29,1'ini ( $R^2=,291$ ) açıklamaktadır. Kişilik özellikleri ve sosyal ağlar arasındaki ( $\beta=,539$ ;  $p=,000$ ) ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre  $H_{1.6}$  ( $p<,001$ ) hipotezi kabul edilmiştir. Yapılan basit doğrusal regresyon analizi sonucunda kişilik özelliklerinin sosyal ağlar üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmüştür

Değerli bilgiler, iş kaynağı, yenilik, finansal ve kişisel destek sağladığı için sosyal ağlar, girişimciler için çok önemlidir. Sosyal ağlar diğer paydaşlarla daha fazla iletişim sağladığı için sosyal girişimciler için de önemlidir (İrengün ve Arıkboğa, 2015: 1188). Sosyal girişimcilik ile ilgili literatür incelendiğinde sosyal ağların sosyal girişimcilik sürecinde çok önemli olduğu görülmüştür. Buna göre sosyal girişimcilerin kendi ağlarını proaktif bir şekilde oluşturmaları, zaman ve emek tasarrufu sağlayarak sosyal girişimcilerin sosyal projelerini gerçekleştirmeleri ve başarıya ulaşmalarında sosyal ağlar önemli bir rol oynamaktadır (Urbano vd.,2010: 64).

Sonuç olarak, kişilik özelliklerinin sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutu olan sosyal ağlar üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Buna göre kişilik özellikleri düzeyi arttıkça sosyal ağların da arttığı söylenebilir.



**H<sub>1.6a</sub>:** Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan dışadönüklük ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sosyal ağlar arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H<sub>1.6b</sub>:** Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan uyumluluk ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sosyal ağlar arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H<sub>1.6c</sub>:** Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan sorumluluk ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sosyal ağlar arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H<sub>1.6d</sub>:** Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan deneyime açıklık ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sosyal ağlar arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H<sub>1.6e</sub>:** Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan duygusal denge ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sosyal ağlar arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Öğrencilerin kişilik özelliklerinin alt boyutları ile sosyal ağlar arasındaki ilişkiyi test (H<sub>1.6a</sub>, H<sub>1.6b</sub>, H<sub>1.6c</sub>, H<sub>1.6d</sub>, H<sub>1.6e</sub>) etmek için çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Bu analizde sosyal ağlar bağımlı değişken, kişilik özelliklerinin alt boyutları bağımsız değişkendir. Tablo 4.26’da analiz sonuçları yer almaktadır.

Tablo 4. 26. Kişilik Özelliklerinin Alt Boyutlarının Sosyal Ağlar Üzerindeki Etkisi

<b>Bağımlı Değişken = Sosyal Ağlar</b>					
R = ,597		R <sup>2</sup> = ,357		F = 117,704	df.1= 5
				df.2 = 1061	Sig. F = ,000
<b>Bağımsız Değişken</b>	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar	<b>t</b>	<b>p</b>
	<b>B</b>	<b>Std. Hata</b>	<b>Beta</b>		
Sabit	1,342	,131		10,274	,000
Dışadönüklük	,020	,025	,024	,790	,430
Uyumluluk	,364	,031	,357	11,628	<b>,000***</b>
Sorumluluk	,199	,033	,195	6,030	<b>,000***</b>
Deneyime Açıklık	,202	,034	,191	5,874	<b>,000***</b>
Duygusal Denge	-,059	,019	-,087	-3,204	<b>,001**</b>

Durbin-Watson = 1,910

\*p<0.05, \*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001

Tablo 4.26’da görüldüğü üzere öğrencilerin kişilik özelliklerinin alt boyutlarını ile sosyal ağlar arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını tespit etmek için kurulan regresyon modelinin (p<,001) istatistiksel olarak (F=117,704 ve p=,000) anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çoklu bağlantı problemine karşı Tolerans ve

VIF değerlerine bakılmıştır. Tolerans değerlerinin 0,20'nin üstünde (dışadönüklük: ,664; uyumluluk: ,644; sorumluluk: ,579; deneyime açıklık: ,575 ve duygusal denge: ,826) ve VIF değerlerinin (dışadönüklük:1,506; uyumluluk:1,552; sorumluluk: 1,728; deneyime açıklık:1,738 ve duygusal denge:1,211) 10 olarak kabul edilen maksimum değerinin altında olduğu belirlenmiştir. Durbin-Watson değeri 1,910 olarak bulunmuştur. Kişilik özelliklerinin alt boyutları sosyal ağların %35,7'sini ( $R^2=,357$ ) açıklamaktadır. Kişilik özelliklerinin alt boyutlarını oluşturan uyumluluk ile sosyal ağlar ( $\beta=,357$ ;  $p=,000$ ), sorumluluk ile sosyal ağlar ( $\beta=,195$ ;  $p=,000$ ), deneyime açıklık ile sosyal ağlar ( $\beta=,191$ ;  $p=,000$ ) arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü olduğu, duygusal denge ve sosyal ağlar ( $\beta=-,087$ ;  $p=,001$ ) arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ve negatif yönlü olduğu, ancak dışadönüklük ile sosyal ağlar ( $\beta=,024$ ;  $p=,430$ ) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Bu sonuçlara göre  $H_{1.6b}$  ( $p<,001$ ),  $H_{1.6c}$  ( $p<,001$ ),  $H_{1.6d}$  ( $p<,001$ ) ve  $H_{1.6e}$  ( $p<,01$ ) hipotezleri kabul edilirken,  $H_{1.6a}$  ( $p>,05$ ), hipotezi reddedilmiştir. Yapılan çoklu doğrusal regresyon analizi sonucunda uyumluluk, sorumluluk, deneyime açıklık ve duygusal denge boyutlarının sosyal ağlar üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu, ancak dışadönüklüğün sosyal ağlar üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı tespit edilmiştir.

Girişimcilerin dışadönüklük özelliğinin yüksek olması, sosyal ağların gelişimini kolaylaştırmakta ve paydaşlarla daha güçlü ilişkilerin oluşmasını sağlamaktadır. Bu nedenle uzun vadeli ve sağlam temelli girişimciliğin oluşmasında sosyal ağlar önemlidir (Ciavarella vd., 2004: 470). Toplumsal işletmelerin faaliyetlerini sürdürebilmeleri için müşteri ve yatırımcı gibi paydaşların finansal getiri yönünden ele alınmasında, sosyal dışsallığın ekonomik olarak sürdürülmesinde, dışadönük kişilik özelliğinin çok önemli olduğu varsayılmaktadır. Sosyal ağların kurulması, mevcut sosyal ağların bir işletmenin faaliyetlerini sürdürmek için etkin ve verimli bir şekilde kullanılması, bu tür projelerde çalışmak için gönüllüler bulunması ve diğer sosyal girişimlerle iş birliğinin başarılı bir şekilde oluşturulması açısından yüksek dışadönüklük seviyelerinin de önemli bir rol oynadığı söylenebilir (İrengün ve Arıkboğa, 2015: 1194). Diğer bir kişilik özelliği olan uyumluluk, kişiler arası ilişkiler üzerinde durmaktadır. Buna göre girişimciler sosyal ağlar içerisinde yer aldığı için başarılı olabilmeleri ve hayatta kalabilmeleri diğer paydaşlarla uyumlu ilişkiler geliştirmelerine bağlıdır (Ciavarella vd., 2004: 471; Nga vd., 2018: 127). Kişilik özelliklerinin bir diğer boyutu olan sorumluluk özelliği yüksek olan kişiler, çalışma

ortamında güçlü bir sorumluluk duygusu ile hareket ederek amacına ulaşmaktadırlar (Nga ve Shamuganathan, 2010: 268). Girişimcilerin iş faaliyetlerini kurmak ve sürdürülebilirliğini sağlamak için gerekli olan kişilik özelliklerinden biri de deneyime açıklıktır. Farklı paydaş grupları ile uzun vadeli ilişkilerin geliştirilmesi ve belirsizlikle başa çıkabilmek için bireylerin deneyime ve gelişime açık olması gerekmektedir (Ciavarella vd., 2004: 470). Sosyal girişimcilik süreci “problem çözme” süreci olarak görülmektedir. Bu bağlamda, özellikle de toplumun bu tür faaliyetleri bazı durumlarda desteklemeyebileceği ve sosyal girişimcilerin sosyal girişimcilik faaliyetlerini sürdüremeyeceği gibi problemlerle yüz yüze geldiğinde sosyal girişimcilerin hızlıca moralleri bozulabilecek bireyler olabileceği varsayılmaktadır. Bunu göz önünde bulundurarak, duygusal olarak kararlı olan insanlar, sosyal girişimin sosyal ağlarını oluştururken başarılı olabilmekte ve kurumun dış ilişkilerini başarılı bir şekilde sürdürebilmektedir (İrengün ve Arıkboğa, 2015: 1194). Deneyime açıklık, dışadönüklük ve sorumluluk özelliklerinin sosyal ağlar üzerindeki etkisi, yeni deneyimler için yatkınlık, sosyallik, atılganlık duygusal zekâ ve kendini kontrol etme gibi özellikler ile açıklanmaktadır. Bu özellikler sosyal girişimcilerin stratejik davranmalarını sağlamaktadır. Bunun nedeni, sosyal ağların organizasyonun işleyişini ve başarısını sağlamak için önemli bir fayda kaynağı oluşturmasıdır (Nga vd., 2018: 14). Literatürde yapılan çalışmalarda, kişilik özelliklerinin sosyal ağlar üzerinde etkisi olduğu görülmüştür.

Sosyal girişimciler sosyal içerikli çözümler üretebilmek için sık sık sosyal ağlardan faydalanmaktadırlar. Buna göre sosyal girişimcilerin aileleri, arkadaş çevresi, kamu kurumları, sivil toplum kuruluşları, diğer sosyal girişimciler sosyal ağları oluşturmaktadır. Sosyal girişimciler sosyal ağlar aracılığıyla sosyal girişim fırsatlarını hayata geçirmektedir. Sosyal sorunların çözümü için birlikte hareket geçilmesi ile kaynaklar daha verimli kullanılmakta ve sorunlara daha kalıcı çözümler bulunmaktadır (Kırılmaz, 2014: 71).

Dacul (2017), tarafından yapılan çalışmada dışadönüklük, uyumluluk ve duygusal dengenin sosyal ağlar üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu, ancak deneyime açıklık ve sorumluluğun anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmüştür. Caballero, Fuchs ve Priale (2013), tarafından yapılan çalışmada ise sorumluluğun sosyal ağlar üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu, ancak dışadönüklük, deneyime açıklık, uyumluluk ve duygusal dengenin sosyal ağlar üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmüştür. Nga ve Shamuganathan (2010) tarafından üniversite öğrencilerine yapılan çalışmada,

uyumluluğun sosyal ağlar üzerinde pozitif yönde ve anlamlı, duygusal dengenin ise negatif yönlü ve anlamlı bir etkisinin olduğu görülmüştür. Nga, Priale, Darmohraj, Moschetti, Fuchs ve Sáenz (2018) tarafından yapılan çalışmada ise sorumluluğun sosyal ağlar üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu görülmüştür.

Sonuç olarak, kişilik özelliklerinin alt boyutlarından uyumluluk, sorumluluk ve deneyime açıklık boyutlarının finansal getiri üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisinin olduğu, duygusal dengenin ise negatif yönlü ve anlamlı bir etkisinin olduğu görülmüştür. Buna göre uyumluluk, sorumluluk ve deneyime açıklık düzeyi arttıkça sosyal ağların arttığı, duygusal denge düzeyi azaldıkça sosyal ağların da arttığı söylenebilir. Bu sonuçlar, Nga, Priale, Darmohraj, Moschetti, Fuchs ve Sáenz (2018), Caballero, Fuchs ve Priale (2013), Paksoy, Özbezek ve Gül (2019), Dacul (2017) ve Nga ve Shamuganathan (2010) çalışmalarıyla uyumluluk göstermektedir.

#### 4.3.2.2. Girişimci Kişilik Özelliklerinin Sosyal Girişimcilik Yönelimi Üzerindeki Etkisi

Araştırmanın bu bölümünde girişimci kişilik özellikleri ve sosyal girişimcilik yönelimi değişkenleri ve alt boyutları kapsamında geliştirilmiş olan hipotezleri test etmek için yapılmış olan regresyon analizi sonuçları yer almaktadır.

**H<sub>2</sub>:** Girişimci kişilik özellikleri ile sosyal girişimcilik yönelimi arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Öğrencilerin girişimci kişilik özellikleri ile sosyal girişimcilik yönelimleri arasındaki ilişkiyi test etmek için (H<sub>2</sub>) basit doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Yapılan regresyon analizinde bağımlı değişken sosyal girişimcilik yönelimi, bağımsız değişken girişimci kişilik özellikleridir. Tablo 4.27’de analiz sonuçları yer almaktadır.

Tablo 4. 27. Girişimci Kişilik Özelliklerinin Sosyal Girişimcilik Yönelimi Üzerindeki Etkisi

<b>Bağımlı Değişken = Sosyal Girişimcilik Yönelimi</b>					
R = ,663		R <sup>2</sup> = ,440		F = 836,056	
		df.1 = 1		df.2 = 1065	
Sig. F = ,000					
Bağımsız Değişken	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar	t	p
	B	Std. Hata	Beta		
Sabit	1,238	,093		13,370	,000
Girişimci Kişilik Özellikleri	,718	,025	,663	28,915	<b>,000***</b>
Durbin-Watson = 1,923					

\*p<0.05, \*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001

Tablo 4.27’de görüldüğü üzere girişimci kişilik özellikleri ile sosyal girişimcilik yönelimi arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını tespit etmek için kurulmuş olan regresyon modelinin ( $p < ,001$ ) istatistiksel olarak ( $F=836,056$  ve  $p=,000$ ) anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Durbin-Watson değerinin 1,923 olduğu görülmüştür. Buna göre girişimci kişilik özellikleri değişkeni tek başına sosyal girişimcilik yöneliminin %44’ünü ( $R^2=,440$ ) açıklamaktadır. Girişimci kişilik özellikleri ve sosyal girişimcilik yönelimi arasındaki ( $\beta=,663$ ;  $p=,000$ ) ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre  $H_2$  ( $p < ,001$ ) hipotezi kabul edilmiştir. Yapılan basit doğrusal regresyon analizi sonucunda girişimci kişilik özelliklerinin sosyal girişimcilik yönelimi üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmüştür.

Kâr amacı gütmeyen, kâr amaçlı veya karma, büyük ve küçük her türlü örgütte çalışan (Sutha ve Sankar,2016:96) sosyal girişimciler, enerjik, güvenilir başkalarının çalışmalarına katılmaları için ilham verme becerisine sahip olan (Barendsen ve Dgardner, 2004: 45) kişilik özelliklerine sahiptirler. Sosyal girişimciler, ticari girişimcilerin aksine, temel insani ihtiyaçlara hizmet etmeyi ve toplumun yaşam kalitesinin iyileştirilmesini taahhüt ederler. Sosyal girişimciler yenilikçilik, başarı, bağımsızlık, kader duygusu, düşük risklilik, belirsizlik toleransı ve sosyal değer yaratma gibi özelliklere sahiptirler (Nga ve Shamuganathan, 2010: 263).

Sonuç olarak, girişimci kişilik özelliklerinin sosyal girişimcilik yönelimi üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Buna göre girişimci kişilik özellikleri düzeyi arttıkça sosyal girişimcilik yöneliminin de arttığı söylenebilir. Bu sonuçlar Saat, Bahador ve Rusly (2019), Akar ve Doğan (2018), Eratlı-Şirin, Bilir ve Öz (2018), Çavdar, Cumhuri, Koç ve Doymuş (2018), Konaklı ve Göğüş (2013), Smith, Bell ve Watts (2014) ve Kırılmaz’ın (2012) çalışmalarıyla paralellik göstermektedir.

**H<sub>2.1a</sub>:** Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan risk alma eğilimi ile sosyal girişimcilik yönelimi arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H<sub>2.1b</sub>:** Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan yenilikçilik ile sosyal girişimcilik yönelimi arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H<sub>2.1c</sub>:** Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan başarı ihtiyacı ile sosyal girişimcilik yönelimi arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H<sub>2.1d</sub>:** Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan kontrol odağı ile sosyal girişimcilik yönelimi arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H<sub>2.1e</sub>:** Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan belirsizlik toleransı ile sosyal girişimcilik yönelimi arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutları ile sosyal girişimcilik yönelimi arasındaki ilişkiyi test (H<sub>2.1a</sub>, H<sub>2.1b</sub>, H<sub>2.1c</sub>, H<sub>2.1d</sub>, H<sub>2.1e</sub>) etmek için çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Bu analizde sosyal girişimcilik yönelimi bağımlı değişken, girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutları bağımsız değişken olarak belirlenmiştir. Tablo 4.28’de analiz sonuçları yer almaktadır.

Tablo 4. 28. Girişimci Kişilik Özelliklerinin Alt Boyutlarının Sosyal Girişimcilik Yönelimi Üzerindeki Etkisi

<b>Bağımlı Değişken = Sosyal Girişimcilik Yönelimi</b>					
R = ,680 R <sup>2</sup> = ,462 F = 182,522 df.1=5 df.2 = 1061 Sig. F = ,000					
<b>Bağımsız Değişken</b>	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar	<b>t</b>	<b>p</b>
	<b>B</b>	<b>Std. Hata</b>	<b>Beta</b>		
Sabit	1,291	,093		13,857	,000
Risk Alma Eğilimi	,127	,020	,166	6,240	<b>,000***</b>
Yenilikçilik	,065	,018	,094	3,559	<b>,000***</b>
Başarı İhtiyacı	,097	,017	,144	5,837	<b>,000***</b>
Kontrol Odağı	,085	,013	,143	6,292	<b>,000***</b>
Belirsizlik Toleransı	,313	,021	,428	14,592	<b>,000***</b>
Durbin-Watson = 1,974					

\*p<0.05, \*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001

Tablo 4.28’de görüldüğü üzere öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutları ile sosyal girişimcilik yönelimi arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını tespit etmek için kurulmuş olan regresyon modelinin (p<,001) istatistiksel olarak (F=182,522 ve p=,000) anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çoklu bağlantı problemlerine karşı Tolerans ve VIF değerlerine bakılmıştır. Tolerans değerlerinin 0,20’nin üstünde (risk alma eğilimi: ,712; yenilikçilik: ,724; başarı ihtiyacı: ,836; kontrol odağı: ,980 ve belirsizlik toleransı: ,589) ve VIF değerlerinin (risk alma eğilimi:1,405; yenilikçilik:1,381; başarı ihtiyacı:1,196; kontrol odağı:1,020 ve belirsizlik toleransı:1,698) 10 olarak kabul edilen maksimum değer altında olduğu görülmüştür. Durbin-Watson değerinin ise 1,974 olduğu tespit edilmiştir. Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutları sosyal girişimcilik yöneliminin %46,2’sini (R<sup>2</sup>=,462) açıklamaktadır. Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarını oluşturan risk alma eğilimi ile sosyal girişimcilik yönelimi (β=,166; p=,000), yenilikçilik ile sosyal girişimcilik yönelimi (β=,094; p=,000), başarı ihtiyacı ile sosyal girişimcilik yönelimi (β=,144; p=,000), kontrol odağı ile sosyal girişimcilik yönelimi (β=,143; p=,000),

belirsizlik toleransı ile sosyal girişimcilik yönelimi ( $\beta=,428$ ;  $p=,000$ ) arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuçlara göre  $H_{2.1a}$  ( $p<,001$ ),  $H_{2.1b}$  ( $p<,001$ ),  $H_{2.1c}$  ( $p<,001$ ),  $H_{2.1d}$  ( $p<,001$ ) ve  $H_{2.1e}$  ( $p<,001$ ) hipotezleri kabul edilmiştir. Yapılan çoklu doğrusal regresyon analizi sonucunda girişimci kişilik özelliklerinin tüm alt boyutlarının sosyal girişimcilik yönelimi üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu söylenebilir.

Girişimcilik ile ilgili yapılan araştırmalarda, girişimcilerin girişimci olmayan diğer bireylerden farklı birtakım özelliklere sahip oldukları görülmüştür (Gartner ve Barendsen, 1985: 696). Girişimci bireylerde bulunması gereken özelliklerden bazıları genel olarak şunlardır: Risk alma, yenilikçilik, başarı ihtiyacı, kontrol odağı ve belirsizliğe karşı toleranstır.

Risk kelimesi, finansal açıdan zararı içerdiği gibi, sosyal kayıpları da içermektedir (Kayalar ve Ömürberk, 2007: 187). Risk alma eğilimi girişimci kişilik özelliklerinden en önemlisidir (Bozkurt, 2006: 99). Ticari girişimciler gibi sosyal girişimciler de amaçlarına ulaşmak için risk almak zorundadırlar (Çavuş ve Pekkan, 2017: 520). Diğer bir girişimci kişilik özelliği olan yenilikçilik sosyal girişimciler için büyük bir öneme sahiptir (Kümbül Güler, 2008: 209).

Girişimcilerin bir faaliyete başlarken girişimcilik özellikleri yanında başarı özelliğine de sahip olması da gerekmektedir (Şen ve Aslan, 2017: 1849). Aynı doğrultuda sosyal girişimcilerin de sosyal sorunlara çözüm üretmek amacı ile hareket ederek, sosyal değişimi sağlayarak başarıya ulaşmasında yüksek başarı ihtiyacının önemli olduğu varsayılmaktadır (Kırılmaz, 2012: 133). Kontrol odağı, kişinin yaşamındaki olayları ne oranda kontrol ettiğine olan inancını ifade etmekte kullanılan bir girişimci kişilik özelliğidir (İnce vd., 2015: 402-403). Girişimciler, belirsiz bir ortamda faaliyet gösterdikleri için girişimcilerin belirsizliğe tolerans düzeylerinin diğer bireylere göre daha yüksek olduğu söylenebilir (Koh, 1996: 15). Aynı doğrultuda sosyal girişimcilerin de belirsizlikten kaçınma düzeylerinin orta düzeyde olacağı varsayılmaktadır (Kümbül Güler, 2008: 207).

Sonuç olarak, girişimci kişilik özelliklerinin tüm alt boyutlarının sosyal girişimcilik yönelimi üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisinin olduğu görülmüştür. Buna göre risk alma eğilimi, yenilikçilik, başarı ihtiyacı, kontrol odağı ve belirsizlik toleransı düzeyi arttıkça sosyal girişimcilik yöneliminin de arttığı söylenebilir. Bu sonuçlar Saat, Bahador ve Rusly (2019), Akar ve Doğan (2018), Eratlı-Şirin, Bilir ve Öz (2018), Çavdar, Cumhuriyet, Koç ve Doymuş (2018), Konaklı ve

Göğüş (2013), Smith, Bell ve Watts (2014) ve Kırılmaz'ın (2012) çalışmalarıyla paralellik göstermektedir.

**H<sub>2.2</sub>:** Girişimci kişilik özellikleri ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sosyal vizyon arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Öğrencilerin girişimci kişilik özellikleri ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sosyal vizyon arasındaki ilişkiyi test etmek için (H<sub>2.2</sub>) basit doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Yapılan bu analizde, bağımlı değişken sosyal vizyon, bağımsız değişken girişimci kişilik özellikleridir. Tablo 4.29'da analiz sonuçları yer almaktadır.

Tablo 4. 29. Girişimci Kişilik Özelliklerinin Sosyal Vizyon Üzerindeki Etkisi

<b>Bağımlı Değişken = Sosyal Vizyon</b>					
R = ,579		R <sup>2</sup> = ,335		F = 537,403	
df.1=1		df.2 =1065		Sig. F = ,000	
<b>Bağımsız Değişken</b>	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar	<b>t</b>	<b>p</b>
	<b>B</b>	<b>Std. Hata</b>	<b>Beta</b>		
Sabit	,771	,128		6,027	,000
Girişimci Kişilik Özellikleri	,795	,034	,579	23,182	,000***
Durbin-Watson = 2,017					

\*p<0.05, \*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001

Tablo 4.29'da görüldüğü üzere öğrencilerin girişimci kişilik özellikleri ile sosyal vizyon arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını tespit etmek için kurulan regresyon modelinin (p<,001) istatistiksel olarak (F=537,403 ve p=,000) anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Durbin-Watson değeri 2,017 olarak bulunmuştur. Buna göre girişimci kişilik özellikleri değişkeni tek başına sosyal vizyonun %33,5'ini (R<sup>2</sup>=,335) açıklamaktadır. Girişimci kişilik özellikleri ve sosyal vizyon arasındaki (β=,579; p=,000) ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre H<sub>2.2</sub> (p<,001) hipotezi kabul edilmiştir. Yapılan basit doğrusal regresyon analizi sonucunda girişimci kişilik özelliklerinin sosyal vizyon üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu söylenebilir.

Girişimcinin faaliyetlerinde başarılı olması farklı birçok demografik, sosyal ve çevresel faktörlere (Develi vd., 2011: 118) bağlı olmaktadır. Ancak girişimcilik başarısında girişimcinin kişilik özelliklerinin de önemli olduğu görülmüştür.

Sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından biri olan sosyal vizyon özelliği sosyal girişimciliği diğer girişimcilik türlerinden ayıran temel bir özelliktir (İrengün ve Arıkboğa, 2015: 1188). Sosyal girişimcilerin toplumsal sorunlara çözüm



araması, sosyal değer oluşturarak sosyal dönüşümü sağlaması sosyal bir vizyona sahip olmayı gerektirmektedir (Kırılmaz, 2014: 57).

Sonuç olarak, girişimci kişilik özelliklerinin sosyal vizyon üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisinin olduğu görülmüştür. Buna göre girişimci kişilik özellikleri düzeyi artıkça sosyal vizyonun da arttığı söylenebilir.

**H<sub>2.2a</sub>:** Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan risk alma eğilimi ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sosyal vizyon arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H<sub>2.2b</sub>:** Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan yenilikçilik ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sosyal vizyon arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H<sub>2.2c</sub>:** Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan başarı ihtiyacı ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sosyal vizyon arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H<sub>2.2d</sub>:** Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan kontrol odağı ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sosyal vizyon arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H<sub>2.2e</sub>:** Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan belirsizlik toleransı ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sosyal vizyon arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutları ile sosyal vizyon arasındaki ilişkiyi test (H<sub>2.2a</sub>, H<sub>2.2b</sub>, H<sub>2.2c</sub>, H<sub>2.2d</sub>, H<sub>2.2e</sub>) etmek için çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Bu analizde sosyal vizyon bağımlı değişken, girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutları bağımsız değişkendir. Tablo 4.30'da analiz sonuçları yer almaktadır.

Tablo 4. 30. Girişimci Kişilik Özelliklerinin Alt Boyutlarının Sosyal Vizyon Üzerindeki Etkisi

<b>Bağımlı Değişken = Sosyal Vizyon</b>					
R = ,603    R <sup>2</sup> =,363    F=120,972    df.1= 5    df.2 = 1061    Sig. F =,000					
<b>Bağımsız Değişken</b>	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar	<b>t</b>	<b>p</b>
	<b>B</b>	<b>Std. Hata</b>	<b>Beta</b>		
Sabit	,925	,129		7,192	,000
Risk Alma Eğilimi	,131	,028	,135	4,656	<b>,000***</b>
Yenilikçilik	,153	,025	,175	6,093	<b>,000***</b>
Başarı İhtiyacı	,016	,023	,019	,715	,475
Kontrol Odağı	,094	,019	,124	5,024	<b>,000***</b>
Belirsizlik Toleransı	,352	,030	,380	11,890	<b>,000***</b>

Durbin-Watson = 2,047

\*p<0.05, \*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001

Tablo 4.30'da görüldüğü üzere öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutları ile sosyal vizyon arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını tespit etmek için kurulan regresyon modelinin ( $p < ,001$ ) istatistiksel olarak ( $F=120,972$  ve  $p=,000$ ) anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çoklu bağlantı problemine karşı Tolerans ve VIF değerlerine bakılmıştır. Tolerans değerlerinin 0,20'nin üstünde (risk alma eğilimi: ,712; yenilikçilik: ,724; başarı ihtiyacı: ,836; kontrol odağı: ,980 ve belirsizlik toleransı: ,589) ve VIF değerlerinin (risk alma eğilimi:1,405; yenilikçilik:1,381; başarı ihtiyacı:1,196; kontrol odağı:1,020 ve belirsizlik toleransı:1,698) 10 olarak kabul edilen maksimum değer altında olduğu görülmüştür. Durbin-Watson değeri ise 2,047 olarak bulunmuştur. Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutları sosyal vizyonun %36,3'ünü ( $R^2=,363$ ) açıklamaktadır. Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarını oluşturan risk alma eğilimi ile sosyal vizyon ( $\beta=,135$ ;  $p=,000$ ), yenilikçilik ile sosyal vizyon ( $\beta=,175$ ;  $p=,000$ ), kontrol odağı ile sosyal vizyon ( $\beta=,124$ ;  $p=,000$ ), belirsizlik toleransı ile sosyal vizyon ( $\beta=,380$ ;  $p=,000$ ), arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ancak başarı ihtiyacı ile sosyal vizyon ( $\beta=,019$ ;  $p=,475$ ) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Bu sonuçlara göre  $H_{2.2a}$  ( $p < ,001$ ),  $H_{2.2b}$  ( $p < ,001$ ),  $H_{2.2d}$  ( $p < ,001$ ) ve  $H_{2.2e}$  ( $p < ,001$ ) hipotezleri kabul edilmiş, ancak  $H_{2.2c}$  ( $p > ,05$ ) hipotezi reddedilmiştir. Yapılan çoklu doğrusal regresyon analizi sonucunda girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından risk alma eğilimi, yenilikçilik, kontrol odağı ve belirsizlik toleransının sosyal vizyon üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu, başarı ihtiyacının ise sosyal vizyon üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı görülmüştür.

Girişimci kişilik özelliklerinden biri olan risk değerlendirmesi bilişsel süreç sonucunda gerçekleşmektedir. Buna göre girişimciler fırsatlar ile karşılaştığında risk ölçümü yapmakta ve bunun sonucunda girişimcilik süreci başlamaktadır. Ticari girişimcilikteki bu süreç gibi sosyal girişimcilik içinde bu süreç aynı şekilde işlemektedir. Sosyal girişimci de sosyal bir sorun ile karşılaştığında risk değerlemesi yapmakta ve buna göre kararını vermektedir (Kırılmaz, 2012: 135). Sosyal girişimciler, ticari girişimciler gibi ekonomik riskle karşı karşıya olmasalar da çoğu zaman vizyonlarını sürdürmek için çok fazla kişisel güvenlik riski taşımaktadırlar. Sosyal girişimcilikte sermaye birikimi ya da yüksek ücret beklentisi değil, bir işin kurulması ve büyümesi için mesleki ve duygusal bir risk bulunmaktadır (Smith vd., 2014: 16). Bu nedenle; sosyal girişimciler, profesyonel kariyerleri ve tutkularını sürdürmek için aile hayatlarını ve mali kaynaklarını sıklıkla riske atmaktadırlar (Praszkier vd., 2009: 45).

Diğer bir girişimcilik özelliği olan yenilikçilik, tedarikçilere, tüketicilere ve organizasyona yeni çözümler, yeni ürün ve hizmetler geliştirerek yenilik katan bir süreç olarak ifade edilmektedir (Ören ve Biçkes, 2011: 73). Sosyal girişimci için ekonomik değerlerden ziyade sosyal açıdan formüle edilmiş güçlü bir vizyon sunma yeteneği daha önemlidir (Sharir ve Lerner, 2006: 7). Çünkü sosyal bir misyonun başarısı, sosyal sorunlara yenilikçi çözümler getiren değerlerin, yeteneklerin ve becerilerin geliştirilmesini gerektirmektedir (Arroya vd., 2016: 182). Bu nedenle sosyal girişimcilerin sosyal sorunlara, girişimcilik perspektifinden çözüm araması, sosyal değer yaratarak insanların sosyal ihtiyacını karşılaması ve sosyal dönüşümü hızlandırması (Kırılmaz, 2014: 57) sosyal bir vizyona sahip olmayı gerektirmektedir.

Yeni bir iş kurma ve bu işin sürdürülebilirliğini sağlamak için bir girişimcinin sadece sosyal vizyonunun olması yeterli görülmemekte, girişimcinin bu vizyonunu gerçekleştirebileceğine inanması gerekmektedir (Solmaz vd., 2014: 43). Bu noktada girişimci bireylerin kontrol odağı düzeylerinin yüksek olması önemli bir özellik olarak karşımıza çıkmaktadır. Girişimciler, belirsiz bir ortamda faaliyet gösterdiklerinden dolayı girişimcilerin belirsizliğe tolerans düzeylerinin diğer bireylere göre daha yüksek olduğu söylenebilir (Koh, 1996: 15).

Girişimci kişilik özelliklerinden biri olan başarı ihtiyacı; bireyin başarıya ulaşma ve zorlayıcı hedeflere ulaşma arzusunu ifade etmektedir (Kerr vd., 2017: 17). Buna göre girişimcilerin herhangi bir girişimcilik faaliyetine başlarken kişisel yetenekleri yanında yüksek başarı özelliğine de sahip olması gerekmektedir (Şen ve

Aslan, 2017: 1849). Ancak yapılan bu çalışmada girişimci kişilik özelliklerinden başarı ihtiyacının sosyal vizyon üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmüştür.

Sonuç olarak, girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından risk alma eğilimi, yenilikçilik, kontrol odağı ve belirsizlik toleransı boyutlarının sosyal vizyon üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisinin olduğu görülmüştür. Buna göre risk alma eğilimi, yenilikçilik, kontrol odağı ve belirsizlik toleransı düzeyi arttıkça sosyal vizyon düzeyinin de arttığı söylenebilir. Bu sonuçlar Saat, Bahador ve Rusly (2019), Akar ve Doğan (2018), Eratlı-Şirin, Bilir ve Öz (2018), Çavdar, Cumhuriyet, Koç ve Doymuş (2018), Konaklı ve Göğüş (2013), Smith, Bell ve Watts (2014) ve Kırılmaz'ın (2012) çalışmalarıyla paralellik göstermektedir.

**H<sub>2.3</sub>:** Girişimci kişilik özellikleri ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan finansal getiri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Girişimci kişilik özellikleri ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan finansal getiri arasındaki ilişkiyi test etmek için (H<sub>2.3</sub>) basit doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Yapılan bu analizde bağımlı değişken finansal getiri, bağımsız değişken girişimci kişilik özellikleridir. Tablo 4.31'de analiz sonuçları yer almaktadır.

Tablo 4. 31. Girişimci Kişilik Özelliklerinin Finansal Getiri Üzerindeki Etkisi

<b>Bağımlı Değişken = Finansal Getiri</b>						
R =,343		R <sup>2</sup> =,118		F =142,401		
		df.1= 1		df.2 = 1065		
				Sig. F = ,000		
<b>Bağımsız Değişken</b>	Standardize Edilmem		Standardize		<b>t</b>	<b>p</b>
	Katsayılar		Katsayılar			
	<b>B</b>	<b>Std. Hata</b>	<b>Beta</b>			
Sabit	1,465	,182			8,063	,000
Girişimci Kişilik Özellikleri	,581	,049	,343		11,933	<b>,000***</b>
Durbin-Watson = 1,935						

\*p<0.05, \*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001

Tablo 4.31'de görüldüğü üzere girişimci kişilik özellikleri ile finansal getiri arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını tespit etmek amacıyla kurulan regresyon modelinin (p<,001) istatistiksel olarak (F=142,401 ve p=,000) anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Durbin-Watson değeri ise 1,935 olarak bulunmuştur. Buna göre girişimci kişilik özellikleri değişkeni tek başına finansal getirinin %11,8'ini (R<sup>2</sup>=,118) açıklamaktadır. Girişimci kişilik özellikleri ve finansal getiri arasındaki (β=,343; p=,000) ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre H<sub>2.3</sub> (p<,001) hipotezi kabul edilmiştir. Yapılan basit doğrusal

regresyon analizi sonucunda girişimci kişilik özelliklerinin finansal getiri üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu söylenebilir.

Sosyal girişimciler, sosyal değişimi sağlamak ve sosyal sorunlara sürdürülebilir çözümler bulmak için finansal kaynaklara ihtiyaç duymaktadır (Akkan ve Süygün, 2016: 40). Ancak sosyal girişimciler, kar odaklı girişimcilerden farklı olarak sosyal değer elde etmeyi amaçlamakta ve kar bu faaliyetin bir sonucu olarak oluşmaktadır (İrengün ve Arıkboğa, 2015: 1187).

Sonuç olarak, girişimci kişilik özelliklerinin sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutu olan finansal getiri üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisinin olduğu belirlenmiştir. Buna göre girişimci kişilik özellikleri düzeyi arttıkça finansal getiri düzeyinin de arttığı söylenebilir.

**H<sub>2.3a</sub>:** Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan risk alma eğilimi sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan finansal getiri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H<sub>2.3b</sub>:** Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan yenilikçilik ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan finansal getiri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H<sub>2.3c</sub>:** Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan başarı ihtiyacı ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan finansal getiri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H<sub>2.3a</sub>:** Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan kontrol odağı ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan finansal getiri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H<sub>2.3e</sub>:** Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan belirsizlik toleransı ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan finansal getiri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutları ile finansal getiri arasındaki ilişkiyi test (H<sub>2.3a</sub>, H<sub>2.3b</sub>, H<sub>2.3c</sub>, H<sub>2.3d</sub>, H<sub>2.3a</sub>) etmek için çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Bu analizde finansal getiri bağımlı değişken, girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutları bağımsız değişkendir. Tablo 4.32’de analiz sonuçları yer almaktadır.

Tablo 4. 32. Girişimci Kişilik Özelliklerinin Alt Boyutlarının Finansal Getiri Üzerindeki Etkisi

<b>Bağımlı Değişken = Finansal Getiri</b>						
R = ,411		R <sup>2</sup> = ,196		F =43,123		
		df.1= 5		df.2 =1061		
				Sig. F =,000		
<b>Bağımsız Değişken</b>	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar		<b>t</b>	<b>p</b>
	<b>B</b>	<b>Std. Hata</b>	<b>Beta</b>			
Sabit	1,502	,181			8,294	,000
Risk Alma Eğilimi	,193	,040	,162		4,870	<b>,000***</b>
Yenilikçilik	-,048	,035	-,045		-1,368	,172
Başarı İhtiyacı	,006	,032	,006		,188	,851
Kontrol Odağı	,289	,026	,311		10,998	<b>,000***</b>
Belirsizlik Toleransı	,173	,042	,152		4,162	<b>,000***</b>
Durbin-Watson =1,920						

\*p<0.05, \*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001

Tablo 4.32’de görüldüğü üzere öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarını ile finansal getiri arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını tespit etmek için kurulan regresyon modelinin (p<,001) istatistiksel olarak (F=43,123 ve p=,000) anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çoklu bağlantı problemine karşı Tolerans ve VIF değerlerine bakılmıştır. Tolerans değerlerinin 0,20’nin üstünde (risk alma eğilimi: ,712; yenilikçilik: ,724; başarı ihtiyacı: ,836; kontrol odağı: ,980 ve belirsizlik toleransı: ,589) ve VIF değerlerinin (risk alma eğilimi: 1,405; yenilikçilik: 1,381; başarı ihtiyacı: 1,196; kontrol odağı: 1,020 ve belirsizlik toleransı: 1,698) 10 olarak kabul edilen maksimum değer altında olduğu görülmüştür. Durbin-Watson değeri ise 1,920 olarak bulunmuştur. Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutları finansal getirinin %19,6’sını (R<sup>2</sup>=,196) açıklamaktadır. Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarını oluşturan risk alma eğilimi ile finansal getiri ( $\beta$ =,162; p=,000), kontrol odağı ile finansal getiri ( $\beta$ =,311; p=,000), belirsizlik toleransı ile finansal getiri ( $\beta$ =,152; p=,000), arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ancak yenilikçilik ile finansal getiri ( $\beta$ =-,045; p=,172) ve başarı ihtiyacı ile finansal getiri ( $\beta$ =,006; p=,851) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Bu sonuçlara göre H2.3a (p<,001), H2.3d (p<,001) ve H2.3e (p<,001) hipotezleri kabul edilmiş, ancak H2.3b (p>,05) ve H2.3c (p>,05) hipotezleri reddedilmiştir. Yapılan çoklu doğrusal regresyon analizi sonucunda girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından risk alma eğilimi, kontrol odağı ve belirsizlik toleransın finansal getiri üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu,

yenilikçilik ve başarı ihtiyacının ise finansal getiri üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı belirlenmiştir.

Girişimciler sınırlı veriler ile karar almakta ve amaçlarına ulaşmak için risk almak durumundadırlar (Taatila, 2010: 50). Bu nedenle girişimcilerin amaçlarına başarılı bir şekilde ulaşabilmeleri için risk almaktan korkmaması gerekmektedir (Dhaliwal, 2016: 4262). Bir diğer girişimci kişilik özelliği olan kontrol odağı, insanların hayatındaki ödüller ve cezalar hakkındaki algılarını ve bir bireyin kendi kaderini kontrol edip edemeyeceği genel bir inanca işaret etmektedir (Yan, 2010: 3). Girişimci kişilik özelliklerinden belirsizliğe karşı tolerans düzeyi yüksek olan bireyler belirsiz bir çevrede daha fazla bilgiye ihtiyaç duymadan aldığı karar güvenebiliyorsa bu kişinin yüksek bir belirsizliğe tolerans düzeyine sahip olduğu söylenebilir (İşcan ve Kaygın, 2011: 447).

Sosyal girişimcinin; toplumsal problemlerin farkında olması, başarıya ihtiyacının yüksek olması, azimli ve mücadeleci olması, risk ve sorumluluk alma arzusu ve yeteneğinin olması, fırsatları görebilme ve yaratıcılık yeteneğinin olması, araştırma yapma ve planlı çalışma yeteneğinin olması, diğer insanlarla birlikte çalışabilmesi ve onlara güven verebilmesi, tavsiyelerden yararlanarak eksikliğini bilmesi, kendini geliştirme arzusunda olması, zor şartlarda çalışmaya hazırlıklı olması, başkalarını etkileyerek onları çalışmaya dâhil edebilmesi (Denizalp, 2009: 8) gibi özelliklere sahip olması önemlidir. Çünkü sosyal girişimcilerin sosyal hedeflerine ulaşabilmesi ancak bu özellikler aracılığıyla gerçekleşmektedir.

Sosyal girişimciler amaçlarına ulaşmak için fırsatlara odaklanmakta ve kıt kaynaklarla rekabet etmektedir (Nga ve Shamuganathan, 2010: 265). Bu nedenle, sürdürülebilirliği sağlamak için sosyal girişimcilerin finansal getiri üretme kapasitesi önemlidir. Sosyal girişimcilikte sosyal amaç her zaman en başta gelmekte, ancak finansal getiri bu amaca ulaşmada bir araç olmaktadır (İsmail vd., 2014: 5; Caballero vd., 2013: 7). Bu nedenle sosyal girişimcilikte sosyal amaca ulaşmak için finansal getiriye ihtiyaç duyulması bir zıtlık gibi görünse de finansal getiriler sonucu oluşan gelirler, sosyal amaçlar için kullanılmaktadır (Reyhanoğlu ve Akın, 2012: 14).

Yenilikçilik özelliği, diğer bireylere göre sosyal girişimcilerde daha fazla bulunması gereken bir özellik olarak kabul edilmektedir. Buna göre yenilikçilik özelliği, sosyal girişimciler için yeni kaynakların bulunması konusunda önem arz etmektedir (Kümbül Güler, 2008: 209). Aynı doğrultuda, girişimci bireyler, hedef belirleme, sorunları çözme ve süreçlerde daha yüksek performans sergilemek isteyen

ve böylece yüksek başarı ihtiyacına sahip olan bireylerdir (Gürol ve Atsan, 2006: 29). Ancak yapılan bu çalışmada yenilikçilik ve başarı ihtiyacının finansal getiri üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmüştür.

Sonuç olarak, girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından risk alma eğilimi, kontrol odağı ve belirsizlik toleransı boyutlarının finansal getiri üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisinin olduğu görülmüştür. Buna göre risk alma eğilimi, kontrol odağı ve belirsizlik toleransı düzeyi arttıkça finansal getiri düzeyinin de arttığı söylenebilir. Bu sonuçlar Saat, Bahador ve Rusly (2019), Akar ve Doğan (2018), Eratlı-Şirin, Bilir ve Öz (2018), Çavdar, Cumhuri, Koç ve Doymuş (2018), Konaklı ve Göğüş (2013), Smith, Bell ve Watts (2014) ve Kırılmaz'ın (2012) çalışmalarıyla paralellik göstermektedir.

**H<sub>2.4</sub>:** Girişimci kişilik özellikleri ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan inovasyon arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Katılımcıların girişimci kişilik özellikleri ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan inovasyon arasındaki ilişkiyi test etmek için (H<sub>2.4</sub>) basit doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Yapılan bu analizde bağımlı değişken inovasyon, bağımsız değişken girişimci kişilik özellikleridir. Tablo 4.33'te analiz sonuçları yer almaktadır.

Tablo 4. 33. Girişimci Kişilik Özelliklerinin İnovasyon Üzerindeki Etkisi

<b>Bağımlı Değişken = İnovasyon</b>						
R = ,440		R <sup>2</sup> = ,194	F =225, 924	df.1=1	df.2 =1065	Sig. F = ,000
<b>Bağımsız Değişken</b>	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar		<b>t</b>	<b>p</b>
	<b>B</b>	<b>Std. Hata</b>	<b>Beta</b>			
Sabit	,918	,184			5,000	,000
Girişimci Kişilik Özellikleri	,787	,049	,440		15,998	<b>,000***</b>
Durbin-Watson = 2,034						

\*p<0.05, \*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001

Tablo 4.33'te görüldüğü üzere öğrencilerin girişimci kişilik özellikleri ile inovasyon arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını tespit etmek amacıyla kurulan regresyon modelinin (p<,001) istatistiksel olarak (F=225,924 ve p=,000) anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Durbin-Watson değeri 2,034 olarak bulunmuştur. Buna göre girişimci kişilik özellikleri değişkeni tek başına inovasyonun %19,4'ünü (R<sup>2</sup>=,194) açıklamaktadır. Girişimci kişilik özellikleri ve inovasyon arasındaki (β=,440; p=,000) ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü olduğu sonucuna



ulaşmıştır. Buna göre  $H_{2.4}$  ( $p < .001$ ) hipotezi kabul edilmiştir. Yapılan basit doğrusal regresyon analizi sonucunda girişimci kişilik özelliklerinin inovasyon üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu söylenebilir.

Sosyal girişimciler, çevrelerindeki problemlerle mücadele etmek için çok karmaşık paydaş kitlesinin ihtiyaçlarını dengelemek açısından inovasyona yönelmekte ve bu şekilde varlığını sürdürmeye çalışmaktadır (Smith vd., 2014: 15). Bu nedenle inovasyon özelliği, girişimci kişilik özelliği için ne kadar önemli ise sosyal girişimcilikte de sürdürülebilirliği sağlamada aynı öneme sahiptir.

Sonuç olarak, girişimci kişilik özelliklerinin inovasyon üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisinin olduğu belirlenmiştir. Buna göre girişimci kişilik özellikleri düzeyi arttıkça inovasyon düzeyinin de arttığı söylenebilir.

**H<sub>2.4a</sub>:** Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan risk alma eğilimi sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan inovasyon arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H<sub>2.4b</sub>:** Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan yenilikçilik ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan inovasyon arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H<sub>2.4c</sub>:** Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan başarı ihtiyacı ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan inovasyon arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H<sub>2.4d</sub>:** Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan kontrol odağı ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan inovasyon arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H<sub>2.4e</sub>:** Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan belirsizlik toleransı ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan inovasyon arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutları ile inovasyon arasındaki ilişkiyi test ( $H_{2.4a}$ ,  $H_{2.4b}$ ,  $H_{2.4c}$ ,  $H_{2.4d}$ ,  $H_{2.4e}$ ) etmek için çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Bu analizde inovasyon bağımlı değişken, girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutları bağımsız değişkendir. Tablo 4.34'te analiz sonuçları yer almaktadır.

Tablo 4. 34. Girişimci Kişilik Özelliklerinin Alt Boyutlarının İnovasyon Üzerindeki Etkisi

<b>Bağımlı Değişken = İnovasyon</b>							
R = ,487		R <sup>2</sup> = ,237		F =65,812	df.1=5	df.2 = 1061	Sig. F =,000
<b>Bağımsız Değişken</b>	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar		<b>t</b>	<b>p</b>	
	<b>B</b>	<b>Std. Hata</b>	<b>Beta</b>				
Sabit	1,043	,183			5,685	,000	
Risk Alma Eğilimi	,107	,040		,084	2,658	<b>,008**</b>	
Yenilikçilik	,185	,036		,163	5,161	<b>,000**</b>	
Başarı İhtiyacı	,075	,033		,067	2,283	<b>,023*</b>	
Kontrol Odağı	-,013	,027		-,014	-,504	,614	
Belirsizlik Toleransı	,365	,042		,303	8,654	<b>,000***</b>	

Durbin-Watson = 2,053

\*p<0.05, \*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001

Tablo 4.34'te görüldüğü üzere öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarını oluşturan risk alma eğilimi, yenilikçilik, başarı ihtiyacı, kontrol odağı ve belirsizlik toleransı ile inovasyon arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını tespit etmek için kurulan regresyon modelinin ( $p < ,001$ ) istatistiksel olarak ( $F = 65,812$  ve  $p = ,000$ ) anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çoklu bağlantı problemine karşı Tolerans ve VIF değerlerine bakılmıştır. Tolerans değerlerinin 0,20'nin üstünde (risk alma eğilimi: ,712; yenilikçilik: ,724; başarı ihtiyacı: ,836; kontrol odağı: ,980 ve belirsizlik toleransı: ,589) ve VIF değerlerinin (risk alma eğilimi:1,405; yenilikçilik:1,381; başarı ihtiyacı:1,196; kontrol odağı:1,020 ve belirsizlik toleransı:1,698) 10 olarak kabul edilen maksimum değer altında olduğu görülmüştür. Durbin-Watson değeri ise 2,053 olarak bulunmuştur. Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutları inovasyonun %23,7'sini ( $R^2 = ,237$ ) açıklamaktadır. Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarını oluşturan risk alma eğilimi ile inovasyon ( $\beta = ,084$ ;  $p = ,008$ ), yenilikçilik ile inovasyon ( $\beta = ,163$ ;  $p = ,000$ ), başarı ihtiyacı ile inovasyon ( $\beta = ,067$ ;  $p = ,023$ ), belirsizlik toleransı ile inovasyon ( $\beta = ,303$ ;  $p = ,000$ ) arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ancak kontrol odağı ile inovasyon ( $\beta = -,014$ ;  $p = ,614$ ) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Bu sonuçlara göre  $H_{2.4a}$  ( $p < ,01$ ),  $H_{2.4b}$  ( $p < ,001$ ),  $H_{2.4c}$  ( $p < ,05$ ) ve  $H_{2.4e}$  ( $p < ,001$ ) hipotezleri kabul edilmiş, ancak  $H_{2.4d}$  ( $p > ,05$ ) hipotezi reddedilmiştir. Yapılan çoklu doğrusal regresyon analizi sonucunda girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından risk alma eğilimi, yenilikçilik, başarı ihtiyacı ve

belirsizlik toleransın inovasyon üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu, kontrol odağının ise inovasyon üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı tespit edilmiştir.

Girişimci kişilik özelliklerinden biri olan risk alma eğilimi önemli bir kişilik özelliği olarak yer almaktadır. Girişimciler faaliyetlerini yerine getirirken birtakım riskler almak durumunda kalmaktadırlar. Ancak girişimciler riskleri yöneterek amaçlarına ulaşabilmektedirler. Riski yönetmede kullanılan yöntemlerden biri de inovasyondur. Girişimciler inovasyon yolu ile yatırımlarının risklerini azaltabilmektedirler (Ören ve Biçkes, 2011: 73). Yenilikçilik ve inovasyon, fırsatların tanımlanması ve yeni çözümlerin sunulmasında vazgeçilmez bir girişimci kişilik özelliğidir (Luca, 2017: 24). Sosyal girişimciler sınırlı kaynaklarla toplum içinde olumlu değişimler oluşturma ve hedeflerine ulaşmak için yenilikçi çözümler bulmaya çalışmaktadırlar (Caballero vd., 2013: 8). Sosyal girişimcilerde bulunan sosyal inovasyon yönelimi, sosyal iş birliklerinin geliştirilmesine imkân veren, sosyal problemlere yeni çözümler bulan bir sosyal değişim aracı olma arzusunu ifade (Arroya vd., 2016: 183) etmektedir. Sosyal girişimciler, çevrelerindeki problemlerle mücadele etmek için inovasyona yönelerek varlığını sürdürmektedir (Smith vd., 2014: 15). Bu nedenle sosyal girişimcilerin bu pazarlarda faaliyetlerini sürdürmeleri için yenilikçi teknoloji ve süreçleri kullanması önemlidir (Nga ve Shamuganathan, 2010: 265).

Girişimci kişilik özelliklerinden biri de başarı ihtiyacıdır. Başarı ihtiyacı yüksek olan bireyler önceden plan yapmakta ve eylemleri hakkında hızlı, özel geri bildirim almayı tercih etmektedir (Sanchez ve Sahuquillo, 2012:133). Başarma ihtiyacı düşük olan bireyler ise mevcut durumlarından memnun görünmektedirler (Bozkurt, 2006: 100). Belirsizliğe karşı tolerans; bireylerin belirsizlik ve riskten kaçınma konusundaki tolerans düzeyini ifade etmektedir (Türkoğlu vd., 2017:3).

Kontrol odağı bireylerin kendilerini etkileyen olayları kontrol edebildiklerine inanmalarını ifade etmektedir (Ugwoke vd. ,2013: 49). Ancak, yapılan bu çalışmada kontrol odağının inovasyon üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmüştür.

Sonuç olarak, girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından risk alma eğilimi, yenilikçilik, başarı ihtiyacı ve belirsizlik toleransı boyutlarının sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutu olan inovasyon üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisinin olduğu görülmüştür. Bu sonuç, Nga, Priale, Darmohraj, Moschetti, Fuchs ve Sáenz (2018), kişilik özelliklerinin, sosyal girişimciliğin uygulanması üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu ve ticari girişimcilerin aksine, sosyal girişimcilerin yüksek düzeyde bir sosyal farkındalığa sahip olduğu ve sürdürülebilir iş modellerinin

geliştirilmesine büyük önem verdikleri sonucuna ulaştığı çalışması ve Saat, Bahador ve Rusly (2019), Akar ve Doğan (2018), Eratlı-Şirin, Bilir ve Öz (2018), Çavdar, Cumhuri, Koç ve Doymuş (2018), Konaklı ve Göğüş (2013), Smith, Bell ve Watts (2014) ve Kırılmaz'ın (2012) çalışmalarıyla paralellik göstermektedir.

**H<sub>2.5</sub>:** Girişimci kişilik özellikleri ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sürdürülebilirlik arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Katılımcıların girişimci kişilik özellikleri ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sürdürülebilirlik arasındaki ilişkiyi test etmek için (H<sub>2.5</sub>) basit doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Yapılan bu analizde bağımlı değişken sürdürülebilirlik, bağımsız değişken girişimci kişilik özellikleridir. Tablo 4.35'te analiz sonuçları yer almaktadır.

Tablo 4. 35. Girişimci Kişilik Özelliklerinin Sürdürülebilirlik Üzerindeki Etkisi

<b>Bağımlı Değişken = Sürdürülebilirlik</b>					
R = ,565      R <sup>2</sup> = ,319      F = 499,001      df.1=1      df.2 = 1065      Sig. F = ,000					
<b>Bağımsız Değişken</b>	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar	<b>t</b>	<b>p</b>
	<b>B</b>	<b>Std. Hata</b>	<b>Beta</b>		
Sabit	1,223	,130		9,399	,000
Girişimci Kişilik Özellikleri	,779	,035	,565	22,338	,000***
Durbin-Watson = 1,832					

\*p<0.05, \*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001

Tablo 4.35'te görüldüğü üzere öğrencilerin girişimci kişilik özellikleri ile sürdürülebilirlik arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını tespit etmek için kurulan regresyon modelinin (p<,001) istatistiksel olarak (F=499,001 ve p=,000) anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Durbin-Watson değeri ise 1,832 olarak bulunmuştur. Buna göre girişimci kişilik özellikleri değişkeni tek başına sürdürülebilirliğin %31,9'unu (R<sup>2</sup>=,319) açıklamaktadır. Girişimci kişilik özellikleri ve sürdürülebilirlik arasındaki ( $\beta$ =,565; p=,000) ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre H<sub>2.5</sub> (p<,001) hipotezi kabul edilmiştir. Yapılan basit doğrusal regresyon analizi sonucunda girişimci kişilik özelliklerinin sürdürülebilirlik üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu söylenebilir.

Sosyal girişimciler faaliyetlerinin devamlılığını sağlamak için mevcut kaynaklarla yetinmeyerek yeni kaynaklar bulmaya ve yeni kaynaklar buldukça sürdürülebilirliği sağlamaya çalışmaktadırlar (Akkan ve Süygün, 2016: 41). Bu nedenle girişimci bireylerde sürdürülebilirlik özelliği önemlidir.

Sonuç olarak, girişimci kişilik özelliklerinin sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutu olan sürdürülebilirlik üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisinin olduğu belirlenmiştir. Buna göre girişimci kişilik özellikleri düzeyi artıkça sürdürülebilirlik düzeyinin de arttığı söylenebilir.

**H<sub>2.5a</sub>:** Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan risk alma eğilimi sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sürdürülebilirlik arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H<sub>2.5b</sub>:** Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan yenilikçilik ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sürdürülebilirlik arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H<sub>2.5c</sub>:** Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan başarı ihtiyacı ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sürdürülebilirlik arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H<sub>2.5d</sub>:** Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan kontrol odağı ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sürdürülebilirlik arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H<sub>2.5e</sub>:** Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan belirsizlik toleransı ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sürdürülebilirlik arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutları ile sürdürülebilirlik arasındaki ilişkiyi test (H<sub>2.5a</sub>, H<sub>2.5b</sub>, H<sub>2.5c</sub>, H<sub>2.5d</sub>, H<sub>2.5e</sub>) etmek için çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Bu analizde sürdürülebilirlik bağımlı değişken, girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutları bağımsız değişkendir. Tablo 4.36’da analiz sonuçları yer almaktadır.

Tablo 4. 36. Girişimci Kişilik Özelliklerinin Alt Boyutlarının Sürdürülebilirlik Üzerindeki Etkisi

<b>Bağımlı Değişken = Sürdürülebilirlik</b>					
R = ,622    R <sup>2</sup> = ,396    F =133,577    df.1= 5    df.2 = 1061    Sig. F =,000					
<b>Bağımsız Değişken</b>	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar	<b>t</b>	<b>p</b>
	<b>B</b>	<b>Std. Hata</b>	<b>Beta</b>		
Sabit	1,263	,127		9,952	,000
Risk Alma Eğilimi	,109	,028	,111	3,911	<b>,000***</b>
Yenilikçilik	,063	,025	,072	2,553	<b>,011*</b>
Başarı İhtiyacı	,159	,023	,185	7,041	<b>,000***</b>
Kontrol Odağı	,004	,018	,005	,226	,822
Belirsizlik Toleransı	,388	,029	,417	13,307	<b>,000***</b>

Durbin-Watson = 1,889

\*p&lt;0.05, \*\*p&lt;0.01, \*\*\*p&lt;0.001

Tablo 4.36’da görüldüğü üzere öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutları ile sürdürülebilirlik arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını tespit etmek için kurulan regresyon modelinin (p<,001) istatistiksel olarak (F=133,577 ve p=,000) anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çoklu bağlantı problemine karşı Tolerans ve VIF değerlerine bakılmıştır. Tolerans değerlerinin 0,20’nin üstünde (risk alma eğilimi: ,712; yenilikçilik: ,724; başarı ihtiyacı: ,836; kontrol odağı: ,980 ve belirsizlik toleransı: ,589) ve VIF değerlerinin (risk alma eğilimi:1,405; yenilikçilik:1,381; başarı ihtiyacı:1,196; kontrol odağı:1,020 ve belirsizlik toleransı:1,698) 10 olarak kabul edilen maksimum değer in altında olduğu görülmüştür. Durbin-Watson değeri ise 1,889 olarak bulunmuştur. Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutları sürdürülebilirliğin %39,6’sını (R<sup>2</sup>=,396) açıklamaktadır. Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarını oluşturan risk alma eğilimi ile sürdürülebilirlik (β=,111; p=,000), yenilikçilik ile sürdürülebilirlik (β=,072; p=,011), başarı ihtiyacı ile sürdürülebilirlik (β=,185; p=,000), belirsizlik toleransı ile sürdürülebilirlik (β=,417; p=,000) arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ancak kontrol odağı ile sürdürülebilirlik (β=,005; p=,822) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Bu sonuçlara göre H<sub>2.5a</sub> (p<,001), H<sub>2.5b</sub> (p<,05), H<sub>2.5c</sub> (p<,001) ve H<sub>2.5e</sub> (p<,001) hipotezleri kabul edilmiş, ancak H<sub>2.5d</sub> (p>,05) hipotezi reddedilmiştir. Yapılan çoklu doğrusal regresyon analizi sonucunda risk alma eğilimi, yenilikçilik, başarı ihtiyacı ve belirsizlik toleransının sürdürülebilirlik üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu, kontrol odağının ise sürdürülebilirlik üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı görülmüştür.

Sosyal girişimcilikte amaç, sosyal sorunlara yenilikçi çözümler bulmak, bu çözümlere uygun kaynaklar oluşturmak, risk alarak ve eldeki kaynakları kullanarak bulunan çözümleri hayata geçirmek ve bunun sürdürülebilirliğini sağlamaktır. Bu nedenle, sosyal girişimciler de ticari girişimciler gibi amaçlarına ulaşmak için risk almak zorundadırlar (Çavuş ve Pekkan, 2017: 520). Girişimci kişilik özellikleri ile ilgili yapılan çalışmalarda girişimcilerin diğer bireylerden daha fazla yenilikçilik özelliğine sahip olduğu görülmüştür. Başarı ihtiyacının yüksek olması, bireylerin başarılı olmak için güçlü bir istekleri olduğunu ve sonuç olarak girişimci davranma olasılıklarının daha yüksek olduğunu göstermektedir (Koh,1996:14).

Bir diğer girişimci kişilik özelliği de belirsizliğe karşı toleranstır. Sosyal girişimcilerin hesaplı bir şekilde ve orta düzeyde risk almaları, faaliyet gösterdikleri işletmelerin sürdürülebilirliği için önemli görüldüğünden, sosyal girişimcilerin belirsizlikten kaçınma düzeylerinin orta düzeyde olacağı varsayılmaktadır (Kümbül Güler, 2008: 207).

Girişimci kişilik özelliklerinden biri olan kontrol odağı, girişimcilik araştırmalarına büyük ilgi görmüştür (Yan, 2010:3). Yapılan çalışmalarda girişimci davranış ile iç kontrol odağı arasında güçlü bir bağlantı bulunmuştur (Göksel ve Aydın, 2011: 37). Başarılı girişimciler, kendi işlerindeki başarı ya başarısızlığını şans, kader vb. güçlere bağlamayarak başarı ya da başarısızlıklarının kendi kontrolleri altında olduğuna (Bozkurt, 2006: 100) inanmaktadırlar. Bu nedenle girişimci bireylerde iç kontrol odağının diğer bireylere göre daha yüksek olduğu söylenebilir. Ancak yapılan bu çalışmada kontrol odağının sürdürülebilirlik üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmüştür

Sosyal girişimcilerin, sorunlara uzun vadeli sürdürülebilir çözümler üretmesi sürdürülebilirlik boyutunun önemini ortaya koymaktadır. Sosyal girişimciliğin sürdürülebilirlik boyutu; insan ve kurumların birbirine bağlı olduğu ve tek bir ekosistemin parçası olduğu bilinciyle hareket edilmesi gerektiği anlayışına dayanmaktadır (Ismail vd., 2014: 5).

Buna göre girişimci kişilik özelliğinin alt boyutlarından olan risk alma eğilimi, yenilikçilik, başarı ihtiyacı ve belirsizlik tolerans düzeyi artıça sürdürülebilirlik düzeyinin de arttığı söylenebilir. Kırılmaz'ın (2012) girişimci kişilik özelliklerinden risk alma, belirsizliğe karşı tolerans, yenilikçilik ve başarı ihtiyacının sürdürülebilirliği sağlama üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğunu ortaya koyduğu çalışması ile çalışmamız paralellik göstermektedir. Kırılmaz (2012), yaptığı çalışmada

risk alma, belirsizliğe karşı tolerans, yenilikçilik ve başarı ihtiyacına sahip olan bireylerin sürdürülebilirlik anlayışlarının daha yüksek olduğunu belirlemiştir. Sonuç olarak; risk alma eğilimi, yenilikçilik, başarı ihtiyacı ve belirsizlik toleransı boyutlarının sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutu olan sürdürülebilirlik üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisinin olduğu görülmüştür. Bu sonuçlar Saat, Bahador ve Rusly (2019), Akar ve Doğan (2018), Eratlı-Şirin, Bilir ve Öz (2018), Çavdar, Cumhuriyet, Koç ve Doymuş (2018), Konaklı ve Göğüş (2013), Smith, Bell ve Watts (2014) ve Kırılmaz'ın (2012) çalışmalarıyla paralellik göstermektedir.

**H<sub>2.6</sub>:** Girişimci kişilik özellikleri ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sosyal ağlar arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Öğrencilerin girişimci kişilik özellikleri ile sosyal ağlar arasındaki ilişkiyi test etmek için (H<sub>2.6</sub>) basit doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Yapılan bu analizde bağımlı değişken sosyal ağlar, bağımsız değişken girişimci kişilik özellikleridir. Tablo 4.37'de analiz sonuçları yer almaktadır.

Tablo 4. 37. Girişimci Kişilik Özelliklerinin Sosyal Ağlar Üzerindeki Etkisi

<b>Bağımlı Değişken = Sosyal Ağlar</b>						
R = ,420		R <sup>2</sup> = ,177		F = 228,286		
		df.1 = 1		df.2 = 1065		
				Sig. F = ,000		
<b>Bağımsız Değişken</b>	Standardize Edilmem		Standardize		<b>t</b>	<b>p</b>
	Katsayılar		Katsayılar			
	<b>B</b>	<b>Std. Hata</b>	<b>Beta</b>			
Sabit	2,013	,158			12,731	,000
Girişimci Kişilik Özellikleri	,640	,042	,420		15,109	<b>,000***</b>
Durbin-Watson = 1,761						

\*p<0.05, \*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001

Tablo 4.37'de görüldüğü üzere öğrencilerin girişimci kişilik özellikleri ile sosyal ağlar arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını tespit etmek amacıyla kurulmuş olan regresyon modelinin (p<,001) istatistiksel olarak (F=228,286 ve p=,000) anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Durbin-Watson değeri ise 1,761 olarak bulunmuştur. Buna göre girişimci kişilik özellikleri değişkeni tek başına sosyal ağların %17,7'sini (R<sup>2</sup>=,177) açıklamaktadır. Girişimci kişilik özellikleri ve sosyal ağlar arasındaki (β=,420; p=,000) ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre H<sub>2.6</sub> (p<,001) hipotezi kabul edilmiştir. Yapılan basit doğrusal regresyon analizi sonucunda girişimci kişilik özelliklerinin sosyal ağlar üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu söylenebilir.



Bireysel olduğu kadar sosyal bir olgu olan girişimcilik sürecinde faaliyetlerin devamlılığı açısından sosyal ağlar önemlidir (Çalışkan-Maya vd., 2012: 27). Girişimcilik sürecinde girişimcilerin faaliyetlerini yürütebilmeleri için sosyal ağlar aracılığıyla aralarında etkileşimde bulunmakta ve kurulan bağlantılarla kaynakların kullanılabilirliği genişletilebilmektedir (Greve ve Salaff, 2003: 2).

Sosyal girişimciler, geniş bir yelpazedeki paydaşlarla işbirlikçi ilişkiler kurmakta, böylece farklı gruplar arasında köprü oluşturmaktadır (Estrin vd., 2013: 480). Bu nedenle sosyal girişimcilikte sosyal ağlar önemlidir. Çünkü sosyal girişimciler problem çözüme, toplumla iletişime geçme, ekipler kurma gibi yüksek düzeyde sosyal beceri gerektiren faaliyet ve etkinliklere katılmak durumundadırlar (İrengün ve Arıkboğa, 2015: 1190).

Sonuç olarak, girişimci kişilik özelliklerinin sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutu olan sosyal ağlar üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisinin olduğu görülmüştür. Buna göre girişimci kişilik özellikleri düzeyi arttıkça sosyal ağ düzeyinin de arttığı söylenebilir.

**H<sub>2.6a</sub>:** Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan risk alma eğilimi sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sosyal ağlar arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H<sub>2.6b</sub>:** Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan yenilikçilik ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sosyal ağlar arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H<sub>2.6c</sub>:** Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan başarı ihtiyacı ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sosyal ağlar arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H<sub>2.6d</sub>:** Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan kontrol odağı ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sosyal ağlar arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

**H<sub>2.6e</sub>:** Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan belirsizlik toleransı ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sosyal ağlar arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutları ile sosyal ağlar arasındaki ilişkiyi test (H<sub>2.6a</sub>, H<sub>2.6b</sub>, H<sub>2.6c</sub>, H<sub>2.6d</sub>, H<sub>2.6e</sub>) etmek için çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Yapılan bu analizde sosyal ağlar bağımlı değişken,

girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutları bağımsız değişkendir. Tablo 4.38’de analiz sonuçları yer almaktadır.

Tablo 4. 38. Girişimci Kişilik Özelliklerinin Alt Boyutlarının Sosyal Ağlar Üzerindeki Etkisi

<b>Bağımlı Değişken</b> = Sosyal Ağlar					
R =,551 R <sup>2</sup> =,304 F = 92,638 df.1= 5 df.2 = 1061 Sig. F =,000					
<b>Bağımsız Değişken</b>	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayılar	<b>t</b>	<b>p</b>
	<b>B</b>	<b>Std. Hata</b>	<b>Beta</b>		
Sabit	1,871	,149		12,534	,000
Risk Alma Eğilimi	,059	,033	,055	1,803	,072
Yenilikçilik	3,792	,029	,000	,000	1,000
Başarı İhtiyacı	,312	,027	,328	11,722	<b>,000***</b>
Kontrol Odağı	-,068	,022	-,081	-3,132	<b>,002**</b>
Belirsizlik Toleransı	,303	,034	,295	8,838	<b>,000***</b>

Durbin-Watson = 1,822

\*p<0.05, \*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001

Tablo 4.38’de görüldüğü üzere öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarını oluşturan risk alma eğilimi, yenilikçilik, başarı ihtiyacı, kontrol odağı ve belirsizlik toleransı ile sosyal ağlar arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını tespit etmek için kurulmuş olan regresyon modelinin ( $p < ,001$ ) istatistiksel olarak ( $F=92,638$  ve  $p=,000$ ) anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çoklu bağlantı problemlerine karşı Tolerans ve VIF değerlerine bakılmıştır. Tolerans değerlerinin 0,20’nin üstünde (risk alma eğilimi: 712; yenilikçilik: ,724; başarı ihtiyacı: ,836; kontrol odağı: ,980 ve belirsizlik toleransı: ,589) ve VIF değerlerinin (risk alma eğilimi: 1,405; yenilikçilik: 1,381; başarı ihtiyacı: 1,196; kontrol odağı: 1,020 ve belirsizlik toleransı: 1,698) 10 olarak kabul edilen maksimum değer altında olduğu belirlenmiştir. Durbin-Watson değeri ise 1,822 olarak bulunmuştur. Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutları sosyal ağların %30,4’ünü ( $R^2=,304$ ) açıklamaktadır. Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarını oluşturan başarı ihtiyacı ile sosyal ağlar ( $\beta=,328$ ;  $p=,000$ ) ve belirsizlik toleransı ile sosyal ağlar ( $\beta=,295$ ;  $p=,000$ ) arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü olduğu, kontrol odağı ile sosyal ağlar ( $\beta=-,081$ ;  $p=,002$ ) arasındaki ilişkinin ise istatistiksel olarak anlamlı ve negatif yönlü olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ancak risk alma eğilimi ile sosyal ağlar ( $\beta=,055$ ;  $p=,072$ ) ve yenilikçilik ile sosyal ağlar ( $\beta=,000$ ;  $p=1,000$ ) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Bu sonuçlara göre  $H_{2.6c}$  ( $p < ,001$ ),  $H_{2.6d}$  ( $p < ,01$ ) ve  $H_{2.6e}$  ( $p < ,001$ ) hipotezleri kabul edilmiş, ancak  $H_{2.6a}$  ( $p > ,05$ ) ve  $H_{2.6b}$  ( $p > ,05$ )

hipotezleri reddedilmiştir. Yapılan analiz sonucunda başarı ihtiyacı, kontrol odağı ve belirsizlik toleransının sosyal ağlar üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu, ancak risk alma eğilimi ve yenilikçiliğin sosyal ağlar üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı görülmüştür.

Ekonomik gelişmenin sosyal sorunlara çözüm bulunmasıyla gerçekleşebilecek olmasının farkına varılmasıyla birlikte günümüzde sosyal konulara ilgi artmaya başlamıştır. Bu durum sosyal girişimciliğin hem bireysel hem de kurumsal açıdan çalışılması ve teşvik edilmesi gereken önemli bir konu haline gelmesine neden olmuştur (Koçak ve Kavi, 2014: 28).

Çok yönlü sosyal sorunları ele alan sosyal girişimciler, geniş bir yelpazedeki paydaşlarla işbirlikçi ilişkiler kurmakta, böylece farklı gruplar arasında köprü kurmaktadır (Estrin vd., 2013: 480). Bu nedenle sosyal girişimcilikte sosyal ağlar önemlidir. Sosyal destek ya da sosyal ağlar, insanın çevresi ile pozitif resmi ya da gayri resmi ilişkilere ve onların desteğiyle nelerin başarılacağına işaret etmektedir. Sosyal ağlara aktif katılım, aynı zamanda, girişimciye sorunlara etkili çözümler bulma konusunda yardımcı olmaktadır (Caballero vd., 2013: 6).

Yapısal perspektiften bakıldığında, sosyal ağlar girişimcinin misyonunun gerçekleştirildiği ve yayıldığı bir sistemdir. Buna göre ağ bağları, daha geniş bir topluluğun yararına hizmet için daha yenilikçi ve ilgili çözümler yaratarak zengin bir bilgi paylaşımına olanak sağlamaktadır (Nga ve Shamuganathan, 2010: 264). Buna göre sosyal girişimciler, yüksek düzeyde bir sosyal sermayeye sahip olduklarında, sosyal girişimcilik faaliyetlerine olan bağlılıklarını güçlendiren sosyal girişimlere başlamak için gerekli kaynağı harekete geçirme kapasitesine sahip olmaktadır (Madhooshi ve Samimi, 2015: 108).

Girişimci kişilik özelliklerinden başarıma ihtiyacı, bireyin seçtiği görevin zorluğunu kabul ettiğini gösterdiğinden başarıma ihtiyacının girişimcilerde diğer bireylerden daha fazla olduğu söylenebilir (Çetin ve Varoğlu, 2009: 56). Aynı doğrultuda sosyal girişimcilikte de yüksek başarı ihtiyacının sosyal ağlar üzerinde pozitif bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir.

Girişimci kişilik özelliklerinden biri olan kontrol odağı, kişinin yaşamındaki olayları ne oranda kontrol ettiğine olan inancını ifade etmektedir. Yapılan bazı çalışmalarda, girişimcilik başarısında, içsel kontrol odağının dışsal kontrol odağına göre daha önemli olduğu görülmüştür (İnce vd., 2015: 402-403). Ancak yapılan bu

çalışmada kontrol odağının sosyal ağlar üzerinde negatif bir etkiye sahip olduğu görülmüştür. Buna göre, kontrol odağı düzeyi arttıkça sosyal ağ düzeyi azalmaktadır.

Girişimci kişilik özelliklerinden biri olan risk alma eğilimi girişimciler için hayati bir öneme sahiptir. Girişimci bireyler riski yöneterek amaçlarına ulaşabilmektedirler. Girişimci bireyler sosyal ağlar yolu ile belirsizliği azaltabilmekte, kaynak oluşturmakta ve değişim konusunda riskin etkin bir şekilde yönetilmesini sağlamaktadır (Ören ve Biçkes, 2011: 73). Başarılı girişimcilerin yeni ürün ve hizmetlerin tanıtımı, yeni üretim yöntemleri, yeni pazarlar ya da tedarik kaynakları yaratılması, hatta tüm sektörün yeniden düzenlenmesi gibi rekabetçi stratejileri benimsemeleri ve uygulamaları (Mueller ve Thomas, 2000: 57) yenilikçilik özelliğini gerektirmektedir. Ancak, yapılan bu çalışmada girişimci kişilik özelliklerinden risk alma eğilimi ve yenilikçiliğin sosyal ağlar üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmüştür.

Sonuç olarak, girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından başarı ihtiyacı ve belirsizlik toleransı boyutlarının sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutu olan sosyal ağlar üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisinin olduğu, kontrol odağının ise sosyal ağlar üzerinde negatif yönlü ve anlamlı bir etkisinin olduğu görülmüştür. Buna göre başarı ihtiyacı ve belirsizlik toleransı düzeyi arttıkça sosyal ağ düzeyinin de arttığı, kontrol odağı düzeyi arttıkça sosyal ağ düzeyinin de azaldığı söylenebilir. Bu sonuçlar Saat, Bahador ve Rusly (2019), Akar ve Doğan (2018), Eratlı-Şirin, Bilir ve Öz (2018), Çavdar, Cumhuriyet, Koç ve Doymuş (2018), Konaklı ve Göğüş (2013), Smith, Bell ve Watts (2014) ve Kırılmaz'ın (2012) çalışmalarıyla paralellik göstermektedir.

Tablo 4.39'da hipotez testlerinin sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 4. 39. Hipotez Testlerinin Sonuçları

<b>Kişilik Özelliklerinin Sosyal Girişimcilik Yönelimi Üzerindeki Etkisi</b>	<b>SONUÇ</b>
<b>H<sub>1</sub></b> : <u>Kişilik özellikleri</u> ile <u>sosyal girişimcilik yönelimi</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>KABUL</b>
<b>H<sub>1.1a</sub></b> : <u>Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan dışadönüklük</u> ile <u>sosyal girişimcilik yönelimi</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>KABUL</b>
<b>H<sub>1.1b</sub></b> : <u>Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan uyumluluk</u> ile <u>sosyal girişimcilik yönelimi</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>KABUL</b>
<b>H<sub>1.1c</sub></b> : <u>Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan sorumluluk</u> ile <u>sosyal girişimcilik yönelimi</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>KABUL</b>
<b>H<sub>1.1a</sub></b> : <u>Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan deneyime açıklık</u> ile <u>sosyal girişimcilik yönelimi</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>KABUL</b>
<b>H<sub>1.1c</sub></b> : <u>Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan duygusal denge</u> ile <u>sosyal girişimcilik yönelimi</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>RED</b>
<b>H<sub>1.2</sub></b> : <u>Kişilik özellikleri</u> ile <u>sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sosyal vizyon</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>KABUL</b>
<b>H<sub>1.2a</sub></b> : <u>Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan dışadönüklük</u> ile <u>sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sosyal vizyon</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>KABUL</b>
<b>H<sub>1.2b</sub></b> : <u>Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan uyumluluk</u> ile <u>sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sosyal vizyon</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>KABUL</b>
<b>H<sub>1.2c</sub></b> : <u>Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan sorumluluk</u> ile <u>sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sosyal vizyon</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>KABUL</b>
<b>H<sub>1.2a</sub></b> : <u>Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan deneyime açıklık</u> ile <u>sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sosyal vizyon</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>KABUL</b>
<b>H<sub>1.2c</sub></b> : <u>Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan duygusal denge</u> ile <u>sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan sosyal vizyon</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>RED</b>
<b>H<sub>1.3</sub></b> : <u>Kişilik özellikleri</u> ile <u>sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan finansal getiri</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>KABUL</b>
<b>H<sub>1.3a</sub></b> : <u>Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan dışadönüklük</u> ile <u>sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan finansal getiri</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>KABUL</b>
<b>H<sub>1.3b</sub></b> : <u>Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan uyumluluk</u> ile <u>sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan finansal getiri</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>KABUL</b>
<b>H<sub>1.3c</sub></b> : <u>Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan sorumluluk</u> ile <u>sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan finansal getiri</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>KABUL</b>
<b>H<sub>1.3a</sub></b> : <u>Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan deneyime açıklık</u> ile <u>sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan finansal getiri</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>KABUL</b>
<b>H<sub>1.3c</sub></b> : <u>Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan duygusal denge</u> ile <u>sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan finansal getiri</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>RED</b>
<b>H<sub>1.4</sub></b> : <u>Kişilik özellikleri</u> ile <u>sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan inovasyon</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>KABUL</b>

<b>H<sub>1.4a</sub></b> : Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan <u>dışadönüklük</u> ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan <u>inovasyon</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>KABUL</b>
<b>H<sub>1.4b</sub></b> : Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan <u>uyumluluk</u> ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan <u>inovasyon</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>RED</b>
<b>H<sub>1.4c</sub></b> : Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan <u>sorumluluk</u> ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan <u>inovasyon</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>KABUL</b>
<b>H<sub>1.4d</sub></b> : Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan <u>deneyime açıklık</u> ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan <u>inovasyon</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>KABUL</b>
<b>H<sub>1.4e</sub></b> : Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan <u>duygusal denge</u> ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan <u>inovasyon</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>RED</b>
<b>H<sub>1.5</sub></b> : <u>Kişilik özellikleri</u> ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan <u>sürdürülebilirlik</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>KABUL</b>
<b>H<sub>1.5a</sub></b> : Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan <u>dışadönüklük</u> ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan <u>sürdürülebilirlik</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>KABUL</b>
<b>H<sub>1.5b</sub></b> : Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan <u>uyumluluk</u> ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan <u>sürdürülebilirlik</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>KABUL</b>
<b>H<sub>1.5c</sub></b> : Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan <u>sorumluluk</u> ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan <u>sürdürülebilirlik</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>KABUL</b>
<b>H<sub>1.5d</sub></b> : Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan <u>deneyime açıklık</u> ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan <u>sürdürülebilirlik</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>KABUL</b>
<b>H<sub>1.5e</sub></b> : Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan <u>duygusal denge</u> ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan <u>sürdürülebilirlik</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>RED</b>
<b>H<sub>1.6</sub></b> : <u>Kişilik özellikleri</u> ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan <u>sosyal ağlar</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>KABUL</b>
<b>H<sub>1.6a</sub></b> : Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan <u>dışadönüklük</u> ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan <u>sosyal ağlar</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>RED</b>
<b>H<sub>1.6b</sub></b> : Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan <u>uyumluluk</u> ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan <u>sosyal ağlar</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>KABUL</b>
<b>H<sub>1.6c</sub></b> : Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan <u>sorumluluk</u> ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan <u>sosyal ağlar</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>KABUL</b>
<b>H<sub>1.6d</sub></b> : Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan <u>deneyime açıklık</u> ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan <u>sosyal ağlar</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>KABUL</b>
<b>H<sub>1.6e</sub></b> : Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan <u>duygusal denge</u> ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan <u>sosyal ağlar</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>KABUL</b>
<b>Girişimci Kişilik Özelliklerinin Sosyal Girişimcilik Yönelimi Üzerindeki Etkisi</b>	
<b>H<sub>2</sub></b> : Girişimci kişilik özellikleri ile sosyal girişimcilik yönelimi arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>KABUL</b>

<b>H<sub>2.1a</sub></b> : Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan <u>risk alma eğilimi</u> ile <u>sosyal girişimcilik yönelimi</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>KABUL</b>
<b>H<sub>2.1b</sub></b> : Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan <u>yenilikçilik</u> ile <u>sosyal girişimcilik yönelimi</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>KABUL</b>
<b>H<sub>2.1c</sub></b> : Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan <u>başarı ihtiyacı</u> ile <u>sosyal girişimcilik yönelimi</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>KABUL</b>
<b>H<sub>2.1d</sub></b> : Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan <u>kontrol odağı</u> ile <u>sosyal girişimcilik yönelimi</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>KABUL</b>
<b>H<sub>2.1e</sub></b> : Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan <u>belirsizlik toleransı</u> ile <u>sosyal girişimcilik yönelimi</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>KABUL</b>
<b>H<sub>2.2</sub></b> : <u>Girişimci kişilik özellikleri</u> ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan <u>sosyal vizyon</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>KABUL</b>
<b>H<sub>2.2a</sub></b> : Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan <u>risk alma eğilimi</u> ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan <u>sosyal vizyon</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>KABUL</b>
<b>H<sub>2.2b</sub></b> : Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan <u>yenilikçilik</u> ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan <u>sosyal vizyon</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>KABUL</b>
<b>H<sub>2.2c</sub></b> : Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan <u>başarı ihtiyacı</u> ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan <u>sosyal vizyon</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>RED</b>
<b>H<sub>2.2a</sub></b> : Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan <u>kontrol odağı</u> ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan <u>sosyal vizyon</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>KABUL</b>
<b>H<sub>2.2e</sub></b> : Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan <u>belirsizlik toleransı</u> ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan <u>sosyal vizyon</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>KABUL</b>
<b>H<sub>2.3</sub></b> : <u>Girişimci kişilik özellikleri</u> ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan <u>finansal getiri</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>KABUL</b>
<b>H<sub>2.3a</sub></b> : Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan <u>risk alma eğilimi</u> sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan <u>finansal getiri</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>KABUL</b>
<b>H<sub>2.3b</sub></b> : Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan <u>yenilikçilik</u> ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan <u>finansal getiri</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>RED</b>
<b>H<sub>2.3c</sub></b> : Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan <u>başarı ihtiyacı</u> ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan <u>finansal getiri</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>RED</b>
<b>H<sub>2.3a</sub></b> : Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan <u>kontrol odağı</u> ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan <u>finansal getiri</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>KABUL</b>
<b>H<sub>2.3e</sub></b> : Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan <u>belirsizlik toleransı</u> ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan <u>finansal getiri</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>KABUL</b>
<b>H<sub>2.4</sub></b> : <u>Girişimci kişilik özellikleri</u> ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan <u>inovasyon</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>KABUL</b>
<b>H<sub>2.4a</sub></b> : Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan <u>risk alma eğilimi</u> sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan <u>inovasyon</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>KABUL</b>

<b>H<sub>2.4b</sub>:</b> Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan <u>yenilikçilik</u> ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan <u>inovasyon</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>KABUL</b>
<b>H<sub>2.4c</sub>:</b> Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan <u>başarı ihtiyacı</u> ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan <u>inovasyon</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>KABUL</b>
<b>H<sub>2.4d</sub>:</b> Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan <u>kontrol odağı</u> ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan <u>inovasyon</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>RED</b>
<b>H<sub>2.4e</sub>:</b> Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan <u>belirsizlik toleransı</u> ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan <u>inovasyon</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>KABUL</b>
<b>H<sub>2.5</sub>:</b> <u>Girişimci kişilik özellikleri</u> ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan <u>sürdürülebilirlik</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>KABUL</b>
<b>H<sub>2.5a</sub>:</b> Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan <u>risk alma eğilimi</u> sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan <u>sürdürülebilirlik</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>KABUL</b>
<b>H<sub>2.5b</sub>:</b> Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan <u>yenilikçilik</u> ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan <u>sürdürülebilirlik</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>KABUL</b>
<b>H<sub>2.5c</sub>:</b> Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan <u>başarı ihtiyacı</u> ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan <u>sürdürülebilirlik</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>KABUL</b>
<b>H<sub>2.5d</sub>:</b> Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan <u>kontrol odağı</u> ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan <u>sürdürülebilirlik</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>RED</b>
<b>H<sub>2.5e</sub>:</b> Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan <u>belirsizlik toleransı</u> ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan <u>sürdürülebilirlik</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>KABUL</b>
<b>H<sub>2.6</sub>:</b> <u>Girişimci kişilik özellikleri</u> ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan <u>sosyal ağlar</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>KABUL</b>
<b>H<sub>2.6a</sub>:</b> Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan <u>risk alma eğilimi</u> sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan <u>sosyal ağlar</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>RED</b>
<b>H<sub>2.6b</sub>:</b> Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan <u>yenilikçilik</u> ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan <u>sosyal ağlar</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>RED</b>
<b>H<sub>2.6c</sub>:</b> Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan <u>başarı ihtiyacı</u> ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan <u>sosyal ağlar</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>KABUL</b>
<b>H<sub>2.6d</sub>:</b> Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan <u>kontrol odağı</u> ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan <u>sosyal ağlar</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>KABUL</b>
<b>H<sub>2.6e</sub>:</b> Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarından birisi olan <u>belirsizlik toleransı</u> ile sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından birisi olan <u>sosyal ağlar</u> arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	<b>KABUL</b>

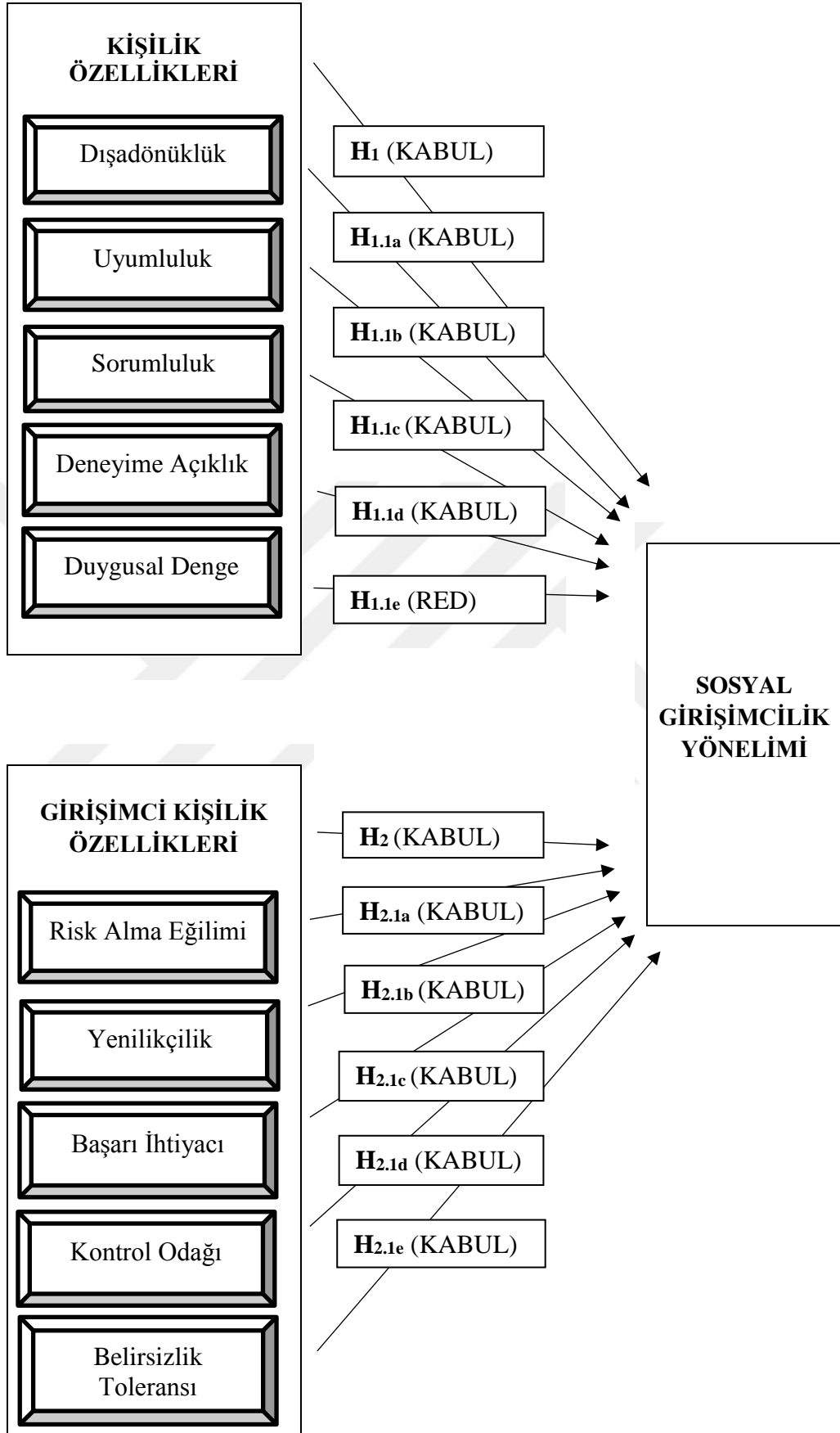
#### 4.3.3.Araştırma Modelinin Değerlendirilmesi

Çalışmada, katılımcıların kişilik özellikleri ve girişimci kişilik özelliklerinin sosyal girişimcilik yönelimi üzerindeki etkisini araştırmak amacıyla yapılan regresyon



analizi sonucunun yer aldığı Tablo 4.40’da ayrıntılı olarak belirtilen  $H_1$ ,  $H_{1.1a}$ ,  $H_{1.1b}$ ,  $H_{1.1c}$ ,  $H_{1.1d}$ ,  $H_{1.2}$ ,  $H_{1.2a}$ ,  $H_{1.2b}$ ,  $H_{1.2c}$ ,  $H_{1.2d}$ ,  $H_{1.3}$ ,  $H_{1.3a}$ ,  $H_{1.3b}$ ,  $H_{1.3c}$ ,  $H_{1.3d}$ ,  $H_{1.4}$ ,  $H_{1.4a}$ ,  $H_{1.4c}$ ,  $H_{1.4d}$ ,  $H_{1.5}$ ,  $H_{1.5a}$ ,  $H_{1.5b}$ ,  $H_{1.5c}$ ,  $H_{1.5d}$ ,  $H_{1.6}$ ,  $H_{1.6b}$ ,  $H_{1.6c}$ ,  $H_{1.6d}$ ,  $H_{1.6e}$ ,  $H_2$ ,  $H_{2.1a}$ ,  $H_{2.1b}$ ,  $H_{2.1c}$ ,  $H_{2.1d}$ ,  $H_{2.1e}$ ,  $H_{2.2}$ ,  $H_{2.2a}$ ,  $H_{2.2b}$ ,  $H_{2.2d}$ ,  $H_{2.2e}$ ,  $H_{2.3}$ ,  $H_{2.3a}$ ,  $H_{2.3d}$ ,  $H_{2.3e}$ ,  $H_{2.4}$ ,  $H_{2.4a}$ ,  $H_{2.4b}$ ,  $H_{2.4c}$ ,  $H_{2.4e}$ ,  $H_{2.5}$ ,  $H_{2.5a}$ ,  $H_{2.5b}$ ,  $H_{2.5c}$ ,  $H_{2.5e}$ ,  $H_{2.6}$ ,  $H_{2.6c}$ ,  $H_{2.6d}$  ve  $H_{2.6e}$  hipotezleri kabul edilirken  $H_{1.1e}$ ,  $H_{1.2e}$ ,  $H_{1.3e}$ ,  $H_{1.4b}$ ,  $H_{1.4e}$ ,  $H_{1.5e}$ ,  $H_{1.6a}$ ,  $H_{2.2c}$ ,  $H_{2.3b}$ ,  $H_{2.3c}$ ,  $H_{2.4d}$ ,  $H_{2.5d}$ ,  $H_{2.6a}$  ve  $H_{2.6b}$  hipotezleri reddedilmiştir. Şekil 4.1’de araştırma modelinin değerlendirilmesi yer almaktadır.





Şekil 4. 1.Araştırma Modelinin Değerlendirilmesi

Şekil 4.1’de görüldüğü üzere kişilik özellikleri ve alt boyutları ile girişimci kişilik özellikleri ve alt boyutlarının sosyal girişimcilik yönelimi üzerindeki etkisini öğrenmek amacıyla yapılan regresyon analizi sonucunda kabul edilen hipotezler yer almaktadır. Buna göre kişilik özellikleri ve alt boyutları olan dışadönüklük, uyumluluk sorumluluk, deneyime açıklık ile girişimci kişilik özellikleri ve alt boyutları olan risk alma eğilimi, yenilikçilik, başarı ihtiyacı, kontrol odağı ve belirsizlik toleransının sosyal girişimcilik yönelimi üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu, fakat kişilik özelliklerinin alt boyutu olan duygusal dengenin anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmüştür.

Literatürdeki çalışmalar incelendiğinde (Nga vd., 2018; Dacul, 2017; Caballero vd., 2013, Nga ve Shamuganathan, 2010; Paksoy vd., 2019; Saat, vd., 2019; Akar ve Doğan, 2018; Eratlı-Şirin vd., 2018; Çavdar vd., 2018; Konaklı ve Göğüş, 2013; Smith vd., 2014; Kırılmaz, 2012) araştırma modelinin geçerliliğe sahip olduğu söylenebilir.

#### **4.4.EK ANALİZLER**

Çalışmanın bu bölümünde kişilik özellikleri, girişimci kişilik özellikleri ve sosyal girişimcilik yönelimi değişkenleri ve bu değişkenlerin her bir alt boyutlarının sosyodemografik değişkenlere göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için yapılan ek analizlere yer verilmiştir.

##### **4.4.1.Bağımsız Örneklem T-Testi Analizi sonuçları**

İki farklı grubun ölçülen sayısal değerlerinin ortalamaları arasında anlamlı bir farklılığın olup olmadığını belirlemek için kullanılan T testinin, varsayımları şunlardır: bağımlı değişkene ait ölçümler oran ya da aralık ölçeğinde olmalı, bağımlı değişkene ilişkin ölçümlerin dağılımı normal olmalı ve bağımlı değişkene ait varyanslar iki grup için de eşit olmalıdır (Büyüköztürk, 2018: 40; Saruhan ve Özdemirci, 2016: 305). T testi yapılmadan önce grup varyanslarının homojenliğinin test edilmesi gerekmektedir. Bunun için Levene İstatistiği (Levene Statistic) testi kullanılmaktadır. Buna göre p’nin 0,05’ten büyük ( $p > 0,05$ ) olması grup varyanslarının homojen olduğunu göstermektedir (Büyüköztürk, 2018: 39; Özbezek, 2018: 169).

#### 4.4.1.1. Cinsiyet, Bölüm ve Sosyal Sorumluluk Projesi ile Kişilik Özellikleri İlişkisi

Öğrencilerin kişilik özelliklerinin skorlarının cinsiyet, bölüm ve sosyal sorumluluk projesi değişkenlerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğinin tespit etmek için ilk olarak karşılaştırılan grupların varyanslarının homojen olup olmadıkları analiz edilmiştir. Levene testi sonucu kişilik özellikleri skorlarının cinsiyet ( $p=,302$ ) ve sosyal sorumluluk projesi ( $p=,093$ ) grup varyanslarının ( $p>0,05$ ) homojen olduğu, ancak bölüm ( $p=,036$ ) grup varyansının ( $p<0,05$ ) homojen olmadığı görülmüştür. Tablo 4.40'da analizi sonuçları yer almaktadır.

Tablo 4. 40. T Testi: Cinsiyet, Bölüm ve Sosyal Sorumluluk Projesi ile Kişilik Özellikleri İlişkisi

		n	$\bar{x}$	Ss	t	sd	p	
Kişilik Özellikleri	Cinsiyet	Kadın	653	4,072	,5379	1,881	1065	,060
		Erkek	414	4,006	,6062			
	Bölüm	İşletme	591	4,046	,5140	-,001	914,799	,999
		İktisat	476	4,046	,6251			
	Sosyal Sorumluluk Projesi	Evet	316	4,182	,5324	5,142	1065	,000
		Hayır	751	3,989	,5703			

Tablo 4.40'da görüldüğü üzere katılımcıların kişilik özellikleri skorları arasında cinsiyet ( $t=1,881$ ;  $p=,060$ ) ve bölüm ( $t=-,001$ ;  $p=,999$ ) değişkenlerine göre anlamlı bir farklılık olmadığı görülmüştür. Bunun yanı sıra kişilik özellikleri skorları arasında sosyal sorumluluk projelerine katılma ( $t=5,142$ ;  $p=,000$ ) değişkenine göre anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir. Sosyal sorumluluk projelerine katılanların ( $\bar{x}=4,182$ ) sosyal sorumluluk projelerine katılmayanlara ( $\bar{x}=3,989$ ) oranla kişilik özellikleri skorlarının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç sosyal sorumluluk projesine katılanların kişilik özellikleri algılarının daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Öğrencilerin kişilik özelliklerinin alt boyutları skorlarının cinsiyet, bölüm ve sosyal sorumluluk projesine katılma değişkenlerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğinin tespit etmek için ilk olarak karşılaştırılan grupların varyanslarının homojenliği olup olmadıkları analiz edilmiştir. Levene testi sonucu dışadönüklük skorlarının cinsiyet ( $p=,923$ ), bölüm ( $p=,138$ ) ve sosyal sorumluluk projesi ( $p=,102$ ) grup varyanslarının ( $p>0,05$ ) homojen olduğu görülmüştür. Uyumluluk skorlarının bölüm ( $p=,008$ ) grup varyanslarının ( $p<0,05$ ) homojen olmadığı, ancak cinsiyet ( $p=,005$ ) grup varyansının sınırda homojen olduğu ve sosyal sorumluluk projesi

( $p=,906$ ) grup varyansının ( $p>0,05$ ) homojen olduğu grlmŖtr. Sorumluluk skorlarının cinsiyet ( $p=,015$ ) grup varyansının ( $p<0,05$ ) homojen olmadığı, ancak bölüm ( $p=,143$ ) ve sosyal sorumluluk projesi ( $p=,955$ ) grup varyanslarının ( $p>0,05$ ) homojen olduğu grlmŖtr. Deneyime açıklık skorlarının cinsiyet ( $p=,469$ ), bölüm ( $p=,240$ ) ve sosyal sorumluluk projesi ( $p=,504$ ) grup varyanslarının ( $p>0,05$ ) homojen olduğu grlmŖtr. Duygusal denge skorlarının cinsiyet ( $p=,073$ ), bölüm ( $p=,265$ ) ve sosyal sorumluluk projesi ( $p=,880$ ) grup varyanslarının ( $p>0,05$ ) homojen olduğu grlmŖtr. Tablo 4.41’de analiz sonuçları yer almaktadır.

Tablo 4. 41. T Testi: Cinsiyet, Bölüm ve Sosyal Sorumluluk Projesi ile Kişilik Özelliklerinin Alt Boyutları Arasındaki İlişki

			n	$\bar{x}$	Ss	t	sd	p
<b>Dışadönüklük</b>	<b>Cinsiyet</b>	Kadın	653	3,966	,8474	,066	1065	,948
		Erkek	414	3,962	,8585			
	<b>Bölüm</b>	İşletme	591	3,977	,81890	,529	1065	,597
		İktisat	476	3,949	,89064			
	<b>Sosyal Sorumluluk Projesi</b>	Evet	316	4,215	,78227	6,358	1065	<b>,000</b>
		Hayır	751	3,859	,85762			
			n	$\bar{x}$	Ss	t	sd	p
<b>Uyumluluk</b>	<b>Cinsiyet</b>	Kadın	653	4,298	,6559	4,549	1065	<b>,000</b>
		Erkek	414	4,099	,7556			
	<b>Bölüm</b>	İşletme	591	4,233	,63636	,661	911,989	,509
		İktisat	476	4,204	,77762			
	<b>Sosyal Sorumluluk Projesi</b>	Evet	316	4,281	,70320	1,817	1065	,069
		Hayır	751	4,195	,70141			
			n	$\bar{x}$	Ss	t	sd	p
<b>Sorumluluk</b>	<b>Cinsiyet</b>	Kadın	653	4,169	,6539	2,030	772,629	<b>,043</b>
		Erkek	414	4,076	,7723			
	<b>Bölüm</b>	İşletme	591	4,130	,6588	-,153	1065	,879
		İktisat	476	4,137	,7557			
	<b>Sosyal Sorumluluk Projesi</b>	Evet	316	4,219	,7022	2,604	1065	<b>,009</b>
		Hayır	751	4,097	,7011			
			n	$\bar{x}$	Ss	t	sd	p
<b>Deneyime Açıklık</b>	<b>Cinsiyet</b>	Kadın	653	4,093	,6693	1,346	1065	,179
		Erkek	414	4,036	,6905			
	<b>Bölüm</b>	İşletme	591	4,078	,6372	,345	1065	,730
		İktisat	476	4,063	,7257			
	<b>Sosyal Sorumluluk Projesi</b>	Evet	316	4,275	,6339	6,504	1065	<b>,000</b>
		Hayır	751	3,985	,6777			
			n	$\bar{x}$	Ss	t	sd	p
<b>Duygusal Denge</b>	<b>Cinsiyet</b>	Kadın	653	3,607	1,0490	-1,365	1065	,173
		Erkek	414	3,697	1,0451			
	<b>Bölüm</b>	İşletme	591	3,593	1,0321	-1,682	1065	,093
		İktisat	476	3,702	1,0653			
	<b>Sosyal Sorumluluk Projesi</b>	Evet	316	3,690	1,0659	,983	1065	,326
		Hayır	751	3,621	1,0403			

Tablo 4.41’de görüldüğü üzere kişilik özelliklerinin alt boyutlarını oluşturan dışadönüklük skorları arasında katılımcıların cinsiyet ( $t=,066$ ;  $p=,948$ ) ve bölüm ( $t=,529$ ;  $p=,597$ ) değişkenlerine göre anlamlı bir farklılık göstermediği, ancak sosyal sorumluluk ( $t=6,358$ ;  $p=,000$ ) projesine katılma değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Bu verilere göre sosyal sorumluluk projelerine katılanların ( $\bar{x}=4,215$ ) katılmayanlara ( $\bar{x}=3,859$ ) oranla dışadönüklük skorlarının daha yüksek

olduğu söylenebilir. Kişilik özelliklerinin alt boyutlarını oluşturan uyumluluk skorlarının bölüm ( $t=,661$ ;  $p=,509$ ) ve sosyal sorumluluk projesine ( $t=1,817$ ;  $p=,069$ ) katılma değişkenlerine göre anlamlı bir farklılık göstermediği, ancak cinsiyet ( $t=4,549$ ;  $p=,000$ ) değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu verilere göre kadın öğrencilerin ( $\bar{x}=4,298$ ), erkek öğrencilere ( $\bar{x}=4,099$ ) göre uyumluluk skorlarının daha yüksek olduğu söylenebilir. Kişilik özelliklerinin alt boyutlarını oluşturan sorumluluk skorlarının bölüm ( $t=-,153$ ;  $p=,879$ ) değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermediği, ancak cinsiyet ( $t=2,030$ ;  $p=,043$ ) ve sosyal sorumluluk projesi ( $t=2,604$ ;  $p=,009$ ) değişkenlerine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu verilere göre kadın öğrencilerin ( $\bar{x}=4,169$ ) erkek öğrencilerden ( $\bar{x}=4,076$ ) ve sosyal sorumluluk projelerine katılanların ( $\bar{x}=4,219$ ), katılmayanlara ( $\bar{x}=4,097$ ) oranla sorumluluk skorlarının daha yüksek olduğu söylenebilir. Kişilik özelliklerinin alt boyutlarını oluşturan deneyime açıklık skorlarının öğrencilerin cinsiyet ( $t=1,346$ ;  $p=,179$ ) ve bölüm ( $t=,345$ ;  $p=,730$ ) değişkenlerine göre anlamlı bir farklılık göstermediği, ancak sosyal sorumluluk ( $t=6,504$ ;  $p=,000$ ) projelerine katılma değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği görülmüştür. Bu verilere göre, sosyal sorumluluk projelerine katılanların ( $\bar{x}=4,275$ ), katılmayanlara ( $\bar{x}=3,985$ ) oranla deneyime açıklık skorlarının daha yüksek olduğu söylenebilir. Kişilik özelliklerinin alt boyutlarını oluşturan duygusal denge skorlarının öğrencilerin cinsiyet ( $t=-1,365$ ;  $p=,173$ ), bölüm ( $t=-1,682$ ;  $p=,093$ ) ve sosyal sorumluluk projelerine katılma ( $t=,983$ ;  $p=,326$ ) değişkenlerine göre anlamlı bir farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç kadınların uyumluluk ve sorumluluk algılarının, sosyal sorumluluk projesine katılanlarının dışadönüklük, sorumluluk ve deneyime açıklık algılarının daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Literatürde kişilik özellikleri ile ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde sonuçlar arasında tutarlılık olmadığı görülmüştür. Tekin, Turan, Özmen, Turhan ve Kökçü (2012), Ilgaz Yıldırım (2014), Çetinel (2018), Göloğlu-Demir, Demir ve Bolat (2017) ve Yıldızoğlu (2013) tarafından yapılan çalışmalarda kişilik özellikleri skorları ve cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

Boz, Buluk, Aydınkaya ve Arslantaş (2016) tarafından girişimci ve kamu/özel sektör çalışanlarına yapılan çalışmada kişilik özelliklerinden dışadönüklük, özdenetim/sorumluluk ve duygusal denge skorları ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık olmadığı, ancak uyumluluk ile gelişime açıklık skorlarında kadınların erkeklere göre daha uyumlu ve gelişime açık oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

Tatlılıoğlu (2014) tarafından yapılan çalışmada ise dışadönüklük, deneyime açıklık, uyumluluk ve sorumluluk skorları ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Özhan (2015) tarafından yapılan çalışmada erkeklerin kadınlara göre daha fazla deneyime ve yeniliğe açık olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Beder (2015) tarafından yapılan çalışmada kadın öğrencilerin erkek öğrencilere göre daha dışadönük, daha uyumlu ve daha disiplinli oldukları tespit edilmiştir.

Kadın öğrencilerin iletişim kurmada daha başarılı olmaları, hiyerarşik bir yapıda çalışmaya daha yatkın olmaları ve gelecek için başarılı kişiler olma potansiyelinin erkeklere göre daha yüksek olduğunu ifade eden Soba, Şimşek ve Demir (2019) tarafından yapılan çalışmada dışadönüklük, uyumluluk ve sorumluluk skorları ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. İçerli ve Uğuz-Arsu (2019) tarafından yapılan çalışmada ise kadınların erkeklere göre daha duygusal dengeli oldukları tespit edilirken; Najar ve Dar (2017) ve Challa (2017) tarafından yapılan çalışmada erkelerin kadınlardan daha fazla duygusal dengeye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sahip olunan cinsiyet rollerinden dolayı kadınların erkeklere oranla nevrotik/duygusal dengesizlik eğilimlerinin daha yüksek olduğunu ifade eden Tunç ve Aliyev (2015) tarafından yapılan çalışmada kadınların duygusal denge skorları düşük çıkmıştır.

Challa (2017) tarafından yapılan çalışmada erkeklerin kadınlara göre daha dışadönük olduğunu, Uzun ve İmamoğlu (2017) tarafından yapılan çalışmada ise erkeklerin kadınlara göre daha fazla deneyime açık oldukları ve kadınların erkeklere göre uyumluluk ve sorumluluk skorlarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Literatürde farklı ölçüm araçları kullanılarak yapılan çalışmalar incelendiğinde, kişilik özellikleri ile bölüm değişkeni arasındaki ilişkiye yönelik araştırma sonuçlarının tutarlı olmadığı görülmüştür. Soba, Şimşek ve Demir (2019) tarafından üniversite öğrencilerine yönelik yapılan çalışmada kişilik özelliklerinin alt boyutları ile öğrencilerin bölümü arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Etyemez, Pektaş ve Akyol (2017) tarafından yapılan çalışmada ise MYO ve İlahiyat Fakültesi öğrencilerinin kişilik özelliklerinden deneyime açıklık ile bölüm arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Buna göre İlahiyat Fakültesi öğrencilerinin deneyime açıklık skorlarının MYO öğrencilerine göre oranla daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Literatürde farklı ölçüm araçları kullanılarak yapılan çalışmalar incelendiğinde, kişilik özellikleri ile sosyal sorumluluk projelerine katılma değişkeni



arasındaki ilişkiyi araştıran çalışmaların sınırlı olduğu görülmüştür. Bu yüzden araştırma sonuçları literatürdeki diğer çalışmalarla karşılaştırılamamıştır.

#### 4.4.1.2. Cinsiyet, Bölüm ve Sosyal Sorumluluk Projesi ile Girişimci Kişilik Özellikleri İlişkisi

Öğrencilerin girişimci kişilik özellikleri skorlarının cinsiyet, bölüm ve sosyal sorumluluk projesi değişkenlerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek için ilk olarak karşılaştırılan grupların varyanslarının homojen olup olmadığı analiz edilmiştir. Levene testi sonucu girişimci kişilik özellikleri skorlarının cinsiyet ( $p=,037$ ) ve bölüm ( $p=,022$ ) grup varyanslarının ( $p<0,05$ ) homojen olmadığı, ancak sosyal sorumluluk projesi ( $p=,865$ ) grup varyansının ( $p>0,05$ ) homojen olduğu görülmüştür. Tablo 4.42’de sonuçları yer almaktadır.

Tablo 4. 42. T Testi: Cinsiyet, Bölüm ve Sosyal Sorumluluk Projesi ile Girişimci Kişilik Özellikleri İlişkisi

			<b>n</b>	$\bar{x}$	<b>Ss</b>	<b>t</b>	<b>sd</b>	<b>p</b>
<b>Girişimci Kişilik Özellikleri</b>	<b>Cinsiyet</b>	Kadın	653	3,680	,4428	-1,797	789,070	,073
		Erkek	414	3,735	,5092			
	<b>Bölüm</b>	İşletme	591	3,732	,4215	2,330	903,733	<b>,020</b>
		İktisat	476	3,663	,5223			
	<b>Sosyal Sorumluluk Projesi</b>	Evet	316	3,805	,4690	4,716	1065	<b>,000</b>
		Hayır	751	3,657	,4641			

Tablo 4.42’de görüldüğü katılımcıların girişimci kişilik özellikleri skorları arasında cinsiyet ( $t=-1,797$ ;  $p=,073$ ) değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermediği, ancak bölüm ( $t=2,330$ ;  $p=,020$ ) ve sosyal sorumluluk projelerine katılma ( $t=4,716$ ;  $p=,000$ ) değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği görülmüştür. Buna göre İşletme Bölümü ( $\bar{x}=3,732$ ) öğrencilerinin İktisat Bölümü ( $\bar{x}=3,663$ ) öğrencilerine, sosyal sorumluluk projelerine katılanların ( $\bar{x}=3,805$ ) sosyal sorumluluk projelerine katılmayanlara ( $\bar{x}=3,657$ ) oranla girişimci kişilik özellikleri skorlarının daha yüksek olduğu görülmüştür. Bu sonuç İşletme Bölümü öğrencilerinin ve sosyal sorumluluk projelerine katılanların girişimci kişilik özellikleri algılarının daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Öğrencilerin risk alma eğilimi, yenilikçilik, başarı ihtiyacı, kontrol odağı ve belirsizlik toleransı skorlarının cinsiyet, bölüm ve sosyal sorumluluk projesine katılma değişkenlerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğinin tespit edilmesi için ilk olarak karşılaştırılan grupların varyanslarının homojen olup olmadıkları analiz

edilmiştir. Levene testi sonucu risk alma eğilimi skorlarının bölüm ( $p=,019$ ) grup varyanslarının ( $p<0,05$ ) homojen olmadığı, ancak cinsiyet ( $p=,005$ ) grup varyansının sınırda homojen olduğu ve sosyal sorumluluk projesi ( $p=,370$ ) grup varyanslarının ( $p>0,05$ ) homojen olduğu görülmüştür. Yenilikçilik skorlarının cinsiyet ( $p=,517$ ) ve sosyal sorumluluk projesi ( $p=,139$ ) grup varyansının ( $p>0,05$ ) homojen olduğu, ancak bölüm ( $p=,024$ ) grup varyanslarının ( $p<0,05$ ) homojen olmadığı görülmüştür. Başarı ihtiyacı skorlarının cinsiyet ( $p=,008$ ) ve bölüm ( $p=,000$ ) grup varyanslarının ( $p<0,05$ ) homojen olmadığı, ancak sosyal sorumluluk projesi ( $p=,619$ ) grup varyanslarının ( $p>0,05$ ) homojen olduğu görülmüştür. Kontrol odağı skorlarının cinsiyet ( $p=,470$ ), bölüm ( $p=,500$ ) ve sosyal sorumluluk projesi ( $p=,069$ ) grup varyanslarının ( $p>0,05$ ) homojen olduğu görülmüştür. Belirsizlik toleransı skorlarının cinsiyet ( $p=,339$ ) ve sosyal sorumluluk projesi ( $p=,279$ ) grup varyanslarının ( $p>0,05$ ) homojen olduğu, ancak bölüm ( $p=,001$ ) grup varyanslarının ( $p<0,05$ ) homojen olmadığı görülmüştür. Tablo 4.43'te analiz sonuçları yer almaktadır.

Tablo 4. 43. T Testi: Cinsiyet, Bölüm ve Sosyal Sorumluluk Projesi ile Girişimci Kişilik Özelliklerinin Alt Boyutları Arasındaki İlişki

			n	$\bar{x}$	Ss	t	sd	p
Risk Alma Eğilimi	Cinsiyet	Kadın	653	3,606	,6210	-4,456	1065	,000
		Erkek	414	3,791	,7154			
	Bölüm	İşletme	591	3,711	,6269	1,784	957,021	,075
		İktisat	476	3,637	,7081			
	Sosyal Sorumluluk Projesi	Evet	316	3,791	,6900	3,614	1065	,000
		Hayır	751	3,630	,6489			
Yenilikçilik	Cinsiyet	Kadın	653	3,650	,7319	-1,487	1065	,137
		Erkek	414	3,719	,7479			
	Bölüm	İşletme	591	3,714	,6846	1,796	938,656	,073
		İktisat	476	3,631	,7989			
	Sosyal Sorumluluk Projesi	Evet	316	3,903	,6944	6,592	1065	,000
		Hayır	751	3,582	,7365			
Başarı İhtiyacı	Cinsiyet	Kadın	653	4,256	,7097	4,792	800,141	,000
		Erkek	414	4,025	,8017			
	Bölüm	İşletme	591	4,178	,6752	,549	898,789	,583
		İktisat	476	4,152	,8438			
	Sosyal Sorumluluk Projesi	Evet	316	4,121	,7339	-1,287	1065	,198
		Hayır	751	4,186	,7631			
Kontrol Odağı	Cinsiyet	Kadın	653	2,960	,8578	-2,662	1065	,008
		Erkek	414	3,103	,8498			
	Bölüm	İşletme	591	3,065	,8490	2,091	1065	,037
		İktisat	476	2,955	,8641			
	Sosyal Sorumluluk Projesi	Evet	316	3,075	,9092	1,453	1065	,146
		Hayır	751	2,991	,8336			
Belirsizlik Toleransı	Cinsiyet	Kadın	653	3,947	,6760	-,533	1065	,594
		Erkek	414	3,971	,7289			
	Bölüm	İşletme	591	3,979	,6451	1,180	936,514	,238
		İktisat	476	3,928	,7557			
	Sosyal Sorumluluk Projesi	Evet	316	4,096	,7173	4,285	1065	,000
		Hayır	751	3,897	,6799			

Tablo 4.43'te görüldüğü girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutunu oluşturan risk alma eğilimi skorları arasında katılımcıların bölüm ( $t=1,784$ ;  $p=,075$ ) değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermediği, ancak katılımcıların cinsiyet ( $t=-4,456$ ;  $p=,000$ ) ve sosyal sorumluluk projelerine katılma ( $t=3,614$ ;  $p=,000$ ) değişkenlerine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği görülmüştür. Bu verilere göre erkek öğrencilerin ( $\bar{x}=3,791$ ), kadın öğrencilere ( $\bar{x}=3,606$ ), sosyal sorumluluk projelerine katılanların ( $\bar{x}=3,791$ ), katılmayanlara ( $\bar{x}=3,630$ ) oranla risk alma eğilimi skorlarının daha yüksek

olduğu söylenebilir. Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarını oluşturan yenilikçilik skorlarının cinsiyet ( $t=-1,487$ ;  $p=,137$ ) ve bölüm ( $t=1,796$ ;  $p=,073$ ) değişkenlerine göre anlamlı bir farklılık göstermediği, ancak sosyal sorumluluk projelerine katılma ( $t=6,592$ ;  $p=,000$ ) değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Bu verilere göre sosyal sorumluluk projelerine katılanların ( $\bar{x}=3,903$ ), katılmayanlara ( $\bar{x}=3,582$ ) oranla yenilikçilik skorlarının daha yüksek olduğu söylenebilir. Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarını oluşturan başarı ihtiyacı skorlarının bölüm ( $t=,549$ ;  $p=,583$ ) ve sosyal sorumluluk projelerine katılma ( $t=-1,287$ ;  $p=,198$ ) değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermediği, ancak cinsiyet ( $t=4,792$ ;  $p=,000$ ) değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu verilere göre kadın öğrencilerin ( $\bar{x}=4,256$ ), erkek öğrencilere ( $\bar{x}=4,025$ ) oranla başarıma ihtiyacı skorlarının daha yüksek olduğu söylenebilir. Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarını oluşturan kontrol odağı skorlarının sosyal sorumluluk projelerine ( $t=1,453$ ;  $p=,146$ ) katılma değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermediği, ancak cinsiyet ( $t=-2,663$ ;  $p=,008$ ) ve bölüm ( $t=2,091$ ;  $p=,037$ ) değişkenlerine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu verilere göre erkek öğrencilerin ( $\bar{x}=3,103$ ), kadın öğrencilere ( $\bar{x}=2,960$ ), İşletme Bölümü öğrencilerinin ( $\bar{x}=3,065$ ), İktisat Bölümü öğrencilerine ( $\bar{x}=2,955$ ) oranla kontrol odağı skorlarının daha yüksek olduğu görülmektedir. Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutunu oluşturan belirsizlik toleransı skorlarının cinsiyet ( $t=-,533$ ;  $p=,594$ ) ve bölüm ( $t=1,180$ ;  $p=,238$ ) değişkenlerine göre anlamlı bir farklılık göstermediği, ancak sosyal sorumluluk projelerine katılma ( $t=4,285$ ;  $p=,000$ ) değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu verilere göre sosyal sorumluluk projelerine katılanların ( $\bar{x}=4,096$ ), katılmayanlara ( $\bar{x}=3,897$ ) oranla belirsizliğe karşı tolerans skorlarının daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu sonuç erkeklerin risk alma eğilimi algılarının, kadınların başarı ihtiyacı algılarının, İşletme Bölümü öğrencilerinin kontrol odağı algılarının ve sosyal sorumluluk projesine katılanlarının risk alma eğilimi, yenilikçilik ve belirsizlik toleransı algılarının daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Literatürde farklı ölçüm araçları kullanılarak yapılan çalışmalar incelendiğinde, girişimci kişilik özellikleri ile cinsiyet değişkeni arasındaki ilişkiye yönelik araştırma sonuçlarının tutarlı olmadığı görülmüştür. Kazaferoğlu (2017) ve Bozkurt (2006) tarafından yapılan çalışmada girişimci kişilik özellikleri ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir.

Talih Akkaya, Yıldız ve Kolder-Akın (2014) tarafından üniversite öğrencilerine yapılan çalışmada, erkek öğrencilerin başarıma ihtiyacı skorlarının kadın öğrencilerden daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. İşcan ve Kaygın (2011), tarafından yapılan çalışmada ise erkek öğrencilerin, kadın öğrencilere göre başarıma ihtiyacı ve belirsizliğe karşı tolerans skorlarının daha yüksek olduğu görülmüştür. Girişimci kişilik özellikleri ile ilgili bir diğer çalışmada Akman ve Bektaş (2015) tarafından yapılmıştır. Bu çalışmada erkeklerin daha fazla risk alma eğilimine sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Ede, Panigrahi ve Calcich (1998) tarafından üniversite öğrencilerine yapılan çalışmada, erkek öğrencilerin girişimcilik niyetinin kadın öğrencilerden daha fazla olduğu görülmüştür. Cebeci (2016) tarafından çalışmada ise erkeklerin risk alma ve belirsizliğe karşı tolerans skorlarının kadınlardan daha yüksek olduğu görülmüştür. Solmaz, Aksoy, Şengül ve Sarıışık (2014) tarafından yapılan çalışmada girişimci kişilik özelliklerinden başarıma arzusu, pratik zekâ, bağımsızlık ve kendine güven ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık bulunamamışken, kadınların kararlılık ve yenilikçilik skorlarının erkeklerden daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Karasakal, Aksu ve Demircili (2013) tarafından üniversite öğrencilerine yapılan çalışmada cinsiyet ile girişimci kişilik özelliklerinden kendine güven, bağımsızlık, iletişim kurma becerisi, yaratıcılık-yenilikçilik arasında anlamlı bir farklılık olmadığı, ancak erkeklerin kadınlara göre risk alma skorlarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Girişimci kişilik özellikleri ile ilgili diğer bir çalışma da Collins (2007) tarafından yapılmıştır. Bu çalışmada erkek girişimcilerin uyumluluk, risk alma eğilimi, zaman yönetimi, dışadönüklük ve düşünme skorlarının kadın girişimcilerden yüksek olduğu, kadın girişimcilerin ise planlama, hedef yönelimi, sezgi ve algı ölçümleri skorlarının erkek girişimcilere göre daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca erkek ve kadınların girişimcilik başarıları konusundaki inançlarının da farklı olduğu görülmüştür.

Literatürde farklı ölçüm araçları kullanılarak yapılan çalışmalar incelendiğinde, gerek yerli literatürde (Balaban ve Özdemir, 2008; Çiçek, 2016; Kerse vd., 2017; Uygun ve Güner, 2016; Doğan, 2015; Tanrıverdi vd., 2016) gerekse yabancı literatürde (Hussain, 2015; Weber vd., 2009; Hattab, 2014; Stamboulis ve Barlas, 2014; Lorz, 2011; Hejazinia, 2015; Mahendra vd., 2017; Gerba, 2012; Babatunde ve Durowaye, 2014; Fayolle ve Gailly, 2015; Yağub vd., 2015) girişimcilik eğitiminin

girişimcilik eğilimini pozitif yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Bu nedenle girişimcilik eğitiminin alındığı bölümün girişimci kişilik üzerinde etkisi olduğu sonucuna ulaşan çalışmalar olduğu gibi eğitim görülen bölümün girişimci kişilik üzerinde etkisinin olmadığı sonucuna ulaşan çalışmalar da literatürde yer almaktadır. Kazaferoğlu (2017) tarafından yapılan çalışmada girişimcilik eğiliminin fakülteye göre değişmediği sonucuna ulaşılmışken, Türkoğlu, Tetik ve Açıkgoz (2017) tarafından yapılan çalışmada öğrencilerin bölümleri ile risk alma, yenilikçilik ve başarı ihtiyacı arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Konaklıoğlu ve Kızanlıklılı (2011) tarafından yapılan çalışmada ise Sosyal Bilimler ve Sağlık Bilimlerinde öğrenim gören öğrenciler arasında anlamlı bir farklılıklar bulunmuştur. Sosyal Bilim öğrencilerinin Sağlık Bilimleri öğrencilerine göre daha fazla girişimci kişiliğe sahip olduğu görülmüştür. Son olarak Damar (2015) tarafından yapılan çalışmada İİBF bölümünde okuyan öğrencilerin Mühendislik, Fen ve Hukuk bölümlerinde okuyan öğrencilere göre risk alma, yenilikçilik, başarı ihtiyacı ve kendine güven skorlarının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Girişimci kişilik özellikleri ile sosyal sorumluluk projelerine katılma arasındaki ilişkileri inceleyen Tekin, Soba ve İter (2018) tarafından yapılan çalışmada, girişimcilikte iş ahlakı ve sosyal sorumluluk algısı üzerinde durularak girişimcilerin kar elde etmenin yanında toplumdaki kişi ve kurumlara karşı sorumluluk anlayışı ile hareket etmesi ve onların beklentilerine cevap vermesi gerektiği vurgulanmıştır.

#### **4.4.1.3. Cinsiyet, Bölüm ve Sosyal Sorumluluk Projesi ile Sosyal Girişimcilik Yönelimi İlişkisi**

Öğrencilerin sosyal girişimcilik yönelimi skorlarının cinsiyet, bölüm ve sosyal sorumluluk projesi değişkenlerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğinin tespit edilmesi için ilk olarak karşılaştırılan grupların varyanslarının homojen olup olmadıkları analiz edilmiştir. Levene testi sonucu sosyal girişimcilik yönelimi skorlarının bölüm ( $p=,000$ ) grup varyanslarının ( $p<0,05$ ) homojen olmadığı, ancak cinsiyet ( $p=,567$ ) ve sosyal sorumluluk projesi ( $p=,362$ ) grup varyansının ( $p>0,05$ ) homojen olduğu görülmüştür. Tablo 4.44'te analiz sonuçları yer almaktadır.

Tablo 4. 44. T Testi: Cinsiyet, Bölüm ve Sosyal Sorumluluk Projesi ile Sosyal Girişimcilik Yönelimi İlişkisi

			<b>n</b>	$\bar{x}$	<b>Ss</b>	<b>t</b>	<b>sd</b>	<b>p</b>
<b>Sosyal Girişimcilik Yönelimi</b>	<b>Cinsiyet</b>	Kadın	653	3,918	,4913	1,964	1065	<b>,050</b>
		Erkek	414	3,855	,5336			
	<b>Bölüm</b>	İşletme	591	3,925	,4542	2,162	898,932	<b>,031</b>
		İktisat	476	3,855	,5675			
	<b>Sosyal Sorumluluk Projesi</b>	Evet	316	4,031	,4900	5,808	1065	<b>,000</b>
		Hayır	751	3,836	,5057			

Tablo 4.44'te görüldüğü üzere sosyal girişimcilik yönelimi skorları arasında cinsiyet ( $t=1,964$ ;  $p=,050$ ), bölüm ( $t=2,162$ ;  $p=,031$ ) ve sosyal sorumluluk projelerine katılma ( $t=5,808$ ;  $p=,000$ ) değişkenlerine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre kadın öğrencilerin ( $\bar{x}=3,918$ ) erkek öğrencilere ( $\bar{x}=3,855$ ), İşletme Bölümü ( $\bar{x}=3,925$ ) öğrencilerinin İktisat Bölümü ( $\bar{x}=3,855$ ) öğrencilerine göre, sosyal sorumluluk projelerine katılanların ( $\bar{x}=4,031$ ) sosyal sorumluluk projelerine katılmayanlara göre ( $\bar{x}=3,836$ ) sosyal girişimcilik yönelimi skorlarının daha yüksek olduğu görülmüştür. Bu sonuç kadınların, İşletme Bölümü öğrencilerinin ve sosyal sorumluluk projelerine katılanların sosyal girişimcilik yönelimi algılarının daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Katılımcıların sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarını oluşturan sosyal vizyon, finansal getiri, inovasyon, sürdürülebilirlik ve sosyal ağlar skorlarının cinsiyet, bölüm ve sosyal sorumluluk projesine katılma değişkenlerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğinin tespit edilmesi için ilk olarak karşılaştırılan grupların varyansının homojen olup olmadıkları analiz edilmiştir. Levene testi sonucunda sosyal vizyon skorlarının cinsiyet ( $p=,686$ ) ve sosyal sorumluluk projesi ( $p=,081$ ) grup varyanslarının ( $p>0,05$ ) homojen olduğu, ancak bölüm ( $p=,001$ ) grup varyanslarının ( $p<0,05$ ) homojen olmadığı görülmüştür. Finansal getiri skorlarının cinsiyet ( $p=,085$ ) ve sosyal sorumluluk projesi ( $p=,335$ ) grup varyansının ( $p>0,05$ ) homojen olduğu ve bölüm ( $p=,005$ ) grup varyansının sınırda homojen olduğu görülmüştür. İnovasyon skorlarının cinsiyet ( $p=,305$ ) grup varyansının ( $p>0,05$ ) homojen olduğu, ancak bölüm ( $p=,028$ ) ve sosyal sorumluluk projesi ( $p=,007$ ) grup varyanslarının ( $p<0,05$ ) homojen olmadığı görülmüştür. Sürdürülebilirlik skorlarının cinsiyet ( $p=,422$ ) ve sosyal sorumluluk projesi ( $p=,638$ ) grup varyanslarının ( $p>0,05$ ) homojen olduğu ancak bölüm ( $p=,000$ ) grup varyanslarının ( $p<0,05$ ) homojen olmadığı görülmüştür. Sosyal ağlar skorlarının cinsiyet ( $p=,000$ ) ve bölüm ( $p=,001$ ) grup varyanslarının ( $p<0,05$ ) homojen olmadığı, ancak sosyal sorumluluk projesi

( $p=,198$ ) grup varyansının ( $p>0,05$ ) homojen olduğu görülmüştür. Tablo 4.45'te analiz sonuçları yer almaktadır.

Tablo 4. 45. T Testi: Cinsiyet, Bölüm ve Sosyal Sorumluluk Projesi ile Sosyal Girişimcilik Yöneliminin Alt Boyutları Arasındaki İlişki

			n	$\bar{x}$	Ss	t	sd	p
Sosyal Vizyon	Cinsiyet	Kadın	653	3,723	,6519	,649	1065	,517
		Erkek	414	3,697	,6355			
	Bölüm	İşletme	591	3,742	,6058	1,604	952,038	,109
		İktisat	476	3,677	,6904			
	Sosyal Sorumluluk Projesi	Evet	316	3,940	,5887	7,640	1065	<b>,000</b>
		Hayır	751	3,618	,6448			
Finansal Getiri	Cinsiyet	Kadın	653	3,594	,7641	-1,134	1065	,257
		Erkek	414	3,651	,8431			
	Bölüm	İşletme	591	3,637	,7591	,971	1065	,332
		İktisat	476	3,590	,8391			
	Sosyal Sorumluluk Projesi	Evet	316	3,706	,8200	2,389	1065	<b>,017</b>
		Hayır	751	3,579	,7828			
İnovasyon	Cinsiyet	Kadın	653	3,864	,8351	1,620	1065	,106
		Erkek	414	3,779	,8480			
	Bölüm	İşletme	591	3,826	,8062	-,203	973,768	,839
		İktisat	476	3,837	,8827			
	Sosyal Sorumluluk Projesi	Evet	316	3,976	,7829	3,813	644,128	<b>,000</b>
		Hayır	751	3,770	,8572			
Sürdürülebilirlik	Cinsiyet	Kadın	653	4,141	,6192	2,110	1065	<b>,035</b>
		Erkek	414	4,055	,6902			
	Bölüm	İşletme	591	4,144	,5700	1,971	882,079	<b>,049</b>
		İktisat	476	4,063	,7329			
	Sosyal Sorumluluk Projesi	Evet	316	4,231	,6282	4,061	1065	<b>,000</b>
		Hayır	751	4,056	,6506			
Sosyal Ağlar	Cinsiyet	Kadın	653	4,487	,6451	5,795	751,091	<b>,000</b>
		Erkek	414	4,218	,7899			
	Bölüm	İşletme	591	4,442	,6383	2,969	898,865	<b>,003</b>
		İktisat	476	4,308	,7976			
	Sosyal Sorumluluk Projesi	Evet	316	4,430	,6974	1,406	1065	,160
		Hayır	751	4,362	,7239			

Tablo 4.45'te görüldüğü üzere sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutunu oluşturan sosyal vizyon skorlarının cinsiyet ( $t=,649$ ;  $p=,517$ ) ve bölüm ( $t=1,604$ ;  $p=,109$ ) değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermediği, ancak öğrencilerin sosyal sorumluluk projelerine katılma ( $t=7,640$ ;  $p=,000$ ) değişkenlerine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği görülmüştür. Bu verilere göre sosyal sorumluluk projelerine katılanların ( $\bar{x}=3,940$ ), katılmayanlara ( $\bar{x}=3,618$ ) oranla sosyal vizyon skorlarının daha



yüksek olduğu söylenebilir. Sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutunu oluşturan finansal getiri skorlarının cinsiyet ( $t=-1,134$ ;  $p=,257$ ) ve bölüm ( $t=,971$ ;  $p=,332$ ) değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermediği, ancak öğrencilerin sosyal sorumluluk projelerine katılma ( $t=2,389$ ;  $p=,017$ ) değişkenlerine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Bu verilere göre sosyal sorumluluk projelerine katılanların ( $\bar{x}=3,706$ ), katılmayanlara ( $\bar{x}=3,579$ ) oranla finansal getiri skorlarının daha yüksek olduğu söylenebilir. Sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutunu oluşturan inovasyon skorlarının cinsiyet ( $t=1,620$ ;  $p=,106$ ) ve bölüm ( $t=-,203$ ;  $p=,839$ ) değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermediği, ancak öğrencilerin sosyal sorumluluk projelerine katılma ( $t=3,813$ ;  $p=,000$ ) değişkenlerine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu verilere göre sosyal sorumluluk projelerine katılanların ( $\bar{x}=3,976$ ), katılmayanlara ( $\bar{x}=3,770$ ) oranla inovasyon skorlarının daha yüksek olduğu söylenebilir. Sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutunu oluşturan sürdürülebilirlik skorlarının cinsiyet ( $t=2,110$ ;  $p=,035$ ), bölüm ( $t=1,971$ ;  $p=,049$ ) ve sosyal sorumluluk projelerine katılma ( $t=4,061$ ;  $p=,000$ ) değişkenlerine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Bu verilere kadın öğrencilerin ( $\bar{x}=4,141$ ) erkek öğrencilere, ( $\bar{x}=4,055$ ) İşletme Bölümü öğrencilerinin ( $\bar{x}=4,144$ ), İktisat Bölümü öğrencilerine ( $\bar{x}=4,063$ ) ve sosyal sorumluluk projelerine katılanların ( $\bar{x}=4,231$ ), katılmayanlara ( $\bar{x}=4,056$ ) oranla sürdürülebilirlik skorlarının daha yüksek olduğu söylenebilir. Sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutunu oluşturan sosyal ağlar skorlarının sosyal sorumluluk projelerine katılma ( $t=1,406$ ;  $p=,160$ ) değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermediği, ancak cinsiyet ( $t=5,795$ ;  $p=,000$ ) ve bölüm ( $t=2,969$ ;  $p=,003$ ) değişkenlerine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu verilere kadın öğrencilerin ( $\bar{x}=4,487$ ) erkek öğrencilere, ( $\bar{x}=4,218$ ) İşletme Bölümünü öğrencilerinin ( $\bar{x}=4,442$ ) İktisat Bölümü ( $\bar{x}=4,308$ ) öğrencilerine oranla sosyal ağlar skorlarının daha yüksek olduğu söylenebilir. Bu sonuçlar kadınların ve İşletme Bölümü öğrencilerin sürdürülebilirlik ve sosyal ağlar algılarının, sosyal sorumluluk projelerine katılanların sosyal vizyon, finansal getiri, inovasyon ve sürdürülebilirlik algılarının daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Literatürde farklı ölçüm araçları kullanılarak yapılan çalışmalar incelendiğinde, sosyal girişimcilik yönelimi ile cinsiyet değişkeni arasındaki ilişkiye yönelik araştırma sonuçlarının tutarlı olmadığı görülmüştür. Akkan ve Süygün (2016) tarafından yapılan çalışmada, kadınların sosyal vizyon skorlarının erkeklerden daha

yüksek olduğu, finansal getiri açısından bakıldığında erkeklerin kadınlara göre finansal getiriye daha fazla önem verdikleri sonucuna ulaşılmıştır. Van Ryzin, Grossman, DiPadova-Stocks ve Bergrud (2009), Chipeta (2015), Auberry (2015), Anbar, Anbar ve Çorak (2017) tarafından yapılan çalışmalarda kadınların sosyal girişimcilik skorlarının erkek öğrencilerden daha fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Chipeta, Koloba ve Surujlal (2016), tarafından üniversite öğrencilerine yönelik yapılan çalışmada cinsiyet ile sosyal girişimcilik niyeti arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Son olarak Kırılmaz (2012) tarafından STK başkanlarına yapılan çalışmada kadın katılımcıların erkek katılımcılara göre sosyal değer yaratma algısının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Literatürde farklı ölçüm araçları kullanılarak yapılan çalışmalar incelendiğinde, sosyal girişimcilik yönelimi ile bölüm değişkeni arasındaki ilişkileri inceleyen çok fazla çalışma bulunmamaktadır. Salamzadeh, Azimi ve Kirby (2013) tarafından eğitim sisteminin ve çevrenin öğrencilerin sosyal girişimcilik faaliyetlerini yürütmek için daha cazip hale getirilmesi için nasıl uyarlanması gerektiğini araştırmak amacıyla yapılan çalışmada alınan girişimcilik eğitiminin sosyal girişimcilik yöneliminde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Aynı doğrultuda Prieto (2010) tarafından yapılan çalışmada da sosyal girişimcilik oluşturmak için gerekli bilgi, beceri ve yeteneklere sahip olmanın önemli olduğu tespit edilmiştir.

Literatürde farklı ölçüm araçları kullanılarak yapılan çalışmalar incelendiğinde, sosyal girişimcilik yönelimi ile sosyal sorumluluk projelerine katılma değişkeni arasındaki ilişkileri inceleyen Paksoy, Özbezek ve Gül (2019) tarafından yapılan çalışmada, bireysel ve sosyal sorumluluğun sosyal girişimciliğin alt boyutları üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmüştür. Ayrıca Güler (2008) ve Işık ve Aydın (2017) yapmış oldukları çalışmada sosyal sorumluluk faaliyetlerinin sosyal girişimcilik üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

#### **4.4.2. Tek Yönlü Varyans (ANOVA) Analizi Sonuçları**

ANOVA analizi, iki ya da daha çok örneklem ortalaması arasında anlamlı bir farklılığın olup olmadığını test etmek için kullanılmaktadır (Büyüköztürk, 2018: 48). Tek yönlü varyans analizinin (ANOVA) uygulanabilmesi için bağımlı değişkene ait ölçümler oran ya da aralık ölçeğinde olmalıdır. Ayrıca dağılımın normal olması ve bağımlı değişkene ait varyanslar her grup için eşit olmalıdır.

ANOVA analizi sonuçları gruplar arasında anlamlı bir farklılığın olduğunu göstermekte, ancak bu farklılığın hangi gruplara arasında olduğunu göstermemektedir. Bu nedenle bu farklılığın kaynağını ortaya koymak için gruplara çoklu karşılaştırma testi (post-hoc) uygulanmaktadır (Saruhan ve Özdemirci, 2016: 309; Kayri, 2009: 52; Ekşi vd.,2011: 73). ANOVA analizi yapılmadan önce Levene Testi yapılarak grup varyanslarının homojen olup olmadığının araştırılması gerekmektedir. Grup varyansları homojense ( $p>0,05$ ), ANOVA testi, grup varyansları homojen değilse ( $p<0,05$ ) ANOVA testinin uygun olmadığı durumlarda Welch ve Brown–Forsythe testleri uygulamaktadır. F istatistiğinin alternatifi olan bu testler, gürbüz (robust) testler olarak adlandırılmaktadır. Değişkenler arasındaki farklılığı öğrenmek amacıyla ANOVA analizinde Tukey sonuçları, Welch ve Brown–Forsythe analizinde ise Tamhane’s T2 sonuçları değerlendirilmektedir (Köksal, 2016: 53; Seyrek ve Akşahin, 2016: 54; Özbezek, 2018: 181).

#### 4.4.2.1. Üniversite, Sınıf ve Yaş ile Kişilik Özellikleri İlişkisi

Öğrencilerin kişilik özellikleri skorlarının üniversite, sınıf ve yaş değişkenlerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğinin tespit edilmesi için ANOVA yapılmıştır. Bu analizden grup varyanslarının homojen olup olmadığını test etmek için Levene testi yapılmıştır. Levene testi sonucu girişimci kişilik özellikleri skorlarının üniversite ( $p=,393$ ), sınıf ( $p=,546$ ) ve yaş ( $p=,989$ ) grup varyansının homojen ( $p>0,05$ ) olduğu ve bu nedenle ANOVA analizinin ön koşulunu sağladığı sonucuna ulaşılmıştır. Tablo 4.46’da ANOVA analizi sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 4. 46. ANOVA: Üniversite, Sınıf ve Yaş ile Kişilik Özellikleri İlişkisi

	Gruplar	N	Ortalama	F İstatistikleri			p
				ANOVA	Welch	Brown – Forsythe	
Kişilik Özellikleri	Üniversite	MKÜ	318	4,0152	2,039		,131
		KSÜ	322	4,0216			
		OKÜ	427	4,0896			
		<b>Toplam</b>	1067	4,0469			
Sınıf	Sınıf	2.Sınıf	292	4,0403	,412		,662
		3.Sınıf	416	4,0660			
		4.Sınıf	359	4,0302			
		<b>Toplam</b>	1067	4,0469			
Yaş	Yaş	18-20	274	4,0677	,926		,396
		21-23	687	4,0306			
		24 ve üzeri	106	4,0994			
		<b>Toplam</b>	1067	4,0469			

Tablo 4.46'da görüldüğü üzere kişilik özellikleri skorlarının üniversite (ANOVA,  $p=,131$ ), sınıf (ANOVA,  $p=,662$ ) ve yaş (ANOVA,  $p=,396$ ) değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır.

Kişilik özelliklerinin alt boyutları skorlarının üniversite, sınıf ve yaş değişkenlerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğinin tespit edilmesi için Tek Yönlü Varyans (ANOVA) analizi kullanılmıştır. Bu analizden önce varyansların homojen olup olmadığını tespit etmek için Levene testi yapılmıştır. Levene testi sonucu dışadönüklük için sınıf ( $p=,889$ ) ve yaş ( $p=,441$ ) grup varyansının, uyumluluk için üniversite ( $p=,315$ ), sınıf ( $p=,067$ ) ve yaş ( $p=,858$ ) grup varyansının, sorumluluk için üniversite ( $p=,139$ ), sınıf ( $p=,797$ ) ve yaş ( $p=,817$ ) grup varyansının, deneyime açıklık için üniversite ( $p=,754$ ), sınıf ( $p=,844$ ) ve yaş ( $p=,563$ ) grup varyansının, duygusal denge için üniversite ( $p=,337$ ) ve sınıf ( $p=,691$ ) grup varyansının homojen ( $p>0,05$ ) olduğu ve dolayısıyla ANOVA analizinin ön koşulunu sağladığı görülmüştür. Levene testi sonucu dışadönüklük için üniversite ( $p=,038$ ) ve duygusal denge için yaş ( $p=,002$ ) grup varyansının homojen ( $p<0,05$ ) olmadığı ve dolayısıyla ANOVA ön koşulunu sağlamadığı görülmüştür. Tablo 4.47'de analiz sonuçları yer almaktadır.

Tablo 4. 47. ANOVA: Üniversite, Sınıf ve Yaş ile Kişilik Özelliklerinin Alt Boyutları Arasındaki İlişki

	Gruplar	N	Ortalama	F İstatistikleri				
				ANOVA	Welch	Brown – Forsythe	p	
Dışadönüklük	Üniversite	MKÜ	318	3,9686		2,640	2,828	,072
		KSÜ	322	3,8789				,060
		OKÜ	427	4,0272				
		<b>Toplam</b>	1067	3,9649				
	Sınıf	2.Sınıf	292	3,9356	,350			,705
		3.Sınıf	416	3,9894				
		4.Sınıf	359	3,9604				
		<b>Toplam</b>	1067	3,9649				
	Yaş	18-20	274	3,8964	1,265			,283
		21-23	687	3,9930				
		24 ve üzeri	106	3,9604				
		<b>Toplam</b>	1067	3,9649				
Uyumluluk	Üniversite	MKÜ	318	4,1906				,627
		KSÜ	322	4,2429	,468			
		OKÜ	427	4,2267				
		<b>Toplam</b>	1067	4,2208				
	Sınıf	2.Sınıf	292	4,1486	2,195			,112
		3.Sınıf	416	4,2567				
		4.Sınıf	359	4,2379				
		<b>Toplam</b>	1067	4,2208				
	Yaş	18-20	274	4,2328	,097			,908
		21-23	687	4,2195				
		24 ve üzeri	106	4,1981				
		<b>Toplam</b>	1067	4,2208				
Sorumluluk	Üniversite	MKÜ	318	4,1155	1,002			,368
		KSÜ	322	4,1025				
		OKÜ	427	4,1703				
		<b>Toplam</b>	1067	4,1335				
	Sınıf	2.Sınıf	292	4,1678	,574			,563
		3.Sınıf	416	4,1308				
		4.Sınıf	359	4,1086				
		<b>Toplam</b>	1067	4,1335				
	Yaş	18-20	274	4,2075	2,424			,089
		21-23	687	4,0994				
		24 ve üzeri	106	4,1631				
		<b>Toplam</b>	1067	4,1335				
Deneyime Açıklık	Üniversite	MKÜ	318	4,0257	1,279			,279
		KSÜ	322	4,1108				
		OKÜ	427	4,0765				
		<b>Toplam</b>	1067	4,0717				
	Sınıf	2.Sınıf	292	4,0982	1,260			,284
		3.Sınıf	416	4,0929				
		4.Sınıf	359	4,0255				
		<b>Toplam</b>	1067	4,0717				
	Yaş	18-20	274	4,1058	1,461			,232
		21-23	687	4,0466				
		24 ve üzeri	106	4,1462				
		<b>Toplam</b>	1067	4,0717				
Duygusal Denge	Üniversite	MKÜ	318	3,5461	8,555			,000
		KSÜ	322	3,5238				
		OKÜ	427	3,8033				
		<b>Toplam</b>	1067	3,6423				
	Sınıf	2.Sınıf	292	3,6210	,252			,777
		3.Sınıf	416	3,6707				
		4.Sınıf	359	3,6267				
		<b>Toplam</b>	1067	3,6423				
	Yaş	18-20	274	3,6752	6,585	6,034		,002/ ,003
		21-23	687	3,5856				
		24 ve üzeri	106	3,9245				
		<b>Toplam</b>	1067	3,6423				

Tablo 4.47’de görüldüğü üzere kişilik özelliklerinin alt boyutunu oluşturan duygusal denge skorlarının üniversite (ANOVA, p=, 000) grupları arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Bu farklılıkların hangi alt grupların arasında olduğunu tespit

etmek amacıyla ANOVA analizi sonrasında yapılan Tukey testi kullanılmıştır. Kişilik özelliklerinin alt boyutunu oluşturan duygusal denge skorlarının yaş (Welch,  $p=,002$  ve Brown-Forsythe  $p=,003$ ) grupları arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Bu farklılıkların hangi alt grupların arasında olduğunu tespit etmek amacıyla gürbüz (robust) ANOVA analizi sonrası Tamhane's T2 Testi yapılmıştır. Tablo 4.48'de Tukey testi sonuçları ve Tablo 4.49'da Tamhane's T2 testi sonuçları yer almaktadır.

Tablo 4. 48. Tukey Testi: Üniversiteye Göre Duygusal Denge Özellikleri

	Üniversite (1)	Üniversite (2)	Ortalama Fark	Std. Hata	p
<b>Duygusal</b>	KSÜ	OKÜ	-,27947	,07680	<b>,001</b>
<b>Denge</b>	MKÜ	OKÜ	-,25716	,07708	<b>,003</b>

Tablo 4.48'de kişilik özelliklerinin alt boyutunu oluşturan duygusal denge için ANOVA analizi sonrasında yapılan Tukey testi sonucu yer almaktadır. Tukey testi sonucuna göre KSÜ ile OKÜ öğrencileri ( $p=,001$ ) arasında ve MKÜ ile OKÜ öğrencileri ( $p=,003$ ) arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Buna göre Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi ( $\bar{x}=3,8033$ ), öğrencilerinin Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi ( $\bar{x}=3,5461$ ) ve Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi ( $\bar{x}=3,5238$ ) öğrencilerine oranla duygusal denge skorlarının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi öğrencilerinin duygusal denge algılarının daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Tablo 4. 49. Tamhane's T2 Testi: Yaşa Göre Duygusal Denge Özellikleri

	Yaş (1)	Yaş (2)	Ortalama Fark	Std. Hata	p
<b>Duygusal</b>	18-20 arası	24 ve üzeri	-,24935	,10275	<b>,047</b>
<b>Denge</b>	21-23 arası	24 ve üzeri	-,33889	,09364	<b>,001</b>

Tablo 4.49'da kişilik özelliklerinin alt boyutunu oluşturan duygusal denge için ANOVA analizi sonrasında yapılan Tamhane's T2 testi sonucuna yer verilmiştir. Tamhane's T2 sonucuna göre 18-20 yaş arası öğrenciler ile 24 yaş ve üzeri ( $p=,047$ ) öğrencileri arasında ve 21-23 yaş arası öğrenciler ile 24 yaş ve üzeri ( $p=,001$ ) öğrenciler arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Buna göre 24 yaş ve üzeri ( $\bar{x}=3,9245$ ) öğrencilerin, 18-20 yaş arası ( $\bar{x}=3,6752$ ) ve 21-23 yaş arası ( $\bar{x}=3,5856$ ) öğrencilere oranla duygusal denge skorlarının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç, 24 yaş ve üzeri öğrencilerin duygusal denge algılarının daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Literatürde farklı ölçüm araçları kullanılarak yapılan çalışmalar incelendiğinde, kişilik özellikleri ile üniversite değişkeni arasındaki ilişkileri inceleyen Zeybek-Sayın (2016) tarafından Mersin ve Çağ Üniversitesinde yapılan çalışmada, Çağ üniversitesi öğrencilerinin dışadönük skorlarının daha yüksek olduğu, Mersin Üniversitesi öğrencilerinin ise sorumluluk skorlarının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır

Literatürde farklı ölçüm araçları kullanılarak yapılan çalışmalar incelendiğinde, kişilik özellikleri ile sınıf değişkeni arasındaki ilişkiye yönelik araştırma sonuçlarının tutarlı olmadığı görülmüştür. Deniz ve Kesicioğlu (2012) tarafından üniversite öğrencilerine yapılan çalışmada kişilik özellikleri ve öğrenim görülen sınıf arasında farklılık bulunamamıştır. Tatlılıoğlu (2014) tarafından yapılan çalışmada ise dışadönüklük ve deneyime açıklık boyutları ile sınıf arasında anlamlı bir farklılığın bulunduğu tespit edilmiştir. Tatlılıoğlu'na (2014) göre almış olunan eğitim öğrencilerin kendilerine güven duygusunu artırmaktadır.

Öğrencilerin eğitim seviyesi arttıkça hem iletişim kurma becerisinin geliştiğini hem de çalışma ortamına uyum sağlama yeteneğinin arttığını ifade eden Soba, Şimşek ve Demir (2019) tarafından yapılan çalışmada kişilik özelliklerinden dışadönüklük ve uyumluluk ile sınıf değişkeni arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Uzun ve İmamoğlu (2017) tarafından yapılan çalışmada ise deneyime açıklık ve dışadönüklük kişilik özelliklerinin sınıf seviyesi arttıkça arttığı görülmüştür.

Literatürde farklı ölçüm araçları kullanılarak yapılan çalışmalar incelendiğinde, kişilik özellikleri ile yaş değişkeni arasındaki ilişkiye yönelik araştırma sonuçlarının tutarlı olmadığı görülmüştür. Yaş arttıkça öğrencilerin iletişimde daha başarılı ve daha atılgan olduklarını ifade eden Soba, Şimşek ve Demir (2019) tarafından yapılan çalışmada dışadönüklük ile yaş değişkeni arasında anlamlı bir farklılık olduğu, ancak uyumluluk, sorumluluk, açıklık ve nevrozizm ile yaş değişkeni arasında farklılık bulunamamıştır. Uzun ve İmamoğlu (2017) tarafından yapılan çalışmada ise dışadönüklük, uyumluluk ve sorumluluk düzeylerinin yaş düzeyi arttıkça arttığı görülmüştür. Tunç ve Aliyev (2015) tarafından yapılan çalışmada genç yaşta bireylerin orta yaşlardaki bireylere göre duygusal denge skorlarının düşük olduğu görülmüştür. Yaş arttıkça duygusal denge düzeyinin arttığını ve genç yaşta bireylerin yeniliğe daha açık olduğunu ifade eden Ferhat (2018) tarafından yapılan çalışmada tekstil sektöründe yönetici ve diğer pozisyonlarda çalışan bireylerden elde

edilen verilerin analizi sonucunda orta yaş düzeyindeki bireylerin duygusal denge skorlarının daha genç yaştaki bireylere göre daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

#### 4.4.2.2. Üniversite, Sınıf ve Yaş ile Girişimci Kişilik Özellikleri İlişkisi

Öğrencilerin girişimci kişilik özellikleri skorlarının üniversite, sınıf ve yaş değişkenlerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğinin tespit edilmesi için Tek Yönlü Varyans (ANOVA) yapılmıştır. ANOVA analizinden önce grup varyanslarının homojen olup olmadıklarını tespit etmek amacıyla Levene testi yapılmıştır. Levene testi sonucu girişimci kişilik özellikleri skorlarının sınıf ( $p=,181$ ) ve yaş ( $p=,943$ ) grup varyansının homojen ( $p>0,05$ ) olduğu ve dolayısıyla ANOVA analizinin ön koşulunu sağladığı görülmüştür. Ancak üniversite ( $p=,004$ ) değişkeninin grup varyansının homojen ( $p<0,05$ ) olmadığı ve bu nedenle ANOVA analizinin ön koşulunu sağlamadığı sonucuna ulaşılmıştır. Tablo 4.50’de analiz sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 4. 50. ANOVA: Üniversite, Sınıf ve Yaş ile Girişimci Kişilik Özellikleri İlişkisi

	Gruplar	N	Ortalama	F İstatistikleri			p
				ANOVA	Welch	Brown – Forsythe	
Üniversite	MKÜ	318	3,6733		3,517	3,901	,030/ ,021
	KSÜ	322	3,6656				
	OKÜ	427	3,7496				
	<b>Toplam</b>	1067	3,7015				
Sınıf	2.Sınıf	292	3,7286	,682			,506
	3.Sınıf	416	3,6939				
	4.Sınıf	359	3,6883				
	<b>Toplam</b>	1067	3,7015				
Yaş	18-20	274	3,7390	2,487			,084
	21-23	687	3,6780				
	24 ve üzeri	106	3,7574				
	<b>Toplam</b>	1067	3,7015				

Tablo 4.50’de görüldüğü üzere girişimci kişilik özelliklerin skorlarının sınıf (ANOVA,  $p=,506$ ) ve yaş (ANOVA,  $p=,084$ ) değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermediği, ancak girişimci kişilik özellikleri skorlarının üniversite değişkenine (Welch,  $p=,030$  ve Brown –Forsythe,  $p=,021$ ) göre anlamlı bir farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu farklılığın hangi üniversite öğrencileri arasında olduğunu görmek amacıyla Tamhane’s T2 testi yapılmıştır. Tamhane’s T2 Testi sonuçları Tablo 4.51’de yer almaktadır.



Tablo 4. 51. Tamhane's T2 Testi: Üniversiteye Göre Girişimci Kişilik Özellikleri

	Üniversite (1)	Üniversite (2)	Ortalama Fark	Std. Hata	p
<b>Girişimci Kişilik Özellikleri</b>	KSÜ	OKÜ	-,08401	,03525	,046

Tablo 4.51'de girişimci kişilik özellikleri skorları ile KSÜ ve OKÜ ( $p=,046$ ) arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Buna göre Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi öğrencilerinin ( $\bar{x}=3,7496$ ) girişimci kişilik özellikleri skorlarının Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi ( $\bar{x}=3,6656$ ) öğrencilerinin skorlarından daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç, Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi öğrencilerinin girişimci kişilik özellikleri algılarının Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi öğrencilerine göre daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutları skorlarının üniversite, sınıf ve yaş değişkenlerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğinin tespit edilmesi için Tek Yönlü Varyans (ANOVA) analizi yapılmıştır. ANOVA analizinden önce grup varyanslarının homojen olup olmadıklarını tespit etmek için Levene testi yapılmıştır. Levene testi sonucu risk alma eğilimi için üniversite ( $p=,203$ ), sınıf ( $p=,315$ ) ve yaş ( $p=,063$ ) grup varyansının, yenilikçilik için üniversite ( $p=,083$ ), sınıf ( $p=,065$ ) ve yaş ( $p=,249$ ) grup varyansının, başarı ihtiyacı için üniversite ( $p=,547$ ), sınıf ( $p=,635$ ) ve yaş ( $p=,124$ ) grup varyansının, kontrol odağı için üniversite ( $p=,150$ ), sınıf ( $p=,331$ ) ve yaş ( $p=,305$ ) grup varyansının, belirsizlik toleransı için üniversite ( $p=,069$ ), sınıf ( $p=,832$ ) ve yaş ( $p=,224$ ) grup varyansının grup varyansının homojen ( $p>0,05$ ) olduğu ve dolayısıyla ANOVA analizinin ön koşulunu sağladığı görülmüştür. Tablo 4.52'de analiz sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 4. 52. ANOVA: Üniversite, Sınıf ve Yaş ile Girişimci Kişilik Özelliklerinin Alt Boyutları Arasındaki İlişkisi

	Gruplar	N	Ortalama	F İstatistikleri			
				ANOVA	Welch	Brown – Forsythe	p
Risk Alma Eğilimi	Üniversite	MKÜ	318	3,7126	3,013		,050
		KSÜ	322	3,6025			
		OKÜ	427	3,7101			
		<b>Toplam</b>	1067	3,6784			
	Sınıf	2.Sınıf	292	3,7219	,914		,401
		3.Sınıf	416	3,6548			
		4.Sınıf	359	3,6702			
		<b>Toplam</b>	1067	3,6784			
	Yaş	18-20	274	3,7088	2,411		,090
		21-23	687	3,6492			
		24 ve üzeri	106	3,7887			
		<b>Toplam</b>	1067	3,6784			
Yenilikçilik	Üniversite	MKÜ	318	3,6499	,339		,713
		KSÜ	322	3,6957			
		OKÜ	427	3,6846			
		<b>Toplam</b>	1067	3,6776			
	Sınıf	2.Sınıf	292	3,7751	4,168		,016
		3.Sınıf	416	3,6130			
		4.Sınıf	359	3,6732			
		<b>Toplam</b>	1067	3,6776			
	Yaş	18-20	274	3,6922	1,687		,186
		21-23	687	3,6541			
		24 ve üzeri	106	3,7925			
		<b>Toplam</b>	1067	3,6776			
Başarı İhtiyacı	Üniversite	MKÜ	318	4,1132	1,163		,313
		KSÜ	322	4,1863			
		OKÜ	427	4,1928			
		<b>Toplam</b>	1067	4,1671			
	Sınıf	2.Sınıf	292	4,1199	1,281		,278
		3.Sınıf	416	4,2099			
		4.Sınıf	359	4,1560			
		<b>Toplam</b>	1067	4,1671			
	Yaş	18-20	274	4,2348	1,780		,169
		21-23	687	4,1519			
		24 ve üzeri	106	4,0912			
		<b>Toplam</b>	1067	4,1671			
Kontrol Odağı	Üniversite	MKÜ	318	2,8947	18,707		,000
		KSÜ	322	2,8804			
		OKÜ	427	3,2096			
		<b>Toplam</b>	1067	3,0164			
	Sınıf	2.Sınıf	292	2,9623	1,313		,269
		3.Sınıf	416	3,0078			
		4.Sınıf	359	3,0703			
		<b>Toplam</b>	1067	3,0164			
	Yaş	18-20	274	3,0091	,017		,983
		21-23	687	3,0200			
		24 ve üzeri	106	3,0118			
		<b>Toplam</b>	1067	3,0164			
Belirsizlik Toleransı	Üniversite	MKÜ	318	3,9513	,045		,956
		KSÜ	322	3,9664			
		OKÜ	427	3,9536			
		<b>Toplam</b>	1067	3,9567			
	Sınıf	2.Sınıf	292	4,0263	3,200		,041
		3.Sınıf	416	3,9663			
		4.Sınıf	359	3,8890			
		<b>Toplam</b>	1067	3,9567			
	Yaş	18-20	274	4,0262	3,405		,013
		21-23	687	3,9156			
		24 ve üzeri	106	4,0440			
		<b>Toplam</b>	1067	3,9567			

Tablo 4.52’de görüldüğü üzere girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutunu oluşturan risk alma eğilimi skorlarının üniversite (ANOVA,  $p=,050$ ) grupları,

yenilikçilik skorlarının sınıf (ANOVA,  $p=,016$ ) grupları, kontrol odağı skorlarının üniversite (ANOVA= $,000$ ), belirsizlik toleransı skorlarının sınıf (ANOVA,  $p=,041$ ) ve yaş (ANOVA,  $p=,013$ ) grupları arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Bu farklılıkların hangi alt grupların arasında olduğunu görmek için ANOVA analizi sonrası Tukey testi yapılmıştır. Tablo 4.53, Tablo 4.54, Tablo 4.55 ve Tablo 4.56’da Tukey analizi sonuçları yer almaktadır.

Tablo 4. 53. Tukey Testi: Üniversiteye Göre Risk Alma Eğilimi Düzeyi

	Üniversite (1)	Üniversite (2)	Ortalama Fark	Std. Hata	p
<b>Risk Alma Eğilimi</b>	KSÜ	MKÜ	-,11009	,05248	<b>,036</b>
	KSÜ	OKÜ	-,10759	,04900	<b>,028</b>

Tablo 4.53’te girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutunu oluşturan risk alma eğilimi skorları için Tukey testi sonucu yer almaktadır. Bu sonuca göre göre KSÜ ile MKÜ ( $p=,036$ ) arasında ve KSÜ ile OKÜ ( $p=,028$ ) öğrencileri arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Buna göre Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi ( $\bar{x}=3,7126$ ) öğrencilerinin Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi ( $\bar{x}=3,7101$ ) ve Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi ( $\bar{x}=3,6025$ ) öğrencilerine oranla risk alma eğilimi skorlarının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç, Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi öğrencilerinin risk alma eğilimi algılarının daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Tablo 4. 54. Tukey Testi: Üniversiteye Göre Kontrol Odağı Düzeyi

	Üniversite (1)	Üniversite (2)	Ortalama Fark	Std. Hata	p
<b>Kontrol Odağı</b>	MKÜ	OKÜ	-,31495	,06246	<b>,000</b>
	KSÜ	OKÜ	-,32917	,06224	<b>,000</b>

Tablo 4.54’te kontrol odağı skorları için Tukey testi sonucu yer almaktadır. Yapılan analiz sonucuna göre MKÜ ile OKÜ ( $p=,000$ ) arasında ve KSÜ ile OKÜ ( $p=,000$ ) öğrencileri arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Buna göre Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi ( $\bar{x}=3,2096$ ) öğrencilerinin Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi ( $\bar{x}=2,8947$ ) ve Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi ( $\bar{x}=2,8804$ ) öğrencilerine oranla kontrol odağı skorlarının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç, Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi öğrencilerinin kontrol odağı algılarının daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Tablo 4. 55. Tukey Testi: Sınıfa Göre Yenilikçilik ve Belirsizlik Toleransı Düzeyi

	<b>Sınıf (1)</b>	<b>Sınıf (2)</b>	<b>Ortalama Fark</b>	<b>Std. Hata</b>	<b>p</b>
<b>Yenilikçilik</b>	3 sınıf	2 sınıf	-,16213	,05622	<b>,011</b>
<b>Belirsizlik Toleransı</b>	4 sınıf	2 sınıf	-,13721	,05480	<b>,033</b>

Tablo 4.55'te girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarını oluşturan yenilikçilik ve belirsizlik toleransı skorları için Tukey testi sonuçları yer almaktadır. Bu analiz sonucuna göre yenilikçilik için 3. sınıf ile 2. sınıf ( $p=,011$ ) öğrencileri arasında, belirsizlik toleransı için 4. sınıf ile 2. sınıf ( $p=,033$ ) öğrencileri arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Buna göre 2. sınıf ( $\bar{x}=3,7751$ ) öğrencilerinin, 3. sınıf ( $\bar{x}=3,6130$ ) öğrencilerine oranla yenilikçilik skorlarının daha yüksek olduğu ve 2. sınıf ( $\bar{x}=4,0263$ ) öğrencilerinin 4.sınıf ( $\bar{x}=3,8890$ ) öğrencilerine oranla belirsizlik toleransı skorlarının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç 2. sınıf öğrencilerinin hem yenilikçilik hem de belirsizlik toleransı algılarının daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Tablo 4. 56. Tukey Testi: Yaşa Göre Belirsizlik Toleransı Düzeyi

	<b>Yaş (1)</b>	<b>Yaş (2)</b>	<b>Ortalama Fark</b>	<b>Std. Hata</b>	<b>p</b>
<b>Belirsizlik Toleransı</b>	21-23 arası	18-20 arası	-,11058	,04968	<b>,026</b>

Tablo 4.56'da girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutunu oluşturan belirsizlik toleransı skorları için Tukey testi sonuçları yer almaktadır. Yapılan analiz sonucuna göre 21-23 yaş arası öğrenciler ile 18-20 yaş arası ( $p=,026$ ) öğrenciler arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Buna göre 18-20 yaş arası ( $\bar{x}=4,0262$ ) öğrencilerin, 21-23 yaş arası ( $\bar{x}=3,9156$ ) arası öğrencilere oranla belirsizlik toleransı düzeyi skorlarının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç, 18-20 yaş arası öğrencilerin belirsizlik toleransı algılarının daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Literatürde farklı ölçüm araçları kullanılarak yapılan çalışmalar incelendiğinde, girişimci kişilik özellikleri ile üniversite değişkeni arasındaki ilişkiye yönelik araştırma sonuçlarına bakıldığında, Damar (2015) Selçuk Üniversitesi ve Sannio Üniversitesi'nde öğrenim gören Türk ve İtalyan öğrencilerin girişimci kişilik özellikleri ile ilgili yapmış olduğu çalışmada Türk öğrencilerinin risk alma eğilimi, belirsizlik toleransı, kendine güven ve girişimcilik eğilimi skorlarının İtalyan öğrencilere göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Literatürde farklı ölçüm araçları kullanılarak yapılan çalışmalar incelendiğinde, girişimci kişilik özellikleri ile sınıf değişkeni arasındaki ilişkiye yönelik araştırma sonuçlarının tutarlı olmadığı görülmüştür. Konaklıoğlu ve Kızanlıklılı (2011) tarafından yapılan çalışmada sınıf ile girişimci kişilik arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Öğrencilerin girişimcilik eğitimi alması ve böylece kendi potansiyelinin farkın varmasıyla sınıf düzeyi arttıkça girişimci kişilik skorlarının arttığını ifade eden Korkmaz (2012) tarafından yapılan çalışmada, girişimci kişilik özelliklerinden yenilikçilik, risk alma, kendine güven ve kontrol odağı ile sınıf arasında anlamlı bir farklılık bulunmuş, ancak sınıf ile başarıma ihtiyacı ve belirsizliğe karşı tolerans arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Solmaz, Aksoy, Şengül ve Sarıışık (2014) tarafından yapılan çalışmada, son sınıf öğrencilerinin mezuniyet sonrası kariyer durumu ve geleceği ile ilgili kaygı yaşamaya başladığından dolayı başarıma arzusunun en az olan grup olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Literatürde farklı ölçüm araçları kullanılarak yapılan çalışmalar incelendiğinde, girişimci kişilik özellikleri ile yaş değişkeni arasındaki ilişkiye yönelik araştırma sonuçlarının tutarlı olmadığı görülmüştür. Kahya ve İmamoğlu (2013) tarafından yapılan çalışmada yaş ve girişimci kişilik arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Talih-Akkaya, Yıldız ve Koldere-Akın (2014) tarafından üniversite öğrencilerine yapılan çalışmada ise öğrencilerin yaşları ile kontrol odağı arasında anlamlı bir farklılığın olduğu, ancak risk alma eğilimi, başarıma ihtiyacı, belirsizlik toleransı, kendine güven ve yenilikçilik arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmüştür. Korkmaz (2012) tarafından üniversite öğrencilerine yapılan çalışmada ise yaş arttıkça alınan girişimcilik eğitimi ile birlikte kendine güvenin de arttığı görülmüştür.

İşcan ve Kaygın (2011) tarafından üniversite öğrencilerine yönelik yapılan çalışmada yaş arttıkça başarı ihtiyacı ve risk alma eğiliminin arttığı tespit edilmişken; Kırılmaz'ın (2012), STK başkanlarına yapmış olduğu çalışmada yaş arttıkça risk alma eğiliminin azaldığı sonucuna ulaşılmıştır. Son olarak Cebeci (2016), tarafından üniversite öğrencilerine yönelik yapılan çalışmada yaş arttıkça belirsizliğe tolerans, risk alma eğilimi, bağımsızlık ihtiyacı ve yeniliklere yatkınlık skorlarının da arttığı görülmüştür.

#### 4.4.2.3. Üniversite, Sınıf ve Yaş ile Sosyal Girişimcilik Yönelimi İlişkisi

Öğrencilerin sosyal girişimcilik yönelimi skorlarının üniversite, sınıf ve yaş değişkenlerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek için Tek Yönlü Varyans (ANOVA) analizi yapılmıştır. ANOVA analizinden önce grup varyanslarının homojen olup olmadıklarını tespit etmek için Levene analizi yapılmıştır. Levene testi sonucu sosyal girişimcilik yönelimi değişkeninin sınıf ( $p=,495$ ) ve yaş ( $p=,563$ ) grup varyanslarının homojen ( $p>0,05$ ) olduğu ve dolayısıyla ANOVA analizinin ön koşulunu sağladığı görülmüştür. Ancak üniversite ( $p=,001$ ) değişkeninin grup varyansının homojen ( $p<0,05$ ) olmadığı ve bu nedenle ANOVA analizinin ön koşulunu sağlamadığı sonucuna ulaşılmıştır. Tablo 4.57’de analiz sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 4. 57. ANOVA: Üniversite, Sınıf ve Yaş ile Sosyal Girişimcilik Yönelimi İlişkisi

	Gruplar	N	Ortalama	F İstatistikleri			p
				ANOVA	Welch	Brown – Forsythe	
Sosyal Girişimcilik Yönelimi	Üniversite	MKÜ	318	3,8868		,194	,823/
		KSÜ	322	3,8853			,805
		OKÜ	427	3,9066			
		<b>Toplam</b>	1067	3,8943			
Sınıf	2.Sınıf	292	3,9038	,085			,919
	3.Sınıf	416	3,8879				
	4.Sınıf	359	3,8939				
	<b>Toplam</b>	1067	3,8943				
Yaş	18-20	274	3,9097				,271
	21-23	687	3,8782	1,307			
	24 ve üzeri	106	3,9583				
	<b>Toplam</b>	1067	3,8943				

Tablo 4.57’de görüldüğü üzere sosyal girişimcilik yönelimi skorlarının üniversite (Welch,  $p=,823$  ve Brown –Forsythe,  $p=,805$ ), sınıf (ANOVA,  $p=,919$ ) ve yaş (ANOVA,  $p=,271$ ) değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır.

Sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutlarını oluşturan sosyal vizyon, finansal getiri, inovasyon, sürdürülebilirlik ve sosyal ağlar skorlarının üniversite, sınıf ve yaş değişkenlerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğinin tespit edilmesi için Tek Yönlü Varyans (ANOVA) analizi yapılmıştır. ANOVA analizinden önce grup varyanslarının homojen olup olmadıklarını tespit etmek için Levene testi yapılmıştır. Levene testi sonucu sosyal vizyon için üniversite ( $p=,068$ ), sınıf ( $p=,297$ ) ve yaş ( $p=,356$ ) grup varyansının, finansal getiri için üniversite ( $p=,222$ ), sınıf

( $p=,251$ ) ve yaş ( $p=,246$ ), grup varyansının, inovasyon için üniversite ( $p=,443$ ), sınıf ( $p=,483$ ) grup varyansının, sürdürülebilirlik için sınıf ( $p=,063$ ) ve yaş ( $p=,726$ ) grup varyansının, sosyal ağlar için yaş ( $p=,152$ ) grup varyansının homojen ( $p>0,05$ ) olduğu ve dolayısıyla ANOVA analizinin ön koşulunu sağladığı görülmüştür. Levene testi sonucu inovasyon için yaş ( $p=,040$ ) grup varyansının, sürdürülebilirlik için üniversite ( $p=,039$ ), sosyal ağlar için üniversite ( $p=,000$ ) ve sınıf ( $p=,006$ ) grup varyanslarının homojen ( $p<0,05$ ) olmadığı ve dolayısıyla ANOVA ön koşulunu sağlamadığı görülmüştür. Tablo 4.58’de analiz sonuçları yer almaktadır.

Tablo 4. 58. ANOVA: Üniversite, Sınıf ve Yaş ile Sosyal Girişimcilik Yöneliminin Alt Boyutları Arasındaki İlişki

	Gruplar	N	Ortalama	F İstatistikleri			p	
				ANOVA	Welch	Brown – Forsythe		
Sosyal Vizyon	Üniversite	MKÜ	318	3,7292	1,785		,168	
		KSÜ	322	3,6576				
		OKÜ	427	3,7441				
		<b>Toplam</b>	1067	3,7136				
	Sınıf	2.Sınıf	292	3,7380	1,027		,359	
		3.Sınıf	416	3,6782				
		4.Sınıf	359	3,7347				
		<b>Toplam</b>	1067	3,7136				
	Yaş	18-20	274	3,7222	2,762		,064	
		21-23	687	3,6896				
		24 ve üzeri	106	3,8467				
		<b>Toplam</b>	1067	3,7136				
Finansal getiri	Üniversite	MKÜ	318	3,5456	6,450		,002	
		KSÜ	322	3,5455				
		OKÜ	427	3,7233				
		<b>Toplam</b>	1067	3,6167				
	Sınıf	2.Sınıf	292	3,6747	1,197		,303	
		3.Sınıf	416	3,5813				
		4.Sınıf	359	3,6105				
		<b>Toplam</b>	1067	3,6167				
	Yaş	18-20	274	3,6618	,610		,543	
		21-23	687	3,5990				
		24 ve üzeri	106	3,6148				
		<b>Toplam</b>	1067	3,6167				
İnovasyon	Üniversite	MKÜ	318	3,8255	2,334		,097	
		KSÜ	322	3,9099				
		OKÜ	427	3,7763				
		<b>Toplam</b>	1067	3,8313				
	Sınıf	2.Sınıf	292	3,7945	,456		,634	
		3.Sınıf	416	3,8558				
		4.Sınıf	359	3,8329				
		<b>Toplam</b>	1067	3,8313				
	Yaş	18-20	274	3,8157		,071	,064	,932
		21-23	687	3,8348				
		24 ve üzeri	106	3,8491				
		<b>Toplam</b>	1067	3,8313				
Sürdürülebilirlik	Üniversite	MKÜ	318	4,1127		,260	,277	,771
		KSÜ	322	4,1258				
		OKÜ	427	4,0913				
		<b>Toplam</b>	1067	4,1081				
	Sınıf	2.Sınıf	292	4,0856	,309			,734
		3.Sınıf	416	4,1086				
		4.Sınıf	359	4,1258				
		<b>Toplam</b>	1067	4,1081				
	Yaş	18-20	274	4,0639	1,150			,317
		21-23	687	4,1164				
		24 ve üzeri	106	4,1682				
		<b>Toplam</b>	1067	4,1081				
Sosyal Ağlar	Üniversite	MKÜ	318	4,4057		,6200	6,506	,002
		KSÜ	322	4,4775				
		OKÜ	427	4,2945				
		<b>Toplam</b>	1067	4,3828				
	Sınıf	2.Sınıf	292	4,3613	,309	3,636	3,364	,027/
		3.Sınıf	416	4,4519				
		4.Sınıf	359	4,3203				
		<b>Toplam</b>	1067	4,3828				
	Yaş	18-20	274	4,4726	3,764			,024
		21-23	687	4,3388				
		24 ve üzeri	106	4,4363				
		<b>Toplam</b>	1067	4,3828				

Tablo 4.58’de görüldüğü üzere sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutunu oluşturan finansal getiri skorları ile üniversite (ANOVA, p=,002), sosyal ağlar skorları ile yaş (ANOVA, p=,024) grupları arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Bu



farklılıkların hangi alt grupların arasında olduğunu tespit etmek amacıyla ANOVA analizi sonrası yapılan Tukey testi yapılmıştır. Sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutunu oluşturan sosyal ağlar skorlarının üniversite (Welch,  $p=,002$  ve Brown-Forsythe  $p=,002$ ) ve sınıf (Welch,  $p=,027$  ve Brown-Forsythe  $p=,035$ ) grupları arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Bu farklılıkların hangi alt grupların arasında olduğunu görmek için gürbüz (robust) ANOVA analizi sonrası Tamhane's T2 Testi yapılmıştır. Tablo 4.59'da Tukey testi, Tablo 4.60'da Tamhane's T2 testi, Tablo 4.61'de Tamhane's T2 testi ve Tablo 4.62'de Tukey testi sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 4. 59. Tukey Testi: Üniversiteye Göre Finansal Getiri Düzeyi

	Üniversite (1)	Üniversite (2)	Ortalama Fark	Std. Hata	p
<b>Finansal Getiri</b>	MKÜ	OKÜ	-,17767	,05865	,007
	KSÜ	OKÜ	-,17771	,05844	,007

Tablo 4.59'da sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutunu oluşturan finansal getiri skorları için Tukey testi sonuçları yer almaktadır. Tukey testi sonucuna göre MKÜ ve OKÜ ( $p=,007$ ) öğrencileri ile KSÜ ve OKÜ ( $p=,007$ ) öğrencileri arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Buna göre Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi ( $\bar{x}=3,7233$ ) öğrencilerinin, Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi ( $\bar{x}=3,5456$ ) ve Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi ( $\bar{x}=3,5455$ ) öğrencilerine oranla finansal getiri düzeyi skorlarının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç, Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi öğrencilerin finansal getiri algılarının daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Tablo 4. 60. Tamhane's T2 Testi: Üniversiteye Göre Sosyal Ağlar Düzeyi

	Üniversite (1)	Üniversite (2)	Ortalama Fark	Std. Hata	p
<b>Sosyal Ağlar</b>	OKÜ	KSÜ	-,18299	,05214	,001

Tablo 4.60'da sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutunu oluşturan sosyal ağlar skorları için yapılan Tamhane's T2 testi sonuçları yer almaktadır. Tamhane's T2 testi sonucuna göre sosyal ağlar için OKÜ ve KSÜ ( $p=,001$ ) öğrencileri arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Buna göre Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi ( $\bar{x}=4,4775$ ) öğrencilerinin, Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi ( $\bar{x}=4,2945$ ) öğrencilerine oranla sosyal ağ skorlarının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Bu sonuç, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi öğrencilerinin sosyal ağ algılarının daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Tablo 4. 61. Tamhane's T2 Testi: Sınıfa Göre Sosyal Ağlar Düzeyi

	Sınıf (1)	Sınıf (2)	Ortalama Fark	Std. Hata	p
<b>Sosyal Ağlar</b>	4.Sınıf	3.Sınıf	-,13159	,05085	,029

Tablo 4.61'de sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutunu oluşturan sosyal ağlar skorları için yapılan Tamhane's T2 testi sonuçları yer almaktadır. Tamhane's T2 testi sonucuna göre sosyal ağlar için 4. sınıf ve 3.sınıf ( $p=,029$ ) öğrencileri arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Buna göre 3. sınıf ( $\bar{x}=4,4519$ ) öğrencilerinin, 4.sınıf ( $\bar{x}=4,3203$ ) öğrencilerine oranla sosyal ağ skorlarının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç 3. sınıf öğrencilerinin sosyal ağ algılarının daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Tablo 4. 62. Tukey Testi: Yaşa Göre Sosyal Ağlar Düzeyi

	Yaş (1)	Yaş (2)	Ortalama Fark	Std. Hata	p
<b>Sosyal Ağlar</b>	21-23 arası	18-20 arası	-,13384	,05107	,024

Tablo 4.62'de sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutunu oluşturan sosyal ağlar skorları için Tukey testi sonuçları yer almaktadır. Tukey testi sonucuna göre sosyal ağlar için 21-23 yaş arası ve 18-20 yaş arası ( $p=,024$ ) öğrenciler arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Buna göre 18-20 yaş arası ( $\bar{x}=4,4726$ ) öğrencilerinin, 21-23 yaş arası ( $\bar{x}=4,3388$ ) öğrencilerine oranla sosyal ağ skorlarının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç 18-20 yaş arası öğrencilerinin sosyal ağ algılarının daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Literatürde farklı ölçüm araçları kullanılarak yapılan çalışmalar incelendiğinde, sosyal girişimcilik yönelimi ile üniversite değişkeni arasındaki ilişkileri inceleyen çalışmaların sınırlı olmasından dolayı çalışmanın sonuçlarının literatürdeki diğer araştırmalarla karşılaştırma imkânı olmamıştır.

Literatürde farklı ölçüm araçları kullanılarak yapılan çalışmalar incelendiğinde, sosyal girişimcilik yönelimi ile sınıf değişkeni arasındaki ilişkiye yönelik araştırma sonuçlarının tutarlı olmadığı görülmüştür. Çavdar, Cumhuriyet, Koç ve Doymuş (2018) tarafından yapılan çalışmada sosyal girişimcilik ortalamasının en yüksek 1. sınıf öğrencilerinde olduğu görülmüştür. Çermik ve Şahin (2015) tarafından

yapılan çalışmada ise sınıf seviyesinin artması ile alınan eğitimin sosyal girişimcilik eğilimini de arttığı tespit edilmiştir.

Literatürde farklı ölçüm araçları kullanılarak yapılan çalışmalar incelendiğinde, sosyal girişimcilik yönelimi ile yaş değişkeni arasındaki ilişkiye yönelik araştırma sonuçlarının tutarlı olmadığı görülmüştür. Eratlı-Şirin, Bilir ve Öz (2018) ve Kırılmaz (2012) tarafından yapılan çalışmalarda katılımcıların yaşları ile sosyal girişimcilik algılamaları arasında anlamlı farklılık bulunamamıştır. Chipeta (2015) tarafından üniversite öğrencilerine yönelik yapılan çalışmada ise yaş düzeyi arttıkça sosyal girişimcilik kavramının daha iyi anlaşılacağı sonucuna ulaşılmıştır. Son olarak Auberry (2015) tarafından yapılan çalışmada, daha büyük yaş gruplarına dâhil olan katılımcıların, sosyal girişimcilikle daha çok meşgul oldukları, ancak daha genç yaş gruplarının da sosyal girişimciliğe başlamalarının daha olası olduğu sonucuna ulaşılmıştır.



## SONUÇ VE ÖNERİLER

Günümüzde girişimci bir yaklaşımla sosyal sorunlara uzun vadeli ve sürdürülebilir çözümler bulmayı amaçlayan sosyal girişimcilik faaliyetleri, giderek önemi artan bir çalışma alanı haline gelmiştir. Özellikle sağlık, eğitim, çevre vb. alanlardaki çalışmalarla sosyal girişimciler dikkatleri üzerine çekmeye başlamışlardır. Bu durumda araştırmacılar, sosyal girişimcilerin hangi kişilik ve girişimci kişilik özelliklerine sahip olduğu konusunda çalışmalar yapmaya başlamıştır. Çünkü girişimcilik başarısında birçok demografik, sosyal, çevresel vb. faktörler etkili olduğu gibi kişilik ve girişimcilik özellikleri de etkili olmaktadır. Bu nedenle sosyal girişimcilerin hangi kişilik ve girişimci kişilik özelliklerine sahip olduğunun belirlenmesi, geleceğin potansiyel sosyal girişimci adayı olan üniversite öğrencilerine gerekli olan eğitimlerin verilmesi ve sosyal girişimcilik faaliyetlerinin geliştirilmesi açısından büyük bir öneme sahiptir.

Bu çalışmada kişilik özellikleri ve girişimci kişilik özelliklerinin sosyal girişimcilik yönelimi üzerindeki etkisi incelenmiştir. Elde edilen bulgular, genel olarak hem kişilik özellikleri hem de girişimci kişilik özelliklerinin sosyal girişimcilik yönelimi üzerinde önemli rol oynadığını ortaya koymuştur. Girişimcilik ve girişimcinin desteklenmesine yönelik eğitimler veren üniversiteler, yüksek düzeyde sosyal farkındalığa sahip ve (Işık ve Aydın, 2017: 148) aynı zamanda etik ve sürdürülebilir iş modellerinin geliştirilmesine önem veren yenilikçi bireyler yetiştirmeye çalışmaktadır (Bull, 2008: 269). Bu nedenle bu çalışmada geleceğin potansiyel sosyal girişimci adayı olan üniversite öğrencileri ana kütle olarak seçilmiştir

Bu tez çalışması, toplumsal bir problemi kabul eden ve toplumda olumlu sosyal değişim ve gelişme oluşturmak için geleneksel girişimci mekanizmaları kullanan sosyal girişimcilik (Păunescu, 2012: 86) faaliyetleri ile ilişkili kişilik ve girişimci kişilik özelliklerin daha iyi anlaşılması için kişilik ve girişimci kişilik

özelliklerinin sosyal girişimcilik yönelimi üzerindeki etkisini öğrenmeyi ve kişilik özellikleri, girişimci kişilik özellikleri ve sosyal girişimcilik yönelimi değişkenleri ile sosyodemografik değişkenler arasındaki ilişkileri tespit etmeyi amaçlamaktadır.

Literatürde sosyal girişimcilerin lisans ve lisansüstü eğitimler aldığı yönündeki bulgulardan hareketle (Akkan ve Süygün, 2016: 57) potansiyel sosyal girişimci adayları olan üniversite öğrencileri (Işık ve Aydın, 2017: 147) ana kütle olarak seçilmiştir. Çalışmanın ana kütlesi 2018-2019 Eğitim ve Öğretim yılı Güz Döneminde TR63 bölgesinde (Hatay, Kahramanmaraş ve Osmaniye) yer alan üç devlet üniversitesindeki, İİBF'nin İşletme ve İktisat bölümlerinde öğrenim gören 2., 3. ve 4. sınıf öğrencileri olarak belirlenmiştir.

Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi'nden 318 (%29,8) öğrenci araştırmaya katılmıştır. Bu öğrencilerden 163'ü (%15,3) İşletme Bölümü öğrencisi iken 155'i (%14,5) İktisat Bölümü öğrencisidir. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi'nden 322 (%30,2) öğrenci araştırmaya katılmıştır. Bu öğrencilerden 216'sı (%20,2) İşletme Bölümü öğrencisi iken 106'sı (%9,9) İktisat Bölümü öğrencisidir. Son olarak Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi'nden 427 (%40,0) öğrenci araştırmaya katılmıştır. Bu öğrencilerden 212'si (%19,9) İşletme Bölümü öğrencisi iken 215'i (%20,1) İktisat Bölümü öğrencisidir. Çalışmaya katılan öğrencilerin 653'ü (%61,2) kadın öğrenci iken 414'ü (%38,8) erkek öğrencilerden oluşmaktadır. Çalışmaya katılan öğrencilerin 274'ü (%25,7) 18-20 yaş arasında, 687 öğrenci (%64,4) 21-23 yaş arasında ve 106 öğrenci (%9,9) 24 ve üzerinde olduğu görülmektedir. Öğrencilerinin ailelerinin aylık ortalama geliri incelendiğinde 313 (%29,3) öğrencinin ailesinin aylık ortalama geliri 1.600 TL ve aşağısında, 433 (%40,6) öğrencinin 1.601-3.000 TL arasında, 199 (%18,7) öğrencinin 3.001-4.500 TL arasında ve 122 (%11,4) öğrencinin ailesinin aylık gelirinin 4.501 TL ve üzerinde olduğu görülmüştür.

Çalışmada öğrencilerin, kişilik özellikleri düzeyini ölçmek amacıyla Goldberg'in (1992) oluşturduğu "*Kişilik Özellikleri Ölçeği*" kullanılmıştır. Öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerini ölçmek amacıyla Koh'un (1996) Hong Kong'da öğrencilere uygulamış olduğu ve Bozkurt (2005) tarafından Türkçeye uyarlanan "*Girişimci Kişilik Özellikleri Ölçeği*" kullanılmıştır. Son olarak öğrencilerin sosyal girişimcilik yönelimlerini ölçmek amacıyla Nga ve Shamuganathan'ın (2010) "*Sosyal Girişimcilik Yönelimi Ölçeği*" kullanılmıştır.

Çalışmanın bulgular bölümünde, kullanılan ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirlikleri analiz edilmiştir. Buna göre Kişilik Özellikleri Ölçeği'nde

dışadönüklük boyutundan 1 soru (Kişilik Özellikleri-Soru 6), uyumluluk boyutundan 2 soru (Kişilik Özellikleri-Soru 9 ve Kişilik Özellikleri-Soru 13) ve duygusal denge boyutundan 3 soru (Kişilik Özellikleri-Soru 27, Kişilik Özellikleri-Soru 28 ve Kişilik Özellikleri-Soru 29); Girişimci Kişilik Özellikleri Ölçeği'nden risk alma eğilimi boyutundan 2 soru (Girişimci Kişilik Özellikleri-Soru-1 ve Girişimci Kişilik Özellikleri-Soru 5), başarı ihtiyacı boyutundan 5 soru (Girişimci Kişilik Özellikleri-Soru 14, Girişimci Kişilik Özellikleri-Soru 15, Girişimci Kişilik Özellikleri-Soru 16, Girişimci Kişilik Özellikleri-Soru 17 ve Girişimci Kişilik Özellikleri-Soru 18), kontrol odağı boyutundan 4 soru (Girişimci Kişilik Özellikleri-Soru 20, Girişimci Kişilik Özellikleri-Soru 21, Girişimci Kişilik Özellikleri-Soru 22 ve Girişimci Kişilik Özellikleri-Soru 23) ve belirsizlik toleransı boyutundan 2 soru (Girişimci Kişilik Özellikleri-Soru 27 ve Girişimci Kişilik Özellikleri-Soru 34) ve Sosyal Girişimcilik Yönelimi Ölçeği'nden inovasyon boyutundan 6 soru (Sosyal Girişimcilik Yönelimi - Soru 15, Sosyal Girişimcilik Yönelimi -Soru 18, Sosyal Girişimcilik Yönelimi -Soru 19, Sosyal Girişimcilik Yönelimi -Soru 20, Sosyal Girişimcilik Yönelimi -Soru 21 ve Sosyal Girişimcilik Yönelimi -Soru 22) ve sosyal ağlar boyutundan 1 soru (Sosyal Girişimcilik Yönelimi -Soru 33) faktör yük değerleri ,40'ın altında olduğu için faktör analizinden çıkartılmıştır.

Faktör analizi sonucu faktör yük değerleri düşük olan soruların analizden çıkartılmasından sonra, Kişilik Özellikleri Ölçeği'nin alt boyutlarının Cronbach  $\alpha$  katsayılarının sırasıyla dışadönüklük ,864; uyumluluk ,771; sorumluluk ,861; deneyime açıklık ,802 ve duygusal denge için ,762 olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Kişilik Özellikleri Ölçeği'nin genel Cronbach  $\alpha$  katsayısının ,910 olduğu belirlenmiştir. Girişimci Kişilik Özelliği Ölçeği'nin alt boyutlarının Cronbach  $\alpha$  katsayılarının sırasıyla risk alma eğilimi ,649; yenilikçilik ,624; başarı ihtiyacı ,636; kontrol odağı ,610 ve belirsizlik toleransı için ,834 olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Girişimci Kişilik Özellikleri Ölçeği'nin genel Cronbach  $\alpha$  katsayısının ,804 olduğu belirlenmiştir. Son olarak Sosyal Girişimcilik Yönelimi Ölçeği'nin alt boyutlarının Cronbach  $\alpha$  katsayılarının sırasıyla sosyal vizyon ,848; finansal getiri ,791; inovasyon ,648; sürdürülebilirlik ,850 ve sosyal ağlar için ,873 olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sosyal Girişimcilik Yönelimi Ölçeği'nin genel Cronbach  $\alpha$  katsayısının ,898 olduğu belirlenmiştir.

Çalışmada kullanılan ölçeklerin yapı geçerliliği ve güvenilirlik analizi yapıldıktan sonra kişilik özellikleri, girişimci kişilik özellikleri ve sosyal girişimcilik

yönelimi değişkenlerin normal bir dağılıma sahip olup olmadıklarını ölçmek için çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerlerine bakılmıştır. Yapılan analiz sonucunda ölçeklerin ve alt boyutlarının çarpıklık ve basıklık değerlerinin  $\pm 3$  sınırları içinde sifıra yakın olduğu görülmüştür. Buna göre çalışmada kullanılan kişilik özellikleri, girişimci kişilik özellikleri ve sosyal girişimcilik yönelimi değişkenlerine ait verilerin normal dağılım gösterdiği sonucuna ulaşılmaktadır.

Kişilik Özellikleri Ölçeği'nin ortalama değerlerine bakıldığında, ölçeğin genel ortalamasının 4,04; dışadönüklük boyutunun 3,96; uyumluluk boyutunun 4,22; sorumluluk boyutunun 4,13; deneyime açıklık boyutunun 4,07 ve duygusal denge boyutunun 3,64 olduğu görülmüştür. Buna göre öğrencilerin uyumluluk ( $\bar{x}=4,22$ ) düzeyinin diğer boyutlara göre daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılabilir. Girişimci Kişilik Özellikleri Ölçeği'nin ortalama değerlerine bakıldığında ise ölçeğin genel ortalamasının 3,70; risk alma eğilimi boyutunun 3,67; yenilikçilik boyutunun 3,67; başarı ihtiyacı boyutunun 4,16; kontrol odağı boyutunun 3,01 ve belirsizlik toleransı boyutunun 3,95 olduğu görülmüştür. Buna göre öğrencilerin başarı ihtiyacı ( $\bar{x}=4,16$ ) düzeyinin daha yüksek olduğu söylenebilir. Son olarak Sosyal Girişimcilik Yönelimi Ölçeği'nin ortalama değerlerine bakıldığında, ölçeğin genel ortalamasının 3,89; sosyal vizyon boyutunun 3,71; finansal getiri boyutunun 3,61; inovasyon boyutunun 3,83; sürdürülebilirlik boyutunun 4,10 ve sosyal ağlar boyutunun 4,38 olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre öğrencilerin sosyal ağlar ( $\bar{x}=4,38$ ) algısının daha yüksek olduğu sonucuna varılabilir.

Kişilik özellikleri, girişimci kişilik özellikleri ve sosyal girişimcilik yönelimi ve bu değişkenlerin alt boyutları arasındaki ilişkileri belirlemek için korelasyon analizi yapılmıştır. Bu analiz sonucunda ulaşılan bulgular incelendiğinde;

- Kişilik özellikleri ve alt boyutları ile sosyal girişimcilik yönelimi ve alt boyutları arasında ( $r=,096$  ile  $r=,658$  arası) pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Ancak dışadönüklük ile finansal getiri, uyumluluk ile sosyal vizyon ve finansal getiri, sorumluluk ile finansal getiri, deneyime açıklık ile finansal getiri, duygusal denge ile sosyal vizyon ve finansal getiri, inovasyon, sürdürülebilirlik ve sosyal ağlar arasında düşük düzeyde bir ilişki olduğu,
- Girişimci kişilik özellikleri ve alt boyutları ile sosyal girişimcilik yönelimi ve alt boyutları arasında ( $r=,108$  ile  $r=,663$  arası) pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Ancak, kontrol odağı ile sosyal girişimcilik

yönelimi, girişimci kişilik özellikleri ile finansal getiri, risk alma eğilimi ile finansal getiri ve sosyal ağlar, yenilikçilik ile finansal getiri ve sosyal ağlar, başarı ihtiyacı ile sosyal vizyon, finansal getiri ve inovasyon, kontrol odağı ile sosyal vizyon ve sosyal ağlar, belirsizlik toleransı ile finansal getiri arasında düşük düzeyde bir ilişki olduğu görülmüştür.

Yapılan korelasyon analizi sonucunda kişilik özellikleri, girişimci kişilik özellikleri ve sosyal girişimcilik yönelimi ve bu değişkenlerin alt boyutları arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki belirlendikten sonra, aradaki bu ilişkileri daha kapsamlı olarak ortaya koymak için regresyon analizi yapılmıştır. Regresyon analizine, hem kişilik özellikleri, girişimci kişilik özellikleri ve sosyal girişimcilik yönelimi değişkenleri hem de bu değişkenlerin alt boyutları dâhil edilmiştir. Kişilik ve girişimci kişilik özellikleri ile sosyal girişimcilik yönelimi arasındaki ilişkiler incelendiğinde hipotezlerin kısmen desteklendiği sonucuna ulaşılmıştır.

Regresyon analizinde ilk olarak kişilik özelliklerinin sosyal girişimcilik yönelimi üzerindeki etkisi incelenmiştir. Öğrencilerin kişilik özellikleri ile sosyal girişimcilik yönelimi arasındaki ilişkiyi test etmek için basit doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda  $H_1$  hipotezi ( $p < ,001$ ) desteklenmiştir. Buna göre öğrencilerin kişilik özelliklerinin sosyal girişimcilik yönelimi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

$H_1$  hipotezinin desteklenmesi üzerine öğrencilerin kişilik özellikleri ile sosyal girişimcilik yönelimi arasındaki ilişkide kişilik özelliklerinin hangi alt boyutlarının daha etkili olduğunu ortaya koymak amacıyla kişilik özellikleri ve sosyal girişimcilik yönelimi alt hipotezlerle birlikte incelenmiştir. Buna göre;

- Kişilik özelliklerinin alt boyutları ile sosyal girişimcilik yönelimi arasındaki ilişkiyi test etmek için çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda  $H_{1.1a}$  ( $p < ,001$ ),  $H_{1.1b}$  ( $p < ,05$ ),  $H_{1.1c}$  ( $p < ,001$ ) ve  $H_{1.1d}$  ( $p < ,001$ ) hipotezleri kabul edilirken  $H_{1.1e}$  ( $p > ,05$ ) hipotezi reddedilmiştir.
- Öğrencilerin kişilik özellikleri ile sosyal vizyon arasındaki ilişkiyi test etmek için basit doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda  $H_{1.2}$  hipotezi ( $p < ,001$ ) kabul edilmiştir.
- Öğrencilerin kişilik özelliklerinin alt boyutları ile sosyal vizyon arasındaki ilişkiyi test etmek için çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda  $H_{1.2a}$  ( $p < ,001$ ),  $H_{1.2b}$  ( $p < ,05$ ),  $H_{1.2c}$  ( $p < ,001$ ),  $H_{1.2d}$  ve  $H_{1.2e}$  ( $p > ,05$ ) hipotezleri kabul edilirken,  $H_{1.2e}$  ( $p > ,05$ ) hipotezi reddedilmiştir.



- Öğrencilerin kişilik özellikleri ile finansal getiri arasındaki ilişkiyi test etmek için basit doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda  $H_{1.3}$  hipotezi ( $p < ,001$ ) kabul edilmiştir.
- Öğrencilerin kişilik özelliklerinin alt boyutları ile finansal getiri arasındaki ilişkiyi test etmek için çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda  $H_{1.3a}$  ( $p < ,05$ ),  $H_{1.3b}$  ( $p < ,05$ ),  $H_{1.3c}$  ( $p < ,001$ ) ve  $H_{1.3d}$  ( $p < ,05$ ) hipotezleri kabul edilirken  $H_{1.3e}$  ( $p > ,05$ ) hipotezi reddedilmiştir.
- Öğrencilerin kişilik özellikleri ile inovasyon arasındaki ilişkiyi test etmek için basit doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda  $H_{1.4}$  hipotezi ( $p < ,001$ ) kabul edilmiştir.
- Öğrencilerin kişilik özelliklerinin alt boyutları ile inovasyon arasındaki ilişkiyi test etmek için çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda  $H_{1.4a}$  ( $p < ,001$ ),  $H_{1.4c}$  ( $p < ,01$ ) ve  $H_{1.4d}$  ( $p < ,001$ ) hipotezleri kabul edilirken,  $H_{1.4b}$  ( $p > ,05$ ) ve  $H_{1.4e}$  ( $p > ,05$ ) hipotezleri reddedilmiştir.
- Öğrencilerin kişilik özellikleri ile sürdürülebilirlik arasındaki ilişkiyi test etmek için basit doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda  $H_{1.5}$  hipotezi ( $p < ,001$ ) kabul edilmiştir.
- Öğrencilerin kişilik özelliklerinin alt boyutları ile sürdürülebilirlik arasındaki ilişkiyi test etmek için çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda  $H_{1.5a}$  ( $p < ,001$ ),  $H_{1.5b}$  ( $p < ,001$ ),  $H_{1.5c}$  ( $p < ,001$ ) ve  $H_{1.5d}$  ( $p < ,001$ ) hipotezleri kabul edilirken,  $H_{1.5e}$  ( $p > ,05$ ) hipotezi reddedilmiştir.
- Öğrencilerin kişilik özellikleri ile sosyal ağlar arasındaki ilişkiyi test etmek için basit doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda  $H_{1.6}$  hipotezi ( $p < ,001$ ) kabul edilmiştir.
- Öğrencilerin kişilik özelliklerinin alt boyutları ile sosyal ağlar arasındaki ilişkiyi test etmek için çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda  $H_{1.6b}$  ( $p < ,001$ ),  $H_{1.6c}$  ( $p < ,001$ ),  $H_{1.6d}$  ( $p < ,001$ ) ve  $H_{1.6e}$  ( $p < ,01$ ) hipotezleri kabul edilirken,  $H_{1.6a}$  ( $p > ,05$ ) hipotezi reddedilmiştir.

Kişilik özellikleri ve alt boyutlarının sosyal girişimcilik yönelimi ve alt boyutları üzerindeki etkisini öğrenmek amacıyla yapılan regresyon analizi sonuçları bir arada değerlendirildiğinde;

Sosyal girişimciler sayısız paydaş ile iletişim kurmakta, iş birliğine dayanan faaliyetlere katılmakta bu nedenle dışadönüklük özelliği yüksek olmaktadır. Sosyal girişimcilerin sosyal ağ düzeyinin yüksek olması daha fazla sosyal girişimcilik

faaliyetlerinin ortaya çıkmasını sağlamaktadır. Yapılan çalışmada dışadönüklük kişilik özelliğinin sosyal ağlar hariç sosyal girişimcilik yöneliminin tüm boyutları üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisinin olduğu görülmüştür. Sosyal girişimcilerin; sosyal amaçlarına ulaşabilmek, sürdürülebilirliği sağlamak, yeni iş metotları geliştirmek ve finansal getiriye ulaşmak için dışadönük kişilik özelliğine sahip olması gerekmektedir. Literatürdeki çalışmalar incelendiğinde sosyal girişimcilerin dışadönüklük özelliğinin yüksek olmasından dolayı daha fazla sosyal ağ içerisinde yer aldığına yönelik sonuçlara ulaşılmıştır. Ancak bu çalışmada dışadönüklüğün sosyal ağlar üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı tespit edilmiştir.

Sosyal girişimciliği etkileyen bir diğer kişilik özelliği ise uyumluluktur. Uyumluluk, bireyin diğer bireylere karşı tutum ve davranışının değerlendirildiği bir boyuttur. Uyumluluk düzeyi yüksek olan bireyler güvenilir, işbirlikçi olarak değerlendirilir. Girişimciler faaliyetlerini gerçekleştirirken birtakım sorunlarla karşılaşmaktadır. Bu durumda girişimciler çelişen paydaş beklentileri ve taleplerini iletişim, empati vb. yolu ile düzeltmektedir. Aynı doğrultuda sosyal girişimciler de girişimciler gibi sosyal girişimcilik faaliyetlerini yerine getirirken farklı çıkar grupları ile karar almak durumundadır. Bu nedenle sosyal girişimcilerin faaliyetlerinin sürdürülebilirliğinde uyumluluk önemli bir kişilik özelliği olarak yer almaktadır. Yapılan bu çalışmada uyumluluğun sürdürülebilirlik ve sosyal ağlar üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğu görülmüştür. Buna göre sosyal girişimciler daha fazla paydaş grubu ile uyumlu ilişkiler geliştirerek sürdürülebilirlik düzeyini artırmaktadır. Araştırmanın bir diğer sonucu ise uyumluluğun finansal getiri ve sosyal vizyon üzerinde negatif bir etkisinin olduğudur. Buna göre uyumluluk kişilik özelliğine sahip olan sosyal girişimciler daha az sosyal vizyon ve finansal getiri anlayışına sahip olmaktadır. Son olarak, uyumluluğun inovasyon üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmüştür. Çalışanının bu sonuçlarını, literatürde destekleyen çalışmalar olduğu gibi desteklemeyen çalışmalar da bulunmaktadır.

Sorumluluk boyutu, bireyin hedefe ulaşma başarısını, planlamayı ve motivasyonu gösteren bir kişilik özelliğidir. Girişimcilikte daha yüksek bir sorumluluk anlayışı işletmenin uzun vadede hayatta kalmasında önemli bir rol oynamaktadır. Aynı doğrultuda sosyal girişimcilikte de bireylerin yüksek sorumluluk anlayışı ile hareket etmesi amaçlara ulaşmasında önemli bir kişilik özelliğini oluşturmaktadır. Yapılan analiz sonucunda sorumluluğun sosyal girişimcilik yöneliminin tüm alt boyutları üzerinde pozitif bir etkisinin olduğu görülmüştür. Buna göre sosyal girişimciler sosyal

sorumluluk anlayışı ile hareket ettikleri ve toplumdaki sosyal sorunlara yönelik sorunları, sosyal vizyon bakış açısı ile yaklaşarak, finansal getiriye sosyal amaca ulaşmak için aracı olarak kullanarak, bu süreçte yenilikçi çözümler kullanarak, sürdürülebilirliği sağlama ve diğer paydaşlarla iletişimi sağlayarak amaçlarına ulaşmaktadırlar. Sonuç olarak, sorumluluk kişilik özelliğinin sosyal girişimcilik yöneliminde etkili olduğu söylenebilir.

Deneyime açıklık özelliği, yeniliklere, yeni fikirlere ve yeni deneyimler yaşamaya eğilimli bir bireyi tanımlayan bir kişilik özelliğidir. Girişimcilerin sorunlara yenilikçi çözümler bulabilmesi için deneyime açıklık özelliğinin yüksek olması gerekmektedir. Aynı doğrultuda sosyal girişimcilikte de deneyime açıklık özelliği önemlidir. Sosyal girişimciler deneyime açıklık özelliği ile sosyal inovasyona yönelmekte ve böylece yeni modeller geliştirebilmektedir. Yapılan analiz sonucunda deneyime açıklığın sosyal girişimcilik yöneliminin tüm alt boyutları üzerinde pozitif bir etkisinin olduğu görülmüştür. Buna göre sosyal girişimcilik sürecinin tüm aşamalarında sorunlara yenilikçi çözümler getirilmesi, yeniliklere açık olunması ve amaçlara ulaşmada farklı yeni kaynaklar oluşturulması deneyime açıklığın sosyal girişimcilik faaliyetlerinde ne kadar önemli bir kişilik özelliği olduğunu ortaya koymaktadır.

Duygusal istikrarı ve uyumu ifade eden duygusal denge özelliği yüksek olan bireyler kendine güvenen, sakin ve rahat kişilik özelliklerine sahipken, duygusal denge düzeyi düşük olan bireyler kaygı, depresyon ve kırılganlık gibi kişilik özellikleri ile karakterize edilmektedir. Buna göre girişimciler baskı ve ağır iş yükü ile faaliyetlerini yürüttükleri için bir takım psikolojik ve fiziksel strese maruz kalmaktadırlar. Bu nedenle girişimci kişilerde nevrozizm (duygusal dengesizlik) özelliği düşük olmaktadır. Aynı doğrultuda sosyal girişimciler de girişimcilerin karşılaştığı baskılarla karşılaşmaktadır. Bu nedenle sosyal girişimciler daha az nevrozizm kişilik özelliğine sahiptirler. Ancak yapılan analiz sonucunda duygusal dengenin sosyal vizyon, finansal getiri, inovasyon ve sürdürülebilirlik üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı, ancak sosyal ağlar üzerinde negatif bir etkisinin olduğu görülmüştür.

Regresyon analizinde girişimci kişilik özelliklerinin sosyal girişimcilik yönelimi üzerindeki etkisi incelenmiştir. Girişimci kişilik özellikleri ile sosyal girişimcilik yönelimi arasındaki ilişkiyi test etmek için basit doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda H<sub>2</sub> hipotezi (p<,001) kabul edilmiştir. Buna göre

öğrencilerin girişimci kişilik özelliklerinin sosyal girişimcilik yönelimi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

H<sub>2</sub> hipotezinin desteklenmesi üzerine öğrencilerin girişimci kişilik özellikleri ile sosyal girişimcilik yönelimi arasındaki ilişkide girişimci kişilik özelliklerinin hangi alt boyutlarının daha etkili olduğunu ortaya koymak amacıyla girişimci kişilik özellikleri ve sosyal girişimcilik yönelimi alt hipotezlerle birlikte incelenmiştir. Buna göre;

- Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutları ile sosyal girişimcilik yönelimi arasındaki ilişkiyi test etmek için çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda H<sub>2.1a</sub> (p<,001), H<sub>2.1b</sub> (p<,001), H<sub>2.1c</sub> (p<,001), H<sub>2.1d</sub> (p<,001) ve H<sub>2.1e</sub> (p<,001) hipotezleri kabul edilmiştir.
- Girişimci kişilik özellikleri ile sosyal vizyon arasındaki ilişkiyi test etmek için basit doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda H<sub>2.2</sub> hipotezi (p<,001) kabul edilmiştir.
- Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutları ile sosyal vizyon arasındaki ilişkiyi test etmek için çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda H<sub>2.2a</sub> (p<,001), H<sub>2.2b</sub> (p<,001), H<sub>2.2d</sub> (p<,001) ve H<sub>2.2e</sub> (p<,001) hipotezleri kabul edilmiş, ancak H<sub>2.2c</sub> (p>,05) hipotezi reddedilmiştir.
- Girişimci kişilik özellikleri ile finansal getiri arasındaki ilişkiyi test etmek için basit doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda H<sub>2.3</sub> hipotezi (p<,001) kabul edilmiştir.
- Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutları ile finansal getiri arasındaki ilişkiyi test etmek için çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda H<sub>2.3a</sub> (p<,001), H<sub>2.3d</sub> (p<,001) ve H<sub>2.3e</sub> (p<,001) hipotezleri kabul edilmiş, ancak H<sub>2.3b</sub> (p>,05) ve H<sub>2.3c</sub> (p>,05) hipotezleri reddedilmiştir.
- Girişimci kişilik özellikleri ile inovasyon arasındaki ilişkiyi test etmek için basit doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda H<sub>2.4</sub> hipotezi (p<,001) kabul edilmiştir.
- Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutları ile inovasyon arasındaki ilişkiyi test etmek için çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda H<sub>2.4a</sub> (p<,01), H<sub>2.4b</sub> (p<,001), H<sub>2.4c</sub> (p<,05) ve H<sub>2.4e</sub> (p<,001) hipotezleri kabul edilmiş, ancak H<sub>2.4d</sub> (p>,05) hipotezi reddedilmiştir.

- Girişimci kişilik özellikleri ile sürdürülebilirlik arasındaki ilişkiyi test etmek için basit doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda  $H_{2.5}$  hipotezi ( $p < ,001$ ) kabul edilmiştir.
- Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutları ile sürdürülebilirlik arasındaki ilişkiyi test etmek için çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda  $H_{2.5a}$  ( $p < ,001$ ),  $H_{2.5b}$  ( $p < ,05$ ),  $H_{2.5c}$  ( $p < ,001$ ) ve  $H_{2.5e}$  ( $p < ,001$ ) hipotezleri kabul edilmiş, ancak  $H_{2.5d}$  ( $p > ,05$ ) hipotezi reddedilmiştir.
- Girişimci kişilik özellikleri ile sosyal ağlar arasındaki ilişkiyi test etmek için basit doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda  $H_{2.6}$  hipotezi ( $p < ,001$ ) kabul edilmiştir.
- Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutları ile sosyal ağlar arasındaki ilişkiyi test etmek için çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda  $H_{2.6c}$  ( $p < ,001$ ),  $H_{2.6d}$  ( $p < ,01$ ),  $H_{2.6e}$  ( $p < ,001$ ) ve hipotezleri kabul edilmiş, ancak  $H_{2.6a}$  ( $p > ,05$ ) ve  $H_{2.6b}$  ( $p > ,05$ ) hipotezleri reddedilmiştir.

Girişimci kişilik özellikleri ve alt boyutlarının sosyal girişimcilik yönelimi ve alt boyutları üzerindeki etkisini öğrenmek amacıyla yapılan regresyon analizi sonuçları bir arada değerlendirildiğinde;

Girişimcilik türlerinden biri olan sosyal girişimciliğin, ticari girişimcilik ile benzer girişimci kişilik özelliklerine sahip olduğu görülmüştür. Girişimci kişilik özelliklerinden biri olan risk alma eğilimi, bireylerin herhangi bir durum ya da sorun karşısında risk alması ya da riskten kaçınması yönünde davranışta bulunması anlamında kullanılmaktadır. Yapılan çalışmalarda girişimcilerin risk alma eğilimlerinin yüksek olduğu görülmüştür. Girişimci kişiler, özellikle faaliyetlerine ilk başladığı dönemlerde finansal risk, sosyal risk vb. karşılaşmaktadır. Bu durumda girişimci bireyler riski yöneterek bu riskleri azaltma ya da ortadan kaldırmaktadırlar. Risk azaltmada kullanılan yöntemlerden biri de girişimci kişilerin sosyal ağlar yolu ile belirsizliği azaltmasıdır. Diğer bir yöntem ise girişimcilerin inovasyon yoluyla riski yönetmesidir. Yapılan analiz sonucunda risk almanın sosyal vizyon, finansal getiri, inovasyon ve sürdürülebilirlik üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisinin olduğu, ancak sosyal ağlar üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmüştür. Çalışmanın bu sonuçları girişimci kişilik özelliklerinin sosyal girişimcilik yönelimini pozitif yönde etkilediğini, sosyal girişimcilerin amaçlarına ulaşmasında risk almanın önemli olduğunu göstermiştir.

Girişimci kişilik özelliklerinden biri olan yenilikçilik, sosyal girişimciliğin alt boyutu olan inovasyon için de aynı öneme sahiptir. Yenilikçilik; ürün ve hizmetlerde, prosedürlerde, yeni ve yaratıcı yöntemlerin kullanılması, sorunların çözümünde yaratıcı çözüm yollarının denenmesi anlamında kullanılmaktadır. Girişimci kişiler gibi sosyal girişimciler de faaliyetlerinde yenilikçilik anlayışı ile hareket etmektedirler. Yapılan analiz sonucunda yenilikçiliğin sosyal vizyon, inovasyon ve sürdürülebilirlik üzerinde pozitif yönlü bir etkisinin olduğu görülmüştür. Ancak yenilikçiliğin finansal getiri ve sosyal ağlar üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmüştür. Buna göre sosyal girişimcilerin yüksek düzeyde bir sosyal farkındalığa sahip olduğu, sosyal vizyonlarını gerçekleştirmek ve sosyal sorunlara uzun vadeli ve sürdürülebilir çözümler bulabilmeleri için yenilikçilik özelliğinin önemli olduğu söylenebilir.

Girişimci kişilik özelliklerinden biri olan başarı ihtiyacı, önemli başarılarla ulaşma arzusunu ifade etmektedir. Girişimci kişilerde önemli özelliklerden biri olan başarı ihtiyacı sosyal girişimcilikte de önemlidir. Çünkü sosyal girişimcilerin toplumsal problemlerin farkında olması yeterli olmamakta, zor şartlarda çalışmaya hazırlıklı olması, başkalarını etkileyerek onları çalışmaya dâhil edebilmesi gerekmektedir. Buna göre sosyal girişimcilerin hedeflerine ulaşabilmesi yüksek başarı arzusu ile sağlanmaktadır. Yapılan analiz sonucunda başarı ihtiyacının inovasyon, sürdürülebilirlik ve sosyal ağlar üzerinde pozitif bir etkisinin olduğu görülmüştür. Ancak, başarı ihtiyacının sosyal vizyon ve finansal getiri üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmüştür. Sonuç olarak, sosyal girişimcilerdeki yüksek başarı ihtiyacının yenilikçi süreçlerin ortaya çıkmasında, faaliyetlerin sürdürülebilirliğinin sağlanmasında ve diğer paydaş gruplarının bu sürece dâhil edilmesinde önemli olduğu söylenebilir.

Girişimci kişilik özelliklerinden biri olan kontrol odağı, kişilerin kontrol duygusunu göstermektedir. Literatürdeki çalışmalarda, girişimci kişilerde iç kontrol odağının dış kontrol odağından daha yüksek olduğu görülmüştür. Buna göre girişimci kişiler olayları şans ya da kadere değil kendi davranışlarının sonuçlarına bağlamaktadır. Sosyal girişimcilerin, sürdürülebilirliği sağlamak için sosyal bir vizyonunun olması gerekmektedir. Bu durumda sosyal girişimcinin bu sosyal vizyonuna ulaşmak için çalışması ve planının gerçekleşeceğine inanması gerekmektedir. Bu durumda sosyal girişimcilerin de ticari girişimciler gibi olayları kendi kontrolleri altında tutmak istemlerinden dolayı iç kontrol odaklarının yüksek olduğu söylenebilir. Yapılan analiz sonucunda kontrol odağının sosyal vizyon ve

finansal getiri üzerinde pozitif yönlü, sosyal ağlar üzerinde ise negatif yönlü bir etkisinin olduğu görülmüştür. Ancak kontrol odağının, inovasyon ve sürdürülebilirlik üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmüştür. Buna göre sosyal girişimcilerin sosyal vizyonlarına ulaşmak için olayları kendi kontrolleri altında tutmak istedikleri ve sosyal amaca ulaşmak için aracı olarak kullanılan finansal getiri konusunda risk yaşamamak için daha fazla kontrol odağı özelliği sergiledikleri söylenebilir.

Girişimci kişilik özelliklerinden biri olan belirsizlik toleransı, bireylerin belirsizlikten kaçınma düzeyini ifade etmektedir. Girişimciler gerek iş kurma aşamasında gerek ise işletmenin sürdürülebilirliğini sağlama sürecinde birçok belirsiz durum karşısında karar almak zorunda kalmaktadır. Literatürdeki çalışmalar incelendiğinde girişimcilerin belirsizliğe tolerans düzeylerinin yüksek olduğu görülmüştür. Yapılan analiz sonucunda belirsizlik toleransı düzeyinin sosyal girişimcilik yöneliminin tüm boyutlarını pozitif yönlü etkilediği görülmüştür. Buna göre sosyal girişimcilerin; sosyal vizyon aşamasında, finansal getiri ya da kaynak bulma sürecinde, inovasyon yoluyla sürdürülebilirliği sağlamada ve diğer paydaş grupları ile iş birliği sürecinde ortaya çıkan belirsizliklere tolerans düzeylerinin yüksek olduğu belirlenmiştir.

Öğrencilerin kişilik özelliği, girişimci kişilik özeliği ve sosyal girişimcilik yönelimi değişkenleri ve bu değişkenlerin alt boyutlarının skorlarının cinsiyet, bölüm ve sosyal sorumluluk projelerine katılmaya göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini araştırmak için Bağımsız Örneklem T-testi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda;

- Kişilik özellikleri skorlarının sosyal sorumluluk projelerine katılma ( $t=5,142$ ;  $p=,000$ ) değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Buna göre sosyal sorumluluk projelerine katılanların ( $\bar{x}=4,182$ ) sosyal sorumluluk projelerine katılmayanlara ( $\bar{x}=3,989$ ) oranla kişilik özellikleri skorların göre daha yüksek olduğu,
- Kişilik özelliklerinin alt boyutlarını oluşturan dışadönük skorlarının sosyal sorumluluk ( $t=6,358$ ;  $p=,000$ ) projesine katılma değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Bu verilere göre sosyal sorumluluk projelerine katılanların ( $\bar{x}=4,215$ ) katılmayanlara ( $\bar{x}=3,859$ ) oranla dışadönüklük skorlarının daha yüksek olduğu,
- Kişilik özelliklerinin alt boyutlarını oluşturan uyumluluk skorlarının cinsiyet ( $t=4,549$ ;  $p=,000$ ) değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği

görülmüştür. Bu verilere göre kadın öğrencilerin ( $\bar{x}=4,298$ ), erkek öğrencilere ( $\bar{x}=4,099$ ) göre uyumluluk skorlarının daha yüksek olduğu,

- Kişilik özelliklerinin alt boyutlarını oluşturan sorumluluk skorlarının cinsiyet ( $t=2,030$ ;  $p=,043$ ) ve sosyal sorumluluk projesi ( $t=2,604$ ;  $p=009$ ) değişkenlerine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu verilere göre kadınların ( $\bar{x}=4,169$ ) erkeklerden ( $\bar{x}=4,076$ ) ve sosyal sorumluluk projelerine katılanların ( $\bar{x}=4,219$ ) katılmayanlardan ( $\bar{x}=4,097$ ) sorumluluk skorlarının daha yüksek olduğu,
- Kişilik özelliklerinin alt boyutlarını oluşturan deneyime açıklık skorlarının sosyal sorumluluk ( $t=6,504$ ;  $p=,000$ ) projelerine katılma değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği görülmüştür. Bu verilere göre, sosyal sorumluluk projelerine katılanların ( $\bar{x}=4,275$ ), katılmayanlara ( $\bar{x}=3,985$ ) oranla deneyime açıklık skorlarının daha yüksek olduğu,
- Girişimci kişilik özellikleri skorlarının bölüm ( $t=2,330$ ;  $p=,020$ ) ve sosyal sorumluluk projelerine katılma ( $t=4,716$ ;  $p=,000$ ) değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Buna göre İşletme Bölümü ( $\bar{x}=3,732$ ) öğrencilerinin, İktisat Bölümü ( $\bar{x}=3,663$ ) öğrencilerine göre, sosyal sorumluluk projelerine katılanların ( $\bar{x}=3,805$ ) sosyal sorumluluk projelerine katılmayanlara ( $\bar{x}=3,657$ ) oranla girişimci kişilik özellikleri skorlarının daha yüksek olduğu,
- Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutunu oluşturan risk alma eğilimi skorlarının cinsiyet ( $t=-4,456$ ;  $p=,000$ ) ve sosyal sorumluluk projelerine katılma ( $t=3,614$ ;  $p=,000$ ) değişkenlerine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu verilere göre erkek öğrencilerin ( $\bar{x}=3,791$ ), kadın öğrencilere ( $\bar{x}=3,606$ ), sosyal sorumluluk projelerine katılanların ( $\bar{x}=3,791$ ), katılmayanlara ( $\bar{x}=3,630$ ) oranla risk alma eğilimi skorlarının daha yüksek olduğu,
- Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarını oluşturan yenilikçilik skorlarının sosyal sorumluluk projelerine katılma ( $t=6,592$ ;  $p=,000$ ) değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği görülmüştür. Bu verilere göre sosyal sorumluluk projelerine katılanların ( $\bar{x}=3,903$ ), katılmayanlara ( $\bar{x}=3,582$ ) oranla yenilikçilik skorlarının daha yüksek olduğu,
- Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarını oluşturan başarı ihtiyacı skorlarının cinsiyet ( $t=4,792$ ;  $p=,000$ ) değişkenlerine göre anlamlı bir



farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu verilere göre kadın öğrencilerin ( $\bar{x}=4,256$ ), erkek öğrencilere ( $\bar{x}=4,025$ ), oranla başarı ihtiyacı skorlarının daha yüksek olduğu,

- Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutlarını oluşturan kontrol odağı skorlarının cinsiyet ( $t=-2,663$ ;  $p=,008$ ) ve bölüm ( $t=2,091$ ;  $p=,037$ ) değişkenlerine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği görülmüştür. Bu verilere göre erkek öğrencilerin ( $\bar{x}=3,103$ ), kadın öğrencilere ( $\bar{x}=2,960$ ), İşletme Bölümü öğrencilerinin ( $\bar{x}=3,065$ ), İktisat Bölümü öğrencilerine ( $\bar{x}=2,955$ ) oranla kontrol odağı skorlarının daha yüksek olduğu,
- Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutunu oluşturan belirsizlik toleransı skorlarının sosyal sorumluluk projelerine katılma ( $t=4,285$ ;  $p=,000$ ) değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu verilere göre sosyal sorumluluk projelerine katılanların ( $\bar{x}=4,096$ ), katılmayanlara ( $\bar{x}=3,897$ ) oranla belirsizlik toleransı skorlarının daha yüksek olduğu,
- Sosyal girişimcilik yönelimi skorlarının cinsiyet ( $t=1,964$ ;  $p=,050$ ), bölüm ( $t=2,162$ ;  $p=,031$ ) ve sosyal sorumluluk projelerine katılma ( $t=5,808$ ;  $p=,000$ ) değişkenlerine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği görülmüştür. Buna göre kadın öğrencilerin ( $\bar{x}=3,918$ ) erkek öğrencilerine ( $\bar{x}=3,855$ ), İşletme Bölümü ( $\bar{x}=3,925$ ) öğrencilerinin İktisat Bölümü ( $\bar{x}=3,855$ ) öğrencilerine, sosyal sorumluluk projelerine katılanların ( $\bar{x}=4,031$ ) sosyal sorumluluk projelerine katılmayanlara ( $\bar{x}=3,836$ ) göre sosyal girişimcilik yönelimi skorlarının daha yüksek olduğu,
- Sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutunu oluşturan sosyal vizyon skorlarının öğrencilerin sosyal sorumluluk projelerine katılma ( $t=7,640$ ;  $p=,000$ ) değişkenlerine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği görülmüştür. Bu verilere göre sosyal sorumluluk projelerine katılanların ( $\bar{x}=3,940$ ), katılmayanlara ( $\bar{x}=3,618$ ) oranla sosyal vizyon skorlarının daha yüksek olduğu,
- Sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutunu oluşturan finansal getiri skorlarının öğrencilerin sosyal sorumluluk projelerine katılma ( $t=2,389$ ;  $p=,017$ ) değişkenlerine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği görülmüştür. Bu verilere göre sosyal sorumluluk projelerine katılanların ( $\bar{x}=3,706$ ),

katılmayanlara ( $\bar{x}=3,579$ ) oranla finansal getiri skorlarının daha yüksek olduğu,

- Sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutunu oluşturan inovasyon skorlarının öğrencilerin sosyal sorumluluk projelerine katılma ( $t=3,813$ ;  $p=,000$ ) değişkenlerine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu verilere göre sosyal sorumluluk projelerine katılanların ( $\bar{x}=3,976$ ), katılmayanlara ( $\bar{x}=3,770$ ) oranla inovasyon skorlarının daha yüksek olduğu,
- Sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutunu oluşturan sürdürülebilirlik skorlarının cinsiyet ( $t=2,110$ ;  $p=,035$ ), bölüm ( $t=1,971$ ;  $p=,049$ ) ve sosyal sorumluluk projelerine katılma ( $t=4,061$ ;  $p=,000$ ) değişkenlerine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği görülmüştür. Bu verilere kadın öğrencilerin ( $\bar{x}=4,141$ ) erkek öğrencilere, ( $\bar{x}=4,055$ ) İşletme Bölümü ( $\bar{x}=4,144$ ) öğrencilerinin, İktisat Bölümü ( $\bar{x}=4,063$ ) öğrencilerine ve sosyal sorumluluk projelerine katılanların ( $\bar{x}=4,231$ ), katılmayanlara ( $\bar{x}=4,056$ ) oranla sürdürülebilirlik skorlarının daha yüksek olduğu,
- Sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutunu oluşturan sosyal ağlar skorlarının cinsiyet ( $t=5,795$ ;  $p=,000$ ) ve bölüm ( $t=2,969$ ;  $p=,003$ ) değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği görülmüştür. Bu verilere göre kadın öğrencilerin ( $\bar{x}=4,487$ ) erkek öğrencilere, ( $\bar{x}=4,218$ ) İşletme Bölümü ( $\bar{x}=4,442$ ) öğrencilerinin, İktisat Bölümü ( $\bar{x}=4,308$ ) öğrencilerine oranla sosyal ağlar skorlarının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Öğrencilerin kişilik özelliği, girişimci kişilik özeliği ve sosyal girişimcilik yönelimi skorları ve bu değişkenlerin alt boyutlarının skorlarının üniversite, sınıf ve yaş değişkenlerine göre bir farklılık gösterip göstermediğini araştırmak amacıyla Tek Yönlü Varyans (ANOVA) analizi yapılmıştır. Yapılan bu analiz sonucunda;

- Kişilik özelliklerinin alt boyutunu oluşturan duygusal denge skorlarının üniversite (ANOVA,  $p=,000$ ) grupları arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür. Buna göre OKÜ ( $\bar{x}=3,8033$ ), öğrencilerinin MKÜ ( $\bar{x}=3,5461$ ) ve KSÜ ( $\bar{x}=3,5238$ ) öğrencilerine oranla duygusal denge skorlarının daha yüksek olduğu,
- Kişilik özelliklerinin alt boyutunu oluşturan duygusal denge skorlarının yaş (Welch,  $p=,002$  ve Brown-Forsythe  $p=,003$ ) grupları arasında anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre 24 yaş ve üzeri ( $\bar{x}=3,9245$ )

öğrencilerin, 18-20 yaş arası ( $\bar{x}=3,6752$ ) ve 21-23 yaş arası ( $\bar{x}=3,5856$ ) olan öğrencilerine oranla duygusal denge skorlarının daha yüksek olduğu,

- Girişimci kişilik özellikleri skorlarının üniversite (Welch,  $p=,030$  ve Brown –Forsythe,  $p=,021$ ) grupları arasında anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir. Buna göre OKÜ öğrencilerinin ( $\bar{x}=3,7496$ ), KSÜ ( $\bar{x}=3,6656$ ) öğrencilerine oranla girişimci kişilik özellikleri skorlarının daha yüksek olduğu,
- Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutunu oluşturan risk alma eğilimi skorlarının üniversite (ANOVA,  $p=,050$ ) grupları arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür. Buna göre MKÜ ( $\bar{x}=3,7126$ ) öğrencilerinin OKÜ ( $\bar{x}=3,7101$ ) ve KSÜ ( $\bar{x}=3,6025$ ) öğrencilerine oranla risk alma eğilimi skorlarının daha yüksek olduğu,
- Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutunu oluşturan yenilikçilik skorlarının sınıf (ANOVA,  $p=,016$ ) grupları arasında anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre 2. sınıf ( $\bar{x}=3,7751$ ) öğrencilerinin, 3. sınıf ( $\bar{x}=3,6130$ ) öğrencilerine oranla yenilikçilik skorlarının daha yüksek olduğu,
- Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutunu oluşturan kontrol odağı skorlarının üniversite (ANOVA= $,000$ ) grupları arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür. Buna göre OKÜ ( $\bar{x}=3,2096$ ) öğrencilerinin, MKÜ ( $\bar{x}=2,8947$ ) ve KSÜ ( $\bar{x}=2,8804$ ) öğrencilerine oranla kontrol odağı skorlarının daha yüksek olduğu,
- Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutunu oluşturan belirsizlik toleransı skorlarının sınıf (ANOVA,  $p=,041$ ) grupları arasında anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir. Buna göre 2. sınıf ( $\bar{x}=4,0263$ ) öğrencilerinin, 4. sınıf ( $\bar{x}=3,8890$ ) öğrencilerine oranla belirsizlik toleransı skorlarının daha yüksek olduğu,
- Girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutunu oluşturan belirsizlik toleransı skorlarının yaş (ANOVA,  $p=,013$ ) grupları arasında anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre 18-20 yaş arası ( $\bar{x}=4,0262$ ) öğrencilerin, 21-23 yaş arası ( $\bar{x}=3,9156$ ) arası öğrencilere oranla belirsizlik toleransı düzeyi skorlarının daha yüksek olduğu,
- Sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutunu oluşturan finansal getiri skorlarının üniversite (ANOVA,  $p=,002$ ) grupları arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür. Buna göre OKÜ ( $\bar{x}=3,7233$ ) öğrencilerinin,

MKÜ ( $\bar{x}=3,5456$ ) ve KSÜ ( $\bar{x}=3,5455$ ) öğrencilerine oranla finansal getiri skorlarının daha yüksek olduğu,

- Sosyal girişimcilik yöneliminin alt boyutunu oluşturan sosyal ağlar skorlarının yaş (ANOVA,  $p=,024$ ) grupları arasında anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir. Buna göre 18-20 yaş arası ( $\bar{x}=4,4726$ ) öğrencilerinin, 21-23 yaş arası ( $\bar{x}=4,3388$ ) öğrencilerine oranla sosyal ağ düzeyi skorlarının daha yüksek olduğu,
- Sosyal girişimcilik yönelimin alt boyutunu oluşturan sosyal ağlar skorlarının üniversite (Welch,  $p=,002$  ve Brown-Forsythe  $p=,002$ ) grupları arasında anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre KSÜ ( $\bar{x}=4,4775$ ) öğrencilerinin, OKÜ ( $\bar{x}=4,2945$ ) öğrencilerine oranla sosyal ağ skorlarının daha yüksek olduğu,
- Sosyal girişimcilik yönelimin alt boyutunu oluşturan sosyal ağlar skorlarının sınıf (Welch,  $p=,027$  ve Brown-Forsythe  $p=,035$ ) grupları arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür. Buna göre 3. sınıf ( $\bar{x}=4,4519$ ) öğrencilerinin, 4.sınıf ( $\bar{x}=4,3203$ ) öğrencilerine oranla sosyal ağ skorlarının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Sosyal girişimcilik ile ilgili literatür incelendiğinde sosyal girişimciliğin bireysel boyutunun arka planda kaldığı görülmüştür. Bu nedenle bu çalışmada sosyal girişimciliğin bireysellik boyutu üzerinde durularak sosyal girişimcilerin hangi kişilik ve girişimci kişilik özelliklerine sahip olduğu değerlendirilmiştir.

Çalışmanın ana kütesini TR63 bölgesinde yer alan üç üniversitenin İİBF İşletme ve İktisat bölümlerindeki iki, üç ve dördüncü sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. Çalışmada İİBF öğrencilerinin ana kütle olarak seçilmesinin nedeni, bu öğrencilerin girişimcilik ve sosyal girişimcilik faaliyetlerinde bulunma konusunda eğitilmiş olabileceği, girişimcilik ve sosyal girişimcilik alanında daha fazla motive olabileceği (Bull, 2008: 269) ve geleceğin potansiyel girişimci ve sosyal girişimci adayı olarak görülmesinden dolayıdır. Yapılan bu çalışmada analizlerde karşılaştırmayı sağlamak amacıyla üç üniversitede de İşletme ve İktisat Bölümü öğrencileri ana kütle olarak seçilmiştir.

Üniversiteler, girişimciliğe ilişkin farkındalığı arttırmak, davranışa yönelik tutumlarını şekillendirmek ve algılanan davranışsal kontrol ve kişilik özelliklerini geliştirmek için girişimcilik eğitimi vermek üzere önemli bir konumda yer almaktadır (Chengalvala ve Rentala, 2017: 412). Bu nedenle bu çalışmada, girişimcilik eğitimi

alan bireylerin girişimcilik dersi almayan bireylere göre yeni iş kurma konusunda daha isteki oldukları (Pazarcık,2016:144) ve girişimcilik eğitiminde asıl amacın bireyde var olan girişimcilik potansiyelinin ortaya çıkartılması anlayışından hareketle üniversite öğrencileri ana kütle olarak seçilmiştir (Türkoğlu vd., 2017: 2). Yerli literatür incelendiğinde sosyal girişimcilik ile ilgili bu denli geniş ve kapsamlı bir araştırmanın yapılmadığı görülmüştür. Bu nedenle bu çalışma ile literatüre katkı bulunulmak istenmektedir.

Literatürde sosyal girişimcilik ile ilgili yapılan araştırmalar incelendiğinde, sosyal girişimciliğin farklı değişkenlerle birlikte incelendiği, ancak sosyal girişimcilik ile kişilik özellikleri ve girişimci kişilik özellikleri değişkenlerini birlikte inceleyen çalışmaların sınırlı olduğu görülmüştür. Bu çalışma, kişilik özellikleri ve girişimci kişilik özellikleri ile sosyal girişimcilik yönelimi değişkenlerinin birlikte incelenmesi açısından literatüre bir katkı sağlamaktadır.

Bu çalışma; kişilik ve girişimci kişilik özellikleri ile sosyal girişimcilik yönelimi arasındaki ilişkinin daha iyi anlaşılması, araştırmacıların hangi kişilik ve girişimci kişilik özelliklerinin sosyal girişimci kişilerde bulunduğunu belirlemelerine yardımcı olacaktır. Ayrıca sosyal girişimcilerin, kişilik ve girişimci kişilik özelliklerinin belirlenerek potansiyel sosyal girişimci adayları olan üniversite öğrencilerine gerekli olan eğitimler verilmesine, gelecekte toplumsal sorunlara karşı duyarlı ve sosyal sorumluluk bilinci oluşmuş bireylerin yetiştirilmesinin sağlanmasına katkıda bulunacaktır. Gelecekte yapılacak olan çalışmalarda beş faktör kişilik özellikleri dışında diğer kişilik özellikleri ve farklı girişimci kişilik özelliklerinin sosyal girişimcilik yönelimi ile ilişkisinin incelenmesi ile sosyal girişimci bireylerin özelliklerinin daha geniş ve kapsamlı bir biçimde incelenmesi yönünde faydalı olacağı düşünülmektedir.

Potansiyel sosyal girişimci adayları olan üniversite öğrencileri arasında sosyal girişimcilik faaliyetleri teşvik edilerek, girişimcilik düzeyi yüksek olan bireylere sosyal sorumluluk farkındalığı kazandırılabilir. Bu nedenle, sosyal sorumluluk sahibi olan öğrencilere girişimcilik becerisi ve yetkinlikleri kazandırılarak sosyal girişimciliğin, bir kariyer hedefi olarak genç nesillere aktarılması, sosyal girişimcilik ile ilgili eğitimin verilmesi ve sosyal girişimciliğin ülke çapında geliştirilip uygulanması için strateji ve politikaların oluşturularak sosyal girişimcilik alanında gelişmelerin sağlanması büyük önem arz etmektedir. Bu açıdan üniversite öğrencilerinin kişilik ve girişimci kişilik özelliklerinin belirlenerek bu doğrultuda

gerekli olan eğitimlerin verilmesi potansiyel sosyal girişimci adayları olan üniversite öğrencilerinin sosyal girişimcilik faaliyetlerine yönelmesinde etkili olacağı düşünülmektedir.

Türkiye’deki birçok üniversitede öğrenci toplulukları ve toplulukların sosyal girişimciliğe yönelik gerçekleştirdikleri faaliyetler bulunmaktadır. Ancak hala birçok üniversitede sosyal girişimcilik ile ilgili derslerin olmaması sosyal girişimcilik kavramının anlaşılmasına neden olmaktadır. Bu konuda üniversite öğrencilerine gerekli bilgi ve destek sağlanarak, üniversitelerde sosyal girişimcilik ve sosyal sorumluluk derslerinin açılması, bu konuda farkındalığı geliştirmeye yönelik çalışmaların yapılması ve üniversiteler bünyesinde araştırma ve uygulama merkezlerinin oluşturulması gerekmektedir. Ancak yapılan tüm bu faaliyetlerin gönüllülük temelinde olması gerekmektedir.

Sosyal girişimciliğin sadece üniversite öğrencileri için değil diğer bireyler tarafından da tanınmasını ve anlaşılmasını sağlamak için kitle iletişim araçları kullanılabilir ve seminerler, toplantılar vb. düzenlenebilir. Bu doğrultuda, sosyal girişimcilik yalnızca öğrenciler değil tüm paydaşların katılımı ile güçlenecek ve zenginleşecek bir konu olduğundan, üniversite içinde ve dışında güçlü bir iletişim ağının oluşturulması gerekmektedir. Bu süreçte sosyal paylaşım siteleri, afiş ve web sitesi gibi unsurların etkili bir şekilde kullanımı ile sosyal girişimcilik gelişebilecektir. Ayrıca gerek yerli gerekse yabancı sosyal girişimcilerin çalışmaları, kitle iletişim araçları ile tanıtılarak yapmış oldukları sosyal girişimcilik faaliyetlerinin tanıtılması sosyal girişimcilik uygulamalarının ülkemizde daha fazla uygulanmasını ve teşvik edilmesini sağlayacağı düşünülmektedir.

Sosyal girişimcilik çalışmalarında, üniversiteler dışında iş ve siyaset dünyasına da büyük görevler düşmektedir. Bu noktada işletmelerin sosyal sorunlara uzun vadeli ve sürdürülebilir çözümler bulmak için ticari fayda dışında toplumsal fayda anlayışı ile hareket ederek gönüllü bir takım toplumsal sorumluluk faaliyetlerinde yer alması hem toplum nezdinde sosyal girişimci bir işletme imajının oluşmasını sağlayacak hem de sosyal sorumluluk bilincine sahip bireylerin işletme içerisinde istihdam edilmesine katkı sağlayacaktır.

Son olarak girişimcilik faaliyetlerinin, özellikle de sosyal girişimciliğin artması ile yüksek işsizlik düzeyinin ortadan kalkacağı ve toplumdaki insanların yaşam kalitelerinin iyileştirilmesine yardımcı olabileceği düşünülmektedir. Bu doğrultuda sosyal girişimcilik öncüllerinin belirlenerek iş ve siyaset dünyasında yer

alan bireylerin kişilik ve girişimci kişilik özelliklerinin tespit edilmesi ile sosyal girişimcilik faaliyetlerinin teşvik edilmesi sağlanacaktır. Ayrıca iş ve siyaset dünyasının ekonominin motoru olan girişimcilik faaliyetleri ve sosyal sorunlara girişimci bir yaklaşımla çözüm bulmayı amaçlayan sosyal girişimcilik faaliyetlerine yönelik yaklaşımları ve bu alandaki çalışmalarını değerlendirilerek sosyal girişimcilik uygulamalarının artması sağlanabilecektir.

Sosyal girişimcilik faaliyetlerinin ülkelerin ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel zenginliğine yaptığı katkıların artması ile birlikte sosyal girişimcilik faaliyetleri giderek önem kazanmaya başlamıştır. Bu nedenle, araştırma sonuçlarının geçerliliğini arttırmak için gelecekte yapılacak olan çalışmalarda İİBF öğrencileri dışında diğer fakülte öğrencilerinin ve iş ya da siyaset dünyasını içine alan daha geniş ölçekli örneklemeler üzerinde çalışmaların yapılmasının yararlı olacağı söylenebilir.



## KAYNAKLAR

- Abdioğlu, H, Kılıç, R. ve Çalış, N. (2015). Öğrencilerin Ders Başarısı Üzerinde Kişilik Özelliklerinin Etkisi: Üniversite Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma, *Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt, VIII Sayı1,1:83-109.
- Abdullah, I., Omar, R., and Panatik,S. A. (2016). Literature Review on Personality, Creativity and Innovative Behavior, *International Review of Management and Marketing*, 6(1):177-182.
- Abu-Saifan, S. (2012). Social Entrepreneurship: Definition and Boundaries, *Technology Innovation Management Review*:22-27.
- Abolarin, M. E. (2014). Social Entrepreneurs: A Phenomenological Study Of Social Value, A Dissertation Presented in Partial Fulfillment Of the Requirements for the Degree, *Doctor of Philosophy*:1-24.
- Adebayo, O. and Kolawolw, J. A. (2013). The historical Background of Entrepreneurial Development In Nigeria: its Gains, Shortcomings and Needful, *Journal of Emerging Trends in Economics and Management Sciences (JETEMS)* 4(5):493-500.
- Ağca, V. ve Kurt, M. (2007). İç Girişimcilik ve Temel Belirleyicileri: Kavramsal Bir Çerçeve, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Sayı: 29:83-112.
- Ahmad, S. Z and Buchanan, R. S. (2015). Entrepreneurship education in Malaysian universities, *Tertiary Education and Management*:1-17.
- Ahmetoğlu, G. Leutner, F, and Chamorro-Premuzic, T. (2011). EQ-nomics: Understanding the relationship between individual differences in Trait Emotional Intelligence and Entrepreneurship, *Personality and Individual Differences* 51: 1028–1033.
- Akar, H. ve Aydın, S. (2015). Öğretmen Adaylarının Kişilik Özelliklerinin Sosyal Girişimcilik Özelliklerini Yordama Düzeyi, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Yıl: 3, Sayı: 12: 425-436.
- Akar, H. and Doğan, Y. B. (2018).The Role of Personal Values in Social Entrepreneurship, *Universal Journal of Educational Research* 6(1): 83-90.
- Akar, H. and Üstüner, M. (2017). Mediation Role of Self-Efficacy Perceptions in the Relationship between Emotional Intelligence Levels and Social Entrepreneurship Traits of Pre-Service Teachers, *Journal of Education and Future* ,( 12): 95-115
- Akgül, U. (2010). Kurumsal Sosyal Sorumluluk” Kavramına Sosyal Antropolojik Bir Yaklaşım, <http://dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/71/1760/18663.pdf>: 95-114.
- Akkan, E ve Süygün, M. S.(2016). Lisans Öğrencilerinin Özyeterlik Algıları Ve Başarma Güdülerinin Sosyal Girişimcilik Eğilimlerine Etkilerinin İncelenmesi, *AKÜ İİBF Dergisi - Cilt: XVIII Sayı: 2: 35-63*.



- Akman, S. U. ve Bektaş, H. (2015). Üniversite Öğrencilerinin Girişimci Özelliklerinin İncelenmesi, *Marmara Üniversitesi, İ.İ.B. Dergisi*, Cilt XXXVII, Sayı I: 217-232.
- Akpınar, T. ve Küçüköksel, N. Ç. (2015). Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Girişimcilik Algısı Ve Girişimciliği Engelleyen Sebepler, *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*: 13-19.
- Aktan, C.C., (2007). Kurumsal Sosyal Sorumluluk, [https://www.researchgate.net/publication/318682140\\_Kurumsal\\_Sosyal\\_Sorumluluk/link/5bb9f9cd299bf1049b70fd38/download](https://www.researchgate.net/publication/318682140_Kurumsal_Sosyal_Sorumluluk/link/5bb9f9cd299bf1049b70fd38/download)
- Aktaş Alan, A. (2011). *Amaç Karşıtı İş Davranışları İle Kişilik Ve İş Tatmini Arasındaki İlişkinin Yapısal Eşitlik Modeli İle İncelenmesi*, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi: 1-197.
- Akyıldız, H. (2006). Freud'çu, Liberal Ve Marksist Kişilik Kuramlarının Türevi Olarak Toplum, *İktisat ve Siyaset Teorileri, Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi* (11): 1-23.
- Albayrak, A. S. (2006). *Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, 1. Baskı, Ankara, Asil Yayın Dağıtım.
- Albayrak, A. S. (2014). Otokorelasyon Durumunda En Küçük Kareler Tekniğinin Alternatifi Otoresyonyon Teknikleri ve Bir Uygulama, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C.19, S.1: 1-20.
- Allard, G. and Martinez, C. A. (2008). The Influence Of Government Policy And Ngos On Capturing Private Investment, *OECD Global Forum on International Investment*:1-23.
- Allah, M. A. and Nakhaie, H. (2011). Entrepreneurship and risk – taking, 2011 International Conference on E-business, *Management and Economics IPEDR*, Vol.25:77-79.
- Allık, J. and McCrae, R. R. (2004). Toward A Geography Of Personality Traits Patterns Of Profiles Across 36 Cultures, *Journal Of Cross-Cultural Psychology*, Vol. 35 No. 1: 13-28.
- Altınay, L., Madanoğlu, M., Daniele, R. and Lashley, C. (2012). The influence of family tradition and psychological traits on Entrepreneurial intention, *International Journal of Hospitality Management*, 31 (2012):489– 499.
- Alter, S. K. (2003). Social Enterprise: A Typology of the Field Contextualized in Latin America, *Browse Latest Publications By*:1-100.
- Anbar, A, Anbar, D. ve Çorak, S. (2017). Üniversite Öğrencilerinin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algılarının Ölçülmesi: Uludağ Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Örneği, *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, Cilt: 15 Sayı: 2: 119-139.
- Ansari, N., Homapour, M., Azaditalap, H., Sadatmazloomi, S. M., Shomali, A., R., and Vakilian, R. (2013) Reviewing Personality Types of A, B, C, D and its Effect on Performance of Managers of Organizations, *Interdisciplinary Journal Of Contemporary Research In Business*, Vol 5, No 1: 1002-1006.
- Antonicic, B., Scarlat, C. and Erzetic, B. H. (2015). The Quality of Entrepreneurship Education and the Intention to Continue Education: Slovenia and Romania, *Managing Global Transitions*, 3 (2): 197–212.

- Apak, H. ve Acar, M.C. (2018). Dindarlığın Bir Boyutu Olarak Maneviyat, Din Bilimleri: Klasik Sorunlar-Güncel Tartışmalar, *Mardin Artuklu Üniversitesi Yayınları*: 365-379.
- Arshad, M., O. And Li, C. (2016). Personality Traits and their Effects on Social Entrepreneurship Intention, *The International Journal Of Business & Management*, Vol 4 Issue 4: 222-226.
- Arslan, Y. (2016). Kim Daha İyi Empati Kuruyor -Empati Üzerine Mikro Bir Sosyolojik Araştırma, Batman Üniversitesi Batman University, *Yaşam Bilimleri Dergisi*; Cilt 6 Sayı 2/1: 51-64.
- Arensburg, I. (2015). The Role Of Entrepreneurship Education In Finnish High Schools, Master's Thesis: 1-89.
- Arroyo, J. C., Diaz, R. P., and Agarwal, N. (2016). An Examination of Certain Antecedents of Social Entrepreneurial Intentions Among Mexico Residents, *Review of Business Management, São Paulo*, Vol. 19, No. 64: 180-199.
- Arslan, K. (2002). Üniversiteli Gençlerde Mesleki Tercihler ve Girişimcilik Eğilimleri, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*: 1-11.
- Aruma, E. O. and Hanachor, M. E. (2017). Abraham Maslow's Hierarchy Of Needs And Assessment Of Needs In Community Development, *International Journal of Development and Economic Sustainability*, Vol.5, No.7: 15-27.
- Arustei, C. C., Manolescu, I. T., and Apostoae, C. M. (2014). The Role Of Non-Governmental Organizations As A Change Promoter Within European Policies, EURINT, *Centre for European Studies, Alexandru Ioan Cuza University*, Vol. 1: 17-28.
- Aslan, G., Araza, A. ve Bulut, Ç. (2012). Sosyal Girişimcilerin Kavramsal Çerçevesi, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 7(2): 69-88.
- Asılsoy, B. (2016). *Marka Konumlandırmasında Sosyal Girişimcilik Kavramının Önemi: Hizmet Sektöründe Bir Araştırma*, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi: 1-100.
- Auberry, D., W. (2015). *Socio-Demography, Social Entrepreneurship, and Changing Models of Enterprise Success: An Empirical Examination*, Dissertation Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Doctor of Philosophy in Management.
- Austin, J., Stevenson, H. and Wei-Skillern, J. (2006). Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both? *Entrepreneurship Theory And Practice*: 1-22.
- Aydın, E. ve Çakar, U. (2013). Girişimcilik ve Ekolojinin Bütünleşmesi: Ekogirişimcilik. *Finans Politik&Ekonomik Yorumlar*, Cilt 50, Sayı 581: 53-61.
- Aydın, C. H. (2000). Öğrenme ve Öğretme Kuramlarının Eğitim İletişimine Katkısı, *Kurgu Dergisi* S: 17:183-197.
- Aykan, E. (2012). Girişimciliğin Değişen Yüzü: Ekogirişimcilik, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C.17, S.3: 195-212.
- Ayodele, K. O. (2013). Demographics, Entrepreneurial Self-Efficacy And Locus Of Control As Determinants Of Adolescents' Entrepreneurial Intention In Ogun

- State, Nigeria, *European Journal of Business and Social Sciences*, Vol. 1, No. 12: 59-67.
- Babatunde, E. B. and Durowaiye, B. E. (2014). The Impact Of Entrepreneurship Education On Entrepreneurial Intentions Among Nigerian Undergraduates, *Impact: International Journal of Research in Humanities, Arts and Literature*, Vol. 2, Issue 11: 15-26.
- Bacanlı, H., İlhan, T. ve Aslan, S. (2009). Beş faktör kuramına dayalı bir kişilik ölçeğinin geliştirilmesi: sıfatlara dayalı kişilik testi (SDKT). *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 7 (2): 261-279.
- Balaban, Ö. ve Özdemir, Y. (2008). Girişimcilik Eğitiminin Girişimcilik Eğilimi Üzerindeki Etkisi: Sakarya Üniversitesi İİBF Örneği, *Araştırma Makaleleri*: 133-147.
- Bamikole, F. O. and Jayeoba, F. I. (2012). Locus of Control, Gender and Entrepreneurial Ability, *British Journal of Arts and Social Sciences ISSN: 2046-9578*, Vol.11 No.1 :74-85.
- Barakat, A. and Othman, A. (2015). The Five-Factor Model of Personality and its Relationship to Cognitive Style (Rush and Prudence) and Academic Achievement among a Sample of Students, *Journal of Education and Practice*, Vol.6, No.35: 156-165.
- Barendsen, L., and Gardner, H. (2004). Is the Social Entrepreneur a New Type of Leader? <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1002/ltl.100> :43-50.
- Basım, H. B. ve Şeşen, H. (2008). Çalışanların Kontrol Odaklarının Örgüt İçi Girişimcilik Tutumları İle İlişkisi: Kamu Sektöründe Bir Araştırma, *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*: 49-64.
- Başar, M. ve Tosunoğlu, B. T. (2006). Değer Yaratımında İç Girişimciliğin Değişen Boyutu: Bilgi Girişimcilerinin Rolü, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, Cilt 1, Sayı 1: 123-134.
- Bayraktar, F. (2017). Neo-liberalleşme, Sivil Toplum Kuruluşları ve 'Projecilik': Eleştirel Bir Bakış, *Amme İdaresi Dergisi*, Cilt 50, Sayı 2: 105-142.
- Bayraktar, S. (2011). Avrupa Birliği Mesleki Eğitim Programlarında Girişimcilik Eğitimlerinin Ekonomik Kalkınmadaki Önemi, *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt 12, Sayı 1: 245-264.
- Beaufort, V. (2014). The Obstacles to Women's Entrepreneurship in Europe, and How to Deal with Them, *The European Business Review*: 34-35.
- Beattie, S. (2016). Which Entrepreneurial Traits are the Most Critical in Determining Success?, *Otago Management Graduate Review*: 13-20.
- Beder, N. (2015). *Sosyo-Ekonomik Statünün Akademik Başarıya Etkisinde Beş Faktör Kişilik Özellikleri ve Akademik Öz-Yeterlik Algı Düzeyinin Aracılık Rolü: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma*, Kara Harp Okulu, Savunma Bilimleri Enstitüsü, Savunma Yönetimi Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Behrem, Ü. (2017). *Beş Faktör Kişilik Özelliklerinin Örgütsel Adalet Algısı Aracılığıyla Üretkenlik Karşıtı Davranışlar Üzerine Etkisinin İncelenmesine*

*Yönelik Bir Araştırma*, Yıldız Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi:1-110.

- Bener, Ö. (2009). Ev kadınlarının çalışma yaşamına katılım konusunda görüşlerinin STK'ların yürüttüğü kadın istihdamı faaliyetleri çerçevesinde değerlendirilmesi, *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, Cilt 6, Sayı 1: 412-428.
- Bitlisli, F., Dinç, M., Çetinceli, E., ve Kaygısız, Ü. (2013). Beş Faktör Kişilik Özellikleri İle Akademik Güdülenme İlişkisi: Süleyman Demirel Üniversitesi Isparta Meslek Yüksekokulu Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma, Süleyman Demirel Üniversitesi, *İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C.18, S.2: 459-480.
- Boluk, K. A. and Mottiar, Z. (2014) Motivations of Social Entrepreneurs: Blurring the social contribution and profits dichotomy. *Social Enterprise Journal*, Vol. 10 Is 1 : 53-68.
- Boulven, M. A., Abdullah, S., Bahari, A., Ramli, A. J., Hussin, N. S., Jamaluddin, J. and Ahmad, Z. (2018). Model of Islamic Social Entrepreneurship: A Study on Successful Muslim Social Entrepreneur in Malaysia, *MATEC Web of Conferences 150*, 05093: 1-6.
- Boz, M., Buluk, B., Aydıncaya, G. ve Araslan, Y. A. (2016). Kişilik Özellikleri İle Girişimcilik Eğilimi Arasındaki İlişki: Çanakkale Örneği, *Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt: 5, Sayı: 5: 1-10.
- Bozkurt, Ö. (2005). *Girişimci Kişilik Özellikleri ve Sakarya Üniversitesi Örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Organizasyon Ana Bilim Dalı, Sakarya.
- Bozkurt, Ö. (2006). Girişimcilik Eğiliminde Kişilik Özelliklerinin Önemi, *Araştırma Makaleleri*: 93-111.
- Bozkurt, Ö. ve Erdurur, K. (2013). Girişimci Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimindeki Etkisi: Potansiyel Girişimciler Üzerinde Bir Araştırma, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, (8:2) :57-78.
- Bozkurt, Ö. Ç. ve Alpaslan, A.M. (2013). Girişimcilerde Bulunması Gereken Özellikler İle Girişimcilik Eğitimi: Girişimci ve Öğrenci Görüşleri, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi* (8:1): 7-28.
- Bula, H. O. (2012). Evolution and Theories of Entrepreneurship: A Critical Review on the Kenyan Perspective, *International Journal of Business and Commerce* Vol. 1, No.11: 81-96.
- Bull, M. (2008). Challenging Tensions: Critical, Theoretical And Empirical Perspectives On Social Enterprise, *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol. 14 Issue: 5 : 268-275.
- Bursalı, Y. M. ve Aksel, İ. (2016). Sosyal Girişimciliğin Genç Aktörleri: Üniversite Öğrenci Toplulukları Örneği, *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, *Girişimcilik Özel Sayısı*, Cilt 17-Sayı37: 85-101.
- Büyüköztürk, Ş. (2018). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı*, 24. Baskı, Ankara, Pegem Akademi.

- Büyükyılmaz, O., ve Fidan, Y. (2015). Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Kavramsal Bir Bakış, *Business & Management Studies: An International Journal, Vol.:3 Issue:3*: 364-381.
- Brandstätter, H. (2011). Personality Aspects Of Entrepreneurship: A Look At Five Meta-Analyses, *Personality and Individual Differences*, 51: 222–230.
- Bruin, A., Brush, C. G. and Welter, F. (2007). Advancing a Framework for Coherent Research on Women's Entrepreneurship, *Entrepreneurship Theory And Practice*: 323-327.
- Caballero, S. Fuchs, R. M. and Priale, M. A. (2013). The influence of personality traits on social enterprise start-up: the case of Peruvian social entrepreneurs, *4th EMES International Research Conference on Social Enterprise – Liege*: 1-18.
- Caliendo, M. and Kritikos, A. (2012). Searching for the entrepreneurial personality: New evidence and avenues for further Research, *Journal of Economic Psychology*: 319–324
- Caliendo, M., Fossen, F. and Kritikos, A. (2011). Personality Characteristics and the Decision to Become and Stay Self-Employed, *Discussion Paper No. 5566*: 1-64.
- Campbell, D. and Campbell, S. (2008). Introduction to Regression and Data Analysis with, *Statlab Workshop*: 1-15.
- Candan, H. (2011). Osmanlı'dan Günümüze Türk Topraklarında Girişimcilik Serüvenine Dair Bir Değerlendirme, *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt 1, Sayı 2: 157-174.
- Capiene, A. and Ragauskaitė, A. (2017). Entrepreneurship Education At University: Innovative Models And Current Trends, *Research For Rural Development*, Volume 2: 284-291.
- Carroll, A.B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organisational Stakeholders, *Business Horizons*, 34/4: 39-48.
- Cebeci, İ. (2016). Determination of Entrepreneurial Personality Characteristics of University Students: An Empirical Study, *Journal of Current Researches on Business and Economics*, Volume: 6, Issue: 2: 85-106.
- Ciavarella, M., A., Buchholtz, A., K., Riordan, C., M., Gatewood, R. D. and Stokes, G., S. (2004). The Big Five and venture survival: Is there a linkage?, *Journal of Business Venturing*: 465-483.
- Collins, T. Y. (2007). *Gender Differences In Entrepreneurship: A Study Of Entrepreneurship In Two Midwestern Counties*, A Dissertation Presented in Partial Fulfillment Of the Requirements for the Degree Doctor of Philosophy,
- Cornelius, N. Todres, M., Janjuha-Jivraj, S., Woods, A. and Wallace, J. (2008). Corporate Social Responsibility and the Social Enterprise, *Journal of Business Ethics*, 81:355–370.
- Corner, P. D. and Ho, M. (2008). How Opportunities Develop in Social Entrepreneurship, *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol 34, No 4: 635-659.
- Cope, J. (2005). Toward a Dynamic Learning Perspective of Entrepreneurship, *Entrepreneurship Theory And Practice*, Volume 29, Issue 4 :373-397.

- Coşkun, E. (2015). *Gönüllü Kuruluşların Okul Öncesi Sosyal Girişimcilik Eğitimindeki Rolü*, Yalova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi,:1-105.
- Couetil, N.D. (2013). Assessing the Impact of Entrepreneurship Education Programs: Challenges and Approaches, *Journal of Small Business Management*, 51(3): 394–409.
- Cuervo, A. Ribeiro, D. and Roig, S. (2007). Entrepreneurship: Concepts, Theory and Perspective. *Introduction*, <https://www.uv.es/bcjaueveg/docs/LibroCuervoRibeiroRoigIntroduction.pdf>: 1-21.
- Cukier, W. Trenholm, S. and Gekas, G. (2011). Social Entrepreneurship: A Content Analysis, *Journal of Strategic Innovation and Sustainability*, Vol. 7(1): 99-119.
- Challa, S. (2017). *An Exploratory Study Of The Five-Factor Personality Traits Model As Predictors Among Women In Science, Technology, Engineering, And Mathematics Fields At Indiana State University*, A Dissertation Presented to The College of Graduate and Professional Studies Department of Teaching and Learning Indiana State University Terre Haute, Indiana.
- Chang, J. Y. C. Benamraoui, A. and Rieple, A. (2014) Stimulating Learning About Social Entrepreneurship Through Income Generation Projects, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, Vol. 20 No. 5: 417-437.
- Chavez, J. (2016). *The Personality Characteristics of an Entrepreneur and Their Effects on the Performance of a New Business Venture*, Helsinki Metropolia University of Applied Sciences, Bachelor of Business Administration, European Management, Bachelor's Thesis: 1-40.
- Chengalvala, S. and Rentala, S. (2017). Intentions Towards Social Entrepreneurship Among University Students In India, *International Journal of Research*, Vol.5 (Iss.6): 406-413.
- Chirani, E. Farahbod, F. and Pourvahedi, F. (2013). Entrepreneurship And Its Importance In Organizations, *Arabian Journal of Business and Management Review (OMAN Chapter)* Vol. 3, No.4: 72-76.
- Chipeta, E.M. (2015). Social Entrepreneurship Intentions Among University Students In Gauteng, North-West University [http://dspace.nwu.ac.za/bitstream/handle/10394/16535/Chipeta\\_EM.pdf](http://dspace.nwu.ac.za/bitstream/handle/10394/16535/Chipeta_EM.pdf) : 1-118.
- Chipeta, E. M., Koloba H. A., and Surujlal J.(2016). Influence of Gender and Age on Social Entrepreneurship Intentions among University Students in Gauteng Province, *South Africa, Gender & Behaviour* 14(1): 6885-6899
- Chuah, F. Ting, H., Alsree, S. R. and Cheah, J. H. (2015). Factors Affecting Entrepreneurial Intention Of Malaysian University Students, *Conference on Business Management Research II (CBMR II 2015) School of Business Management, Universiti Utara Malaysia, 06010Sintok, Kedah, Malaysia, 22 December 2015*: 81-94.
- Choudhary, S. and Patil, N. (2015). Green Entrepreneurship: Role of Entrepreneurs in Energy Economics in Nepal, *Annual Research Journal of Symbiosis Centre for Management Studies*, Pune Vol. 3: 166–175

- Çaha, Ö., Çaylak, A. ve Tutar, H.(2013).TRA2 Bölgesi Sivil Toplum Kuruluşları Profili,  
<http://www.serka.gov.tr/store/file/common/60fadba6b6ceec97b0c07f5b2f41137f3.pdf>:1-174.
- Çakmur, H. (2012). Araştırmalarda Ölçme - Güvenilirlik – Geçerlilik, *TAF Preventive Medicine Bulletin*, 11(3): 339-344.
- Çalışkan-Maya, İ., Uzman, E. ve Işık, H. (2012). Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Girişimcilik Düzeylerini Farklı Kaynaklardan Algıladıkları Sosyal Desteğin Yordaması, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi* (7:1) : 23-48.
- Çarıkçı, İ., Kanten, Sve Kanten, P. (2010). Kişilik, Duygusal Zekâ Ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışları Arasındaki İlişkileri Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı:11: 41-65.
- Çavdar, O., Cumhuriyet, F., Koç, Y ve Doymuş, K. (2018). Öğretmen Adaylarının Sosyal Girişimcilik Özelliklerinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi, *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* :27-33.
- Çavuş, M. F.ve Pekkan, N. Ü. (2017). Algılanan Sosyal Desteğin Sosyal Girişimciliğe Etkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma, *Business and Economics Research Journal Volume 8 Number 3*: 519-532.
- Çermik, F ve Şahin, İ. F. (2015). Sosyal Bilgiler Öğretmeni Adaylarının Sosyal Girişimcilik Özelliklerinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi, *Curr Res Educ* (2015), 1(2): 76 -88.
- Çetin, F. ve Varoğlu, A., K. (2009). Özellikler Bağlamında Girişimcinin Beş Faktör Kişilik Örüntüsü, *Savunma Bilimleri Dergisi*, Cilt 8,Sayı 2: 51-66.
- Çetin, F. (2011). Örgüt İçi Girişimcilikte Öz Yeterlilik Algısı ve Kontrol Odağının Rolü, *Business and Economics Research Journal*, Volume 2, Number 3: 69-85.
- Çetinel, M. H. (2018).Çalışanların Kişilik Özellikleri İle İhbarcılık (Whistleblowing) Eğilimleri Arasındaki İlişki Üzerinde Örgütsel Adalet Algısının Aracılık Rolü, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Doktora Tezi.
- Çiçek, B. (2016). Girişimcilik Dersinin Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimi Üzerindeki Etkisi: Muş Alparslan Üniversitesi İİBF’de Bir Araştırma, *International Conference on Quality in Higher Education, Sakarya-TURKEY*: 365-368.
- Çivitçi, N. ve Arıcioğlu, A.(2012). Beş Faktör Kuramına Dayalı Kişilik Özellikleri, *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, Sayı 23: 78 – 96.
- Çiftçi, M., Tozlu, E. ve Akçay, A. (2014). Drucker Perspektifinde İnovasyonun İşletmelerin Gelişimi Üzerine Etkisi: Girişimci İşletme, *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, C.5, S.10: 76-85.
- Çolakoğlu, H., ve Çolakoğlu, T. (2016). Üniversitelerdeki Girişimcilik Eğitimi İle Öz Yeterlilik Algısı ve Girişimcilik Potansiyeli İlişkisi Üzerine Bir Saha Araştırması, *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, Girişimcilik Özel Sayısı, Cilt/ 17-Sayı/ 37: 70-84.

- Dacul, M. A. G. (2017). The Influence Of Personality Traits On Social Entrepreneurship Intentions Of Filipino Entrepreneurial Students, *Center for Business Research&Development: 1-31*.
- Dal, N. E. ve Dal, V. (2014). Kişilik Özellikleri ve Sosyal Ağ Sitesi Kullanım Alışkanlıkları: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, *Mehmet Akif Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Yıl: 6 Sayı:11; 144-162.
- Dal, V. ve Eroğlu, A. E. (2015). Farklı Kişilik Özelliklerine Sahip Bireylerin Risk Algularının Tüketici Davranışı Açısından İncelenmesi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C.20, S.2: 361-385.
- Dale, L. and Harrison, D. (2017). How the Big Five personality traits in CPSQ increase its potential to predict academic and work outcomes, *Cambridge Assessment Admissions Testing: 1-24*.
- Damar, A. (2015). *Girişimci Kişilik Özelliklerinin Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimlerine Etkisi: Sannio Üniversitesi ve Selçuk Üniversitesi'nde Karşılaştırmalı Bir Araştırma*, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yönetim Organizasyon Bilim Dalı, Konya.
- Damgacıoğlu, M. H., ve Uygun, R. (2011). Girişimcilik Paradigmasında Dönüşüm: Deneyime Dayalı Girişimci Türleri Üzerine Teorik Bir Değerlendirme, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi* (6:2): 17-32.
- Dees, J., G. (2001). The Meaning of. Social Entrepreneurship. <https://pullias.usc.edu/wp-content/uploads/2012/06/dees.pdf>: 1-5.
- Dees, J. G. (2007). Taking Social Entrepreneurship Seriously, *Society*: 44(3): 24-31.
- Defourny, J. and Nyssens, M. (2010). Conceptions of Social Enterprise and Social Entrepreneurship in Europe and the United States: Convergences and Divergences, *Journal of Social Entrepreneurship*, 1: 1: 32 -53.
- Dehtjare J and Riashchenko V. (2015). Social Entrepreneurship: Issues And Trends, Information Technologies, *Management And Society*, 8(1): 7-11.
- Demir, Ö. (2014). Sivil Toplum Kuruluşları”, “Sosyal Girişimcilik”, “Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Sosyal İşletme, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Yıl: 2, Sayı: 6: 347-356.
- Demiroğlu, M. ve Demiroğlu-Topal, E. (2014). Türkiye Ve İngiltere Kalkınma Ajansları: İngiltere Deneyiminde Alınabilecek Dersler, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt:13 Sayı:48: 176-199.
- Demirer, H. and Memiş, H. (2010). The Relationship Between Entrepreneurial Traits And Universal Human Values: An Application On University Students, *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, Cilt 2 ,Sayı 3. 65-77.
- Demirtaş, C. ve Kalyoncu, K. (2015). Sosyal Girişimcilik ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Sosyal Girişimciler Örnekler Kapsamını Değerlendirilmesi, *EconWorld2015@Torino,18-20 Ağustos, IRES, Torino, Italy*: 1-15.
- Deniz, Ü., ve Kesicioğlu, O.S. (2012). Okul Öncesi Öğretmen Adaylarının Kişilik Özelliklerinin Bazı Değişkenlerle İlişkisinin İncelenmesi, *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (KEFAD)* Cilt 13, Sayı 2: 1-13.



- Deniz, M. E. (2011). Karar Verme Stilleri ve Beş Faktör Kişilik Özelliklerinin Bağlanma Stilleri Açısından İncelenmesi, *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*: 97-113.
- Deniz, A. ve Erçiş, A. (2008). Kişilik Özellikleri İle Algılanan Risk Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma, *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt: 22, Sayı: 2: 301-330.
- Denizalp, H. (2009). Toplumsal Dönüşüm İçin Sosyal Girişimcilik, <http://www.stgm.org.tr/tr/icerik/detay/toplumsal-donusum-icin-sosyal-girisimcilik-rehberi> :1-34.
- Develi, E. I., Şahin, B. E., and Sevimli, Y. (2011). Entrepreneurship And Importance Of Personality On Entrepreneurship: A Research On Trainees Of Entrepreneurship Education Program. *International Journal Of Business And Management Studies*, Vol 3, No 1:115-124.
- Dıma, A.,M., Vasılache, S., Ghinea, V. and Agoston, S. (2014). Model Of Academic Social Responsibility, *Transylvanian Review of Administrative Sciences*, No. 38: 23-43.
- Dilek, Y. ve Taşkıran, E. (2016). Kişilik Özelliklerinin Örgütsel Sessizlik Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma, *Bartın Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, Cilt: 7 Sayı: 13: 402-434.
- Dobele, L. (2016). A New Approach in Higher Education: Social Entrepreneurship Education, Management, *Enterprise and Benchmarking in the 21st Century*, *Budapest*: 227-238.
- Doğan, E. (2015). The Effect Of Entrepreneurship Education On Entrepreneurial Intentions Of University Students In Turkey, *Ekonometri ve İstatistik*, Sayı:23: 79-93.
- Douglas, Evan J.and Shepherd.,A. (1999). Entrepreneurship As a Utility Maximizing Response”, *Journal of Business Venturing*, Cilt: 15: 231-251.
- Durak, İ. (2011). Girişimciliği Etkileyen Çevresel Faktörlerle İlgili Girişimcilerin Tutumları: Bir Alan Araştırması, *Yönetim Bilimleri Dergisi* (9: 2): 194-213.
- Durna, U. (2005). A Tipi ve B Tipi Kişilik Yapıları ve Bu Kişilik Yapılarını Etkileyen Faktörlerle İlgili Bir Araştırma, *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt: 19, Sayı: 1: 275-290.
- Dursun, İ.T. (2013). Örgüt Kültürü ve Strateji İlişkisi: Hofstede'nin Boyutları Açısından Bir Değerlendirme, *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, Yıl:1, Cilt:1, Sayı:4: 43-56.
- Durukan, T. (2006). Dünden Bugüne Girişimcilik ve 21.Yüzyılda Girişimciliğin Önemi, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, Cilt 1,Sayı 2 : 25-37.
- Dhaliwal, A. (2016). Role Of Entrepreneurship In Economic Development, *International Journal Of Scientific Research And Management (IJSRM)*, Volume 4,Issue 06: 4262-4269.
- Ede, F. E., Panigrahi, B. and Calcich, S. E. (1998). African American Students' Attitudes Toward Entrepreneurship Education, *Journal of Education for Business*, 73:5: 291-296.

- Eker, S.(2012). Alfred Adler'in Kişilik Kuramı'nın Demokrasi Düşüncesi Açısından Önemi, *Fen-Edebiyat Fakültesi, Sosyal Bilimler Dergisi*, Yıl: 13, Sayı: 22: 157-180.
- Ekşi, İ., H., Özçalıcı, M. ve Büyükkonuklu, B. (2011). Meslek Algılanmasında Etkili Olan Faktörler: Muhasebecilik Örneği, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*: 67-80.
- Engin, C. (2011). Kalkınma Ajansları: Türkiye ve İngiltere Ülke Örnekleri, *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, Cilt 3, No 2: 65-77.
- Enginoğlu, D. and Arıkan, C. L. (2016).Creating A Corporate Entrepreneurship Strategy For Competitive Advantage, *International Review of Economics and Management*, Volume 4, Number 1: 14-28.
- Eratlı Şirin, Y., Bilir, F., P. ve Öz, G. (2018). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Girişimcilik Eğilimleri: Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu Örneği. *Gaziantep Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 3(3): 35-47.
- Ercan, S. (2016). Türkiye'de Sosyal Girişimcilik Ve Yarattığı Etkilerin Değerlendirilmesi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi:1-115.
- Ercan, İ. ve Kan, İ. (2004). Ölçeklerde Güvenirlik ve Geçerlik, *Uludağ Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi*, 30 (3): 211-216.
- Erdoğan, E ve Erdem, R. (2017). Hemşirelerin Bireysel Sosyal Sorumluluk Düzeyleri İle Yaşam Doyumunun Demografik Değişkenlere Göre Araştırılması, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Yıl: 2017/3, Sayı:28: 293-312.
- Eregno, A., F., E., Ricardo,V., N., Grondahl-Rosado, R., Seidu, R., Mymel, M. and Heistad, A. (2014). Multiple Linear Regression Models for Estimating Microbial Load in a Drinking Water Source: Case from the Glomma River, Norway, *Innsendte Artikler*: 335-350.
- Ergin, D. Y. (1995). Ölçeklerde Geçerlik ve Güvenirlik, *M.Ü. Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, Sayı : 7 : 125-148.
- Ersen, T. B., Kaya, D.ve Meydanoğlu, Z. (2010). Sosyal Girişimler ve Türkiye İhtiyaç Analizi Raporu, *TÜSEV Yayınları*: 1-38.
- Eser, G. and Özdemirci, A. (2016). Personality Characteristics And Business Philosophy: An Entrepreneurship Experiment. *European Journal of Business and Social Sciences*, Vol. 4, No. 11. 70-87.
- Estrin, S., Mickiewicz, T and Stephan, U. (2013). Entrepreneurship, Social Capital, and Institutions: Social and Commercial Entrepreneurship Across Nations, *Entrepreneurship Theory And Practice*: 479-504.
- Etyemez, S., Pektaş F., ve Akyol, F. (2017). Comparison Of Students' Personality Traits According To Their Academic Unit, *The Journal of International Social Research*, Volume: 10 Issue: 52: 1037- 1044.
- Fairlie, R., W and Holleran, W. (2012). Entrepreneurship Training, Risk Aversion And Other Personality Traits: Evidence From A Random Experiment, *Journal of Economic Psycholog*: 366–378

- Fayolle, A. and Gailly, B. (2015). The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Attitudes and Intention: Hysteresis and Persistence, *Journal of Small Business Management*, 53(1): 75–93.
- Ferhat, M. (2018). Beş Büyük Kişilik Boyutunun İç/Dış Kontrol Odaklılık Davranışları Üzerindeki Etkisi, Dış Ticaret Enstitüsü, *Working Paper Series, Tartışma Metinleri*: 1-21.
- Ferreira, M. P., Reis, N. R. and Pinto, C. F. (2016). Schumpeter's (1934) Influence On Entrepreneurship (And Management) Research, *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, V.5, N.1: 04-39.
- Fettahlioğlu, Ö. O., Fettahlioğlu, H. S. Eren, A. S. Bilginer, ve M., Birin, C. (2016). TR63 Bölgesindeki (Kahramanmaraş, Hatay ve Osmaniye) İmalat İşletmelerinin İnovasyon Kültürü ve Kabiliyet Envanterine Yönelik Alan Araştırması Projesi, *International Journal of Academic Value Studies*, 2 (5): 153-166.
- Fuller, B. K., Sparks, M. C. and Parker, D. F. (2010). Entrepreneurial Tendencies: Evidence From China And India, *International Journal Of Management And Marketing Research*, Volume 3, Number 3: 39-52.
- Fretwell, C. E., Lewis, C. C. and Hannay, M. (2013). Myers-Briggs Type Indicator, A/B Personality Types, and Locus of Control: Where Do They Intersect?, *American Journal of Management*, Vol. 13(3): 57-66.
- Gartner, W. and Barendsen, B. (1985). A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation”, *Academy of Management Review*, Cilt: 10, Sayı: 4: 696- 706.
- Gautam, M. K. and Singh, S. K. (2015). Entrepreneurship Education: Concept, Characteristics And Implications For Teacher Education, *Shaikshik Parisamvad (An International Journal of Education)*, SPIJE, ISSN 2231 – 2323 (Print), 2231 – 2404 (Online), Vol. 5, No. 1: 21-35.
- Gerba, D. T. (2012). Impact Of Entrepreneurship Education On Entrepreneurial Intentions Of Business And Engineering Students In Ethiopia, *African Journal of Economic and Management Studies*, Vol. 3 Issue: 2: 258-277.
- Gevrenova, T. (2015). Nature And Characteristics Of Green Entrepreneurship, *Trakia Journal of Sciences*, Vol. 13, Suppl. 2: 321-323.
- Gholami, K. and Karimi, A. (2014). The Role Of Creativity, İnnovation And Entrepreneurship İn The Organization, *Bull. Env. Pharmacol. Life Sci.*, Vol 3 (Spl issue II) : 73-77.
- Goby, V. P. and Erogul, M. S. (2011). Female Entrepreneurship İn The United Arab Emirates: Legislative Encouragements And Cultural Constraints, *Women's Studies International Forum* 34:329–334.
- Goldberg, L. R. (1992). The development of markers for the Big-Five factor structure. *Psychological Assessment*, 4, <https://ipip.ori.org/>: 26-42.
- Goyal, M. and Parkash, J. (2011). Women Entrepreneurship In India-Problems And Prospects, *International Journal of Multidisciplinary Research*, Vol.1 Issue 5: 195-207.
- Göksel, A. and Aydın, B. (2011). Gender, Business Education, Family Background and Personal Traits; A Multi Dimensional Analysis of Their Affects on

- Entrepreneurial Propensity: Findings from Turkey, *International Journal of Business and Social Science*, Vol. 2 No. 13: 35-48.
- Gökdeniz, İ. ve Merdan, E. (2011). Kişilik İle Kariyer Seçimi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, *Aksaray Üniversitesi İİBF Dergisi*, Cilt: 3, Sayı: 2: 23-36.
- Göloğlu-Demir, C., Demir, E. ve Bolat, Y. (2017). Sınıf Öğretmenlerinin Motivasyonları ile Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişki, *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt: 14, Sayı: 37: 73-87.
- Gurel, E., Altınay, L and Daniele, R. (2010). Tourism Students' Entrepreneurial Intentions, *Annals of Tourism Research*, Vol. 37, No. 3: 646–669.
- Gunawan, J. and Fraser, K. (2016). Exploring Young And Green Entrepreneurship In Indonesia: An Introduction, *Journal of Asian Business Strategy*, 6(9): 185-194.
- Gusseanova, D. (2015). *Sosyal Girişimcilik Olgusu ve Bir Örnek Olay İncelemesi*, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi: 1-175.
- Gül, H., ve Beyşenova, A. (2018). Kontrol Odağı Ve Girişimcilik Eğilimi İlişkisi: KTMÜ Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt:7, Sayı: 2: 213-234.
- Güler, K. B. (2008). *Sosyal girişimciliği etkileyen faktörlerin analizi*, Yayınlanmamış Doktora Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İzmir.
- Gürel, E. B. B. (2012). İç Girişimcilik: Bir Literatür Taraması, Gümüşhane Üniversitesi *Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi*, Sayı 6: 56-75.
- Gürol, Y. and Atsan, N. (2006). Entrepreneurial Characteristics Amongst University Students., *Education Training*, Vol. 48 No. 1, 2006: 25-38.
- Güngör, F.ve Çölgeçen, Y. (2013). STK'larda Gönüllü Yönetimi ve Motivasyonun Performansa Etkisi, *Akademik İncelemeler Dergisi*, Cilt: 8, Sayı: 3: 163-187.
- Gülücü, H. (2017). *Üniversite Öğrencilerinin Meslek ve Kariyer Seçimi İle Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişki: İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma*, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi: 1-144.
- Gümüsoğlu, Ş. ve Karaöz, B. (2014). Tarihsel Süreçte Girişimcilik: Muğla Örneği, *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, Cilt:3,Sayı:1: 97-116.
- Gündüz, A. Y.ve Kaya, M.,(2014). Küresel Dünyada Sivil Toplum Kuruluşlarının Ekonomik Kalkınmadaki Rollerini Üzerine Bir Değerlendirme, *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, Yıl 6 ,Sayı 10: 130-169.
- Günlü, E. (2015). Sosyal Girişimcilik Olgusunun Kavramsal Analizi ve Turizmde Sosyal Girişimcilik, *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, Sayı 35: 23-42.
- Greco, V.and Denes, C. (2017). Benefits of entrepreneurship education and training for engineering Students, *MATEC Web of Conferences 121*:1-7.
- Greve, A. and Salaff, J., W. (2003). Social Networks and Entrepreneurship, *Entrepreneurship Theory And Practice*: 1-22.
- Han, M. and McKelvey, B. (2009). Emergence And Performance Of Social Entrepreneurship: A Complexity Science Perspective,

[http://www.billmckelvey.org/documents/working%20papers/2009%20Han,%20McKelvey\(09\)-Social%20Entrepreneurship--Jan.pdf](http://www.billmckelvey.org/documents/working%20papers/2009%20Han,%20McKelvey(09)-Social%20Entrepreneurship--Jan.pdf): 1-46.

- Hasan, S. (2005). Social Capital and Social Entrepreneurship in Asia: Analysing the Links, *The Asia Pacific Journal Of Public Administration*, Vol. 27, No 1: 1-17.
- Hattab, H. W. (2014). Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intentions of University Students in Egypt, *The Journal of Entrepreneurship*, 23(1): 1–18.
- Heaven, P. C .L., and Ciarrochi J. (2012). When IQ is not everything: Intelligence, personality and academic performance at school, *Personality and Individual Differences*, 53: 518–522.
- Hebert, R. F. and Link, A. N. (2006). Historical Perspectives on the Entrepreneur, *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, Vol. 2, No 4 (2006) 261-408.
- Heinström, J. (2003). Five Personality Dimensions and Their Influence on Information Behaviour, *Information Research*, Vol 9, No 1: 1-24.
- Hejazinia, R. (2015). The Impact of IT-based Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intention, *International Journal of Management, Accounting and Economics*, Vol. 2, No. 3: 243-253.
- Hervieux, C, Gedajlovic, E. and Turcotte, M-F. B. (2010). The Legitimization Of Social Entrepreneurship, *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, Vol. 4 No. 1: 37-67.
- Hırlak, B., Taşlıyan, M., ve Sezer, B. (2007). İyimserlik Ve Yaşam Doyumu Arasındaki İlişki, Demografik Özellikler Bağlamında Algı Farklılıkları: Bir Alan Araştırması, *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt: 7, Sayı: 1: 95-115.
- Hibbert, S. A. ,Hogg, G., and Quinn, T. (2012). Consumer response to Social Entrepreneurship: The case of the Big Issue in Scotland, *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, Volume 7, Number 3: 288-301.
- Hoppe, M. (2016). The Entrepreneurship Concept: A Short Introduction, *Högre Utbildning* Vol. 6, Nr. 2: 95-108.
- Hortoványi, L. (2012). Entrepreneurial Management, Corvinus University of Budapest Department of Strategic Management, <http://mek.oszk.hu/11400/11406/11406.pdf>: 1-126.
- Huarng, K. H., Mas-Tur, A. and Kuang Yu, T. H. (2012). Factors affecting the success of women entrepreneurs, *Int Entrep Manag J*, 8: 487–497.
- Hussein, B. A. (2014). Relationship between Personality Types A and B and Creativity Level of Secondary School Students' In Kwara State, Nigeria, *IOSR Journal Of Humanities And Social Science (IOSR-JHSS)*, Volume 19, Issue 8: 58-63.
- Hussain, A. (2015). Impact of Entrepreneurial Education on Entrepreneurial Intentions of Pakistani Students, *Journal of Entrepreneurship and Business Innovation*, Vol. 2, No. 1: 43-53.
- Ilgaz Yıldırım, B. (2014). *Çalışanların Beş Faktör Kişilik Özellikleri İle İş Tatminleri Arasındaki İlişki: Alanya'daki Beş Yıldızlı Oteller Üzerine Bir Uygulama*, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi.

- Ince, M. (2012). Obstacles and future prospects of women entrepreneurs: the Turkish context, *Economia Marche Journal of Applied Economics*, XXXI(2): 61-73.
- Ip, C. Y., Wu, S. C., Liu, H. C. and Liang, C. (2017). Social Entrepreneurial Intentions of Students from Hong Kong, *The Journal of Entrepreneurship*, 27(1): 47-64.
- Isır, T. (2006). *Örgütlerde Personel Seçim Süreci: Bir Kamu Kuruluşundaki Yönetici Personelin Kişilik Özelliklerinin Tespit Edilerek Personel Seçim Sürecinin İyileştirilmesi Üzerine Bir Araştırma*, Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi: 1-455.
- Ismail, N. B., Osman, A. A. and Zain, Z. M. (2014). The Influence Of Personality Traits On Social Entrepreneurial Value Creation, 2nd Asean Entrepreneurship Conference: 1-8.
- Işık, C. ve Aydın, E. (2017). Kişisel Değerlerin Sosyal Girişimcilik Eğilimine Etkisi: Turizm Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi*, Cilt 6, Sayı- 2: 131-156.
- Işık, V. (2013). Kurumsal Sosyal Sorumluluğun Değiştirdiği Çalışma Kavramı ve Yeni Bir Çalışma Alanı Olarak Sosyal Girişimler. *Sosyal Güvenlik Dergisi (SGD)*, 3(1): 101-131.
- İçerli, L., ve Uğuz-Arsu, Ş. (2019). Beş Faktör Kişilik Özelliklerinin Kariyer Değerleri Üzerindeki Etkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, *İktisadi İdari ve Siyasal Araştırmalar Dergisi*, 4(8):21-45.
- İnce, A., R, Erdem, H., Deniz, M., Bağlar, N. (2015). Girişimci Kişilik Özellikleri İle Girişimcilik Becerileri Arasındaki İlişkinin Potansiyel Girişimci Adayları Üzerinden İncelenmesi, *International Journal of Social Science*, Doi number: <http://dx.doi.org/10.9761/JASSS3182>, Number: 41 :399-416.
- İrengün, O. (2014). *Beş Faktör Kişilik Kuramının Sosyal Girişimcilik Yönelimine Etkisi ve Bir Alan Araştırması*, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, İşletme Yönetimi ve Organizasyon Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi. 1-135.
- İrengün, O and Arıkboğa, Ş. (2015). The Effect of Personality Traits On Social Entrepreneurship Intentions: A Field Research, *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 195: 1186 – 1195.
- İşcan, Ö. F. ve Kaygın, E. (2011). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15 (2): 443-462.
- İyigün, N. Ö. (2011). *Psikolojik Kontratın Örgütsel Sapma Üzerindeki Etkisinde Kişilik Özelliklerinin Rolü ve Bir Araştırma*, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 1-306.
- Javan, R. M. (2014). The Relationship between Personality Traits and Entrepreneurial Intentions, *Research on Humanities and Social Sciences*, Vol.4, No.22: 112-117.
- Jerome, N. (2013). Application of the Maslow's hierarchy of need theory; impacts and implications on organizational culture, human resource and employee's performance, *International Journal of Business and Management Invention ISSN (Online): 2319 – 8028, ISSN (Print): 2319 – 801X www.ijbmi.org*, Volume 2, Issue 3:39-45.

- John, P. And Srivastava, S. (1999). The Big-Five Trait Taxonomy: History, Measurement, and Theoretical Perspectives, [http://moityca.com.br/pdfs/bigfive\\_John.pdf](http://moityca.com.br/pdfs/bigfive_John.pdf): 1-71.
- Jones, G., and Wadhvani, R. D. (2006). Entrepreneurship and Business History: Renewing the Research Agenda, <http://www.hbs.edu/faculty/Publication%20Files/07-007.pdf>,1-51.
- Jonsson, P. (2000). An Empirical Taxonomy of Advanced Manufacturing Technology, *International Journal of Operations and Management*, 20(12): 1046-1477
- Just, C .(2011). A Review Of Literature On The General Factor Of Personality. *Personality And Individual Differences* 50: 765–771.
- Judge, A., T. and Bono, J. E.,(2000). Five-Factor Model of Personality and Transformational Leadership, *Journal of Applied Psychology*, Vol. 85, No. 5: 751-765.
- Kahya, C. ve İmamoğlu, İ.K. (2013). Sosyo-Demografik Özellikler ve Girişimcilik İlişkisinin Yerel Kalkınma Bağlamında Değerlendirilmesi (Bayburt İli Örneği), *Akademik Bakış Dergisi*: 1-14.
- Kalaycı, Ş. (2010). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, 5.Baskı, Ankara, Asil Yayın Dağıtım
- Kalyoncuoğlu, S, Aydınlan, B. and Göksel, A. (2017). The Effect of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intention: An Experimental Study on Undergraduate Business Students, *Journal of Management Research*, ISSN 1941-899X, Vol. 9, No. 3: 72-91.
- Kandler, C. and Bleidorn, W. (2017). The Genetic and Environmental Contributions to Personality Differences and Development, *The International Encyclopedia of Social and Behavioral Sciences*, 2nd Edition: 1-16.
- Karabey, C.N., ve Bingöl, D. (2010). Girişimciliğin Başlangıcı Olarak Fırsat Tanımlama, *Yönetim* ,Yıl: 21 ,Sayı 67 : 9-31.
- Karabulut, A., T. (2016). 5th International Conference on Leadership, Technology, Innovation and Business Management Personality Traits on Entrepreneurial Intention, *Procedia , Social and Behavioral Sciences* 229 :12 – 21.
- Karaca, M. (2015). *Girişimciliği Belirleyen Kişilik Özellikleri*, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi.
- Karasakal, N. K., Aksu, B ve Demirci, E. (2013). Meslek Yüksekokullarındaki Teknik ve Sosyal Program Öğrencilerinin Girişimci Kişilik Açısından Karşılaştırılarak Program Türünün Girişimciliği Özendirme ve Girişimci Kişilik Oluşumu Konusunda Bir Etkisinin Olup Olmadığını Tespit Etmeye Yönelik Bir Alan Araştırması, *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, Cilt 5, Sayı 2:134-150.
- Karadaş, M., Çelik, M., Toksoy, M. ve Gökçen, G. ( 2013). Regresyon Analizi İle Bir Jeotermal Santralin Performans Modellemesi, *11. Ulusal Tesisat Mühendisliği Kongresi – 17/20 Nisan 2013/İzmir*: 197-209.
- Karaman, H. (2015). *Açımlayıcı Faktör Analizinde Kullanılan Faktör Çıkartma Yöntemlerinin Karşılaştırılması*, Hacettepe Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi: 1-106.

- Karğın, M., Aktaş, H. ve Gökbnar, R. (2018). Üniversitelerde Sosyal Girişimcilik: Fırsatlar ve Öneriler, *Yönetim ve Ekonomi*, :25, Sayı:1: 155-170.
- Kaur, A. (2013). Maslow's Need Hierarchy Theory: Applications and Criticisms, *Global Journal of Management and Business Studies*, Volume 3, Number 10: 1061-1064.
- Kayalar, M. ve Arslan, E. T. (2009). Ashoka'ya Üye Sosyal Girişimcilerin Türkiye Ve Dünyadaki Faaliyet Alanlarının Karşılaştırılması, *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, Cilt 1, Sayı 1: 56-76.
- Kayalar, M. ve Ömürberk, N. (2007). Girişimci Adaylarının Risk Almaya Yatkınlık Özelliğinin Cinsiyet Bağlamında İncelenmesi, *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt: 21 Ocak 2007 Sayı: 1: 185-200.
- Kayasandık, A., E., Güleç, R., Çetin, A. (2015). Beş Faktör Kişilik Modeline Göre Girişimciler Ve Memurların Kişilik Farklılıklarının Karşılaştırılması, 3. *Örgütsel Davranış Kongresi, Tokat*: 548-554.
- Kavut, S. (2018). Karen Horney Ve Nevrotik Kişilik Üzerine Bir Araştırma: Blue Jasmine Örneği, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt: 11 Sayı:5 :512-524.
- Kaygın, E., ve Güven, B. (2015). Girişimci Olmayı Belirleyen Faktörler, Girişimcilik: Temel Kavramlar, Girişimcilik Türleri, Girişimcilikte Güncel Konular, Publisher: Siyahinci Akademi Yayınları: 35-48.
- Kayrı, M. (2009). Araştırmalarda Gruplar Arası Farkın Belirlenmesine Yönelik Çoklu Karşılaştırma (Post-Hoc) Teknikleri, *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt: 19, Sayı: 1: 51-64.
- Kazaferoğlu, E. (2017). *Kişilik Özellikleri İle Girişimcilik Eğilimi İlişkisi: Süleyman Demirel Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma*, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi: 1-101.
- Kerr, S., P., Kerr, W., R. and Xu, T. (2017). Personality Traits of Entrepreneurs: A Review of Recent Literature, [https://www.hbs.edu/faculty/Publication%20Files/18-047\\_b0074a64-5428-479b-8c83-16f2a0e97eb6.pdf](https://www.hbs.edu/faculty/Publication%20Files/18-047_b0074a64-5428-479b-8c83-16f2a0e97eb6.pdf): 1-52.
- Kerse, G., Babadağ, M. ve Kerse, Y. (2017). Girişimcilik Eğitiminin Girişimcilik Niyetine Etkisi: Girişimsel Öz-Yetkinliğin Aracı Rolü, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı:29: 633-656.
- Keskin, S. (2014). Türkiye'de Kadın Girişimcilerin Durumu, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, (9:1): 71-94.
- Keskin, S. (2017). Kadın Ve Erkek Girişimciler Arasındaki Farklılıklar, *Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü e-Dergi*, Cilt 1, Sayı 1: 64-76.
- Keskin, H.K., Yapıcı, Ş. (2008). Başarılı Ve Başarısız Öğrencilerin Kişilik Özellikleri İle İlgili Öğretmen ve Veli Görüşleri, *Kuramsal Eğitimbilim*, 1 (1): 20-32.
- Kılıç, S. (2013). Doğrusal Regresyon Analizi. (Turkish), *Journal of Mood Disorders* Volume: 3, Number: 2: 90-92.
- Kınacı, İ. ve Genç, A. (2002). Hataları Değişen Varyanslı ve Otokorelasyonlu Lineer Olmayan Regresyonda Parametre Tahmini, *S.Ü. Fen-Edebiyat Fakültesi Fen Dergisi*, Sayı 20: 55-68.



- Kırılmaz, S. (2012). *Sosyal Girişimciliğin Başarı Faktörlerinin Girişimci Kişilik ve Dönüştürücü Liderlik Bağlamında Araştırılması*, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi.
- Kırılmaz, K. S. (2014). Sosyal Girişimcilik Boyutlarına Kuramsal Bir Bakış, *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, Cilt:3, Sayı:2 :55-74.
- Kızıloğlu, M. ve İbrahimoglu, N. (2013). İç Girişimcilik Olgusunun Yenilik Yapabilme Becerisine Etkisi: Gaziantep'te Faaliyet Gösteren Yenilikçi Örgütlerde Bir Uygulama, *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, C:5, S:3: 105-117.
- Kirkwood, J., Dwyer, K. and Gray, B. (2014). Students' reflections on the value of an Entrepreneurship Education, *The International Journal of Management Education*, 12 :307.
- Koçak, O ve Kavi, E. (2014). Sosyal Politika Aktörü Olarak Sosyal Girişimci Belediyecilik, *HAK-İŞ Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi* , Cilt: 3, , Sayı:6: 26-49.
- Koh, H. C.(1996). Testing hypotheses of entrepreneurial characteristics A study of Hong Kong MBA Students, *Journal of Managerial Psychology*, Vol. 11 No. 3: 12-25.
- Kolbre, E., Piliste, T. and Venesaar, U. (2007). Entrepreneurship Education And Entrepreneurial Initiative In Estonia, *INTERREG INC*: 248-269.
- Konaklıoğlu, E. ve Kızanıklı, M.M. (2011). Üniversite Öğrencilerinin Proaktif Kişilik Özellikleri İle Girişimcilik Eğilimleri Arasındaki İlişki, *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, Sayı: 1: 72-92.
- Korkmaz, O. (2012). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma: Bülent Ecevit Üniversitesi Örneği, *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF Dergisi*:209-226.
- Koudstaal, M., Sloof, R .and Praag, M. V. (2015). Risk, Uncertainty, and Entrepreneurship: Evidence from a Lab-in-the-Field Experiment, *Management Science, Articles in Advance* : 1–19.
- Komarraju, M., Karau, S. J. and Schmeck, R. R. (2009). Role Of The Big Five Personality Traits In Predicting College Students' Academic Motivation And Achievement, *Learning and Individual Differences*, 19 : 47–52.
- Konakay, G., ve Çelik, F. (2018). Kişilik Kuramları Ve Psikolojik Sözleşme Etkileşiminin İşletmelere Yansıması, *Journal of Human Sciences*, 15(1): 697-706.
- Konaklı, T., ve Göğüş, N. (2013). Aday Öğretmenlerin Sosyal Girişimcilik Özellikleri Ölçeği: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması, *GEFAD / GUJGEF* 33(2): 373-391.
- Kostetska, I and Berezyak, I. (2014). Social Entrepreneurship As An Innovative Solution Mechanism Of Social Problems Of Society, *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development, Scientific Journal*, Vol. 36. No. 3: 569-577.
- Kök, S. B. ve Mert, E. (2016). Girişimcilikte Sosyal Değer İnşası: Sosyal Girişimcilik, *International Conference On Eurasian Economies*: 160-169.

- Köksal, K. (2016). Üniversite ve Meslek Tercihini Etkileyen Unsurlara Yönelik Bir Alan Araştırması, *Kara Harp Okulu Bilim Dergisi*, Cilt 26, Sayı 2: 39-69.
- Köseoğlu, M. ve Yamak, R. (2008). Uygulamalı İstatistik, 1. Baskı, Derya Yayınevi.
- Kuravatt, B and Malipatil, R. P. (2017). Factors Affecting Of Personality Development, *Grenze Scientific Society*: 607-610.
- Kuratko, D. F. (2007). Corporate Entrepreneurship, Foundations and Trends in Entrepreneurship, *Full text available at: <http://dx.doi.org/10.1561/03000000015>*, Volume 3 Issue 2: 1-25.
- Kurt, S. ve Taş, H. Y. (2015). Sivil Toplum Örgütlerinde Profesyonel ve Gönüllü Çalışma İlişkileri: Tehditler Ve Fırsatlar, *HAK-İŞ Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, Cilt: 4, Yıl: 4, Sayı: 8: 199-214.
- Kuzgun., Ş. (2013). Üniversitelerde Sosyal Sorumluluk ve Sosyal Girişimcilik Pilot Projesi Raporu Üzerine Bir Değerlendirme. Kırklareli Üniversitesi Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Merkezi Değerlendirme Notu: 2013-10, Kırklareli.
- Küçükaltan, D.(2009). Genel Bir Yaklaşımla Girişimcilik, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, Sayı 4, No 1: 21-28.
- Küçükkaragöz, H., Akay, Y., ve Canbulat, T. (2013). Rotter İç- Dış Kontrol Odağı Ölçeğinin Öğretmen Adaylarında Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması, *Akademik Bakış Dergisi*: 1-12.
- Külekcı, E ve Özgan, H. (2015). Üniversite Öğrencilerinin Algılarına Göre Sosyal Sorumluluk Alanında Görev Alma Nedenleri ve Sonuçları, *Anadolu Eğitim Liderliği ve Öğretim Dergisi*, 3 (2): 1-15.
- Kümbül-Güler, B. (2008). *Sosyal Girişimciliği Etkileyen Faktörlerin Analizi*, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı, Doktora Tezi.
- Lapsley, D. K. and Stey, P. C. (2011). Id, Ego, and Superego To appear in V.S. Ramachandran (Ed.), *Encyclopedia of Human Behavior*, 2nd Ed. Elsevier. Publication : 1-10.
- Lee, S. M., Chang, D. and Lim, S. B. (2005). Impact of Entrepreneurship Education: A Comparative Study of the U.S. and Korea, *International Entrepreneurship and Management Journal* 1: 27-43,
- Lee, S. M. and Peterson, S. J. (2000). Culture, Entrepreneurial Orientation, and Global Competitiveness, *Journal of World Business*, 35(4) : 401-402.
- Lekorwe, M. and Mpabanga, D. (2007). Managing Non-Governmental Organizations in Botswana, *The Innovation Journal: The Public Sector Innovation Journal*, Volume 12(3): 1-18.
- Lenton, P. (2014). Personality Characteristics, Educational Attainment and Wages: An Economic Analysis Using the British Cohort Study, *Department of Economics*: 1-33.
- Leutner, F., Ahmetoğlu, G ., Akhtar,R. and Chammorro-Premuzic, T. (2014). The relationship between the entrepreneurial Personality and the Big Five personality traits, *Personality and Individual Differences*, 63 (2014): 58-63.

- Levie, J., and Hart, M. (2011). Business and social entrepreneurs in the UK: gender, context and commitment, *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, Vol. 3 Issue: 3: 200-217.
- Liang, C. T., Chia, T. L. and Liang, C. (2015). Effect of Personality Differences in Shaping Entrepreneurial Intention, *International Journal of Business and Social Science* Vol. 6, No. 4(1): 166-176.
- Li, H. (2016). History and Development of Entrepreneurship in China, Entrepreneurship and Economic Growth in China Downloaded from, *www.worldscientific.com*: 13-34.
- Linnanen, L. (2002). An Insider's Experiences with Environmental Entrepreneurship, *Greenleaf Publishing*: 71-80.
- Littlewood, D. and Holt, D.(2018). Social Entrepreneurship in South Africa: Exploring the Influence of Environment, *Business & Society*, Vol. 57(3) :525- 561.
- Liu, C., Marchewka, J., T., Lu, J., Yu, C.,S. (2005). Beyond Concern—A Privacy-Trust-Behavioral Intention Model Of Electronic Commerce, *Information & Management*, 42: 289–304.
- Lorz, M. (2011). The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intention, DISSERTATION of the University of St. Gallen, School of Management, Economics, Law, *Social Sciences And International Affairs, Doctoral Dissertation*: 1-175.
- Luca, M., R. (2017). Entrepreneurial Personality And Entrepreneurial Behaviour, Bulletin of the Transilvania University of Braşov, *Series VII: Social Sciences Law* , Vol. 10 (59): 19-28.
- Luca, M., R. and Robu, A. (2016). Personality Traits In Entrepreneurs And Self-Employed. Bulletin of the Transilvania University of Braşov, *Special Issue Series VII: Social Sciences*, Vol. 9 (58) :91-98.
- Llewellyn, D. F. and Wilson, K. M.(2003). The Controversial Role of Personality Traits in Entrepreneurial Psychology, *Education-Training*, Volume 45, Number 6: 341-345.
- Madhooshi, M. and Samimi, M. H. J. (2015). Social Entrepreneurship & Social Capital: A Theoretical Analysis, *American Journal of Economics, Finance and Management*, Vol. 1, No. 3, 2015: 102-112.
- Mahendra, A., M., Djatmika, E. T., and Hermawan, A. (2017). The Effect of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intention Mediated by Motivation and Attitude among Management Students, State University of Malang, *Indonesia, International Education Studies*; Vol. 10, No. 9: 61-69.
- Mair, J. and Marti, I (2004). Social Entrepreneurship Research: A Source of Explanation, Prediction and Delight. *Journal of World Business*, 1-21. Erişim Tarihi: 16.06.2015.
- Mair, J. and Martı, I. (2006). Social Entrepreneurship Research: A Source of Explanation, Prediction, and Delight, *Journal of World Business*, 41: 36-44.
- Maresch, D., Harms, R., Kailer ,N. and Wurmc, B. W. (2016). The İmpact Of Entrepreneurship Education On The Entrepreneurial İntention Of Students İn

- Science And Engineering Versus Business Studies University Programs, *Technological Forecasting & Social Change* 104: 172–179.
- Martens, K.(2002). Mission Impossible? Defining Nongovernmental Organizations, Voluntas, *International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, Vol. 13, No. 3: 271-285.
- Martinez, V.B. and Oishi, S.(2003). Culture and Personality, *Self and Social Processes*: 542-567.
- Marti, A. R., Soriano, D. R. and Marqués, D. P. (2016). A Bibliometric Analysis Of Social Entrepreneurship, *Journal of Business Research*, 69: 1651–1655.
- Mathew, V.(2010). Women entrepreneurship in Middle East: Understanding barriers and use of ICT for entrepreneurship development, *Int Entrep Manag* 6:163–181.
- Mei, H., Ma, Z., Jiao, S., Chen, X., Ly, X. and Zhan, Z. (2017). The Sustainable Personality in Entrepreneurship: The Relationship between Big Six Personality, Entrepreneurial Self-Efficacy, and Entrepreneurial Intention in the Chinese Context, *Sustainability*, 9, 1649: 1-23.
- Memiş, H., Paksoy, H. M. ve Paksoy, S.(2007). Bölgesel Kalkınmada Kadın Girişimciliğin Önemi: GAP Bölgesinde Bir Araştırma, *Girişimcilik ve Kalınma Dergisi*, Cilt 2-Sayı2: 137-152.
- Moldasheva, G. and Monowar, M. (2014). Personality, learning strategies, and academic performance: Evidence from post-Soviet Kazakhstan, *Education + Training*, Vol. 56 Issue: 4: 343-359.
- Mort, G. S., Weerawardena, J. and, Carnegie, K. (2003). Social entrepreneurship: Towards conceptualisation, *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, Volume 8, Number 1: 76-88.
- Mostashari, A.(2005). An Introduction to Non-Governmental Organizations (NGO) Management,[http://isgmit.org/projectsstorage/NGOManagement/NGO\\_Management\\_Final.pdf](http://isgmit.org/projectsstorage/NGOManagement/NGO_Management_Final.pdf): 1-18.
- Moqaddam, F. R. and Hatami, S.(2017). The relationship between personality types A and B in stress and stress-causing characteristics of mother and child, *Biosci. Biotech. Res. Comm*, Special Issue No 1:255-259.
- Mueller, S. L.and Thomas. S.(2000). Culture And Entrepreneurial Potential: A Nine Country Study Of Locus Of Control And Innovativeness, *Journal of Business Venturing* 16: 51–75.
- Murphy, P. J. and Coombes, S. M. (2009). A Model of Social Entrepreneurial Discovery, *Journal of Business Ethics*, 87:325–336.
- McAnany, E. G. (2012). Social Entrepreneurship and Communication for Development and Social Change, *Nordicom Review*: 205-218.
- McCrae, R., R., and Costa, P., T. (1987). Validation of the Five-Factor Model of Personality Across Instruments and Observers, *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 52, No. 1: 81-90.
- McGue, M. and Bouchard, T.(1998). Genetic And Environmental Influences On Human Behavioral Differences, *Annu. Rev. Neurosci*, 21: 1–24.

- McEwen, T. (2013). Ecopreneurship as a Solution to Environmental Problems: Implications for College Level Entrepreneurship Education, *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, Vol. 3, No.5: 264-288.
- Najar, I.A. and Dar, W.A. (2017). Big five personality traits of post graduate students in relation to gender, type of family and residential background, *International Journal of Multidisciplinary Education and Research*, Volume 2; Issue 6; 01-06.
- Nagarajan, K. V. (2011). A History of Entrepreneurship, *International Journal of Business and Social Science*, Vol. 2 No. 9]: 241-242.
- Nasr, B. K. and Boujelbene, Y.(2014). Assessing the impact of entrepreneurship education, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 109: 712 – 715.
- Nawaz, F.(2009). Critical Factors of Women Entrepreneurship Development in Rural Bangladesh, *Bangladesh Development Research Working Paper Series*:1-19.
- Nieuwenhuizen ,C. Groenewald, D., Davids, J., Rensburg, L.J. and Schachtebeck, C. (2016). Best Practice In Entrepreneurship Education, *Problems and Perspectives in Management*, Volume 14, Issue 3: 528-536.
- Nga, H. K .J. and Shamuganathan; G. (2010). The Influence of Personality Traits and Demographic Factors on Social Entrepreneurship Start Up Intentions, *Journal of Business Ethics*, 95:259–282.
- Nga, J. K. H., Priale, M. A., Darmohraj, A., Moschetti, M., Fuchs, R. M. and Saenz, M. (2018). Personality Traits And Social Entrepreneurship Dimensions In Peru And Argentina, *COMPENDIUM, ISSN Online 1390-9894, Volumen 5, N° 11, Agosto, 2018*: 120 - 144.
- Obschonka, M., Silbereisen, R. K. and Rodermund, E. S. (2012). Explaining Entrepreneurial Behavior: Dispositional Personality Traits, Growth of Personal Entrepreneurial Resources, and Business Idea Generation, *The Career Development Quarterly*, Volume 60: 178-190.
- Odebrecht, C. N. (2013). Women, Entrepreneurship and the Opportunity to Promote Development and Business, *The 2013 Brookings Blum Roundtable Policy Briefs*: 32-39.
- Onar-Çambay, S. (2015). Küresel Yüzyılda Yeni Sosyal Hareketler Ve Toplumsal Katılımın Teşvik Edici Aracı Olarak Yazılı Basın, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt: 8 Sayı: 37: 954-963.
- Onay, M. ve Çavuşoğlu, S. (2010). İşletmelerde Girişimcilik Özelliğini Etkileyen Faktörler: İç Girişimcilik, *Yönetim Ve Ekonomi* , Cilt:17, Sayı:1 ,Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F.,47-67.
- Orhan, M. and Scott, D. (2001). Why Women Enter into Entrepreneurship:An Explanatory Model, *Woman in Management Review*, Volume 16, Number 5: 232-243.
- Önce, A. G., Marangoz, M. ve Erboy, C. N. (2014). Ekonomik Büyüme ve Kalkınmada Girişimciliğin Rolü ve Önemi, *International Conference On Eurasian Economies*: 1-11.

- Ören, K. ve Biçkes, M. (2011). Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Potansiyeli Üzerindeki Etkileri (Nevşehir'deki Yüksek Öğrenim Öğrencileri Üzerinde Yapılan Bir Araştırma), *Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler, Fakültesi Dergisi*, C.16, S.3: 67-86.
- Özbezek, B.D. (2018). *Kontrol Odağı ve Duygusal Zekânın Liderlik Etme Motivasyonuna Etkisi Üzerine TRC1 Bölgesinde Bir Araştırma: Üniversite Öğrencileri Örneği*, Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi.
- Özdemir, O, Özdemir, P. G., Kadak, M. T. ve Nasıroğlu, S. (2012). Kişilik Gelişimi, *Psiyatriye Güncel Yaklaşımlar*, 4(4): 566-589.
- Özden, K. (2008). Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS), [https://www.researchgate.net/publication/314205180\\_Kurumsal\\_Sosyal\\_Sorumluluk/link/58dbabd8458515152b20b960/download](https://www.researchgate.net/publication/314205180_Kurumsal_Sosyal_Sorumluluk/link/58dbabd8458515152b20b960/download)
- Özdevecioğlu, M. ve Cingöz, A. (2009). Sosyal Girişimcilik ve Sosyal Girişimciler: Teorik Çerçeve, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Sayı: 32: 81-95.
- Özdevecioğlu, M., Kaya, Y. ve Dedeoğlu, T.(2013). Kişilik Özelliklerinin İzleyici Etkisi (Bystander Effect) Üzerindeki Etkisinde Kontrol Odağının Rolü, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Sayı: 42: 25-40.
- Özgün, M. S. (2007). Okul Psikolojik Danışmanlarının Kişilik Özellikleri İle Mesleki Yetkinlik Beklentileri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, *Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*: 1-104.
- Özgüner, M. (2015). Girişimcilik Tipleri ve Kişilik Tipleri İlişkisi Üzerine Bir İnceleme, *Route Educational and Social Science Journal*, Volume 2(1): 148-160.
- Özhan, Ş. (2015). *Kişilik Özellikleri ve Nostalji Eğiliminin Marka Sadakatine Etkisi Üzerine Ampirik Bir Araştırma*, *Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Doktora Tezi*.
- Özmutaf, N. M. (2009). Sağlık Misyonuna Sahip Sivil Toplum Kuruluşlarında Birey Motivasyonu: Ampirik Bir Yaklaşım, *Journal of Yasar University*, 4(13): 1977-1996.
- Öztürk, B. ve Çolakoğlu, E. (2015). Bölgesel Kalkınma Yönünden Kalkınma Ajanslarının Türk İdari Teşkilatı'ndaki Konumu, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt: 29, Sayı: 2: 323-348.
- Öztürk, M. D. ve Arslan, İ. K. (2016). Türkiye'de Kadın Girişimcilik: Kadınları Girişimciliğe Yönelten Faktörler, Karşılaştıkları Sorunlar ve Çözüm Önerileri, *Dış Ticaret Enstitüsü, Working Paper Series*, 1-17.
- Pache, A .C. and Chowdhury, I. (2012). Social Entrepreneurs as Institutionally Embedded Entrepreneurs: Toward a New Model of Social Entrepreneurship Education, *Academy of Management Learning & Education*, , Vol. 11, No. 3: 494-510.
- Paksoy, M. H., Özbezek D., B. ve Özçalıcı M. (2015). Bireysel ve Örgütsel Sosyal Sorumluluk Faaliyetlerinde Sosyal Girişimcilik Algısı , *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, II. Uluslararası Girişimcilik ve Kariyer Sempozyumu, 9-11 Ekim 2015, Muğla* (Sözel Bildiri Sunum):1-16.

- Paksoy, H. M., Özbezek, B. D, Paksoy, S. (2018). Bağımsız Türk Devletlerinde (Türkiye, Azerbaycan, Kazakistan, Kırgızistan, Özbekistan, Türkmenistan ve KKTC) Kadın Girişimciliğin Gelişimi”, *Yerelden Globale Stratejik Araştırmalar I*, (Edited by: Neşe Çoban Çelikdemir, A. Ozan Onağ, Özgür Akpınar), *First Edition April 2018, IJOPEC Publication, No: 2018/02, s.123-139, 615 7 Baltimore Wharf, London E14 9EY, United Kingdom.*
- Paksoy, H.M., Özbezek, B.D. ve Gül, M. (2019). Kişilik Özellikleri ve Sosyal Sorumluluk Bilincinin Sosyal Girişimcilik Özelliklerine Etkileri Üzerine Bir Araştırma, *Turkish Studies - Social Sciences*, Volume 14 Issue 3: 973-1006.
- Paksoy, S., Paksoy, H.M. ve Özbezek, B.D. (2019). Girişimci Kişilik Özellikleri ve Davranışsal Finans: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, *4. Uluslararası Girişimcilik, İstihdam ve Kariyer Kongresi*, Muğla: 1-19.
- Parlak, K. (2013). Girişimci Kişilik Özelliklerine Sahip Olmak ile Kendini ve Başkalarını Tanıma (İçsel ve Sosyal) Zekâları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, [http://www.izu.edu.tr/Assets/Content/File/Enstitu\\_Sekreterligi/2013\\_Guz\\_Donemi\\_Kemalettin\\_Parlak.pdf](http://www.izu.edu.tr/Assets/Content/File/Enstitu_Sekreterligi/2013_Guz_Donemi_Kemalettin_Parlak.pdf): 55-64.
- Parks-Leduc, L, Feldman, G. and Bardi, A. (2015). Personality Traits and Personal Values: A Meta-Analysis, *Personality and Social Psychology Review*, Vol. 19(1) : 3–29.
- Pastakia, A. (2002). Assessing Ecopreneurship in the Context of a Developing Country The Case of India, *Greenleaf Publishing*: 93-108.
- Paunović, B. (2012). The Role Of Corporate Entrepreneurship In Solving The Competitiveness Crisis Of Large Companies, *Review Paper*: 343-354.
- Patır, S. ve Karahan, M. (2010). Girişimcilik Eğitimi ve Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Profillerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Alan Araştırması, *İşletme ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, Cilt 1 . Sayı 2: 27-44.
- Păunescu, C. (2012). From Social Responsibility Towards Social Entrepreneurship- Access to Success, *13(129)*: 86-90.
- Pazarcık, Y. (2016). Üniversitelerimiz Girişimci Yetiştirebiliyor mu?: Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Algısını/Eğilimini/Özelliklerini Ölçen Araştırmaların Sonuçsal Bir Değerlendirmesi, *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, Cilt 17-Sayı 37, : 140-169.
- Petridou, E. and Glaveli, N. (2008). Rural women entrepreneurship within co-operatives: training support, *Gender in Management, An International Journal*, Vol. 23 Issue: 4: 262-277.
- Pizur, B. K. and J., Knutson. (2009). A Comparison Of The Personality Dimensions And Behavior Changes That Occur During Solitary And Cooccupation, *Journal of Occupational Science*, 16(3): 157-162.
- Pillis E. and Reardon, K. K. (2007). The influence of personality traits and persuasive messages on entrepreneurial intention, *Career Development International*, Vol. 12 No. 4: 382-396
- Pradhan, P. and Kaur, T. (2016). Personality (Type A and Type B) In Relation to Organizational Citizenship Behaviour (OCB) Among Female Nursing Professionals, *The International Journal of Indian Psychology*, Volume 4, Issue 1, No. 81: 15-31.

- Praszkie, R., Nowak, A. and Zabocka-Bursa, A. (2009). Social Capital Built By Social Entrepreneurs And The Specific Personality Traits That Facilitate The Process, *Psychologia Społeczna*, 4 1–2 (10): 42–54
- Prieto, L. C. (2010). The Influence Of Proactive Personality On Social Entrepreneurial Intentions Among African American And Hispanic Undergraduate Students: The Moderating Role Of Hope, *Louisiana State University and Agricultural and Mechanical College*: 1-116.
- Raposo M. and Paço, A.(2011). Entrepreneurship education: Relationship between education and entrepreneurial activity, *Psicothema*, Vol. 23, no 3: 453-457.
- Reyhanoğlu, M. ve Akın, O. (2012). Ticari Girişimciler Ne Kadar Sosyal Girişimcidir? *Yönetim İstanbul Üniversitesi İşletme İktisadi Enstitüsü Dergisi*, 23(71): 8-23.
- Roberts, D. and Woods, C. (2005). Changing The World On A Shoestring: The Concept Of Social Entrepreneurship, *Research*: 45-51.
- Robinson, P. B., Stimpson, D. V., Huefner, J. C. and Hunt, H. K.(1991). An Attitude Approach to the Prediction of Entrepreneurship, *Entrepreneurship Theory And Practice*: 13-31.
- Rossier, J. and Bollmann, G.(2017). The SAGE Encyclopedia of Abnormal and Clinical Psychology Personality, *Cultural Factors and. Contact SAGE Publications*: 1-4.
- Rothmann, S. and Coetzer, E. P. (2003). The Big Five Personality Dimensions And Job Performance, *SA Journal Of Industrial Psychology*, Vol. 29 (1): 68-74.
- Rusu, S., Isac, F., Cureteanu, R. and Csorba, L. (2012). Entrepreneurship and entrepreneur: A review of literature concepts, *African Journal of Business Management*, Vol. 6(10): 3570-3575.
- Rhodes M., L, Rhodes M and Donnelly-Cox, G. (2008). Social entrepreneurship as a performance landscape: The case of Front Line, *Emergence: Complexity and Organization*: 1-14.
- Saat, R.M., Bahador, K.M.K., and Rusly, F.H. (2019). Social Entrepreneurial Traits Start-Up Intention Among Student Leaders, *Academy of Entrepreneurship Journal* Volume 25, Issue 2: 1-5.
- Sağır, M. (2016). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Ve Kurum Kimliğinin Kurum Sadakati Üzerine Etkisi: Kurum İmajının Aracılık Rolü, *Kastamonu Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Sayı:12: 291-312.
- Sakhdari, K. (2006). Corporate Entrepreneurship: A Review and Future Research Agenda, *Technology Innovation Management Review*, Volume 6, Issue 8: 5-18.
- Salamzadeh, A., Azimi, M .A. and Kirby, D .A. (2013). Social Entrepreneurship Education In Higher Education: Insights From A Developing Country, *Int. J. Entrepreneurship and Small Business*, Vol. 20, No. 1: 17–34.
- Sanchez, V. B. and Sahuquillo, C. A. (2012). Entrepreneurial Behavior: Impact Of Motivation Factors On Decision To Create A New Venture, *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 18(2012):132-138.
- Sangolagi, K. and Alagawadi, M. (2016). Women Entrepreneurs, *International Journal of Advancement in Engineering Technology, Management & Applied Science*, Volume 3, Issue 1: 216-222.



- Sarı, M. (2018). Günümüz Sosyal Hareketleri İle Eski Sosyal Hareketler Üzerine Bir Değerlendirme, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Yıl: 6, Sayı: 64: 427-438.
- Sarıtaş, M. (1997).Yönetimde Kişilik Faktörü, *Eğitim Yönetimi*,527-548.
- Saruhan, Ş. C. ve Özdemirci, A. (2016). *Bilim, Felsefe ve Metodoloji*, 4. Baskı, İstanbul, Beta Basın Yayın Dağıtım.
- Saygın, M. ve Doğru, G. M. (2018). Sosyal Kaytarma ile Girişimci Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma: Erdemli Örneği, *Research Studies Anatolia Journal, Vol:1, Issue:2*: 308-317.
- Sert, O. (2012). Bölge, Türkiye’de Bölge Kavramı ve Kalkınma Ajanslarının Yapısı, *Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt 2 ,Sayı 4: 119-146.
- Sevinç, A. ve Eren, T. (2016). Bölgesel Kalkınma ve Girişimcilik: Ahiler Kalkınma Ajansı Örneği, *JEBPIR, 2 (1)*: 1-22.
- Seyrek, İ. H. ve Akşahin, A.(2016). Mobil Bankacılık Uygulamaları Kalite Faktörlerinin Analitik Hiyerarşi Prosesi İle Karşılaştırılması, *International Review of Economics and Management*, Volume 4, Number 3: 47-61.
- Sığrı, Ü. ve Gürbüz, S. (2011). Akademik Başarı ve Kişilik İlişkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma, *Savunma Bilimleri Dergisi*,Cilt 10,Sayı 1: 30-48.
- Sığrı, Ü., ve Tıgılı, M. (2006). Hofstede’nin “Belirsizlikten Kaçınma” Kültürel Boyutunun Yönetimsel-Örgütsel Süreçlere ve Pazarlama Açısından Tüketici Davranışlarına Etkisi, *Marmara Üniversitesi, İİBF Dergisi*: 327-347.
- Singer, P. S. Alpeza, and M. Balkić, M. (2009). Corporate Entrepreneurship: Is Entrepreneurial Behavior Possible In A Large Company? [https://bib.irb.hr/datoteka/387599.Singer\\_Alpeza\\_Balkic\\_Corporate\\_Entrepreneurship\\_Podim\\_09.pdf](https://bib.irb.hr/datoteka/387599.Singer_Alpeza_Balkic_Corporate_Entrepreneurship_Podim_09.pdf),1-8.
- Singh, G., and Belwal, R.(2008). Entrepreneurship and SMEs in Ethiopia: Evaluating the Role, Prospects And Problems Faced By Women İn This Emergent Sector, *Gender in Management: An International Journal*, Vol. 23 Issue: 2: 120-136.
- Soba, M., Şimşek, A., ve Demir, B. (2019). Üniversite Öğrencileri Üzerine Ampirik Bir Uygulama: Beş Faktör Kişilik Modeli, *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi (ASEAD)*, Cilt 6, Sayı 2: 28-43.
- Solmaz, S. A., Aksoy, Ö., Şengül, S., Sarıışık. (2014). Üniversite Öğrencilerinin Girişimci Kişilik Özelliklerinin Belirlenmesi: Turizm Lisans ve Ön Lisans Öğrencileri Üzerine Bir Alan Araştırması, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi* 16 (26): 41-55.
- Somer, O., Korkmaz, M. ve Tatar, A. (2002). Beş Faktör Kişilik Envanteri’nin Geliştirilmesi-I:Ölçek Ölçek ve Alt Ölçeklerin Oluşturulması, *Türk Psikoloji Dergisi*, 17 (49): 21 – 33.
- Sondari, M. C. (2014). Is Entrepreneurship Education Really Needed? : Examining the Antecedent of Entrepreneurial Career Intention, *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 115 :44 – 53.
- Soysal, A. (2008). Çalışma Yaşamında Kişilik Tipleri: Bir Literatür Taraması, <http://www.ceis.org.tr/dergiDocs/makale129.pdf>: 1-19.

- Soysal, A. (2010). Kadın Girişimcilerin Özellikleri, Karşılaştıkları Sorunlar ve İş Kuracak Kadınlara Öneriler: Kahramanmaraş İlinde Bir Araştırma, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 5(1): 71-95.
- Sönmez, A. ve Toksoy, A. (2014). Türkiye’de Girişimcilik ve Türk Girişimci Profili Üzerine Bir Analiz, *Yönetim ve Ekonomi*, Cilt:21 Sayı:2: 41-58.
- Sönmez, A., Arıker, Ç. ve Toksoy, A. (2016). Dünya’da ve Türkiye’de Sosyal Girişimciliğin Gelişimi, *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, Cilt-17 Sayı- 37: 102-121.
- Schaltegger, S. (2002). A Framework for Ecopreneurship Leading Bioneers and Environmental Managers to Ecopreneurship, *Greenleaf Publishing*: 45-58.
- Schmit, J. M., Kihm, J. A. and Robie, C. (2000). Development Of A Global Measure Of Personality, *Personnel Psychology*,53: 153-193.
- Sharma, P.(2013). Women Entrepreneurship Development in India, *Global Journal of Management and Business Studies*, Volume 3, Number 4 (2013): 371-376.
- Shmailan, B. A. (2016). Compare the Characteristics of Male and Female Entrepreneurs as Explorative Study, *Journal of Entrepreneurship & Organization Management*, 5(4): 1-7.
- Sharir, M and Lerner, M. (2006). Gauging The Success Of Social Ventures Initiated By Individual Social Entrepreneurs, *Journal of World Business*, Volume 41, Issue 1: 6-20.
- Shariff, M. N and Saud, M. B. (2009). An Attitude Approach to the Prediction of Entrepreneurship on Students at Institution of Higher Learning in Malaysia, *International Journal of Business and Management*, Vol. 4, No. 4: 129-135.
- Shaw, E and Carter, S. (2007). Social entrepreneurship: Theoretical antecedents and empirical analysis of entrepreneurial processes and outcomes, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 14 Issue: 3: 418-434.
- Skopenko, N and Sagaydack, J. (2013). Specific Features Of Development Of Ecological Entrepreneurship In Ukraine, *Economics & Sociology*, Vol. 6, No 2: 28-38.
- Smith, R., Belllb, R. and Wattsb, H.(2014). Personality Trait Differences between Traditional and Social Entrepreneurs, *Social Enterprise Journal*, Vol. 10, No. 3: 200-221.
- Stamboulis, Y. Barlas, A. (2014). Entrepreneurship education impact on student attitudes, *The International Journal of Management Education*, 12: 365-373.
- Stephan, U. and Drencheva, A. (2017). The Person in Social Entrepreneurship: A Systematic Review of Research on the Social Entrepreneurial Personality, *Review Approach and Overview of the Reviewed Studies*: 205-229.
- Sudak, M. K. (2011). Kişilik Tipleri, Duygusal Zeka, İş Tatmini Ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı İlişkisi Üzerine Bir Araştırma, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 1-113.
- Sutha, A. I. and Sankar, P. (2016). Entrepreneurial Intention and Social Entrepreneurship among University Students in Chennai City, *International Journal of Engineering Studies*, Volume 8, Number 1: 93-106

- Şen, E. ve Aslan, İ (2017). Girişimci Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimi Üzerine Etkisi, *Journal of Social And Humanities Sciences Research (JSHSR) 2017 Vol:4 Issue:15 :1847-1855.*
- Şentepe, A. ve Güven, M. (2015). Kişilik Özellikleri Ve Dindarlık İlişkisi Üzerine Ampirik Bir Araştırma, *Sakarya Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, Cilt: XVII, Sayı: 31: 27-44.
- Şenturan, Ş. ve Şentürk, N. (2016). Girişimciliğin Gelişimi Ve Mikrofinans Uygulamalarının Önemi, *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, ICAFR 16 Özel Sayısı: 812-822.
- Taatila, P. V. (2010). Learning Entrepreneurship In Higher Education, *Education Training*, Vol. 52 No. 1: 48-61.
- Tabak, A. Basım, N., Tatar, İ. ve Çetin, F. (2010). İzlenim Yönetimi Taktiklerinde Beş Faktör Kişilik Özelliklerinin Rolü: Savunma Sanayiinde Bir Araştırma, *Ege Akademik Bakış*, 10 (2): 539-557
- Talas, M. (2011). Sivil Toplum Kuruluşları ve Türkiye Perspektifi, *TÜBAR-XXIX*: 387-401.
- Talih-Akkaya, D., T., Yıldız, E. ve Koldere Akın, Y. (2014), *Üniversite Öğrencilerinin Girişimci Kişilik Özelliklerinin Değerlendirilmesi: Yalova Meslek Yüksekokulu Öğrencilerine Yönelik Bir Uygulama*, *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, Yıl 5, Sayı 8: 108-122.
- Tamer, G. (2013). Dünya'ya Kıyasla Türkiye'de Kadın Girişimciliği, *International Conference On Eurasian Economies*: 649-656.
- Tamizharasi, G. and Panchanatham, N. (2010). An Empirical Study of Demographic Variables on Entrepreneurial Attitudes, *International Journal of Trade, Economics and Finance*, Vol. 1, No. 2: 215-220.
- Tanrıverdi, H., Bayram, G. N., ve Alkan, M. (2016). Girişimcilik Eğitiminin Girişimcilik Eğilimi Üzerine Etkisinin İncelenmesi, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, Cilt 11, Sayı 1: 1-29.
- Tarcan-İçigen, E., Çevik, B. ve Doğan, O. (2016). Türkiye'de Faaliyet Gösteren Uluslararası Konaklama İşletmelerinin Sosyal Sorumluluk Uygulamalarının İncelenmesi, *Mediterranean Journal of Humanities*, mjh.akdeniz.edu.tr, VI/2 (2016): 299-310.
- Taş, H. Y. ve Şemşek, İ. (2017). Türkiye ve Dünya'dan Sosyal Girişimcilik Örnekleri Ve İstihdama Katkıları, *HAK-İŞ Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, Cilt: 6 Yıl: 6 Sayı:16: 481-487.
- Taşdöven, H., Emhan, A. ve Dönmez, M. (2012). Liderlik Tarzı ve Mizaç-Karakter İlişkisi: Polis Teşkilatında Bir Uygulama, *Yönetim ve Ekonomi*, Cilt:19 Sayı:2: 165-177.
- Taşlıyan, M. (2012). Kurumsal Sosyal Sorumluluk: Modern İş Dünyasının Vicdani Gereği, <http://www.aso.org.tr/b2b/asobilgi/sayilar/dosyamayishaziran2012.pdf> : 21-42.
- Tatlıhoğlu, K. (2014). Üniversite Öğrencilerinin Beş Faktör Kişilik Kuramı'na Göre Kişilik Özellikleri Alt Boyutlarının Bazı Değişkenlere Göre İncelenmesi, *Tarih Okulu Dergisi (TOD)*, Yıl 7, Sayı XVII: 939-971.

- Teegen, H. ,Doh, J. P. and Vachani, S. (2004). The İmportance Of Nongovernmental Organizations (NGOS) İn Global Governance And Value Creation: An İnternational Business Research Agenda, *Journal of International Business Studies*: 1–21.
- Tekin, M., Soba, M. ve İlter, B. (2018). Girişimcilikte İş Ahlâkı ve Sosyal Sorumluluk Algısı: Afikad Örneği, *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, ISSN: 2148 – 3043 / Ekim 2018 / Cilt: 18 / Sayı: 36: 131-146.
- Tekin, Ö. A, Turan, S. N., Özmen, M., Turhan, A. A. ve Kökçü, A. (2012). Beş Faktör Kişilik Özellikleri Ve Örgütsel Çatışma Yönetimi Arasındaki İlişkiler: Ankara'daki Beş Yıldızlı Otel İşletmeleri Üzerine Bir Uygulama, *Journal of Yaşar University*,27(7) : 4611 – 4641.
- Tezcan, N. (2011). Parametrik Olmayan Regresyon Analizi, *Atatürk Ü. İİBF Dergisi*, 10. *Ekonometri ve İstatistik Sempozyumu*, Özel Sayısı: 341-352.
- Tiwari, P., Bhat,a.K. and Tikoria, J. (2017). An Empirical Analysis Of The Factors Affecting Social Entrepreneurial İntentions, *Tiwari et al. Journal of Global Entrepreneurship Research*, 7:9: 1-25.
- TOG (2013). Üniversitelerde Sosyal Sorumluluk ve Sosyal Girişimcilik Pilot Projesi, [http://www.sogla.org/uploads/5/0/5/8/5058659/49\\_\\_universitelerde\\_sosyal\\_sorumluluk\\_rapor\\_tog.pdf](http://www.sogla.org/uploads/5/0/5/8/5058659/49__universitelerde_sosyal_sorumluluk_rapor_tog.pdf) (18.08.2018).
- Toker, H. ve Tat, M. (2013). Sosyal Sorumluluk: Kamu ve Vakıf Üniversiteleri Öğrencilerinin Sosyal Sorumluluğa İlişkin Bilgi Düzeyleri ve Algılarının Ölçülmesi, Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi, Cilt 8, Sayı 1: 34-56.
- Tomrukçu, B. (2008). *Beş Faktör Kişilik Özellikleri İle İş Değerleri Arasındaki İlişki Üzerine Bir İnceleme*, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi : 1-117.
- Tong, X. F., Tong, D.Y.K. and Loy, L. C. (2011). Factors Influencing Entrepreneurial Intention Among University Students, *International Journal Of Social Sciences And Humanity Studies*, Vol 3, No 1: 487-496.
- Turanlı, M., Taşpınar-Cengiz, D. ve Bozkır, Ö. (2012). Faktör Analizi ile Üniversiteye Giriş Sınavlarındaki Başarı Durumuna Göre İllerin Sıralanması, *Ekonometri ve İstatistik*, Sayı:17: 45-68.
- Tunç, E., ve Aliyev, R. (2015). Lisansüstü Öğrencilerinin Kişilik Özelliklerinin İncelenmesi, *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 14(4):949-963.
- Tutar, F., Tutar, E., ve Erkan, Ç. (2012). Avrupa Birliği - Türkiye İlişkilerinde Sivil Toplum Kuruluşlarının Rolü, *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* , Yıl : 5 Sayı : 10: 439-459.
- Türkoğlu, T., Tetik, S. ve Açıkgöz, A. (2017). Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Sosyo-Demografik Özellikleri İle Girişimci Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişkinin Araştırılması, *Journal of Yaşar University*, 12/45: 1-13.
- Thomas W.Y. M and Theresa, L.(2005). The context of entrepreneurship in Hong Kong, *Journal of Small Business and Enterprise Development* 12:4, : 464-481.
- Uçar, E. (2016). Sosyal Sermaye Ölçeğinin Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması, *IHEAD*, e-ISSN 2528-9632, 2016, 1(1): 01-23.

- Ugwoge, N. D. Kalu, O.E and Lauretta, C. L. (2013). Perceived Locus of Control as a Predictor of Entrepreneurial Development and Job Creation among Students in the Tertiary Institution, *Journal of Education and Practice*, Vol.4, No.14: 49-54.
- Ulama, S. (2016). Turizm Lisans Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimleri Üzerine Bir Araştırma: Sakarya Üniversitesi Örneği, *International Conference On Eurasian Economies* ,741-751.
- Ulleberg, I. (2009). The Role And Impact Of NGOs In Capacity Development From Replacing The State To Reinvigorating Education, *International Institute For Educational Planning*: 1-51.
- Uluköy, M., ve Demireli, C. (2014). Cinsiyetin Girişimcilik Özellikleri Üzerine Etkisi: Erkek Girişimcilik ve Kadın Girişimciliğin Karşılaştırmalı Analizi, *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, Sayı:22:47-55.
- Uncuoğlu-Yolcu, İ. (2017). Girişimcilik ve Liderliğe Farklı Bir Bakış: Girişimci Liderlik, *Akademik Bakış Dergisi*: 182-195.
- Urbano, D. Toledano, N. and Soriano, D. R. (2010). Analyzing Social Entrepreneurship from an Institutional Perspective: Evidence from Spain, *Journal of Social Entrepreneurship*, Vol. 1, No. 1: 54–69.
- Urhan, F. B. (2015). *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bölgesel Kalkınma Ajansları: Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansı Örneği, Yüksek Lisans Tezi*,1-142.
- Urhan, F. B. ve Sandal, E. K. (2015). Bölgesel Kalkınma Ajansı Desteklerinin Kobiler Üzerindeki Etkileri: Tr 63 Bölgesi Örneği, *Coğrafyacılar Derneği Uluslararası Kongresi Bildiriler Kitabı, 21-23 Mayıs 2015, Gazi Üniversitesi, Ankara*: 213-222.
- Uygun, M. ve Güner, E. (2016). Girişimcilik Eğiliminin Gelişiminde Girişimcilik Eğitiminin Rolü, *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt: 5 Sayı: 5: 37-57.
- Uzkesici, N. (2005). Kurumsal Sosyal Sorumluluk: İşletmelerde Paydaş Beklentilerinin Karşılanmasında Yeni Fırsatlar ve Tuzaklar, *Kurgu Dergisi*, S. 21: 69-84.
- Uzun, R.N. ve İmamoğlu, O. (2017). Cinsiyet, Yaş, Sınıf Düzeyi ve Spor Yapma Durumuna Göre Kişilik Özellikleri, *Uluslararası 9. Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği Kongresi (9th National Physical Education and Sports Teacher Congress)*, Antalya (Turkey)
- Ülgen, B., Aktaş, E., ve Hayrullah-Aslan, E. (2017). Kadın Girişimcilerin “Güç Mesafesi” ve “Belirsizlikten Kaçınma” Kültürel Boyutlarına İlişkin Algılarının Değerlendirilmesi, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Girişimcilik Dergisi*, Yıl:1 Sayı:1: 27-71.
- Van Ryzin, G. G., Grossman, S., Dipadova-Stocks, L., Bergrud, E. (2009). Portrait of the Social Entrepreneur: Statistical Evidence from a US Panel, *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 20(2):129-140.
- Verheul, I. Thurik, R. Grilo, I. and Zwain, P. (2012). Explaining preferences and actual involvement in self-employment: Gender and the entrepreneurial Personality, *Journal of Economic Psychology* 33: 325–341.

- Waghid, Z. and Oliver, H. (2017). Cultivating Social Entrepreneurial Capacities in Students through Film: Implications for Social Entrepreneurship Education, *Educational Research for Social Change (ERSC)*, Volume: 6 No. 2: 76-100.
- Wan, A. T. K., Zou, G. and Banerjee, A. (2007). The Power Of Autocorrelation Tests Near The Unit Root In Models With Possibly Mis-Specified Linear Restrictions, *Economics Letters*, 94 (2007): 213–219.
- Weber, R. Graevenitz, G. V. and Harhoff, D. (2009). The Effects of Entrepreneurship Education, *Munich School of Management, University of Munich*: 1-48.
- Wehrli, S. (2008). Personality on Social Network Sites: An Application of the Five Factor Model, *ETH Zurich Sociology Working Paper*, No. 7: 1-17.
- Weerawardena, J. and Mort, G. S. (2006). Investigating social entrepreneurship: A multidimensional model, *Journal of World Business*, 41: 21–35.
- Werker, E. D. and Ahmed, F. Z. (2007). What Do Non-Governmental Organizations Do?, *Journal of Economic Perspectives*: 1-39.
- Westrup, U. (2013). Internal Entrepreneurship In The Public Sector: The Challenges Of Integrating Innovative Project Into The Regular Organization, *Offentlig förvaltning Scandinavian Journal of Public Administration* 16(4): 97-112.
- Wood, S. (2012). Prone to Progress: Using Personality to Identify Supporters of Innovative Social Entrepreneurship, *Journal of Public Policy & Marketing Vol. 31 (1) Spring*: 129-141.
- Yalçın, O. (2015). *Kişilik Özelliklerinin Ve Risk Algısının Karar Verme Stillerine Etkisi: Pilotlar Üzerinde Bir Araştırma*, İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 1-218.
- Yan, J. (2010). The Impact of Entrepreneurial Personality Traits on Perception of New Venture Opportunity, *New England Journal of Entrepreneurship*, Volume 13, Issue 2: 1-16.
- Yaqub, M. K., Mufti, N. A., Ali, S. and Khaleeq, M. U. (2015). Impact of Entrepreneurship Education on Attitudes of Students Towards Entrepreneurship, *Journal of Basic & Applied Sciences*, 11: 590-595.
- Yaşlıoğlu, M. M. (2017). Sosyal Bilimlerde Faktör Analizi ve Geçerlilik: Keşfedici ve Doğrulayıcı Faktör Analizlerinin Kullanılması, *İstanbul University Journal of the School of Business*, Cilt: 46: 74-85.
- Yaşar, M. (2014). İstatistiğe Yönelik Tutum Ölçeği: Geçerlilik ve Güvenirlilik Çalışması, *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, Sayı 36 (Temmuz 2014/II): 59-75.
- Yavuz, S. (2009). Hataları Ardışık Bağımlı (Otokorelasyonlu) Olan Regresyon Modellerinin Tahmin Edilmesi, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt: 23, Sayı: 3: 123-140.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri, *Detay Yayıncılık*, Ankara.
- Yazgan-İnanç, B. ve Yerlikaya, E. E. (2008). Kişilik Kuramları, Pegem Akademi, <http://pegem.net/dosyalar/dokuman/27421Kisilik%20Kuramlair%206.%20Bas ki.pdf>: 1-358.

- Yelboğa, A. (2006). Kişilik Özellikleri ve İş Performansı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi , “İş, Güç” Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi, Cilt:8 Sayı:2: 196-211.
- Yeşilkaya, M., ve Yıldız, T. (2018). Özgeci Davranış Ekseninde Sosyal İnovasyon Eğiliminin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma, *Girişimcilik İnovasyon ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 2(4):81-97.
- Yeşilyaprak, B. (1993). Kişilik Gelişiminde Ailesel Faktörlerin Etkisine İlişkin Bir Araştırma, *Kişilik Gelişimi ve Aile*, Sayı:3, Yıl:3 ,Cilt:1: 3-16.
- Yıldırım, M. H. Demirel, Y. ve İçerli, L. (2011). İşletme Sahibi Yöneticilerin Girişimci Kişilik Özellikleri İle Girişimcilik Becerileri Arasındaki İlişkinin Tespiti: Aksaray Örneği, *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, Cilt 3, Sayı 2, ISSN: 1309 -8039 (Online): 189-199.
- Yıldırım, İ. ve Çıkmaz, E. (2016). Kadın Girişimcilerin, Kamu Kurum ve Kuruluşlarından Destek Alma Sürecinde Karşılaştıkları Sorunlar: Gaziantep İlinde Nitel Bir Değerlendirme, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt: 9 Sayı: 47: 977-985.
- Yıldızoğlu, H. (2013).Okul Yöneticilerinin Beş Faktör Kişilik Özellikleriyle Çatışma Yönetimi Stili Tercihleri Arasındaki İlişki, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi: 1-205.
- Yılmaz, E. ve Sünbül, A. M. (2009). Üniversite Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeğinin Geliştirilmesi, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*: 198-203.
- Yiğit, N., Bütüner, S. Ö. ve Dertlioğlu, K. (2008). Öğretim Amaçlı Örütbağ Sitesi Değerlendirme Ölçeği Geliştirme, *Necatibey Eğitim Fakültesi Elektronik Fen ve Matematik Eğitimi Dergisi (EFMED)*, Cilt 2, Sayı 2: 38-51.
- Yüksel, H, Cevher, E. ve Yüksel, M. (2015). Öğrencilerin Girişimci Kişilik Özellikleri İle Girişimcilik Eğilimleri Üzerine Bir Araştırma, *Çankırı Karatekin Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt 5, Sayı 1: 143-156
- Zahra, A. S., Gedajlovic, E., Neubaum, D. O. and Shulman, J. M. (2009). A Typology Of Social Entrepreneurs: Motives, Search Processes And Ethical Challenges, *Journal of Business Venturing*, 24: 519–532.
- Zeybek-Sayın, H. (2016). *Y Kuşağı Üniversite Öğrencilerinin Beş Faktör Kişilik Özellikleri ve Liderlik Algıları Arasındaki ilişkinin Değerlendirilmesi*, Çağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Psikoloji Anabilim Dalı, Mersin.
- Zhao, H. and Seibert, S. E. (2006). The Big Five Personality Dimensions and Entrepreneurial Status: A Meta-Analytical Review, *Journal of Applied Psychology*, Vol. 91, No. 2: 259–271.
- Zhao, H., Seibert, S., E. and Lumpkin, G., T. (2010). The Relationship of Personality to Entrepreneurial Intentions and Performance: A Meta-Analytic Review, *Journal of Management*, Vol. 36 No. 2, March: 381-404.
- <http://www.yeniisfikirleri.net/tum-zamanlarin-en-iyi-10-sosyal-girisimcisi/8>. (Erişim tarihi 16-08-2018).

## ÖZGEÇMİŞ

Meryem Gül 1990 yılında Gaziantep'te doğmuştur. 2012 yılında Gaziantep Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü'nden mezun olmuştur. 2014 yılında "Ekogirişimcilik Gaziantep Üniversitesi'nde Bir Uygulama" isimli tez çalışması ile Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme ABD'da yüksek lisans eğitimini tamamlamıştır. 2016 yılında, Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme ABD'da doktora eğitimine başlamıştır. 2015 yılı Ekim ayından itibaren Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, Düziçi Meslek Yüksekokulu'nda Öğretim Görevlisi olarak çalışmaktadır.

## VITAE

Meryem Gül was born in 1990 in Gaziantep. She completed her major in Faculty of Economics and Administrative Sciences at Gaziantep University in 2012. She obtained her MA from Gaziantep University in 2014, Institute of Social Sciences, Department of Business Administration with the thesis titled "Eco-Entrepreneurship: An Application in Gaziantep University". She started her PhD studies in 2016 at Gaziantep University, Institute of Social Sciences, Department of Business Administration. She has been working as an instructor at Osmaniye Korkut Ata University, Düziçi Vocational High School since October 2015.



**EKLER****Ek 1: Kişilik Özellikleri Ölçeği'nin Türkçe' ye Uyarlanmasına Yönelik İzin Yazısı**

19.06.2018

Dear Meryem Gül,

Dr. Goldberg forwarded your email to me because I maintain the IPIP Translations Page, <https://ipip.ori.org/newItemTranslations.htm>

If you browse to that page and scroll down to the Turkish entry, you will see that Prof Oya Somer has translated some of the IPIP items into Turkish and has created a Turkish IPIP inventory. Her email is listed there if you want to contact her.

If you would like to do your own Turkish translation, you are welcome to do this. If you do your own translation and would like it to be posted on the IPIP website, you may send us a description of your research (similar to the entries on the IPIP translation page) and a spreadsheet or word processed table that contains the English items and your translation. That is your choice.

Best wishes,

John A. Johnson  
IPIP Consultant

On 6/19/2018 12:53 PM, Lew Goldberg wrote:

**Translation.**

**From:** meryem gül [mailto:mgul90@hotmail.com]

**Sent:** Tuesday, June 19, 2018 3:13 AM

**To:** Lew Goldberg

**Subject:** scale use permission

**Ek 2: Girişimci Kişilik Özellikleri Ölçeği'nin Kullanılmasına Yönelik İzin Yazısı**

08.06.2018

Merhaba ölçek ve ölçeğe ait boyutlar ektedir. Çalışmada kullanabilirsin. Başarılar dilerim.

Doç. Dr. Öznur BOZKURT

Düzce Üniversitesi  
İşletme Fakültesi

----- Orijinal mesaj -----

Başlangıç tarihi: meryem gül <mgul90@hotmail.com>

Tarih: 08.06.2018 09:28 (GMT+03:00)

Alıcı: oznurbozkurt@duzce.edu.tr

Konu: Ölçek Kullanma İzni

**Ek 3: Sosyal Girişimcilik Yönelimi Ölçeği'nin Türkçe'ye Uyarlanmasına Yönelik İzin Yazısı**

09.08.2018

Yes, of course you can. Please cite the source according.

**From:** meryem gül [mailto:mgul90@hotmail.com]

**Sent:** Wednesday, August 9, 2018 1:57 AM

**To:** Gomathi Shamuganathan,

**Subject:** scale use permission

## Ek 4. Kişilik Özellikleri Ölçeği

<b>BİRİNCİ BÖLÜM</b>					
<i>Lütfen aşağıdaki ifadeleri size göre 1 ile 5 arasında değerlendiriniz.</i>	<b>Kesinlikle Katılmıyorum</b>	<b>Katılmıyorum</b>	<b>Kararsızım</b>	<b>Katılıyorum</b>	<b>Kesinlikle Katılıyorum</b>
1- Konuşkan bir kişiyim.	1	2	3	4	5
2- Girişken bir kişiyim.	1	2	3	4	5
3- Enerji dolu bir kişiyim.	1	2	3	4	5
4- Başkalarının dikkatini çekmek hoşuma gider.	1	2	3	4	5
5- Arkadaş canlısı bir kişiyim.	1	2	3	4	5
6- Arkadaşlarımla birlikte vakit geçirmeyi severim.	1	2	3	4	5
7- Yardımsever bir kişiyim.	1	2	3	4	5
8- Affedici bir kişiyim.	1	2	3	4	5
9- İnsanlara yakın bir kişiyim.	1	2	3	4	5
10- Başkalarına karşı kibar bir kişiyim.	1	2	3	4	5
11- Başkaları ile iş birliği yapan bir kişiyim.	1	2	3	4	5
12- Başkalarının duygularını, sıkıntılarını anlarım.	1	2	3	4	5
13- İnsanlar benim yanımda kendilerini rahat hissederler.	1	2	3	4	5
14- İşlerini tam yapan bir kişiyim.	1	2	3	4	5
15- İtimat edilir bir kişiyim.	1	2	3	4	5
16- Azimli bir kişiyim.	1	2	3	4	5
17- Planlarına bağlı bir kişiyim.	1	2	3	4	5
18- Detaylara dikkat eden bir kişiyim.	1	2	3	4	5
19- Sorumluluk almayı severim.	1	2	3	4	5
20- Düzenli bir kişiyim.	1	2	3	4	5
21- Orijinal fikirler ortaya koyabilirim.	1	2	3	4	5
22- Meraklı bir kişiyim.	1	2	3	4	5
23- Hayal gücü yüksek olan bir kişiyim.	1	2	3	4	5
24- Fikirler üzerinde düşünmeyi severim.	1	2	3	4	5
25- Zengin bir kelime hazinesine sahibim.	1	2	3	4	5
26- Alışılmışın dışında iş yapmayı seviyorum.	1	2	3	4	5
27- Kolay kolay strese girmeyen bir kişiyim.	1	2	3	4	5
28- İyimser bir kişiyim.	1	2	3	4	5
29- Kolay kolay endişelenmeyen bir kişiyim.	1	2	3	4	5
30- Sabırlı bir bireyim.	1	2	3	4	5
31- Gergin ortamlarda sakin kalan bir kişiyim.	1	2	3	4	5
32- Çoğu zaman duygusal olarak dengeliyim ve kolay kolay keyfim kaçmaz.	1	2	3	4	5

### Ek 5. Girişimci Kişilik Özellikleri Ölçeği

İKİNCİ BÖLÜM					
<i>Lütfen aşağıdaki ifadeleri size göre 1 ile 5 arasında değerlendiriniz.</i>	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
	1-İnsanların şanssızlıkları yaptıkları hatalardan kaynaklanır.	1	2	3	4
2-İşlerin yapılma şeklini değiştirmekten kaçınmam.	1	2	3	4	5
3-Yaptığım işte yükselmek için büyük risk almaya gönüllüyüm.	1	2	3	4	5
4-Diğer insanlar çevrede olağan dışı bir şeyler görmediği halde ben işle ilgili fırsatları algılayabilirim.	1	2	3	4	5
5-Korkularıma ve zayıflıklarına çözüm üretebilirim.	1	2	3	4	5
6-Hisselerinin kar getirebileceğini hesaplayabildiğim bir ortaklığa paramı yatırmaktan çekinmem.	1	2	3	4	5
7-Başarı oranı %60 ve daha fazla ise riski göze alabilirim.	1	2	3	4	5
8-Rekabeti severim, çünkü rekabet daha fazla çalışmamı sağlar.	1	2	3	4	5
9-İnsanların mutsuz durumları kötü şanslarından kaynaklanmaz.	1	2	3	4	5
10-Kendi çabalarımın ürünü olan olayların sonuçları beni memnun der.	1	2	3	4	5
11-İşin sürekli ve güvenli olması benim için kardan daha önemlidir.	1	2	3	4	5
12-Benim için iş güvenliği önemlidir.	1	2	3	4	5
13-Başkasının gözetimi olmadığı zamanlarda daha başarılı olurum.	1	2	3	4	5
14-Başarabilme yeteneğim konusunda kendime güvenirim.	1	2	3	4	5
15-Düzensiz şartlarda çalışmaktan zevk almam.	1	2	3	4	5
16-Karar ve eylemlerimin olumlu ve olumsuz sonuçlarına razı olurum.	1	2	3	4	5
17-Birbiri ile çakışan iş emirleri beni rahatsız eder.	1	2	3	4	5
18-İnsanları işe alırken beceri esasına göre değil bağılıklarına göre alırım.	1	2	3	4	5
19-Başarının kişisel çabadan çok şansın ve kaderin bir sonucu olduğuna inanırım.	1	2	3	4	5
20-Hassasiyetle takip etmeye çalıştığım bir iş programım var.	1	2	3	4	5
21-Yaşamımdaki olayların sonuçlarını şans ve kötü kader değil ben etkilerim.	1	2	3	4	5

22-Başarılı olduğumu hissetmezsem yüksek ücretlide olsa o işi yapmaktan hoşlanmam.	1	2	3	4	5
23-Sadece rahat yaşamama yetecek kadar para kazanmak istiyorum.	1	2	3	4	5
24-Yeterince kar elde ediyorsam işle ilgili belirsiz koşullarda çalışmaktan rahatsız olmam.	1	2	3	4	5
25-Ücreti iyi olduğu sürece rutin ve sıkıcı işlerde çalışmaktan kaçınmam.	1	2	3	4	5
26-Bana göre iyi iş, neyin nasıl yapılacağına açık talimatlarla ifade edildiği iş demektir.	1	2	3	4	5
27-Zekâm ve kapasitem sayesinde karşılaştığım zorluklarla baş edebilirim.	1	2	3	4	5
28-Yeni ve alışılmamış durumlarla baş edebilirim.	1	2	3	4	5
29-Her zaman mevcut yöntemlerden daha iyi yöntemlerin var olduğuna inanırım.	1	2	3	4	5
30-Bir şeyi onu yapmış olmak için değil mükemmel yapmış olmak için yaparım.	1	2	3	4	5
31-Yeni, ilginç, hatta çılgın fikirleri üretebilirim.	1	2	3	4	5
32-Bir şeylerin olmasını beklemek ya da seyretmek yerine ben kendim bir şeyler yapmayı tercih ederim.	1	2	3	4	5
33-Belirsizliğin olduğu durumlarda karar almayı ve önderlik yapmayı severim.	1	2	3	4	5
34-Çoğunluğun görüşüne karşı kendi görüşümü savunurum.	1	2	3	4	5

### Ek 6. Sosyal Girişimcilik Yönelimi Ölçeği

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM					
<i>Lütfen aşağıdaki ifadeleri size göre 1 ile 5 arasında değerlendiriniz.</i>	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
	1-Sosyal bir vizyona son derece bağlıyım.	1	2	3	4
2-Sosyal sorunların çözümüne odaklanmış bir duruş sergilerim.	1	2	3	4	5
3-Sosyal olmayan sorunları kolaylıkla takip edebilirim.	1	2	3	4	5
4- Sosyal bir ihtiyacı açıkça belirleyebilirim.	1	2	3	4	5
5-Net bir sosyal vizyon oluşturabilirim.	1	2	3	4	5
6-Sosyal ihtiyaçları savunmak için güçlü bir motivasyona sahibim.	1	2	3	4	5
7-Sosyal değişim öncüsü olmada kararlıyım.	1	2	3	4	5
8-Sosyal ihtiyaçları karşılamaya istekliyim.	1	2	3	4	5
9-Kâr elde etmek hayatın temel sebebidir.	1	2	3	4	5

<b>10-Mal ve hizmet, kâr için satılmalıdır.</b>	1	2	3	4	5
<b>11-Finansal refah maksimize edilmelidir.</b>	1	2	3	4	5
<b>12-Yatırımcıların zenginliği maksimize edilmelidir.</b>	1	2	3	4	5
<b>13-Kâr sayesinde hayatta kalınır.</b>	1	2	3	4	5
<b>14-Kâr elde etmek sosyal hedeflere ulaşmak için bir araçtır.</b>	1	2	3	4	5
<b>15-Sosyal değer oluşturma fırsatlarını risk olarak görebilirim.</b>	1	2	3	4	5
<b>16-Esnek bir bireyim.</b>	1	2	3	4	5
<b>17-Yenilikçi bir bireyim.</b>	1	2	3	4	5
<b>18-Sosyal fırsatları belirleme konusunda proaktif (öncü)bir yaklaşım sergileyebilirim.</b>	1	2	3	4	5
<b>19-Kâr amacı güden girişimcilere kıyasla daha iyi bir sosyal değer oluşturabilirim.</b>	1	2	3	4	5
<b>20-Yenilikçi mal ve hizmetler aracılığı ile sürdürülebilir bir avantaj sağlayabilirim.</b>	1	2	3	4	5
<b>21-Kişisel faydalarımı ön planda tutan bir bireyim.</b>	1	2	3	4	5
<b>22-Üreteceğim mal ve hizmet aracılığı ile sosyal değer oluşturabilirim.</b>	1	2	3	4	5
<b>23- Uzun vadede yaşam kalitemi yükseltebilirim.</b>	1	2	3	4	5
<b>24-Ekonomik, sosyal ve çevre sorunları ile ilgili dengeli çözümleri desteklerim.</b>	1	2	3	4	5
<b>25-Çevre dostu bir bireyim.</b>	1	2	3	4	5
<b>26-Sosyal misyon ve sosyal değer arasındaki dengeyi sağlayacağıma inanırım.</b>	1	2	3	4	5
<b>27-Uzun vadeli sosyal ihtiyacı karşılayabileceğime inanırım.</b>	1	2	3	4	5
<b>28-Etik çözümleri desteklerim.</b>	1	2	3	4	5
<b>29-Duygusal destek için karşılıklı anlayış sağlanmalıdır.</b>	1	2	3	4	5
<b>30-İşletmede iş güvenliğini yükseltmelidir.</b>	1	2	3	4	5
<b>31- İşletmede güven ortamı teşvik edilmelidir.</b>	1	2	3	4	5
<b>32- Karşılıklı fayda sağlayan sosyal çabalar için bir platform oluşturulmalıdır.</b>	1	2	3	4	5
<b>33-Bilgi paylaşımı teşvik edilmelidir.</b>	1	2	3	4	5

**Ek 7. Sosyodemografik Bilgiler**

1.Öğrenim gördüğünüz üniversite?	<input type="checkbox"/> Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi <input type="checkbox"/> Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi <input type="checkbox"/> Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi
2. Öğrenim gördüğünüz bölüm?	<input type="checkbox"/> İşletme Bölümü <input type="checkbox"/> İktisat Bölümü
3. Sınıfınız?	<input type="checkbox"/> 1.Sınıf <input type="checkbox"/> 2.Sınıf <input type="checkbox"/> 3.Sınıf <input type="checkbox"/> 4.Sınıf
4. Cinsiyetiniz?	<input type="checkbox"/> Kadın <input type="checkbox"/> Erkek
5. Yaşınız?	<input type="checkbox"/> 18-20 yaş arası <input type="checkbox"/> 21-23 yaş arası <input type="checkbox"/> 24 ve üzeri
6. Öğrenim hayatınızda Sosyal sorumluluk (Toplumsal Duyarlılık, Sosyal Girişimcilik vb.) ile ilgili projelerde yer aldınız mı?	<input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır
7. Ailenizin aylık geliri yaklaşık olarak ne kadardır?	<input type="checkbox"/> 1.600 TL ve aşağısı <input type="checkbox"/> 1.601-3.000 TL arası <input type="checkbox"/> 3.001-4.500 TL arası <input type="checkbox"/> 4.501 TL ve üzeri