

2014

İŞLETME ABD

GAZİANTEP ÜNİVERSİTESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

MERYEM GÜL

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

EKOGİRİŞİMCİLİK: GAZİANTEP ÜNİVERSİTESİ'NDE BİR UYGULAMA

YÜKSEK LİSANS TEZİ

MERYEM GÜL

GAZİANTEP
EYLÜL 2014

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

**EKOGİRİŞİMCİLİK: GAZİANTEP
ÜNİVERSİTESİ'NDE BİR UYGULAMA**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

MERYEM GÜL

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Mehmet TEKİNKUŞ

GAZİANTEP
EYLÜL 2014

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

Ekogirişimcilik: Gaziantep Üniversitesi'nde Bir Uygulama

Meryem GÜL

Tez Savunma Tarihi: 11.09.2014

Sosyal Bilimler Enstitüsü Onayı


Prof. Dr. Hilmi BAYRAKTAR
SBE Müdürü

Bu tezin Yüksek Lisans tezi olarak gerekli şartları sağladığımı onaylarım.


Prof. Dr. Cengiz TORAMAN
Enstitü AFD Başkanı

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


Doç. Dr. Mehmet TEKİNKUŞ
Tez Danışmanı

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

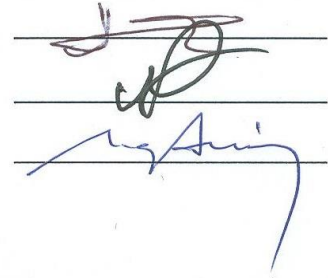
Jüri Üyeleri:

İmzası:

Prof. Dr. İbrahim ARSLAN

Doç. Dr. Mehmet TEKİNKUŞ (Jüri Başkanı)

Yrd. Doç. Dr. Mehmet AYTEKİN



ÖZET

EKOGİRİŞİMCİLİK: GAZİANTEP ÜNİVERSİTESİ'NDE BİR UYGULAMA

GÜL, Meryem
Yüksek Lisans Tezi, İşletme Ana Bilim Dalı
Tez Danışmanı: Doç. Dr. Mehmet TEKİNKUŞ
Eylül 2014, 105- sayfa

Bu çalışma öğrencilerin çevresel bilinç, çevresel duyarlılık ve ekogirişimciliğin güçlü yapısının ekogirişimcilik yönelimine etkisini ölçmek üzere yapılmıştır. Bu kapsamda araştırma modeli, Gaziantep Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde 233 öğrenci üzerinde anket tekniği kullanılarak test edilmiştir. Elde edilen verilerin analizi sonucunda çevresel bilinç, çevresel duyarlılık, ekogirişimciliğin güçlü yapısı, cinsiyet, yaş ve öğrenim türü ile ekogirişimcilik yönelimi arasında anlamlı ilişki bulunmuştur. Sonuçlara göre çevresel bilinç, çevresel duyarlılık ve ekogirişimciliğin güçlü yapısı artıkça ekogirişimcilik yönelimi de artmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Çevre, Çevresel Bilinç, Çevresel Duyarlılık, Girişimcilik, Ekogirişimcilik, Ekogirişimcilik Yönelimi

ABSTRACT**ECO-ENTREPRENEURSHIP: AN APPLICATION IN GAZIANTEP
UNIVERSITY**

GÜL, Meryem

M.A. Thesis, Department of Administration

Supervisor: Assoc. Doç. Dr. Mehmet TEKİNKUŞ

September 2014, 105 -pages

This study was constructed to measure the impact of students' environmental consciousness, environmental sensitivity and the strong structure of eco entrepreneurship on eco entrepreneurial orientation trends. In this context, the research model was tested by using survey techniques on 233 students of Gaziantep University Faculty of Economics and Administrative Sciences. As a result of analysis the data obtained it was found out significant relationship between environmental consciousness, environmental sensitivity, strong structure of echo entrepreneurship and gender, age, type of learning. According to results the echo entrepreneurship trend is increasing simultaneously to increas of environmental consciousness, environmental sensitivity and the strong structure of echo entrepreneurship.

Keywords: Environment, Environmental Consciousness, Environmental Sensitivity, Entrepreneurship, Echo Entrepreneurship, Echo Entrepreneurship Trend.

ÖNSÖZ

Çalışmanın tüm aşamasında benden yardımlarını esirgemeyen ve yol gösteren değerli danışman hocam Doç. Dr. Mehmet TEKİNKUŞ'a sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Araştırma boyunca hiçbir yardımı esirgemeyen değerli hocam Yrd. Doç. Dr. Mehmet AYTEKİN'e yardımlarından dolayı çok teşekkür ederim.

Çalışmamda yardımlarını esirgemeyen Arş. Gör. Mehmet SEYHAN'a çok teşekkür ederim.

Çalışma süresince hep yanımda olan değerli arkadaşım Feride BAL'a çok teşekkür ederim.

Meryem Gül
Gaziantep, Eylül 2014

İÇİNDEKİLER

Sayfa No

ÖZET.....	i
ABSTRACT	ii
ÖNSÖZ.....	iii
İÇİNDEKİLER	iii
TABLolar LİSTESİ.....	viii
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	viii
KISALTMALAR	ix
1.GİRİŞ	1
1.1. GİRİŞ.....	1
2.LİTERATÜR.....	3
2.1.GİRİŞİM, GİRİŞİMCİ VE GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI.....	3
2.1.1.Girişimciliğin Tarihsel Süreç İçindeki Gelişimi.....	4
2.1.2.Türkiye’de Girişimciliğin Tarihsel Süreç İçindeki Gelişimi	5
2.1.3.Girişimcilik Kavramının Yönetici, İşveren, Patron, Sermayedar ve Girişimci Açısından Değerlendirilmesi.....	6
2.1.4.Başarılı Bir Girişimcide Bulunması Gereken Özellikler	7
2.1.4.1.Risk alma	7
2.1.4.2.Belirsizliğe tolerans	8
2.1.4.3.Kişisel kontrol.....	8
2.1.4.4.Fırsatçılık	8
2.1.4.5.Yenilikçilik	9
2.1.4.6.Yaratıcılık	9
2.1.4.7.Proaktiflik	9
2.1.4.8.Saldırgan rekabetçilik	10
2.1.4.9.Başarı ihtiyacı	10
2.1.4.10.Bağımsızlık ihtiyacı	10
2.1.5.Girişimcilik Becerileri	10
2.1.6.Girişimcilik Türleri.....	11
2.1.6.1.Fırsat girişimciliği.....	11
2.1.6.2.Yaratıcı girişimcilik	12
2.1.6.3.Kadın girişimcilik	12
2.1.6.3.1.Kadın girişimcilerin sorunları	12
2.1.6.4. İç girişimcilik.....	13
2.1.6.4.1. Bağımsız girişimcilik ve iç girişimcilik arasındaki farklar	13
2.1.6.5. Orijinal girişimcilik.....	13
2.1.6.6. Yatırımcı girişimcilik.....	14
2.1.6.7.Sosyal girişimcilik	14
2.1.7.Girişimciliği Etkileyen Faktörler	14
2.1.7.1. Genel ülke altyapısı.....	15

2.1.7.1.1.Ekonomik altyapı	15
2.1.7.1.2. Teknolojik altyapı	15
2.1.7.2. Girişimci altyapısı	16
2.1.8.Girişimcilik İle İlgili Yaklaşımlar	18
2.1.8.1.Bireysel yaklaşım	18
2.1.8.2.Çevresel yaklaşım	19
2.1.8.3.Örgütsel yaklaşım	19
2.1.9.Girişimcinin Fonksiyonları	19
2.1.10.Girişimcilik Aşamaları	20
2.1.10.1.Yatırım hakkında düşünme(iş fikri ve fizibilite çalışması).....	20
2.1.10.2.Yatırım hakkında bilgilenme	20
2.1.10.3.Başarı için planlama (iş planı)	20
2.1.10.4.Hukuki açıdan değerlendirme	21
2.1.11.Girişimci Olma Sebepleri	21
2.1.12.Girişimcilikte Başarı Faktörleri ve Başarısızlık Nedenleri.....	22
2.1.12.1. Girişimcilikte başarı faktörleri	22
2.1.12.1.1. İş olanağının bulunması	22
2.1.12.1.2. İşe başlamak için uygun zamanın seçilmesi.....	22
2.1.12.1.3.Yönetim yeteneği ve tecrübesi	23
2.1.12.1.4.Öz sermaye ve kredi olanakları	23
2.1.12.1.5.Riske karşı sigorta	23
2.1.12.2. Girişimcilikte başarısızlık nedenleri	23
2.1.12.2.1.Kuruluş yerinin iyi seçilmemiş olması.....	23
2.1.12.2.2.Rekabet faktörlerinin dikkate alınmaması.....	24
2.1.12.2.3.Sermaye yetersizliği	24
2.1.12.2.4.Kişisel unsurlar	24
2.1.12.2.5.Yetersiz zaman	24
2.1.13.Girişimciliğin Önemi	25
2.1.14.Türkiye’de Girişimciliğin Geliştirilmesi İçin Gereken Faktörler	26
2.2.ÇEVRE KAVRAMI.....	26
2.2.1. Çevre Kirliliği	27
2.2.1.1.Hava kirliliği	27
2.2.1.2.Su kirliliği	27
2.2.1.3.Toprak kirliliği	28
2.2.1.4.Gürültü kirliliği	28
2.2.1.5.Diğer çevre kirlilikleri.....	28
2.2.2. Çevre Sorunlarının Nedenleri	28
2.2.2.1. Nüfus artışı.....	28
2.2.2.2. Sanayileşme	29
2.2.2.3.Kentleşme / Çarpık şehirleşme	29
2.2.3.Çevresel Bilinç.....	29
2.2.4.Çevresel Duyarlılık.....	30
2.2.5.Sanayi ve Çevre Birlikteliği.....	30
2.2.6.Geleneksel Yönetim - Çevreye Duyarlı Yönetim Karşılaştırması	31
2.2.7.Çevre Yönetimi Standartları	32
2.2.7.1.BS 7750(British Standart 7750).....	33
2.2.7.2. EMAS (Eko-Yönetim ve Denetim Planı-Eco-Management Audit Scheme).....	33
2.2.7.3. ISO 14000 Çevre yönetim sistemi standardı	34
2.2.7.3.1.SO 14000 Çevre yönetim sistem standartlarının özellikleri.....	35

2.2.7.3.2.SO 14000 Çevre yönetim sisteminin faydaları	35
2.2.8.Çevre Yönetimi Stratejileri.....	36
2.2.9.Çevre Korumayla İlgili Teşvik ve Destekler	37
2.2.9.1.Türkiye teknoloji geliştirme vakfı(TTGV)	37
2.2.9.1.1.Çevre teknolojileri desteği	38
2.2.9.1.2. Enerji verimliliği desteği	38
2.2.9.1.3.Yenilenebilir enerji desteği	38
2.2.9.2.AB Fonlar-akıllı enerji avrupa programı	38
2.2.9.3. AB fonları-turseff kredisi.....	39
2.2.9.4.İhracatta devlet yardımları-çevre maliyetinin desteklenmesi	39
2.3.EKOGİRİŞİMCİLİK KAVRAMI.....	39
2.3.1. Girişimcilikten Ekogirişimciliğe Yöneliş	41
2.3.2.Ekogirişimciliği Etkileyen Faktörler	42
2.3.2.1. Ekogirişimciliği etkileyen iç faktörler	42
2.3.2.1.1.Ekogirişimcinin özellikleri	42
2.3.2.1.2.İşletmenin sahip olduğu sürdürülebilir değerler.....	42
2.3.2.1.3.Çevreci ürünlerin rekabet avantajı	43
2.3.2.2.Ekogirişimciliği etkileyen dış faktörler	43
2.3.2.2.1.Düzenleme ve denetleme kurumları.....	43
2.3.2.2.2.Çevreci baskı grupları	44
2.3.2.2.3.Yeşil müşteriler	44
2.3.2.2.4.Yeşil yatırımcılar ve yeşil ortaklıklar.....	44
2.3.2.2.5.Politika ve uygulamalar.....	44
2.3.3.Ekogirişimci Türleri	45
2.3.4. Yeşil ve Sürdürülebilir Ekonomilerin Avantaj ve Dezavantajları.....	47
2.3.5.Ekogirişimciliğin Önemi ve Ekogirişimciliğe Yönelme Nedenleri.....	48
2.3.6.Ekogirişimciliğin Uygulanmasında Karşılaşılan Engeller.....	49
2.3.6.1.Pazar oluşturma zorluğu	50
2.3.6.2.Finansal engeller	50
2.3.6.3.Etik.....	50
2.3.7.Türkiye’de Ekogirişimcilik.....	50
2.3.7.1. Mevcut durum analizi	50
2.3.7.2.Türkiye’de ekogirişimcilikte fırsatlar ve engeller.....	51
2.3.8. Türkiye'de Ekogirişimciliğin Geliştirilmesi İçin Öneriler	52
2.3.8.1.Bilinçlendirme.....	53
2.3.8.2.Kapasite geliştirme, iletişim ve yönlendirme.....	53
2.3.8.3.Politika ve strateji	53
2.3.8.4.Finansal mekanizmaların geliştirilmesi	54
2.4. EKOGİRİŞİMCİLİK, ÇEVREYE DUYARLI İŞLETMECİLİK VE İŞLETMELERDE ÇEVRE YÖNETİMİ İLE İLGİLİ YAPILAN ÇALIŞMALAR..	55
3.MATERYAL VE YÖNTEM.....	66
3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ.....	66
3.2. ARAŞTIRMANIN KAPSAMI	67
3.3. VERİ TOPLAMA METODU	67
3.4.ÖRNEKLEM BÜYÜKLÜĞÜNÜN SAPTANMASI	68
3.5. ARAŞTIRMANIN TEORİK MODELİ VE HİPOTEZLER.....	68
4.BULGULAR VE TARTIŞMA	70
4.1.ÖRNEKLEM ÖZELLİKLERİNE AİT GÜVENİLİRLİK VE FREKANS TABLOLARI	70
4.2.ARAŞTIRMA HİPOTEZLERİNİN TESTİ	72

4.2.1. Ekogirişimcilik Yönelimine İlişkin Faktör Analizi	73
4.3. GÜVENİRLİK ANALİZİ	76
4.4. T TESTİ ANALİZİ	77
4.4.1. Ekogirişimcilik Yönelimi ile Cinsiyet Arasındaki İlişkinin Bağımsız Örneklem T Testi İle İncelenmesi.....	77
4.4.2. Ekogirişimcilik Yönelimi İle Öğrenim Türü Arasındaki İlişkinin Bağımsız Örneklem T Testi İle İncelenmesi.....	78
4.5.ANOVA(F) TESTİ.....	78
4.5.1. Ekogirişimcilik Yönelimi ve Yaş Arasındaki İlişi F (Anova) Testi.....	79
4.5.2. Ekogirişimcilik Yönelimi ve Sınıf Arasındaki İlişi F (Anova) Testi ...	81
4.5.3. Ekogirişimcilik Yönelimi ile Bölüm Arasındaki İlişi F (Anova) Testi	81
4.5.4.Ekogirişimcilik Yönelimi ile Ailenin Aylık Geliri Arasındaki İlişi F (Anova) Testi	82
4.6.EKOGİRİŞİMCİLİK YÖNELİMİ DEĞİŞKENLERİNE AİT KORELÂSYON, ORTALAMA VE STANDART SAPMA DEĞERLERİ	83
4.7. REGRESYON ANALİZİ.....	85
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	88
KAYNAKLAR	94
EKLER.....	102
EK A.1. ANKET FORMU	103
ÖZGEÇMİŞ.....	105

TABLOLAR LİSTESİ

Sayfa No

Tablo 2. 1.Girişimcilik Kavramının Tarihsel Gelişimi	4
Tablo 2. 2.Girişimcilerin Sahip Olması Gereken Temel Beceriler	11
Tablo 2. 3.Girişimci ile Sosyal Girişimci Arasındaki Farklar	14
Tablo 2. 4.Geleneksel Yönetim ve Çevreye Duyarlı Yönetim Karşılaştırması	32
Tablo 2. 5.Sosyal Girişimcilik, Sürdürülebilir Girişimcilik ve Ekogirişimcilik Karşılaştırması.....	40
Tablo 2. 6.Ekogirişimcilerin Özellikleri ve Türleri	46
Tablo 2. 7.Yeşil ve Sürdürülebilir Ekonomilere Geçiş Sonrası Yaşanabilecek Avantaj ve Dezavantajlar	47
Tablo 2. 8.Güçlü Yönler/Fırsatlar ve Engeller/Zorluklar İçin Türkiye’de Ekogirişimcilik	52
Tablo 2. 9.Ekogirişimcilik, Çevreye Duyarlı İşletmecilik ve İşletmelerde Çevre Yönetimi İle İlgili Literatür Çalışmalarının Özet Tablosu.....	64
Tablo 2. 10.Ekogirişimcilik, Çevreye Duyarlı İşletmecilik ve İşletmelerde Çevre Yönetimi İle İlgili Literatür Çalışmalarının Özet Tablosu Devamı	65
Tablo 3. 1.Gaziantep Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Öğrenci Sayısı	68
Tablo 4. 1.Araştırmaya Katılanların Cinsiyete Göre Dağılımı	70
Tablo 4. 2.Araştırmaya Katılanların Yaşı	71
Tablo 4. 3.Araştırmaya Katılanların Bölümü.....	71
Tablo 4. 4.Araştırmaya Katılanların Sınıfı.....	71
Tablo 4. 5.Araştırmaya Katılanların Öğrenim Türü.....	72
Tablo 4. 6.Araştırmaya Katılanların Ailelerinin Aylık Geliri.....	72
Tablo 4. 7.KMO Aralığı.....	73
Tablo 4. 8.KMO ve Barlett Testi Sonuçları	73
Tablo 4. 9.Ekogirişimcilik Yönelimi Değişkenlerine Ait Faktör Analizi.....	74
Tablo 4. 10.Ekogirişimcilik Yönelimine Ait Faktörlerin Güvenirlilik Katsayıları.....	75
Tablo 4. 11.Güvenirlilik Aralığı.....	76
Tablo 4. 12.Değişkenlere Ait Alfa Katsayıları, Ortalama, Standart Sapma	76
Tablo 4. 13.Ekogirişimcilik Yönelimi ve Cinsiyet Değişkeni –T Testi.....	77
Tablo 4. 14.Ekogirişimcilik Yönelimi ve Öğrenim Türü Değişkeni –T Testi.....	78
Tablo 4. 15.Yaş Gruplarına İlişkin Levene Testi.....	79
Tablo 4. 16.Ekogirişimcilik Yönelimi ve Yaş Anova Tablosu.....	79
Tablo 4. 17.Ekogirişimcilik Yönelimi ve Yaş Tukey Testi	80
Tablo 4. 18.Ekogirişimcilik Yönelimi ve Sınıf Levene Testi	81
Tablo 4. 19.Ekogirişimcilik Yönelimi ve Sınıf Anova Tablosu	81
Tablo 4. 20.Ekogirişimcilik Yönelimi ve Bölüm Levene Testi	82
Tablo 4. 21. Ekogirişimcilik Yönelimi ve Bölüm Anova Tablosu	82
Tablo 4. 22. Ekogirişimcilik Yönelimi ve Ailenin Aylık Geliri Levene Testi	83

Tablo 4. 23.Ekogirişimcilik Yönelimi ve Ailenin Aylık Geliri Anova Tablosu.....	83
Tablo 4. 24.Korelasyon Katsayı Aralıkları	84
Tablo 4. 25.Faktörlere İlişkin Korelasyon Katsayıları.....	84
Tablo 4. 26.Çevresel Bilinç, Çevresel Duyarlılık ve Ekogirişimciliğın Güçlü Yapısının Regresyon Sonuçları.....	86
Tablo 4. 27.Araştırma Hipotezlerinin Sonuçları	87

ŞEKİLLER LİSTESİSayfa No

Şekil 2. 1.Çağdaş Girişimciliğin Gelişim Süreci	5
Şekil 2. 2.Girişimciliği Etkileyen Faktörler	15
Şekil 2. 3.Ailenin Girişimcilik Üzerine Etkisi	17
Şekil 2. 4.Sürdürülebilirlik Çerçevesinde Ekonomik Faaliyetler ve Çevresel Etkiler İlişkisi	31
Şekil 2. 5.Çevresel Strateji Türleri.....	36
Şekil 2. 6.Kurumsal Çevre Yönetimi Yaklaşımı	41
Şekil 2. 7.Ekogirişimciliği Etkileyen Faktörler.	45
Şekil 2. 8.Çevre Politikalarına Kaynak Olan Güçlerin Tarafları	49
Şekil 3. 1.Araştırmanın Teorik Modeli	69

KISALTMALAR

- BS 7750** :İngiliz Standardı (British Standart 7750)
- ÇAYDA** : Çevre, Atmosfer, Yer ve Deniz Bilimleri Araştırma Kurumu
- ÇYS** : Çevre Yönetim Sistemi
- EMAS** :Eko-Yönetim ve Denetim Planı(Eco-Management AuditScheme)
- İŞKUR** :İş Kurumu
- ISO** :Uluslararası Standart Organizasyonu
- KALDER** :Kalite Derneği
- KOBİ** :Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler
- KOSGEB** :Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
- TÜBİTAK** :Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
- TTGV** :Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı
- STÜ** :Sürdürülebilir Tüketim ve Üretim

BİRİNCİ BÖLÜM GİRİŞ

1.1. GİRİŞ

Toplumların gelişmesinde büyük katkısı olan girişiciliğin önemi günümüzde daha da artmıştır. Bu nedenle girişimcilik, ekonomik kalkınmada ve istihdam sağlamada çok önemli bir faktör haline gelmiştir. Özellikle küreselleşmeyle girişimciler kurmuş oldukları işletmeler ile kendilerine değer katacak ve rekabet avantajı sağlayacak faaliyetlere yönelmeye başlamışlardır. Girişimcilerin bu yönelimleri ekonomiyi ve istihdamı iyi etkilerken doğal çevre üzerinde bir takım geri dönüşümü olmayan tahribatlara yol açmıştır. Doğal alanların yok olması, kaynakların tükenmesi, küresel ısınma vb. durumlar, işletmelerin faaliyetleri sırasında çevreyi dikkate almadığı için karşılaşılan durumlardır. İnsanların bu olumsuz etkilerin kitlesel düzeye ulaştığının farkına varmasıyla toplumda çevre bilinci artmış ve işletmeler faaliyetlerinde çevreyi dikkate almak zorunda kalmışlardır. Bu durumda girişimciler de faaliyetlerinde çevreyi dikkate almaya başlamışlardır. Devlet tarafından çıkarılan yasa ve yönetmelikler, değişen tüketici istekleri, çevreye duyarlı anlayışı benimseyen işletmelerin sahip oldukları rekabet avantajı vb. nedenler girişimcileri bütün faaliyetlerinde çevreyi dikkate alma konusunda itici bir güç olmaktadır. Bu yüzden üretim faaliyetinin tüm aşamalarında yer alan girişimcilerin bütün faaliyetlerinde doğal çevreyi dikkate alması kaçınılmaz olmuştur. Bütün bu faaliyetlerle birlikte ekonominin merkezinde bulunan girişimcilerin çevreye daha duyarlı olması ve tüm faaliyetlerinde çevreyi dikkate alması anlamına gelen ekogirişimcilik kavramı önem kazanmıştır. Ekogirişimcilik kavramı, artan çevre duyarlılığı ile ortaya çıkan bir kavramdır. Girişimcilik ve ekolojik kavramlarının birleşmesiyle oluşan ekogirişimcilik kavramı, girişimcilerin faaliyetlerinde çevreyi dikkate almalarını içermektedir.

Bu çalışmada genel olarak öğrencilerin demografik özellikleri; cinsiyet, yaş, bölüm, öğrenim türü, sınıf ve ailelerinin aylık geliri ve çevresel bilinç, çevresel

duyarlılık ve ekogirişimcilik ile ilgili güçlü yapısal etkilerin ekogirişimcilik yöneliminde ne derece etkili olduğu araştırılmıştır.

Yapılan bu çalışma dört bölümden oluşmaktadır. Giriş bölümü birinci bölümdür. İkinci bölümde; girişimcilik, çevre ve ekogirişimcilik kavramları açıklanmış ve konu ile ilgili daha önce yapılmış olan çalışmalar özetlenmiştir. Çalışmanın üçüncü bölümünde; çalışmanın amacı, önemi, kapsamı ve yöntemi açıklanmıştır. Çalışmanın dördüncü bölümünde; kullanılmış olan teknikler ve bu tekniklerin sonuçlarına yer verilmiştir. Son olarak da çalışmadan elde edilen bulgular ve öneriler sonuç bölümünde özetlenmiştir.

İKİNCİ BÖLÜM LİTERATÜR

2.1.GİRİŞİM, GİRİŞİMCİ VE GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI

Girişim, kar ya da fayda sağlamak için ücret karşılığında satmak amacıyla mal ve hizmet üretmek ya da fon sağlamak üzere kurulan hukuki ve finansal bir kişiliğe sahip olan, devamlı nitelikteki bir örgüttür (Bozkurt, 2011, s. 3).

Girişimci; en son teknik, yöntem ve bilgilerini kullanarak üretim faktörlerini bir araya getiren, ürün veya hizmeti üreten ve bu ürün ve hizmetleri kar amacıyla piyasaya sunan, yaptığı satış sonucu oluşan kar ya da zararı üstlenerek riski karşılayan ve ticari gelişmeyi hedefleyen kişidir (Dolgun, 2003, s. 4). Diğer bir deyişle, girişimci fırsatları değerlendirerek yeni iş alanları yaratan kişiler olarak tanımlanabilir (Cusmano, 2013, s. 38).

Girişimcilik ile ilgili birçok tanım yapılmıştır. Bunlardan birkaçı aşağıdaki gibidir.

- Girişimcilik; girişimcilerin risk alma, fırsatları kovalama, hayata geçirme ve yenilik yapma süreçlerinin tamamına verilen isimdir (Kızılgöl & İşgüden, 2008, s. 259).

- Girişimcilik; insanlar ve toplum için değer yaratan, ekonomik fırsatları yakalayan veya bu fırsatlara cevap veren bireyler tarafından ortaya konulan ve getirdiği yeniliklerle değişikliğe neden olan süreçtir (Casson, 2005, s. 327).

- Girişimcilik; yeterli zaman ve emek ayırarak mali, fiziksel ve sosyal riskleri göze alarak bağımsızlık, kişisel tatmin elde ederek değer yaratma sürecidir (Aytaç, 2006, s. 141).

- Girişimcilik; fikir ortaya koyma, bu fikirleri ürüne veya hizmete dönüştürme ve bunları pazara sunma faaliyetidir (Zhao, 2005, s. 26).

Girişimcilik, disiplinler arası bir kavram olduğu için her disiplin bu kavramı farklı tanımlamış ve böylece farklı girişimcilik tanımları ortaya çıkmıştır. Girişimcilik kavramı yönetici, idare eden, organize eden vb. yanları ile yönetim

biliminin; yatırım yapan, arzı ve talebi yönlendiren, pazarı arayan yönleri ile ekonomi biliminin; cesur, yaratıcı, yenilikçi vb. yönleriyle psikoloji biliminin ve bütün alanlarda oynadığı rol nedeniyle sosyoloji biliminin ilgi alanına girmektedir (Aykan, 2012, s. 196). Bu nedenle girişimcilik birden çok akademik disiplini ilgilendiren bir kavramdır (Landström, 2005, s. 11). Tablo 2.1’de görüldüğü üzere her yazar kendi içinde bulunduğu dönemden hareketle farklı girişimcilik tanımları yapmışlardır. Bu nedenle girişimciliğin tek bir tanımı yoktur.

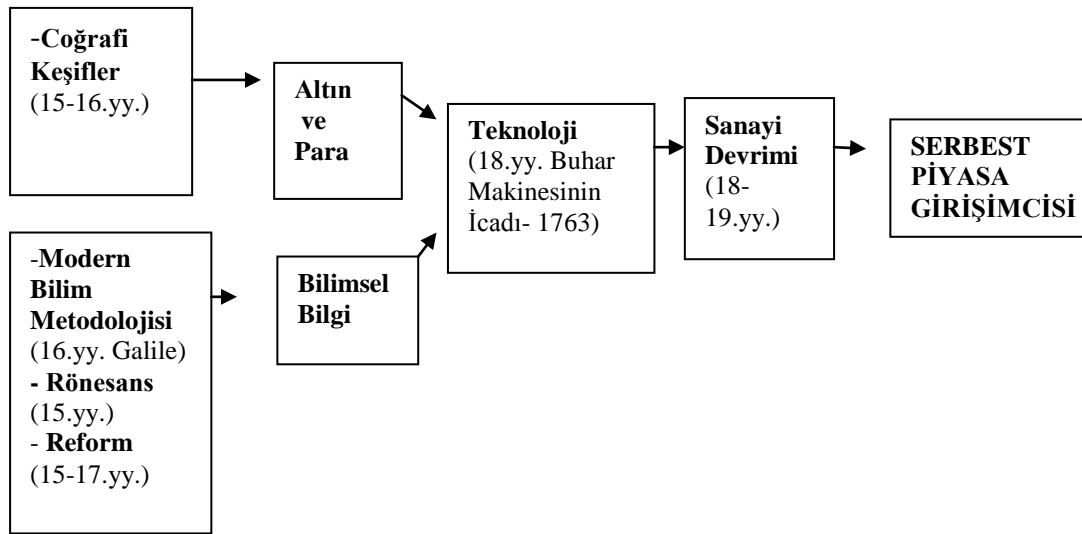
Tablo 2. 1.Girişimcilik Kavramının Tarihsel Gelişimi (Korkmaz, 2012, s. 210-211)

YIL	YAZAR	GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI
1725	Richard Cantillon	-Girişimcilik, riskleri üstlenme ve sermaye birikimi sağlama sürecidir.
1797	Beaudeau	-Girişimcilik; riskleri üstlenme, planlama, yönetme ve organize etme sürecidir.
1803	Jean Baptiste Say	-Girişimcilik, elde edilen kazançların sermaye kazançlarından ayrılmasıdır.
1876	Francis Walker	-Sermaye sağlayan ve faiz alan kişiyle, yönetsel becerilerini kullanarak kar elde eden kişi arasında ayırım yapılmasıdır.
1934/ 1950	Joseph Schumpeter	-Girişimcilik, yenilikçiliktir. Girişimcilik, yeni ürün ve yeni enerji kaynaklarından yararlanarak, endüstriyi yeniden organize etme, bir icadı kullanarak ya da eskiyi değiştirerek ürün modelinde bir devrim yapmaktır.
1961	David McClelland	-Girişimcilik, enerjik ve riskin çok olduğu bir ortamda hareket etme sürecidir.
1964	Peter Drucker	-Girişimcilik, fırsatların çoğaltılmasıdır.
1975	Albert Shapero	-Girişimcilik, bazı sosyo-ekonomik mekanizmaların organize edilerek başarısızlık riskinin kabullenilmesidir.
1980	Karl Vesper	-Girişimcilik; psikologları, ekonomistleri, işadamlarını ve politikacıları içeren bir kavramdır.
1983	Gifford Pinchot	-Girişimcilik, yeni bir organizasyon oluşturmaktır.
1985	Robert Hisrich	-Girişimcilik; kişinin psikolojik ve sosyal riskleri üstlenerek, parasal ve kişisel motivasyon karşılığında, gerekli zaman ve çabayı harcayıp, mal ve hizmet yaratma sürecidir.

2.1.1.Girişimciliğin Tarihsel Süreç İçindeki Gelişimi

Girişimcilik terimi, ilk olarak 17. yüzyılda Fransız askeri terminolojisinde, uzun askeri yolculuklara rehberlik etmeyi üstlenen kişileri ifade etmek amacıyla kullanılmıştır. İş dünyasında ise, ilk defa olarak 18. yüzyılın başlarında Fransa’da yaşayan İrlanda asıllı olan Richard Cantillon tarafından kullanılmıştır (İraz, 2005, s. 149).

Çağdaş girişimciliğin gelişim süreci aşağıdaki gibidir.



Şekil 2. 1.Çağdaş Girişimciliğin Gelişim Süreci (Ercan & Gökdeniz, 2009, s. 62)

Şekil 2.1’de görüldüğü üzere serbest piyasa girişimcisinin ortaya çıkmasında bir takım gelişmeler etkili olmuştur. Rönesans, Reform ve modern bilimle bilimsel bilgi üretilmeye başlanmış, bir yandan artan bilimsel bilgi, bir yandan da coğrafi keşifler sonucu edinilmiş olan servet birleştirilerek teknolojik ilerleme sağlanmıştır. Daha sonra buhar makinesinin icadı ve üretim sürecine dâhil edilmesiyle Sanayi Devrimi başlamış ve böylece çağdaş girişimciliğin temelleri de sanayi toplumu içerisinde atılmıştır. Daha sonraki dönemlerde serbest piyasa ekonomisine geçilmesi ile girişimciliğin hız kazanması sağlanmıştır (Ercan & Gökdeniz, 2009, s. 63).

2.1.2.Türkiye’de Girişimciliğin Tarihsel Süreç İçindeki Gelişimi

Türkiye’de girişimciliğin tarihsel gelişimi; Cumhuriyet öncesi dönem, Cumhuriyet döneminin ilk yılları, 1950-1980 dönemi ve 1980 sonrası dönem olarak ele alınabilir (Çelik & Akgemci, 1998, s. 26).

Cumhuriyet öncesi dönemde, yabancılara verilen kapitülasyonlardan dolayı serbest dış ticaret rejimi kabul edildiği için ekonominin yönetiminde yabancı girişimcilerin faaliyetleri daha fazladır. Bu durum yerli girişimcilerin iş hayatına girmesini engel olmuştur (Kaya, 2004, s. 40). Ayrıca, bu dönemde gerçek anlamda piyasada rekabet yaratmak, pazar aramak ve oluşturmak şeklinde bir politika mevcut olmaması da girişimciliğin gelişmesini engellemiştir. Cumhuriyetin kurulmasından 1950 yılına kadar olan dönemde ise; girişimcilerin sayısının az olması, var olanların

da göç ya da mübadele gibi nedenlerle kaybedilmesi girişimciliğin önündeki en büyük engellerdir. Bu nedenle Cumhuriyetin ilk yıllarında en büyük girişimci, devlet olmuştur (Öktem vd.,2007, s. 51). Bununla birlikte bu dönemin kurucuları ekonomik bağımsızlıklarını kazanmak için ulusal girişimciler grubu kurma çabasına girmişlerdir. Bu amaçla, Cumhuriyetin ilan edilmesinden 9 ay önce İzmir’de 1. İktisat Kongresi düzenlenmiştir. Bu kongrenin temel amaçlarından biri de Türk insanını girişimci yapmak olmuştur (Çelik & Akgemci, 1998, s. 26). Özellikle 1933’ten sonra devlet koruyuculuğunda bir girişimci sınıfının oluşturulması yönünde çalışmalar yapılmıştır (Ercan & Gökdeniz, 2009, s. 65). 1950-1980 dönemlerinde ise daha çok özel mülkiyetin tabana yaygınlaştırılması ve girişimciliğin desteklenmesi için alt yapı oluşturulmuştur. Bu dönemde girişimcilerin temel amaçları üretim olarak görülmekteydi; verimlilik, kalite, yönetim felsefesi ve uygun fiyat ilkelerine önem verilmemekteydi (Çelik & Akgemci, 1998, s. 27).

Genel anlamda Türkiye’de girişimcilik konusu, özellikle 24 Ocak 1980 kararlarının yürürlüğe konmasıyla önemli bir gelişme kaydetmiştir. 24 Ocak 1980 kararlarıyla ithal ikamesine yönelik kalkınma stratejisi terk edilmiş ve serbest piyasa ekonomisi çerçevesinde ihracata yönelik kalkınma stratejisine geçilmiştir. Bu strateji değişikliği ile beraber girişimciliği ve özellikle de ihracata yönelik girişimciliği destekleme politikaları uygulanmaya başlanmıştır (Müftüoğlu & Durukan, 2004, s. 8).

2.1.3.Girişimcilik Kavramının Yönetici, İşveren, Patron, Sermayedar ve Girişimci Açısından Değerlendirilmesi

Genel olarak yönetici, işveren, patron, sermayedar ve girişimci gibi kavramalar karıştırılmakta ve kesin tanımları yeterince bilinmediğinden dolayı birbirlerinin yerine kullanılmaktadır (Müftüoğlu & Durukan, 2004, s. 12). Fakat aralarında farklılık bulunmaktadır.

-Yönetici: Başkaları aracılığıyla amaçlarına ulaşmaya çalışan kişidir (Şimşek, 2008, s. 13). Diğer bir deyişle; işletme amaçları doğrultusunda beşeri, fiziki, mali ve bilgi kaynaklarını planlayan, organize eden, yöneltten ve kontrol eden kişiye yönetici denir (Arslan, 2013, s. 9). Profesyonel yönetici ise, karı ve zararı başkasına ait olmak üzere bu işi meslek olarak yapan kişidir (Şimşek, 2008, s. 13). Girişimci ile yönetici arasındaki temel farklılıkları ise şunlardır: Girişimciler daha aktif, bağımsız hareket eden, değişime pozitif bakan, fırsatları değerlendiren,

sorgulayıcı olan, risk ve yeniliğe açık kişilerken; profesyonel yöneticiler ise belirli ilke ve politikalarla hareket ederek, mevcut düzeni koruyan, risk ve belirsizliklerden uzak duran kişilerdir (Yıldırım vd, 2011, s. 192).

- **İşveren:** İşçi istihdam eden, işgücünü kiralayan ve bu özelliği ile iş görene karşı sorumluluk sahibi olan kişidir (Müftüoğlu & Durukan, 2004, s. 13).

- **Patron:** Ticari ya da sınaî olan bir işletmenin sahibi yani işverenidir. Diğer bir deyişle işletme sermayesinin büyük bir bölümünü elinde bulunduran kişidir (Müftüoğlu & Durukan, 2004, s. 14).

- **Sermayedar:** Girişimcilik ile para sahipliğinin birbirinden ayrılması gerekir. Çünkü girişimcilik paranın varlığından çok yeni üretim ve ürün tekniklerini, geniş bir vizyonu, değişikliklere karşı uyum sağlama ve risk alma kavramlarını çağırıştırır (Bozkurt, 2011, s. 7). Oysa sermayedar, sahip olmuş olduğu sermayeyi yatırım yapmak, kişilere borç vermek, hisse senedi yatırımı yapmak ve ortaklık kurmak amacıyla kullanan kişidir (Müftüoğlu & Durukan, 2004, s. 14).

2.1.4. Başarılı Bir Girişimcide Bulunması Gereken Özellikler

Başarılı bir girişimcide bulunması gereken özellikler genel olarak şunlardır: Risk alma, belirsizliğe tolerans, kişisel kontrol, fırsatçılık, yenilikçilik, yaratıcılık, proaktiflik, saldırgan rekabetçilik, başarı ve bağımsızlık ihtiyacıdır.

2.1.4.1. Risk alma

Girişimciliğin tarihine baktığımızda, risk alma ile girişimcilik kavramlarının birlikte ele alındığı görülür (Garba, 2011, s. 43). Bu nedenle de genel olarak girişimciliğin tanımı risk almaya dayandırılır ve girişimciler risk üstlenen kişiler olarak tanımlanır. Özellikle yönetici ve girişimciyi birbirinden ayırt etmek için girişimcilerin kar ya da zararı üstlendiği yönünde tanımlar yapılır (Erdem, 2001, s. 46).

Genel olarak girişimcilikte iki türlü riskten söz edilebilir. Birincisi, korku nedeniyle başarısız olma riski; ikincisi, hareketsizlik nedeniyle bir fırsatı kaçırma riskidir. Bu nedenle girişimcilerin bazı durumlarda risk alması gerekir. Çünkü risk alma davranışı işletmeleri eylemsizlik ve uyuşukluktan kurtarır. Bu bakımdan risk alma, fırsatların çabuk görülmesini ve kararların daha cesur verilmesini sağlar (Altuntaş & Dönmez, 2010, s. 54).

2.1.4.2. Belirsizliğe tolerans

Belirsiz bir durum, yeterli veri olmaması nedeniyle tam olarak yapılandırılmayan veya kategorize edilemeyen durumlardır. Belirsizlik toleransı ise girişimcinin belirsiz olan durumlara olumlu tepki verebilme yeteneğidir. Girişimci kişi, eğer belirsiz bir ortamda aldığı karara güvenip daha fazla bilgi toplamaya ihtiyaç duymuyorsa bu kişinin yüksek toleransa sahip olduğu söylenebilir (Erdem, 2001, s. 44). Bu nedenle genel olarak girişimci kişilerin belirsizliğe karşı toleransları çok yüksektir. Bu girişimci için çok önemli bir özelliktir. Çünkü girişimci kişiler bazı durumlarda hangi seçeneğin başarılı olacağı konusunda açıklık ve belirginlik olmadan karar almak durumunda kalabilirler. Eğer girişimci bu özelliğe sahipse riskli durumlarda bile karar alıp yoluna devam edebilir (Bozkurt, 2011, s. 14). Ayrıca, girişimciler her geçen gün sürekli olarak değişen bir çevre içerisinde yer aldıklarından dolayı belirsizliğe karşı tolerans düzeyinin profesyonel yöneticilere oranla daha fazla olması gerekmektedir (Korkmaz, 2012, s. 213).

2.1.4.3. Kişisel kontrol

Kişisel kontrol; girişimcinin, olayların dış etmenler tarafından şekillenmesinden çok kendi davranışları sonucunda şekillendiğine inanmasıdır. Diğer bir deyişle, kişisel kontrol girişimciye tüm olayların kendi davranışına göre şekillendiği fikrini vererek çevresel faktörlerin ve şans faktörünün olaya etkisini göz ardı etmesini sağlar (Kaya vd., 2011, s. 82-83). Böylece içsel kontrole sahip olan girişimciler, stresli durumlarda daha yapıcı ve sorun çözücü davranabilirler (Kahya & İmamoğlu, 2013, s. 7).

2.1.4.4. Fırsatçılık

Girişimciler başka insanların kaçırmış olduğu fırsatları yakalayan kişilerdir. Girişimciler, bu fırsatlara bilgi edinerek, sentezleme yoluyla ulaşırlar. Çünkü bilgi sayesinde girişimciler düşük ve yüksek riskli yatırımları, yatırımın sınırlılıklarını ve fırsatları öğrenirler. Ayrıca bilgi sayesinde yenilikçi ve yaratıcı olabilirler, gerekli kaynakları bulabilirler, işini şansa bırakmayarak bilinçli ve disiplinli bir şekilde hareket edebilirler. Bu nedenle, başarılı girişimciler kaynaktan, stratejiden ve yapıdan çok fırsatlar üzerine odaklanırlar (Kaya vd., 2011, s. 83).

2.1.4.5.Yenilikçilik

Yeni ve değişik bir şey yapmak anlamındaki yenilikçilik Latince’de ‘innovane’ kökünden gelmektedir. Yabancı yazında ‘innovation’ şeklinde adlandırılırken Türkçe yazında yenilenme, yenilikçilik olarak ifade edilmektedir (Erdem vd.,2011, s. 82).

Yenilikçilik; bir fikir ya da kavramı, ürün ya da hizmete dönüştürme olarak tanımlanabilir (Korkmaz, 2012, s. 213). Diğer bir deyişle, yenilikçilik; bilginin, örgütsel faaliyetleri yerine getirmek için değer yaratan yeni ürün, kaynak, süreç, hizmet, yönetim tekniği ve teknoloji biçiminde somutlaştırarak değiştirilmesi, birleştirilmesi ve ticari değer kazandırılması sürecidir. Yenilik, hangi alanla ilgili olursa olsun yeni fikir ve faaliyetlerin oluşması, gelişmesi ve benzersiz ya da farklı ürünler yaratılarak uygulanması ile ilgili bir kavramdır (Altuntaş & Dönmez, 2010, s. 53-54). Bu nedenle, yeni bir şey yaratmak olan yenilikçilik bir girişimcinin en zor olan işlerinden biridir. Çünkü yenilikçilik, yaratma ve tasavvur etmenin ötesinde işi etkileyen çevresel koşulları da anlama yeteneği gerektirir (Güney & Nurmakhamattuly, 2007, s. 67).

Girişimcilik tanımlarında yenilikçiliğin önemli olmasının nedeni; girişimcinin beklenmedik durumlarda ortaya çıkan sorunları çözmeye yeteneğinin yenilikçilikle ilgili olmasıdır. Çünkü yenilikçilik aynı zamanda tüm işletme risklerinin başarı ile sonuçlanmasını sağlar (İrmiş & Özdemir, 2011, s. 139).

2.1.4.6.Yaratıcılık

Yaratıcılık; bilginin alınması, yeni bir şekil verilmesi ve yeniden düzenlenmesi sürecidir (Başar vd.,2013, s. 49). Diğer bir ifade ile yaratıcılık; daha önceden görülmemiş yöntemlerle, başarmaya neden olacak faktörleri sağlayacak yeni alternatifler araştırmaktır (Yurtseven, 2001, s. 40). Yaratıcılık, yenilik ve girişimcilik için başlangıç noktasını ifade eder ve yeni ve faydalı fikirlerin üretilmesini sağlar. Bu nedenle, başarının elde edilmesinde ve farklılıkların ortaya konulmasında yaratıcılık, önemli bir unsurdur (Karcıoğlu, 2013, s. 102).

2.1.4.7.Proaktiflik

Proaktiflik, örgütlerin ticari faaliyetleri esnasında pazarda lider olma girişimleri açısından rakiplerinden önce yeni ürün, hizmet, teknolojileri ve yönetim tekniklerini görmesi ve sunması ile ilgili bir kavramdır. Proaktiflik, öncü olmayı ve

çevresel değişikliklerden geri kalmayarak risk almayı da içerir (Altuntaş & Dönmez, 2010, s. 55).

2.1.4.8.Saldırgan rekabetçilik

Saldırgan rekabetçiliğin kökeni, girişimci olan işletme sahiplerinin kendilerini değerlendirebilmek amacıyla rekabetten hoşlanmalarına ve bunun için çaba göstermelerine bağlanabilir. En basit tanımıyla saldırgan rekabetçilik, işletmenin kendi egemenliğini rakiplerine kabul ettirebilmek amacıyla bilinçli olarak alışılmadık yöntemlerle rakibi yok etme istek ve eğilimidir (Altuntaş & Dönmez, 2010, s. 55).

2.1.4.9.Başarı ihtiyacı

Başarı ihtiyacı, girişimcilik davranışını etkileyen en önemli özelliklerden biridir. Başarma ihtiyacı girişimciğe aşağıda belirtilen şekilde katkı sağlamaktadır (Korkmaz, 2012, s. 212).

- Kişileri, girişimciliğe teşvik etmektedir.
- Kişilerin, kontrollü riskleri üstlenmesini sağlamaktadır.
- Kişilerin, problem çözme becerisinin gelişmesini sağlamaktadır.
- Amaçların belirlenmesine katkıda bulunmaktadır.

2.1.4.10.Bağımsızlık ihtiyacı

Bağımsızlık ihtiyacı; girişimcinin kendi potansiyelini gerçekleştirebilme, kendi hedefleri ve sınırlarını tayin ve kontrol etme olarak tanımlanabilir (Kahya & İmamoğlu, 2013, s. 6).

2.1.5.Girişimcilik Becerileri

Ülke ekonomisinin büyümesinde, yönetiminde ve gelişmesinde önemli rol oynayan girişimcilerin, kurmuş oldukları işletmelerin başarısını ve devamlılığını sağlamaları için belli yetenek ve özelliklere sahip olmaları gerekmektedir (Aykan, 2004, s. 214).

Tablo 2. 2.Girişimcilerin Sahip Olması Gereken Temel Beceriler (Kaya vd., 2011, s. 81)

Teknik Beceriler	Yönetsel Beceriler	Bireysel Beceriler
-Teknoloji -Teknik yönetim bilgisi -Örgütlenme -Şebeke kurabilme -Yetiştirici olma -Takım oyuncusu olma -Dinleyici olma -Çevresel gözlem -Kişiler arası ilişki -Sözlü İletişim	-Pazarlama -Finans -Muhasebe -Yönetim -Denetim -Yönetim -Sorun çözme -Amaçları belirleme -Karar verme	-Risk alma -Yenilik yapma - Kararlı olma -Öngörü sahibi olmak -Değişimi yönetmek ve tesis etmek -İçsel denetim

Tablo 2.2'ye göre girişimcilerin sahip olması gereken beceriler şunlardır: Teknik, yönetsel ve bireysel beceriler. Teknik beceriler içerisinde yer alan kişiler arası ilişkiler becerisi son zamanlarda önem kazanan kavramlardan biridir. Yönetsel beceriler, genelde bir yöneticide bulunması gereken temel ve teknik becerilerdir. Bireysel beceride ise; yenilikçilik, risk almak, değişimi yönetmek gibi beceriler bilgi çağında bir girişimcide bulunması gereken önemli becerilerden sayılmaktadır (Kaya vd., 2011, s. 81).

Günümüzde girişimcilik becerilerinde yukarıdakilerin dışında pazar odaklı olmak da vardır. Ancak, bu durumu birçok girişimci başaramamaktadır. Pazar odaklı girişimcilikte; bireysel, kurumsal, teknik ve pratik bilgiye sahip olma, bunu dışında hedef pazardaki müşteri ihtiyaçlarına odaklanma vardır (Yıldırım vd., 2011, s. 194).

2.1.6.Girişimcilik Türleri

Birçok girişimcilik türü bulunmaktadır. Bunların en çok bilinenleri ise şunlardır: Fırsat girişimciliği, yaratıcı girişimcilik, kadın girişimcilik, orijinal girişimcilik, iç girişimcilik, sosyal girişimcilik ve yatırımcı girişimciliğidir.

2.1.6.1. Fırsat girişimciliği

Fırsat girişimciliği, girişimcinin pazardaki mevcut fırsatları görmesi ya da bu potansiyel fırsatları sezerek, mevcut olan bir mal ya da hizmeti pazara sunmasıdır (Küçük, 2005, s. 37).

2.1.6.2.Yaratıcı girişimcilik

Yaratıcı girişimcilik; yeni olan bir buluşu ya da icadı, ya da pazarda mevcut olan mal ve hizmetleri fiyat, kalite vb. yönlerden iyileştirerek pazarda sunulmasıdır (Küçük, 2005, s. 37).

2.1.6.3.Kadın girişimcilik

Kadın girişimcilik; ev dışı bir mekânda kendi adına kurmuş olduğu bir işletmesi olan, bu işletmede tek başına ya da birlikte çalıştırmış olduğu diğer kişilerle çalışan, iş ile ilgili olarak çeşitli kamu ve özel kuruluşlarla temasa geçen, işletme ile ilgili planlar yapan, elindeki gelir üstünde yatırım ve kullanım alanlarında söz sahibi olan ve işletmesi adına tüm riskleri üstlenen kişidir (Soysal, 2010, s. 90).

2.1.6.3.1.Kadın girişimcilerin sorunları

Kadınların girişimcilik faaliyetlerinde karşılaştıkları sorunlar iki şekilde ele alınabilir. Bunlardan birincisi kadın olmaktan kaynaklanan sorunlardır. Bunlar şu şekilde sıralanabilir: Kadının yerinin evi olduğu ve eşinin izni olmadan herhangi bir girişimde bulunamayacağını dikkate alan ataerkil toplumlarda var olan geleneksel inanç ve baskı; cinsiyete dayalı rol ayrımcılığı; kadınların sırf cinsiyetinden dolayı yükselememesi yani cam tavan engeli; kadının genel olarak erkeklerden daha düşük pozisyonda bulunması; yasalardan kaynaklanan engeller; iş yaşamında kadınlarda yönelik güvensizlik, tecrübe eksikliği ve başarısızlık beklentisi; kadınları iş yaşamı ile özel yaşamı arasındaki rol çatışması; eğitim düzeylerinin düşük olması; kadınların hem ev işi ve hem de çocuk dolayısıyla kendi girişimsel yeteneğini geliştirecek yeterli zamanın olmaması ve kadınların gerekli sermayeye sahip olmamasıdır. Kadınların girişimcilik faaliyetlerinde karşılaştıkları ikinci sorun ise iş ve çevresel şartlardan kaynaklanan sorunlardır. Bunlar: kadın girişimciliği konusunda dünya genelinde bütüncül bir bakışın sağlanamaması, örgütlenememe sorunu, koordinasyon zorlukları ve politika geliştirme ve uygulama konusundaki engellerdir (Soysal, 2010, s. 77-78). Kadın girişimcilerin önünde bu kadar engel olmasına rağmen, ekonomiye müthiş bir katkısı vardır. Ama bu katkıya rağmen kadınlar ve erkekler arasında girişimciliğe yönelim açısından büyük oranda fark vardır. Erkeklerle karşılaştırıldığında, kadınların girişimcilik için daha düşük eğilimlerinin olduğu görülmektedir (Garba, 2011, s. 39).

2.1.6.4. İç girişimcilik

Genel olarak, var olan bir örgüt içerisinde girişimcilik ve yenilikçilik faaliyetlerinin toplamını ortaya koyan iç girişimciliğin temelinde, girişimcilik düşüncesinin örgüt içine doğru çevrilmesi vardır (Naktiyok & Bayrakkök, 2006, s. 78-79). Bu nedenle; iç girişimcilik var olan işletme içerisinde yeni bir girişim yaratmaya yol açan girişimsel faaliyetleri desteklemeyi, işletmenin ana fikrini yenilemeyi ve işletmeyi dönüştürmeyi amaçlar (Sharma & Chrisman, 1999, s. 13).

İç girişimcilik faaliyetlerinin gelişmesiyle işletmelerin verimlilik ve karlılıklarının artması, ekonomik bakımdan büyümesi ve günümüz küresel pazar koşullarında rekabet güçlerini korumaları ve artırmaları sağlanacaktır (Ağca & Kandemir, 2008, s. 211). Bu nedenle iç girişimcilik rekabet avantajı sağlamak için önemli bir araçtır (S.Hornsby vd., 2002, s. 254).

2.1.6.4.1. Bağımsız girişimcilik ve iç girişimcilik arasındaki farklar

Girişimcilik/ bağımsız girişimcilik ve iç girişimcilik arasında kaynaklar, uygulanan stratejiler ve finansal performans seviyesi bakımından farklılıklar vardır. Kaynakların elde edilişi bakımından karşılaştırıldığında iç girişimciler ihtiyaç duyduğu kaynakları ana firma ya da sponsor firmadan temin edebilirler; bağımsız girişimcilerin ise böyle bir avantajı yoktur. Bağımsız girişimciler fonlarını dış kaynaklardan temin etmek zorundadırlar (Ağca & Yörük, 2006, s. 164-166). Fon sağlama dışında iç girişimciler, mevcut işletme tarafından edinilmiş ticaret unvanı, pazarlama yetenekleri ve marka ismi gibi maddi olmayan kaynakları kullanma avantajına da sahiptir. Girişimciler ise kaynak sınırlamalarıyla karşılaşmaktadır. İç girişimci içinde bulunduğu işletmenin marka imajını kullanırken, girişimci kendi marka imajını geliştirmek zorundadır (Gürel, 2012, s. 68).

2.1.6.5. Orijinal girişimcilik

Orijinal girişimcilik, girişimcilerin kendi algı, sezgi, güç, yetenek, beceri ustalık ve bilgilerini kullanarak hayallerini gerçekleştirmek için harekete geçtikleri ve ilk defa sıfırdan başlayarak kurdukları girişimlerdir. Bu girişimciliğin tanımlanmasında belirleyici ve ayırt edici etmen ilk defa ve orijinal olma özelliğidir (Kaya vd., 2011, s. 78).

2.1.6.6. Yatırımcı girişimcilik

Yatırımcı girişimcilik de stratejik nitelikte olan kararları girişimci alırken; sadece rutin nitelikteki işlerin yürütülmesi görevi yöneticilere bırakılmıştır. Bu girişimcilik türünde aile üyeleri çoğunluktadır. Aile üyeleri ve işletme ortaklarının fikirlerinden yararlanılır; fakat son söz girişimcidedir (Kaya vd., 2011, s. 79).

2.1.6.7.Sosyal girişimcilik

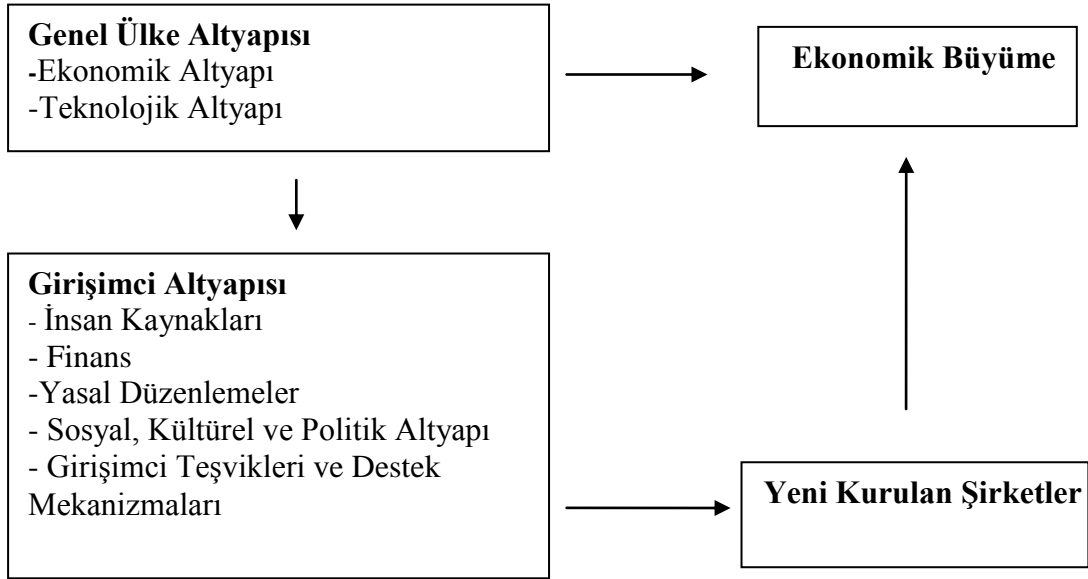
Sosyal girişimcilik, kar amacı gütmeyen işletmelerin sosyal fayda yaratmak ve finansman sağlamak için gerçekleştirdiği bir takım faaliyetlerdir (Özdevecioğlu & Cingöz, 2009, s. 84). Sosyal girişimciler, kamu ve özel sektör tarafından doldurulmamış bir boşluk bulur ve bu boşluğu doldururlar (Sharir & Lerner, 2006, s. 7). Bu nedenle, sosyal girişimciler kar amaçlı faaliyetlere diğer amaçlarına ulaşmak için katılırlar (Mair & Martı, 2006, s. 38). Tablo 2.3'de girişimci ile sosyal girişimci arasındaki bir takım farklılıklara karşılaştırılmıştır

Tablo 2. 3.Girişimci ile Sosyal Girişimci Arasındaki Farklar (Özdevecioğlu & Cingöz, 2009, s. 91)

GİRİŞİMCİ	SOSYAL GİRİŞİMCİ
- Girişimciler yeni ihtiyaçlara odaklanma eğilimindedirler.	- Uzun dönemli amaçlara yeni yaklaşımlarla daha etkili hizmet etmeye odaklanırlar.
- Kendileri ve pay sahipleri adlarına risk alırlar.	- Pay sahipleri adına risk alırlar.
- İş ve işletme yaratma eğilimindedirler.	- Sosyal girişimci, değişim yaratma eğilimindedir.
- Girişimciyi motive eden faktörler; finansal kazanç, yeni bir iş kurma ve kendi işine başlama arzusudur.	- Temel amacı kardan çok, sosyal değişim ve kendi müşteri grubunun gelişimidir.
- Para ve saygınlık kazanmak için risk alırlar.	- Sivil toplumun ihtiyaçları için risk ve sorumluluk alırlar.
- Girişimcinin temel amacı kardır.	- Kar amaçlı faaliyetlere katılırlar, ama karı amaçlarına ulaştıracak bir araç olarak görürler.

2.1.7.Girişimciliği Etkileyen Faktörler

Girişimciliği etkileyen faktörler iki sınıfa ayrılabilir Bunlar: genel ülke altyapısı ve girişimci altyapısıdır.



Şekil 2. 2.Girişimciliği Etkileyen Faktörler -I (TÜSİAD, 2002, s. 48)

Şekil 2.2’de görüldüğü üzere girişimciler hem ülke altyapısından hem de girişimci altyapısından etkilenererek ekonomik büyümeye katkı sağlamaktadırlar.

2.1.7.1. Genel ülke altyapısı

Girişimciliği etkileyen genel ülke altyapısı, ekonomik ve teknolojik altyapı olarak ele alınabilir.

2.1.7.1.1.Ekonomik altyapı

Girişimciliği etkileyen genel ülke altyapısından birincisi ekonomik altyapıdır. İstikrarlı ekonomik ortam ve gelişen bir rekabet ortamı girişimciliği desteklemektedir. Bunun için de ekonomik ortamın ölçülmesi gerekir. Ekonomik ortamın ölçülmesi için de bir takım ekonomik performans göstergeleri kullanılabilir. Bunlara örnek olarak; gayri safi milli hâsıla, ekonomik büyüme, ihracat-ithalat oranları, firma büyüklükleri, enflasyon, faiz vb. verilebilir (TÜSİAD, 2002, s. 48-49).

2.1.7.1.2. Teknolojik altyapı

Girişimciliği etkileyen genel ülke altyapısından ikincisi teknolojik altyapıdır. Bir ülkede teknolojik yenilikler ne kadar fazla ise girişimcilerin gelişme potansiyeli de o kadar fazla olacaktır. Eğer bir ülkede teknoloji talep edilmiyor ve kullanılmıyorsa teknolojiler üretilse dahi, bu fırsatların ürün ve hizmete dönüşmesi aşamasında zorluklar ortaya çıkacaktır (TÜSİAD, 2002, s. 49).

2.1.7.2. Girişimci altyapısı

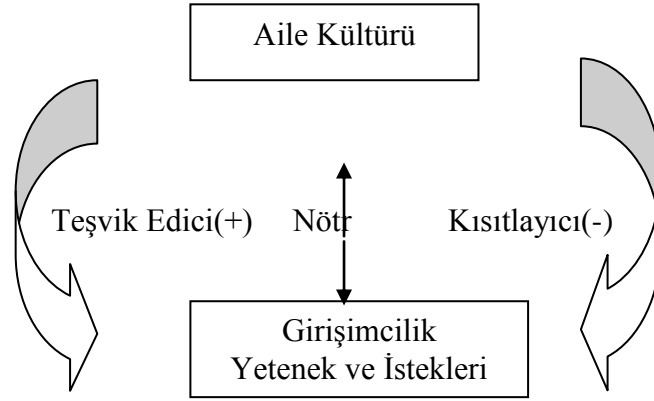
Girişimcilik altyapısı beş kategoriden oluşur. Bunlar: insan kaynakları, finans, yasal düzenlemeler, sosyal-politik-kültürel altyapı, girişimci teşvikleri ve destek mekanizmalarıdır.

- **İnsan Kaynakları:** Girişimciliğin temel taşı insan gücüdür. Bu nedenle ülkede yaşayan nüfusun özellikleri önemlidir. Bir ülkede yaşayan insanların demografik durumu, yani nüfusun yapısal özellikleri o ülkenin girişimci potansiyelinin ne olduğu yönünde bilgi verir. İstihdamın sektör olarak dağılımı, işsizlik oranı, kadın ve erkek istihdam oranları işgücünün özellikleri hakkında bilgi veren diğer etmenlerdir (TÜSİAD, 2002, s. 50).

- **Finans:** Girişimcilerin en çok ihtiyaç duyduğu kaynak, finansman geliridir. Bu nedenle, girişimciler ihtiyaç duydukları finansman kaynaklarını çok çeşitli kaynaklardan temin edebilirler. Bunlar; aile bireyleri ya da tanıdıklar, banka, devlet, sermaye piyasaları vb. olabilir (TÜSİAD, 2002, s. 50). Ancak gerekli olan sermaye girişimciliğin oluşmasında önemli bir koşul olsa da, girişimciliğin oluşmasındaki rolü abartılmamalıdır. Çünkü girişimci olmakla sermaye sahibi olmak aynı şey değildir. Sermaye girişimciliğin oluşması bakımından önemli olsa da, girişimcilik sürecini başlatma ve bu süreci devam ettirmede tek başına yeterli değildir. Yeterli sermayeye sahip olup da özel girişimcilik temelinde endüstrileşemeyen ülkelerin varlığı bu yaklaşımı desteklemektedir. Özellikle; Ortadoğu ülkeleri, Batı ülkeleri ile karşılaştırıldığında zengin bir sermaye birikimine sahip olmasına rağmen, endüstrileşememiştir. Bu durum da girişimciliğin oluşumu açısından sermayenin diğer faktörlerle birlikte ele alınması gerektiğini göstermiştir (İlhan, 2013, s. 68).

- **Yasal Düzenlemeler:** Yönetmelik karar alma ve uygulama sürecinde, bürokratik yapının niteliği de girişimciliği etkileyen faktörlerdendir. Çünkü bürokratik yapı girişimciliğin oluşmasına ve gelişmesine olumlu etki yapabileceği gibi olumsuz etki de yapabilir (İlhan, 2013, s. 70). Bürokratik yapı dışında girişimcileri ilgilendiren bir takım yasal konular da vardır. Bunlar; Fikri mülkiyet hakları (patentler, standartlar.), şirket hukuku, vergi ve çalışma hayatına yönelik yasa ve düzenlemelerdir (TÜSİAD, 2002, s. 51).

- **Sosyal, Kültürel ve Politik Altyapı:** Yazılı olan yasal düzenlemeler kadar yazılı olmayıp şirketlerin, örgütlerin ve insanların davranışlarında etkili olan, ülkelere özgü olan toplumsal, politik, ekonomik ve ahlaki boyutları olan altyapılar da girişimcilikte çok önemlidir (TÜSİAD, 2002, s. 51-52). Bunlardan ilk olarak aile aşağıdaki gibi ele alınabilir.



Şekil 2. 3. Ailenin Girişimcilik Üzerine Etkisi (İraz, 2005, s. 177)

Şekil 2.3’de görüldüğü gibi, girişimci kişiliğin oluşmasında kişilerin aile yapıları da çok önemli derecede etkili olmaktadır. Kişinin ailesinden almış olduğu eğitim, görgü, etik vb. faktörler girişimcilik istek ve yeteneği üzerinde üç türlü etkide bulunmaktadır. Birincisi teşvik edici (olumlu) etkidir. Bu etki de; aile, kişileri girişimcilik ve kendi işini kurma konusunda teşvik eder. Ailede veya yakın akraba ile aile çevresinde girişimci kişiler var ise, bu kişiler örnek gösterilir. İkincisi kısıtlayıcı (olumsuz) etkidir. Bu etkide; ailede bir takım maddi imkânsızlıkların olması ya da tarıma dayalı bir hayat, kişinin girişimci olmasını engellemektedir. Kişiyi güvenilmemesi de başarıya arzusunu törpülemektedir. Üçüncüsü ise kararsızlık yaratıcı etkidir. Burada da bazı kişiler kararsızlık yaşamaktadır. Bu kişiler genelde ailesinden gerekli eğitimleri alamayan kişilerdir (İraz, 2005, s. 177).

Girişimci kişiliğin oluşmasında ailenin dışında kişisel değerler, yaş, cinsiyet, iş tecrübesi, rol modelleri ve çevre de etkili olmaktadır. Amerika’da yapılan araştırmalarda ilk girişimde bulunma yaşının 25-40 yaş arasında olduğu görülürken; Türkiye’de yapılan araştırmada ise ilk girişimciliğe başlama yaşının 25-42 yaş arası olduğu görülmüştür. Cinsiyet açısından bakıldığında dünyada olduğu gibi Türkiye’de de erkek girişimci sayısı kadın girişimci sayısından fazladır (Bozkurt, 2011, s. 24). Bu etkenlerin dışında girişimciliğin oluşumunu sosyo-politik faktörler bağlamında siyasal sistemin niteliği de etkilemektedir. Siyasal sistemin, özgür girişimciliğe

bakışı, özel mülkiyete tanıdığı yasal statü ve uygulamadaki ekonomik sistem girişimciliği etkilemektedir (İlhan, 2013, s. 74).

- **Girişimcilik Teşvikleri ve Destek Mekanizmaları:** Girişimciler pazarlama, finansman ve yönetim gibi alanlarda bir takım sorunlarla karşılaşmaktadır (OKA, 2011, s. 8). Bu nedenle girişimcilerin sayısını artırmak ve şirket kuruluşlarında girişimcilere destek olmak için hem devlet tarafında hem de bölge yönetimleri tarafından uygulanan birçok kamu veya özel sektör destekli programlar vardır. Bu destek programları genelde eğitim desteği, finansman desteği ve firma işleyişine yönelik desteklerdir (TÜSİAD, 2002, s. 52).

Ülkemizde girişimciliği destekleyen pek çok kuruluş bulunmaktadır. Bu kuruluşlar finansman, yatırım, danışmanlık, Ar-Ge, ihracat, istihdam, pazar konularında girişimcilere destek sağlamaktadır. Bunlar: KOSGEB -Ar-Ge, İnovasyon ve Endüstriyel Destek Programı, KOSGEB-Girişimcilik Destek Programı, İŞKUR- Girişimcilik Programları, TÜBİTAK-Teknoloji ve Yenilik Odaklı Girişimleri Destekleme Programı, AB FONLARI -Girişimcilik ve Yenilik Çerçeve Programı, AB FONLARI -Turseff Kredisidir. Ayrıca özel şirketler, sivil toplum kuruluşları, çeşitli kamu kurum ve kuruluşları ve yerel yönetimler de girişimcilere destek sağlayan kuruluşlardandırlar (OKA, 2011, s. 8).

2.1.8.Girişimcilik ile İlgili Yaklaşımlar

Girişimci; çevreyi organize eder ve zaman içerisinde kültür, toplum, ekonomi, siyaset vb. faktörler girişimcinin faaliyetinin yönünü ve şeklini etkiler. Bu nedenle girişimci olmayı belirleyen üç yaklaşım vardır. Bunlar: Bireysel, çevresel ve örgütsel yaklaşımlardır (Bruyat & Julian, 2000, s. 170).

2.1.8.1.Bireysel yaklaşım

Bireysel yaklaşım; girişimcinin yetenekleri ve bireysel özelliklerine dayalı olan çalışmaları içerir (Littunen, 2000, s. 296). Bu yaklaşımı savunan araştırmacılar da bu nedenle daha çok psikolojik, demografik ve kişisel özellikler üzerinde durarak girişimciliği buna göre açıklamaya çalışmışlardır (Kaya vd., 2011, s. 80).Bu nedenle, bireysel yaklaşımı kullanan çalışmalarda temel soru şu olmuştur: Niçin belirli kişilerin işletme kurdukları ve nasıl başarılı olduklarıdır. Yapılan bazı çalışmalarda, kişilerin çocukluk döneminde yaşamış oldukları deneyimlerin, onların iş kariyerleri, kişisel ilgileri üzerinde etkili oldukları görülmüştür. Bu alanda yapılan diğer

araştırmalarda ise; ailenin ilk çocuğu olanların, eğitim seviyeleri yüksek olanların ve girişimci bir ailesi olanların girişimci olma ihtimallerinin daha yüksek olduğu görülmüştür (Durak, 2011, s. 197-198).

2.1.8.2.Çevresel yaklaşım

Bu yaklaşımı savunan araştırmacılar ise girişimciliğin temelinde kişinin bireysel özellikleri ile girişimcilik kararını etkileyen çevresel faktörlerin karşılıklı etkisinin olduğunu savunurlar. Aslında girişimciliğin sosyal, ekonomik, teknolojik, politik ve kültürel koşullara bir tepki olduğu görüşündedirler (Kaya vd., 2011, s. 81).

Çevresel yaklaşım, bireysel yaklaşımın girişimcilik üzerindeki etkisini önemsemektedir. Ancak, çevrenin de girişimcilik üzerinde etkileri olduğunu savunmaktadır. Çünkü çevre, girişimcilik faaliyetini destekleyebilir veya engelleyebilir. Aile, finansal kaynaklar, diğer bir takım alt sistemleri girişimciliği etkiler. Bunların dışında kültür, politika, ekonomi vb. diğer sosyal faktörler de girişimcilikte bir fırsat ya da tehdit oluşturabilir (Lee & Peterson, 2000, s. 403).

2.1.8.3.Örgütsel yaklaşım

Bir işletmenin yaşaması ve büyümesi için gerekli olan faktörlerden biri de işletmeyi kuran girişimcinin yönetsel bir takım özelliklere sahip olmasıdır. Çünkü bu yaklaşıma göre işletmeyi kuran girişimci, işletme kurulduktan sonraki büyüme, olgunluk ve istikrar aşamalarında başarılı yönetici özellikleriyle yer alacaktır (Durak, 2011, s. 199). Bu nedenle, bu yaklaşımın savunucuları işletme içerisinde var olan faaliyetlere odaklanırlar. Buna göre de işletme içerisindeki faaliyetlerin girişimci olmayı belirlediği görüşündedirler (Kaya vd., 2011, s. 81).

2.1.9.Girişimcinin Fonksiyonları

Örücü (2006)'ye göre günümüzde bir girişimcinin yerine getirmesi gereken faaliyetler şunlardır:

- **Yeni mal ve hizmet üretmek veya bilinen mal ve hizmetlerin kalitesini yükseltmek:** Bu alanda başarılı olan girişimciler büyük kazanç sağlayabilirler.

- **Endüstride yeni organizasyonlar gerçekleştirmek:** Bununla girişimcilerin diğer girişimcilerle işbirliğine girerek ekonomiyi etkilemeleri ifade edilmektedir. Buna holdingleşme sonucu tekelleşmenin ortaya çıkması vb. gibi birliklerin kurulması örnek olarak verilebilir.

- **Yeni pazarlar bulmak:** Girişimciler gerek ülke içinde gerekse ülke dışında yeni pazarlar bularak, mal ve hizmet satışlarını artırabilirler. Girişimciler pazar paylarını artırmak için yeni yöntemler deneyebilir.

- **Hammadde vb. maddelerin sağlanabileceği yeni kaynaklar bulmak:** Girişimciler, üretim koşullarını değiştirecek hammadde kaynaklarını bulup denetim altına alarak rekabet üstünlüğü sağlayabilirler (Örücü, 2006, s. 8).

2.1.10.Girişimcilik Aşamaları

Girişimcilik dört aşamadan oluşmaktadır. Bunlar: Yatırım hakkında düşünme, yatırım hakkında bilgilenme, başarı için planlama ve hukuki açıdan değerlendirmedir.

2.1.10.1.Yatırım hakkında düşünme(iş fikri ve fizibilite çalışması)

Bir girişimcinin yatırıma başlamadan önce yapacağı ilk şey planlamadır. Yatırım yapmadan önce girişimcinin çok ciddi düşünmesi gerekir. Bu aşamada; hedef kitleyi iyi belirlemek, rakipleri incelemek, devletin vermiş olduğu teşvikleri araştırmak, yatırımın karlılığını değerlendirmek ve gerekirse yatırımdan vazgeçmek gibi alternatifleri girişimcinin göz önünde bulundurması gerekir (Müftüoğlu & Durukan, 2004, s. 22-23).

2.1.10.2.Yatırım hakkında bilgilenme

Bilgi, her girişimcinin başarısı için hayati önem taşımaktadır. Düzenli ve önemli bilgilere ulaşma girişimcilere fırsatları görme ve uygulama konusunda yardım edecektir (Garba, 2011, s. 42). Bu nedenle herhangi bir faaliyette bulunmadan önce girişimcinin bir takım analizler yapması gerekir. Bu analizlerde girişimci kişi kendisine şu soruları sormalıdır: parasal imkânlarım nelerdir; banka ve diğer kredi kaynaklarım nelerdir; ne kadar finansmana ihtiyacım var; destek ve teşvik imkânlarından yararlanabilir miyim; yatırıma için muafiyet ve imtiyazlar nelerdir gibi (Müftüoğlu & Durukan, 2004, s. 24).

2.1.10.3. Başarı için planlama (iş planı)

İş planı, kurulması düşünülen işletmenin bütün detayları ile pazarlama fırsatları ve stratejisi, yönetim becerisi ve yeteneklerini gösteren belgedir (Başar vd., 2013, s. 91). İş planının girişimciye sağlamış olduğu bir takım faydalar

bulunmaktadır. İş planı, girişimcinin işletmeyi objektif ve eleştirel bir bakış açısıyla görmesini sağlar; iş planı, amaçların değerlendirilmesini ve planlanan ile gerçekleşen sonuçların karşılaştırılmasını sağlar; tamamlanmış bir iş planı dışarıdaki fon sağlayıcı ve yatırımcılarla iletişim sağlar ve işletme için çalışma rehberi olur (Başar vd., 2013, s. 93).

2.1.10.4.Hukuki açıdan değerlendirme

Hukuki açıdan değerlendirmede girişimci, Ticaret kanununda yer alan Adi Şirket, Limitet Şirket, Anonim Şirket, Kolektif Şirket, Komandit Şirket, Kooperatif Şirket türlerinden birini seçmelidir. Ancak buna karar vermeden önce hangi şirket türünün uygun olduğu araştırılmalı ve ona göre karar bir verilmelidir. Bu karar çok önemlidir. Çünkü girişimcinin vermiş olduğu bu karar, ödenecek vergilerden tutulacak defterlere kadar pek çok konuda işletmeyi etkileyecektir (Müftüoğlu & Durukan, 2004, s. 26).

2.1.11.Girişimci Olma Sebepleri

Kişilerin bir girişim yaratma eğiliminde; mevcut yaşam tarzı, çocukluk, aile çevresi, eğitim, yaş, iş deneyimi ve destek ağları gibi unsurları içeren bir takım itme ve çekme faktörleri etkili olmaktadır. Bazı kişiler kariyer planlarındaki olumsuz gelişmeler, istihdam edilmemesi ve çalıştığı işteki memnuniyetsizliği nedeniyle girişimcilik eğilimine itilmektedir. Bazı kişiler ise, yeni iş olanaklarını keşfetme, yeni fırsatlar ve eğitim vb. faktörlerin etkisiyle girişimcilik eğilimine doğru çekilmektedir (Erbatu, 2008, s. 16).

İnsanları girişimci olmaya yönlendiren etmenler genel olarak şunlardır: Ekonomik seviyeyi yükseltmek, yeni ürün ve fikirleri uygulamak, sosyal statü kazanmak ve bağımsız çalışma isteğidir (Garba, 2011, s. 47).

- **Ekonomik Seviyeyi Yükseltmek:** Çalışılan her işte maksimum ücretin bir sınırı vardır. Kişinin yeteneği ve deneyimi ne olursa olsun insanların daha fazla gelir elde etmesine olanak yoktur. Ama bir kişi tek başına işletmeye sahip olursa karın tamamı kendisinin olacaktır. Pek çok insan da sürekli kazanç elde etmek için işletme kurar (Bozkurt, 2011, s. 15).

- **Yeni Ürün ve Fikirleri Uygulamak:** Girişimci ruha sahip olan insanları en önemli özelliklerinden biri başarı arzularının yüksek olmasıdır. Rutin olan işlerden

hoşlanmayan bu kişiler yeni ürün ve fikirler üretmeyi tercih ederler. Ürettikleri fikirler yeni girişimler olarak faaliyete geçer (Bozkurt, 2011, s. 16).

- **Sosyal Statü Kazanmak:** İyi bir iş ya da unvana sahip olmak, toplum gözünde girişimcilere verilen değer olarak algılandığından kişilerin sosyal statülerinde olumlu etki yapar. Kişileri işletme kurmaya ve çalıştırmaya iten en önemli motivasyon kaynaklarından biri de kişinin yaşadığı yerde işadamı unvanı ile anılmasıdır (Bozkurt, 2011, s. 16).

- **Bağımsız Çalışma İsteği:** Birçok insan başkasına bağlı olarak çalışmak istemez. Kişinin kendi işini kurmasının nedeni kendi kendinin patronu olmak yani özgür olmak istemesinden kaynaklar. Ayrıca kişiler çalışanlarına hükmetmek ve nüfuz sahibi olmak içinde kendi işlerini kurarlar (Bozkurt, 2011, s. 16).

2.1.12.Girişimcilikte Başarı Faktörleri ve Başarısızlık Nedenleri

Girişimcilikte, girişimcilerin başarı ve başarısızlığa neden olan bir takım faktörler bulunmaktadır.

2.1.12.1. Girişimcilikte başarı faktörleri

Girişimci kişilerin, girişim faaliyetlerini yerine getirirken başarılı olmasını sağlayacak bir takım faktörler bulunmaktadır. Bunlar: İş olanağının bulunması, işe başlamak için uygun zamanın seçilmesi, yönetim yeteneği ve tecrübesi, öz sermaye/kredi olanakları ve riske karşı sigortadır.

2.1.12.1.1.İş olanağının bulunması

Girişimcilikte başarılı olunabilmesi için, insanların ihtiyaç duyduğu bir alanda yatırımın olmaması gerekir ya da mevcut yatırımların müşteri ihtiyaçlarını yeterince tatmin etmemesi gerekir (Küçük, 2005, s. 44). Böyle bir ihtiyacın karşılanıp karşılanmadığını herkesten önce fark etmek bir girişimcilik özelliğidir. Ama burada önemli olan herkesin göremediğini görmek değil, başkalarının görse de yapmadığı işi yapmaktır (Bozkurt, 2011, s. 17).

2.1.12.1.2.İşe başlamak için uygun zamanın seçilmesi

Girişimcilikte en önemli başarı faktörlerinden biri de yatırıma başlamadan önce uygun bir zamanı seçmektir. Girişimci yatırım yapacağı alanda yatırım yapmak için en uygun dönemi seçmelidir (Küçük, 2005, s. 45).

2.1.12.1.3.Yönetim yeteneği ve tecrübesi

Yönetim, çok geniş alanları kapsayan bir kavramdır. Sadece insanların yönetimi değil, işyerindeki bütün kaynakların planlanmasını, yönlendirilmesini ve koordine edilmesini kapsayan, geniş kapsamlı bir kavramdır. Yönetim sanat mıdır yoksa bilim midir konusunda çok tartışma vardır; fakat girişimcinin taşıması gereken en önemli niteliklerden birisinin yönetim yeteneği olduğu söylenebilir (Küçük, 2005, s. 45). Bu nedenle de yönetim becerisine sahip olmak ve eğitim girişimcilikte çok önemlidir (Garba, 2011, s. 42).

2.1.12.1.4.Öz sermaye ve kredi olanakları

Bir girişimcinin işe başlamadan önce, iş için gerekli olan sermaye tutarını gerçekçi bir şekilde hesap etmesi gerekir. Girişimci gerekli olan kaynağın tamamına sahip olmayabilir. Ancak, ihtiyaç duyduğu sermayenin kendi olanaklarını aşan kısmını, kredi veya çeşitli borçlanma yöntemleri ile de elde edilebilir (Küçük, 2005, s. 46).

2.1.12.1.5.Riske karşı sigorta

Riske karşı sigorta, girişimcinin gelişmelere hazırlıklı olmasını ve değişikliklere karşı uyum sağlamasını ifade eder. Bunlar, girişimcinin doğacak fırsatları değerlendirmesi, işletmenin düşebileceği sıkıntıları dikkate alması, işletme kaynaklarının sigorta kapsamına alınması (yangın, doğal afet vs.) şeklinde olabilir (Küçük, 2005, s. 46).

2.1.12.2. Girişimcilikte başarısızlık nedenleri

Girişimcilerin, faaliyetlerini yerine getirirken başarısız olmalarına neden olan bir takım etmenler vardır. Bunlar: Kuruluş yerinin iyi seçilmemiş olması, rekabet faktörlerinin dikkate alınmaması, sermaye yetersizliği, kişisel unsurlar ve yetersiz zamandır.

2.1.12.2.1.Kuruluş yerinin iyi seçilmemiş olması

Girişimciler açısından kuruluş yeri seçimi, detaylı inceleme ve araştırma gerektiren en önemli aşamadır (Küçük, 2005, s. 47). Bu nedenle, girişimcinin faaliyette bulunacağı yeri seçerken o yerle ilgili inceleme ve araştırmalarını kusursuz bir şekilde yapması gerekir. Ayrıca girişimci, bu konuyla ilgili diğer tesislerin kuruluşlarını incelemeli, çeşitli istatistik bilgilerinden yararlanmalıdır (Bozkurt, 2011, s. 19).

2.1.12.2.2.Rekabet faktörlerinin dikkate alınmaması

Pazara yeni giren girişimci, kendi kaynaklarını, rakiplerini, içinde bulunduğu piyasanın yapısını da göz önünde bulundurarak mal ve hizmetlerini sunabileceği bir hedef pazar belirlemelidir. Girişimci, faaliyet göstereceği pazarı belirlemeden önce, rakiplerini araştırmalı ve Swot analizi yaparak rakiplerinden üstün ve zayıf yönlerini ortaya koymalıdır. Buna bağlı olarak da rekabet edebileceği bir pazarı seçmelidir (Küçük, 2005, s. 48).

2.1.12.2.3.Sermaye yetersizliği

İşletme kurma kararı, özellikle belirsizliğin çok yoğun olduğu ortamlarda çok yönlü değerlendirme yapmayı ve birçok riski göze almayı gerektirir. Bu süreçteki en önemli problem girişim için gerekli olan finansmanın sağlanmasıdır. Farklı finansman kaynaklarının belirlenmesi, bunların sağlanması, seçilmesi, planlanması ve yönetimi girişimciler için önemle üzerinde durulması gereken konulardandır (Başar vd., 2013, s. 109).

2.1.12.2.4.Kişisel unsurlar

Girişimcinin başarısızlığında yukarıdaki unsurların yanı sıra bizzat girişimciden kaynaklanan yetersizlikler de etkili olmaktadır. Kişisel unsurlar olarak adlandırılan bu faktörler ticari ve teknik bilgi yetersizliği ve hazırlıklı olmadan işe başlamaktır (Bozkurt, 2011, s. 20).

- **Ticaret bilgisinin yetersizliği:** Ticaret bilgisinin yetersiz olması da girişimcilikte başarısızlık nedenlerinden biridir. Her girişimci aynı seviyede ticaret bilgisine sahip değildir. Bazı girişimciler aileden gelen bir ticaret bilgisine sahipken, bazıları da bu konuda eğitim alarak belli bir birikime sahip olabilirler (Küçük, 2005, s. 49).

- **Hazırlıklı olmadan işe başlamak:** Yeterince deneyime sahip olamayıp ve aynı zamanda gereken hazırlıkları yapmaksızın kişilerin bir işe başladıkları görülmektedir. Cesaret girişimci açısından çok önemli bir özelliktir. Toplumumuzda girişimcinin sermayesinin yüzde doksanının cesaret olduğu şeklinde yaygın bir görüş vardır. Fakat sadece cesaretle iş hayatına başlamak cesaretin sağlamış olduğu avantajı riske dönüştürmek demektir (Küçük, 2005, s. 50).

2.1.12.2.5.Yetersiz zaman

Özellikle dinamik olan piyasalarda tüketicilerin zevk ve tercihleri çok kısa süre içerisinde önemli değişiklikler gösterebilmektedir. Böyle durumlarda,

girişimcinin düşünmesi için çok vakit olmayabilir. Zamanın uzun tutulması, bazı fırsatların kaçırılmasına neden olabilir (Küçük, 2005, s. 50).

2.1.13.Girişimciliğin Önemi

Girişimcilik; gelişmemiş ekonomilerde yapılanmaya, gelişmekte olan ekonomilerde kalkınmaya ve gelişmiş olan ekonomilerde ise dinamizm, yenilik zenginlik ve refah yaratan bir kavramdır. Çünkü girişimciler; yeni işletmeler kurarak, sosyal iyileşmeler sağlayarak ve yeni işler yaparak gayri safi milli hâsılaya katkıda bulunarak ekonomik değer yaratırlar. Ayrıca girişimcilik işsizlik sorununa önemli bir çözüm sunar. Girişimci kişiler, üretim kaynaklarını düşük üretkenlik alanlarından yüksek üretkenlik alanlara aktarılmasına yardım ederler ve böylece üretim kaynaklarını yeni bir tarzla birleştirerek kullanılmayan üretim faktörlerinin kullanılmasına yardım ederler. Kullanılmakta olan üretim faktörlerini ise daha verimli ve değişik şekillerde kullanarak toplumsal fayda sağlarlar (Kurt vd., 2006, s. 103-104). Bu nedenle, girişimciler son iki yüz yıldır önem kazanarak ekonominin merkezi haline gelmişlerdir. Bu önem kazanmanın nedenlerinden en önemlisi de girişimciliğin ekonomik, teknolojik, sosyal ve psikolojik değişimin yol açtığı dinamik bir oluş olması ve girişimciliğin değişimin ve gelişimin gerçek temeli olduğunun fark edilmesidir (Saraçoğlu vd., 2010, s. 2).

Girişimcilik az gelişmiş olan bölgelerde sosyal ve iktisadi bütünleşmeye, iş yaratılmasını teşvik etmeye ya da işsiz ve engelli insanların işe girmesine yardımcı olmaktadır. Girişimcilik rekabet açısından da önemlidir (Bülbul, 2010, s. 20-21). Rekabet gücü; istihdam yaratma, pazarda devamlılığı sağlayarak istihdamı sürekli kılma, kaliteli mal üretimiyle ekonomik gelişmeye katkı sağlama becerisini gerektirir. Bununla da rekabet artışı ve verimlilik artışı birbirini etkilemekte; rekabet artışıyla da üreticiler tüketici talebine cevap verebilecek daha kaliteli mal üretebilmek için işgücünün ve üretimin verimliliğini artırmaktadır. Bu süreçte oluşan daha nitelikli ve ucuz malların üretimi hem tüketiciye fayda sağlamakta hem de ekonomik dinamizmi korumadır. Bu sürekliliği sağlamanın yolu ise girişimciliği geliştirmektir (Güner & Korkmaz, 2011, s. 45).

Dünya Girişimcilik Platformu (Global EntrepreneurshipMonitor - GEM) tarafından 29 ülke arasında yapılan araştırmada ekonomik büyümenin girişimcilik faaliyetleriyle orantılı olduğu sonucuna varılmıştır. İstihdam sorununun artması,

ekonomi ve değişimin hızlanması ve ekonomik anlamda girişimciliğin öneminin anlaşılması ile girişimciliğin önemini daha da artırmıştır (Bayrakdar, 2011, s. 258).

2.1.14.Türkiye’de Girişimciliğin Geliştirilmesi İçin Gereken Faktörler

Türkiye’de girişimciliğin geliştirilmesi için gerekli olan faktörler aşağıdaki gibi sıralamıştır (Eren vd., 2012, s. 370-371).

- Girişimcilikle ilgili açık ve net vizyon oluşturulmalı ve buna bağlı olarak stratejiler geliştirilmelidir. Bu stratejiler hükümet programlarında öncelikli olarak yer almalıdır.

- Girişimcilerin şirket kuruluşu, işleyişi ve kapanışı konusundaki bürokratik engelleri azaltılmalıdır.

- Vergi işlemlerinde kolaylık sağlanmalıdır.

-Teknoloji transferini başarılı biçimde gerçekleştirebilecek örgütler kurulmalıdır. Yeni teknoloji kullanımında vergiden indirim yapılarak girişimciler teşvik edilmelidir.

- Yatırımı teşvik etmek için KOBİ’lere verilen krediler artırılmalıdır.

- Girişimcilerin ihtiyaç duyduğu kaynaklara sahip olması için finansman seçenekleri artırılmalıdır.

- Girişimciliği destekleyen kuruluşların oluşturduğu platformlar/ girişimci ağları kurulmalı ve bu ağlar sayesinde koordinasyon sağlanmalıdır.

- Girişimciliğin topluma olan katkısı ve ekonomik büyümedeki rolünün, girişimciliği destekleyen bir ortamın oluşması için anlatılması gerekir.

- Teknolojik girişimcilik başta olmak üzere bütün girişimcilik faaliyetlerinin performansları düzenli olarak ölçülmeli diğer ülkelerle karşılaştırılmalıdır.

- Girişimci eğitim merkezlerine destek verilmeli ve eğitime yatırım artırılmalıdır.

2.2.ÇEVRE KAVRAMI

Çevre ile ilgili birçok tanım yapılmıştır. Bu tanımlardan birkaçı aşağıdaki gibidir:

Çevre; insan faaliyetleri ve canlı varlıklar üzerinde, hemen ya da belli bir süreç içerisinde dolaylı veya dolaysız bir etkide bulunabilecek kimyasal, fiziksel, biyolojik ve toplumsal etkenlerin toplamıdır (Cevher, 2009, s. 3-4).

Çevre; insanlar, diğer canlılar, doğal yapı ve yapı üzerine insanlar tarafından eklenen unsurlardan oluşan sosyal ve fiziki sistemdir (Kalburan & Haşılıoğlu, 2013, s. 976).

2.2.1. Çevre Kirliliği

Çevre kirliliği; insanların faaliyetleri sonunda, çevresel dengesinin bozularak, bazı maddelerin dünyanın katmanlarında birikmesi ve o katmanların doğal yapısının bozulmasıdır. Diğer bir deyişle; çevre kirliliği, insanların yaşadığı ortamdaki bazı maddelerin miktarının artması ve bu artışın insan hayatını olumsuz etkilemesidir (Kalburan & Haşılıoğlu, 2013, s. 977). Genel olarak çevre kirliliği çeşitleri şunlardır:

- Hava kirliliği
- Su kirliliği
- Toprak kirliliği
- Gürültü kirliliği
- Diğer kirlilikler

2.2.1.1.Hava kirliliği

Hava kirliliği; havanın beşeri ve doğal faaliyetler sonucunda, atmosferdeki bir takım katı, sıvı ve gaz halinde bulunabilecek kirleticiler sebebiyle, insan ve diğer canlı ve cansız varlıkları olumsuz yönde etkilemesi durumu olarak tanımlanabilir (Kalburan & Haşılıoğlu, 2013, s. 977).

2.2.1.2.Su kirliliği

Su kirliliği, su ortamına çeşitli yollarla karışan maddelerde suyun özelliğinin ve kalitesinin değişerek insan ve canlıların hayatını olumsuz yönde etkilemesi olarak tanımlanabilir. Özellikle, evrensel ve sanayi atıklarının doğrudan ve dolaylı yollarla akarsu ve denizlere boşaltılması, tarımda aşırı gübre kullanılması, kıyılardaki çarpık kentleşme, deniz yoluyla taşımacılık ve deniz kazaları su kirliliğinin başlıca nedenlerdir. Genel olarak su kirliliğine neden olan etmenler aşağıdaki gibi sıralanabilir (Kalburan & Haşılıoğlu, 2013, s. 977).

- Tarımsal faaliyetlerin neden olduğu kirlilik
- Sanayi faaliyetlerinin neden olduğu kirlilik
- Yerleşim alanlarından kaynaklanan kirlilik

2.2.1.3. Toprak kirliliği

Toprak kirliliği; toprağın verimini düşürecek, toprağın özelliklerini bozacak her türlü teknik ve ekolojik baskılar olarak tanımlanabilir. Toprak kirliliğine hava ve suları kirleten maddeler neden olmaktadır. Örneğin, Kükürt dioksit oranı yüksek olan bir atmosfer tabakasından geçen yağmur damlacıkları asit yağışları halinde toprağa düşer ve böylece toprak içine giren bu asitli sular ağaç köklerini, bitkisel ve hayvansal toprak canlılarına zarar verir. Bunun dışında çöplerden sızan kirli sular, gübre çözeltileri, uçucu küller ve radyoaktif maddeler toprağın kirlenmesine neden olan madde ve kaynaklardır (Başaran, 2009, s. 26).

2.2.1.4. Gürültü kirliliği

Gürültü kirliliği, insanlarda sağlık bakımından geçici bir süre ya da sürekli olarak zarar meydana getiren seslerdir. Gürültü kirliliğinin başlıca nedenleri şunlardır: Sanayi kuruluşları, ulaşım araçları, sosyal donatım, eğlence araçları vb. etkenlerdir (Başaran, 2009, s. 27).

2.2.1.5. Diğer çevre kirlilikleri

Yukarıda belirtilen kirlilikler dışında, kıyı kirliliği, radyoaktif kirlilik, manyetik kirlilik, görüntü kirliliği, kültür kirliliği, ışık kirliliği gibi kirlilikler diğer çevre kirlenmeleri arasında sayılabilir (Aymaz, 2009, s. 16).

2.2.2. Çevre Sorunlarının Nedenleri

Çevre sorunlarının nedenleri genel olarak şunlardır: Nüfus artışı, sanayileşme ve kentleşme.

2.2.2.1. Nüfus artışı

Özellikle az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerdeki hızlı nüfus artışı çevre sorunlarının en önemli kaynaklarından biridir. Nüfus artışıyla, giderek daha kıt hale gelen kaynakları, daha fazla insanın paylaşması ve insanların tükettikleri kaynakların artıklarının artması doğanın dengesinin gittikçe bozulmasına neden olmaktadır.

Nüfus artışı çevre sorunlarının tek sebebi değildir. Nüfus artışı, ülkelerde hızlı ve çarpık kentleşmeye de neden olduğu için yeni problemlerin oluşmasına ortam hazırlamaktadır (<http://w2.anadolu.edu.tr/aos/kitap/IOLTP/1268/unite10.pdf.s-170.02.06.2014>).

2.2.2.2. Sanayileşme

Dünya üzerindeki insanların kendisini doğanın bir parçası olarak görmekten uzaklaşarak, doğayı yenme, doğaya hâkim olma ve doğayı sömürmeye odaklanmasıyla sanayileşme en önemli çevre sorunlarından biri haline gelmiştir. Özellikle, teknolojik gelişmeye dayalı hızla büyüyen sanayileşme insanlara önemli olanaklar sunmakta ancak, çevrenin kirletilmesi doğal kaynakların geri dönüşümü olmaksızın kirletilmesi ve tüketilmesine neden olmaktadır (<http://w2.anadolu.edu.tr/aos/kitap/IOLTP/1268/unite10.pdf.s-170.02.06.2014>).

2.2.2.3. Kentleşme / Çarpık şehirleşme

Kentleşme, kent sayılarının ve kentlerde yaşayan insan sayılarının artması olarak tanımlanabilir. Kentleşme; sanayileşme, teknolojik gelişme ve ekonomik politikaların sonucu olarak ortaya çıkarken çevre sorunlarının da kaynağını oluşturmuştur. Özellikle az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde kırsal alanlardan kentlere göç, kent nüfusunun artmasına neden olmakta diğer çevre sorunlarının da ortaya çıkmasına neden olmaktadır (<http://w2.anadolu.edu.tr/aos/kitap/IOLTP/1268/unite10.pdf.s-170.02.06.2014>).

2.2.3. Çevresel Bilinç

Bilinç, en genel anlamda “farkındalık” demektir. Çevre bilinci ise, zaman içerisinde bireysel ve siyasal boyutlarda oluşan, çevrenin sürdürülebilir bir düzeyde kullanılması ve çevreye zarar verilmemesinin önemini kavramadır (Gürel, 2008, s. 56).

Çevre bilincine sahip olan bir insandan çevreyle olan ilişkisini çevresel sorumluluk taşıyarak kurması beklenmektedir. Bu nedenle Gürel (2008)’e göre çevre bilincinin derecesine göre bilincin farklı derinleşme düzeyleri bulunmaktadır.

Birinci Düzey: Bu düzeyde birey, çevre-insan ilişkilerinin çevre sorunları yarattığı bilgisine sahiptir, ancak ne kendi davranışlarını değiştirmekte ne başkasının değiştirmesini istemektedir.

İkinci Düzey: İkinci düzeyde birey, kendi davranışlarını değiştirmemekte ancak başkalarının davranışlarını değiştirmesini istemektedir.

Üçüncü Düzey: Üçüncü düzeyde birey, çevre ile ilişkisini sorumlu olarak kurmaktadır.

Dördüncü Düzey: Son olarak dördüncü düzeyde ise birey, hem kendisi sorumlu davranır hem de başkalarının da sorumlu davranmasını sağlamaya çalışır. Aynı zamanda birey, sorumlu devlet organlarını uyarır ve sivil toplum örgütleri içinde yer alır (Gürel, 2008, s. 57).

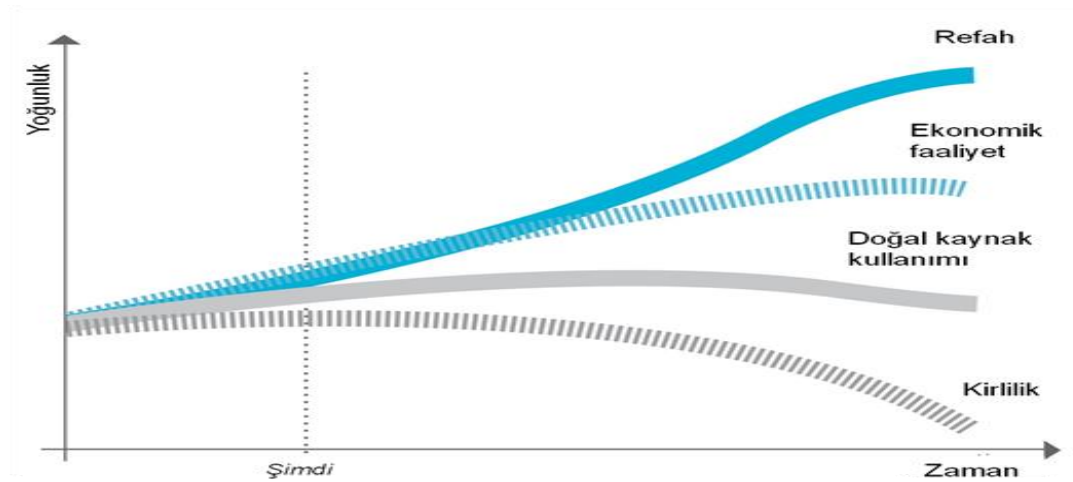
2.2.4.Çevresel Duyarlılık

Duyarlı, kelimesi duyabilme ve dış etkenlere karşı hassas olma; duyarlılık kelimesi ise duyarlı olma hali olarak tanımlanabilir. Bireyler ve toplumlar açısından duyarlılık ise, tek tek bireylerin ya da toplumların dış etkenler karşı gösterdiği tepki olarak tanımlanabilir (Gürel, 2008, s. 42).

Çevre duyarlılığı, kişilerin çevre sorunlarına karşı olumlu girişimlerde bulunmaya istekli olma biçimidir. Çevre duyarlılığının geliştirilmesi için bilinç düzeyinin artırılması gerekir (Çabuk & Karacaoğlu, 2003, s. 191).

2.2.5.Sanayi ve Çevre Birlikteliği

Sanayi ve çevre birlikteliği düşünüldüğünde, üretime bağlı olarak ortaya çıkan kaynak tüketimi ve çevre kirliliği ilk akla gelen şeylerdir. Ancak yakın zamanlara kadar kaynak tüketimi ve çevre kirliliği arasındaki ilişkinin doğrusal olduğu düşünülmüş. Diğer bir deyişle, kaynakların tüketilmesi ve çevre kirliliği üretimin sonucu olarak görülmüştür. Ancak, daha sonraki dönemlerde ‘daha azla daha fazlasını yapma’ anlayışı gündeme gelmiştir. Bu anlayış, üretimle kaynak tüketimi ve çevre kirliliği arasındaki doğrusal ilişkinin kırılması anlamına gelmektedir. Bu durum aşağıdaki şekildeki gibi gösterilebilir (tg.v.org.tr/tr/sanayi-ve-cevre-birlikteligi-i-yeni-firsatlar(03.12.2013))



Şekil 2. 4.Sürdürülebilirlik Çerçevesinde Ekonomik Faaliyetler ve Çevresel Etkiler ilişkisi (tgv.org.tr/tr/sanayi-ve-cevre-birlikteligi-i-yeni-firsatlar(03.12.2013))

Şekilde 2.4’de görüldüğü gibi ekonomik faaliyetler artarken doğal kaynak kullanımı ve çevre kirliliğinin aynı hızla artmaması ve hatta azalmasını sağlamak mümkündür. Buna, atıklardan katma değerli ürün üretilmesi örnek olarak verilebilir. Bu durumda atığın kapladığı alan azalacak ve atık tekrar üretim sürecine katılacağı için hammadde daha az kullanılacaktır. Bu tür uygulamalarla yeni girişimler ortaya çıkmakta, bununla da yeni iş ve istihdam alanları yaratılarak sosyal açıdan refah artışı sağlanmaktadır. Günümüzde başta gelişmiş ülkeler olmak üzere bu anlayışa hizmet eden stratejiler ve yaklaşımlar ön plandadır. Özellikle ‘sürdürülebilir üretim ve tüketim’, ‘yeşil büyüme’, ‘yeşil ekonomi’, ‘eko-inovasyon’ gibi kavramlar bu gelişimin bir yansımasıdır (tgv.org.tr/tr/sanayi-ve-cevre-birlikteligi-i-yeni-firsatlar(03.11.2013)).

2.2.6.Geleneksel Yönetim - Çevreye Duyarlı Yönetim Karşılaştırması

Çevreye duyarlı yönetim, doğal çevreyi karar alma sürecinde önemli bir faktör olarak ele alan, faaliyetlerinde çevreye verilen zararı azaltan veya tamamen yok eden ve bu amaçla ürünlerin tasarımında, paketlemesinde vb. faaliyetlerinde çevreci olan işletmelerin benimsediği bir anlayıştır (Gök & Türk, 2011, s. 130). Geleneksel yönetimde ise, çevre karar almada dikkate alınmaz ve temel amaç genel olarak karlılıktır.

Tablo 2. 4. Geleneksel Yönetim ve Çevreye Duyarlı Yönetim Karşılaştırması (Nemli, 2001, s. 213)

GELENEKSEL YÖNETİM	ÇEVREYE DUYARLI YÖNETİM
Amaçlar: - Ekonomik büyüme ve kâr - Ortaklara sağlanan getiri	Amaçlar: - Sürdürülebilirlik ve yaşam kalitesi - Ortakların refahı
Ürünler: - Fonksiyon, stil ve fiyat için tasarlanmış ürünler - Gereksiz atık yaratan paketlenme	Ürünler: - Çevre için tasarlanmış çevre dostu ürünler
Organizasyon: - Yukarıdan aşağıya karar verme - Karar vermede merkezîyetçilik	Organizasyon: - Katılımcı karar verme - Karar vermede merkezkaççılık
Çevre: - Çevreye hâkim olma - Çevrenin bir kaynak olarak yönetilmesi - Kirlilik ve atıkların dışsallıklar olarak değerlendirilmesi	Çevre: - Doğayla uyum içinde olma - Doğal kaynakların sınırsız olmadığını farkına varılması - Kirlilik ve atıkların yönetilmesi ve minimize edilmesi
İşletme Fonksiyonları: - Pazarlama, tüketimi artırmayı amaçlar. - Finansman, kısa dönemde kârı maksimize etmek ister. - Muhasebe, geleneksel maliyetler üzerinde yoğunlaşır. - İnsan kaynakları yönetimi, işçi verimliliğini artırmayı hedefler.	İşletme Fonksiyonları: - Pazarlama, tüketici eğitimi için vardır. - Finansman, uzun dönemli sürdürülebilir büyümeyi amaçlar. - Muhasebe, çevreyle ilgili maliyetler üzerinde yoğunlaşır. - İnsan kaynakları yönetimi, işyerinde sağlık ve güvenliği sağlamaya çalışır.

Tablo 2.4’de geleneksel yönetim ve çevreye duyarlı yönetim amaçlar, ürünler, organizasyon, çevre ve yönetim fonksiyonları açısından karşılaştırılmıştır. Geleneksel yönetimde amaç ekonomik büyüme, kar ve ortakların gelirini artırmakken; çevreye duyarlı yönetimde amaç sürdürülebilirliği sağlamak, yaşam kalitesini ve ortakların refahını artırmaktır. Geleneksel yönetimde, ürünün tasarımında çevre dikkate alınmazken; çevreye duyarlı yönetimde çevre dostu ürün üretilir. Geleneksel yönetimde tüm işletme fonksiyonlarında amaç; karı ve verimliliği artırmak ve maliyetleri azaltmaktır. Çevreye duyarlı yönetimde ise amaç uzun dönemli sürdürülebilir büyümeyi sağlamaktır.

2.2.7.Çevre Yönetimi Standartları

Çevre yönetimi, bir firmanın çevreyle etkileşimde olduğu ya da olabileceği tüm faaliyet ve süreçlerin yönetilmesidir. Diğer bir deyişle, söz konusu bu faaliyet ve

süreçlerdeki çevre faktörlerinin fırsat olarak değerlendirilmesi ya da tedbir alınması olarak da tanımlanabilir. Çevre yönetim sistemi, işletmelerin çevre ile ilgili faaliyetlerinin süreklilik ve belirli bir sistematik içinde yürütülmesini sağlayan araçtır. Çevre yönetimi standartları ise, çevre yönetimi için dünya genelinde iş yapan bir işletmenin ülkeden, devletten, bölgesel ve yerel hukuktan bağımsız olarak uygulayabileceği ‘uygulama kılavuzları’ olarak tanımlanmaktadır (Çolak, 2010, s. 4).

İşletmelerin kullanmış olduğu bazı çevre yönetim standartları bulunmaktadır. Bunlardan bazıları şunlardır: BS 7750, EMAS ve ISO 14001’dir.

2.2.7.1. BS 7750 (British Standart 7750)

BS 7750 standardı, 1992 yılında İngiliz Standartları Enstitüsü (BSI) tarafından yayınlanmıştır. 1994 yılında gözden geçirilerek ‘Çevre Yönetim Sistemi Özellikler ve Kullanım Kılavuzu’ adıyla yürürlüğe konmuş ve her büyüklükte işletmede ve faaliyet alanında uygulanması öngörülen standart olarak hazırlanmıştır (Başaran, 2009, s. 48-49). Çevresel performansa ağırlık veren bir standart olarak hazırlanan BS 7750, daha sonraki yıllarda EMAS ve ISO 14000 standartlarına da kaynaklık etmiştir. ISO 14000’nin kabul edilmesiyle BS 7750 standardı Mart 1997 yılında yürürlükten kaldırılmıştır (Öncü, 2004, s. 37).

2.2.7.2. EMAS (Eko-Yönetim ve Denetim Planı-Eco-Management AuditScheme)

Ülkelerinde ekonomik kalkınma ve gelişmeyi sağlamak için doğal kaynakları bilinçsizce kullanan gelişmiş ülkeler, 1970’li yıllara gelindiğinde çevre kirliliğinin etkisini ciddi olarak hissederek önlem almak istemişlerdir. Bu önlemlerden biri de, 1973 yılında AB (Avrupa Birliği) ülkelerinin çevreyi koruyucu temel esasları belirleyen 1.eylem planını hazırlayarak kirleten öder prensibini kabul etmeleridir. Ayrıca bu eylem planı ile AB ülkeleri, kaynakların sonsuz olmadığını, ürün ve faaliyetlerin çevreyi etkilediğini ve bu etkinin yerel olmayıp küresel olduğunu kabul etmişlerdir (Çolakoğlu, 2002, s. 257). Bunun sonucunda, Avrupa Birliği 1993 yılında, işletmelerin çevreyle ilgili faaliyetlerinin geliştirilmesine ve çalışmaların kamuya açıklanmasını sağlayacak olan EMAS-Eko-Yönetim ve Denetim Planı’nı yayınlamıştır. EMAS, çevresel performansı iyileştirmeye yönelik bir sistemdir. Bu sistem ticari olarak çok geniş bir uygulama alanına sahiptir (Karaca N. , 2008, s. 3).

2.2.7.3. ISO 14000 Çevre yönetim sistemi standardı

3-14 Haziran 1992 tarihinde Rio de Janeiro'da düzenlenen Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Konferansı toplumun ana sektörleri ve halk arasında yeni bir işbirliğini gerçekleştirmeyi amaçlayan beyanname yayınlamıştır. Buna bağlı olarak da 1993 'de 'Çevre Yönetimi' konusunda çalışacak olan TC 207 nolu Teknik Komiteyi kurarak ISO 4000 (International Organization For Standardization- Uluslararası Standart Organizasyonu) Çevre Yönetim Standardını hazırlatmıştır (Çolakoğlu, 2002, s. 257). ISO 14000 Çevre Yönetim Standardı, Uluslararası Standartlar Organizasyonu tarafından 1996 yılında dünya çapında endüstrileşen çevre yönetim programlarının standardizasyonu amacıyla formüle edilen bir dizi ilke ve standartlar serisidir (Akatay & Aslan, 2008, s. 320). Ürünün hammadde halinden nihai ürün haline getirildikten sonra müşteriye sunulmasına kadar her aşamada çevresel faktörlerin belirlenmesi ve bu faktörlerin çeşitli muayene, önlem ile kontrol altına alarak çevreye verilen zararın minimize edilmesini sağlayan bir sistemin kurulmasını anlatan standartlar serisidir. ISO 14000, ne üretildiğinden ziyade nasıl üretildiği ile ilgilenir. Bu nedenle bir ürün standardı değil, sistem standardıdır (Emhan, 2007, s. 253). ISO 14000 Çevre Yönetim Standartları, işletmelerin faaliyetlerini kontrol altında tutarak çevreye verdikleri tüm zararların etkilerini azaltmalarını, kaynak ve enerji kullanımını azaltmalarını ve tüm bu faaliyetlerde sürekliliği kurmayı amaçlayan bir sistem kurmalarını ve sistemi geliştirmelerini öngören standartlar serisidir (Durakbaşı & Çavuşoğlu, 2005, s. 187).

TS EN ISO 14000 Serisi Standartlar şunlardır (Çolak, 2010, s. 9);

- TS EN ISO 14001:2005-Çevre Yönetim Sistemleri-Şartlar ve Kullanım Kılavuzu
- TS ISO 14004:2006-Çevre Yönetim Sistemleri-Prensip, Sistemler ve Destekleyici Tekniklere Dair Genel Kılavuz
- TS ISO 14015:2007-Çevre Yönetimi-Kuruluşların ve Yerleşim Alanlarının Çevre Açısından Değerlendirmesi
- TS EN ISO 14031:200-Çevre Yönetimi-Çevre Performans Değerlendirmesi – Kılavuz
- TS EN ISO 14040:1998-Çevre Yönetimi-Hayat Boyu Değerlendirme-İlkeler ve Çerçeve
- TS EN ISO 14041:2003-Çevre Yönetimi-Hayat Boyu Değerlendirme-Amaç ve Kapsam Tanımı ile Envanter Analizi

-TS EN ISO 14042:2002- Çevre Yönetimi - Hayat Boyu Değerlendirme–Hayat Boyu Etki Değerlendirmesi

-TS EN ISO 14043:2003 - Çevre Yönetimi–Hayat Boyu Değerlendirme–Hayat Boyu Yorumu

-TS ISO 14050:2006 - Çevre Yönetimi–Terimler ve Tarifler

-TS ISO/TR 14062:2005 - Çevre Yönetimi–Ürün Tasarımına ve Geliştirilmesine Çevresel Boyutların Dâhil Edilmesi

2.2.7.3.1.SO 14000 Çevre yönetim sistem standartlarının özellikleri

- Genel bir standarttır. Her büyüklükte ve türde işletmeler tarafından imalat, ticaret ve hizmet sektörlerinde uygulanabilir.

- Çevreye verilen zararların önlenmesini sağlar, bu nedenle önleyicidir.

- İşletmenin performansını iyileştirmeye yöneliktir, bu nedenle gelişimcidir.

- Gönüllülük esasına dayalı bir standarttır; ama bir kez sistem kurulursa standardın gereklerine uymak zorunludur (Çolakoğlu, 2002, s. 258). ISO 14000 gönüllülük esasına dayanmasına rağmen, birçok ülkede müşterilerin bu standartları satın aldığı ürünlerde görmek istemesinden dolayı, ticarete ve rekabette önemli hale gelmiştir (Emhan, 2007, s. 253).

2.2.7.3.2.SO 14000 Çevre yönetim sisteminin faydaları

Çolakoğlu (2002)'na göre ISO 14000 Çevre Yönetim Sisteminin faydaları şunlardır:

- Atık yönetimini sağlar.

- İşletmelerde kullanılan enerji ve hammaddelerin verimliliği artar.

- Girdi maliyetleri azalır ve işlem maliyetleri düşer.

- İşletmelerin acil durumlara hazırlıklı olmasını sağlar.(Yangın, deprem vb.)

- İşletmelerin rekabet gücünü artırır.

- Yürürlükte olan kanunlara uyulmasını sağlar.

- Yatırımı kolaylaştırır. İşletme uygun şartlarda kredi temin edebilir.

- Hükümet ve sanayi arasında işbirliğini geliştirir.

-İşletmeler, tüketicilerin çevre ile ilgili beklentilerini karşılarlar ve kuruluşun halkla ilişkilerini geliştirir.

- Uluslararası yeni standartlar uygulayarak işletmeler sektörde öncü olurlar.

Ayrıca imaj ve pazar payını artırır.

- Çevre korunması günlük işlerin bir parçası haline gelir (Çolakoğlu, 2002, s. 257-258).

2.2.8.Çevre Yönetimi Stratejileri

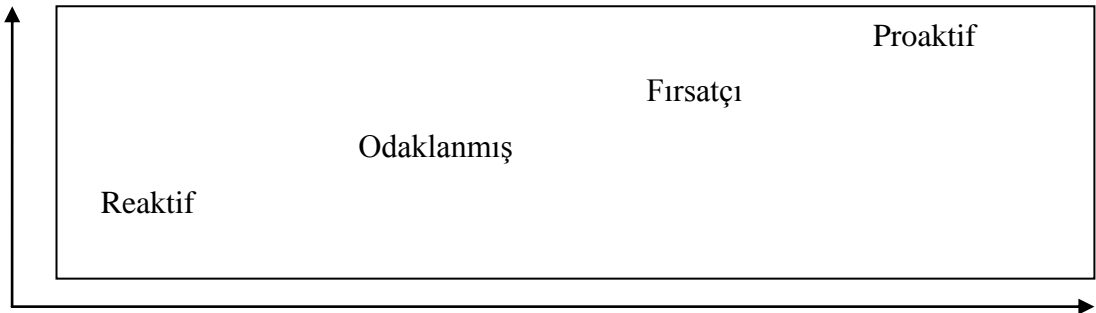
Çevre yönetim stratejilerini farklı yazarlar farklı şekilde sınıflandırmıştır. Türk ve Bekiş (2011)'e göre çevre yönetim stratejileri şunlardır: Kirlilikten korunma, ürün idareciliği, sürdürülebilir kalkınma stratejisidir.

- **Kirlilikten korunma stratejisi:** Bu stratejisinde asıl amaç, ana kaynağı sürekli olarak iyileştirmek ve bu amaçla sızıntı ve atıkları en aza indirmeye çalışmaktır.

- **Ürün idareciliği stratejisi:** Bu strateji ise, ürünlerin yaşam seyrinde meydana gelen maliyetleri azaltmak amaçlı uygulanan stratejidir. Bu stratejide temel amaç, işletmelerin sağlamış olduğu rekabetçi üstünlük sayesinde rakiplerinden önce harekete geçmesini sağlamaktır.

- **Sürdürülebilir kalkınma stratejisi:** Bu stratejide temel amaç, işletmenin büyümesi ve kalkınmasından kaynaklanan çevresel yükünü azaltmaktır (Türk & Bekiş, 2011, s. 72).

Diğer bir çevre yönetimi stratejisi sınıflandırması ise çevresel faaliyetlerin derinliği ve genişliğine göre yapılan sınıflandırmadır. Lee & Rhee (2007)'ye göre çevresel stratejiyi uygulayan firmalar dörde ayrılmıştır Bunlar: reaktif çevresel stratejiyi uygulayan firmalar, odaklanmış çevresel stratejiyi uygulayan firmalar, fırsatçı çevresel stratejiyi uygulayan firmalar ve proaktif çevresel stratejiyi uygulayan firmalardır (Lee & Rhee, 2007, s. 206).



Şekil 2. 5.Çevresel Strateji Türleri (Lee & Rhee, 2007, s. 206)

Şekil 2.5'de çevresel strateji türleri yer almaktadır. Reaktif çevresel strateji, firmaların en alt düzeydeki çevresel faaliyetlerini ifade ederken, proaktif çevre stratejisi ise üst düzeydeki çevresel faaliyetleri ifade etmektedir.

- **Reaktif çevresel strateji:** Reaktif çevresel stratejiyi uygulayan firmalar, sınırlı karar alanlarında düşük düzeyde çevresel sorumluluk gösterirler. En büyük çevresel faaliyetleri çevre kirliliği kontrolüne ve yasal düzenlemelere uymalarıdır.

- **Odaklanmış çevresel strateji:** Odaklanmış çevresel stratejiyi uygulayan firmaların, karar alanları dardır, ama bu firmalar çevresel alanlara fazla kaynak ayırırlar. Reaktif çevresel stratejiyi uygulayan firmalara göre daha yüksek düzeyde çevresel yönetimi gerçekleştirirler.

- **Fırsatçı çevresel strateji:** Fırsatçı çevresel stratejiyi uygulayan firmaların, her kararlarında çevresel ilgileri vardır, fakat bunları içselleştirememişlerdir.

- **Proaktif çevresel strateji:** Proaktif çevresel stratejiyi uygulayan firmalar ise her karar alanlarında çevresel uygulamalara yer verirler (Lee & Rhee, 2007, s. 209).

2.2.9.Çevre Korumayla İlgili Teşvik ve Destekler

Türkiye’de çevre korumayla ilgili teşvik ve destekler genel olarak aşağıdaki gibidir (TTGV, 2012, s. 2).

- TTGV (Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı)
 - Çevre Teknolojileri Desteği
 - Enerji Verimliliği Desteği
 - Yenilenebilir Enerji Desteği
- İhracatta Devlet Yardımları -Çevre Maliyetlerinin Desteklenmesi
- AB Fonları-Akıllı Enerji Avrupa Programı
- AB Fonları-Turseff Kredisi

2.2.9.1.Türkiye teknoloji geliştirme vakfı (TTGV)

TTGV (Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı), ‘Çevre Proje Destekleri’ ile sanayi kuruluşları tarafından enerji verimliliği, çevre teknolojileri ve yenilenebilir enerji alanlarında gerçekleştirilen uygulama projelerine geri ödemeli finansman desteği sağlamaktadır. Bu amaçla sanayicilerin çevre performansını artırıp üretim maliyetlerini düşüren ve rekabet gücünü artıran faaliyetler desteklenmektedir (TTGV, 2012, s. 2).

Çevre proje destekleri üç alanda uygulanmaktadır.

- Çevre Teknolojileri Desteği
- Enerji Verimliliği Desteği

- Yenilenebilir Enerji Desteği

2.2.9.1.1.Çevre teknolojileri desteği

Çevre proje desteklerinin asıl amacı; eko-verimlilik kapsamında üretim süreçlerinde asgari su, hammadde tüketimi ve atık üretimi için teknolojik yenilik içeren, sanayide uygulanabilir olan ve ekonomik değeri olan teknolojilerin uygulanmasına yönelik uygulama projelerinin desteklenmesi ve teşvik edilmesidir (OKA, 2011, s. 60). Çevre teknolojileri desteğinin konu başlıkları ise şunlardır: Atıkların kaynağında azaltılması, değerlendirilmesi, üretime döndürülmesi, su tüketiminin azaltılması, emisyon kaynağının azaltılması, hammadde kullanımının azaltılması, tehlikesiz ya da tehlikesi daha düşük olan kimyasal madde kullanılmasına geçilmesi, enerji üretimi ve kullanımında çevre dostu teknolojilerin kullanılması, çevre dostu malzeme ve ürün kullanımı ve endüstriyel ekolojidir (TTGV, 2012, s. 7).

2.2.9.1.2. Enerji verimliliği desteği

Enerji verimliliği desteği; enerji yoğun sektörlerde rekabet gücünün korunması, dışa bağımlılığın ve sera gazı salımlarının azaltılmasını ve işletmelerin ilgili faaliyetlerinin teşvik edilmesi amacıyla oluşturulmuştur. Enerji verimliliği desteğinin konu başlıkları ise şunlardır: Kullanılan üretim teknolojisinin daha verimli hale getirilerek enerji tasarrufunun sağlanması; hammadde değışikliği, ürün tasarımında değışiklik vb. yollarla üretimde ihtiyaç duyulan enerji miktarını azaltma; yakma, ısıtma ve soğutma sistemlerinin iyileştirilmesi; buhar üretim ve dağıtım sistemlerinin iyileştirilmesi; atık ısının değerlendirilmesi gibi faaliyetlerdir (TTGV, 2012, s. 7-8).

2.2.9.1.3.Yenilenebilir enerji desteği

Yenilenebilir enerji desteği ile güneş, rüzgâr, biyogaz, biyokütle, jeotermal gibi enerji kaynaklarından enerji üretilmesi ve ilgili yatırım projelerinin desteklenmesi amaçlanmaktadır. Yenilenebilir enerji desteği konu başlıkları ise şunlardır: Yenilenebilir enerji kaynaklarından elektrik üretimi; organik atıklardan elektrik üretimi; rüzgâr santralleri; yenilenebilir enerji üretilmesi ve uygulanmasıdır (TTGV, 2012, s. 8).

2.2.9.2.AB Fonlar-akıllı enerji avrupa programı

Bu program Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı tarafından yürütölmektedir. Bu program, tüm sektörlerde enerji verimliliğini artırıcı önlemler

alınmasını ve yenilenebilir enerji kullanımının teşvik edilmesini amaçlamaktadır. Diğer amaçları ise; enerji verimliliğini ve enerji kaynaklarının akılcı kullanılmasını sağlamak; enerji kaynaklarının çeşitlenmesini sağlamak, teşvik etmek ve ulaştırma alanında enerji verimliliğini geliştirmektir (OKA, 2011, s. 100).

2.2.9.3. AB fonları-turseff kredisi

Turseff kredisi, enerji verimliliği ve yenilenebilir enerji kaynaklarına yatırım yapmak isteyen ticari girişimciler, endüstriyel firmalar ve özel konut sahiplerine yönelik kredi fırsatıdır (OKA, 2011, s. 100).

2.2.9.4.İhracatta devlet yardımları-çevre maliyetinin desteklenmesi

İhracat destekleri kapsamında, çevre maliyetlerini de desteklemektedir. Ayrıca; çevre, kalite ve insan sağlığına yönelik mevzuata uygun belge almak için yapılan harcamalar da bu kapsamdadır (OKA, 2011, s. 9).

2.3.EKOGİRİŞİMCİLİK KAVRAMI

Girişimciler, ya mevcut ürün ve hizmetlerde değişim yaparak/yeni ürün ve hizmet ortaya koyarak ya da bunun her ikisini de yaparak müşterilerin beklentilerini karşılamaya çalışırlar. Müşteri odaklılık olarak gelişen girişimcilik çalışmaları, özellikle son yirmi yılda kalite arayışından çevre odaklı yaklaşıma geçiş yapmıştır. Günümüz küresel rekabet ortamında girişimciler faaliyette buldukları pazarlarda yeni bir strateji olarak atıkların minimize edilmesi, yeşil ürünlerin tasarlanması, değişen ve gelişen dünyanın yeşil teknoloji ortaklıkları gibi faaliyetlere yönelmek zorunda kalmışlardır. Dolayısıyla girişimcilik kavramı yeni bir boyut kazanmış ve ekogirişimcilik kavramı ortaya çıkmıştır (Aykan, 2012, s. 197).

Ekogirişimcilik kavramı, ekolojik ve girişimcilik kelimelerinin birleştirilmesi ile oluşturulmuştur. Ekogirişimcilik, işletmelerin faaliyetlerini gerçekleştirirken aynı zamanda bu faaliyetlerle topluma katkısını artıracak, insanlar ve toplum üzerindeki olumsuz etlilerini en aza indirecek çalışmaların tümünü içermektedir (Schaper, 2002, s. 12). Bu çerçevede ekogirişimcilik, işletmelerin müşterileri, çalışanları, ortakları gibi işletmenin ilişki içinde olduğu paydaş gruplarını ilgilendiren, karşılıklı etkileşimde bulunmalarına yardım eden çevre odaklı olan uygulamaları içerir (Aykan, 2012, s. 198-199).

Değişim ve fırsatların merkezinde bulunan girişimcilerin, hem ekonomiden hem de çevreden etkilendiği görülmektedir (Allen & Malın, 2008, s. 829). Bu nedenle girişimcilerin çevre faktörünü dikkate alması gerekir. Fakat çevresel faaliyetleri dikkate alan bir işletme kurmak yüksek risk içerdiği gibi yeni fırsatlar ve yeni yatırım alanları oluşturur (Farinelli vd., 2011, s. 43). Ekogirişimcilik sadece yeni iş ve fırsatlara sebep olmaz, aynı zamanda işletmelerin ekogirişimcilik uygulamalarıyla diğer şirketlerin çevre faktörünü dikkate almalarını da sağlar (Schaper, 2002, s. 27). İşletmelerin çevre faktörünü dikkate almasıyla gerek girişimcilik gerekse iç girişimcilik faaliyetlerinde işletme, dış faktörler tarafından desteklenmekte ve bu durum da rekabet avantajını artırmaktadır. Bu şekilde çevresel faaliyetleriyle lider durumda olan firma aynı zamanda uluslararası rekabet avantajını da sağlamış olacaktır (Keogh & Polonsky, 1998, s. 38).

Ekogirişimcilik kavramını; sürdürülebilir girişimcilik ve sosyal girişimcilik olarak ele alan yazarlar vardır ancak, aralarında bazı farklılıklar bulunmaktadır.

Tablo 2. 5.Sosyal Girişimcilik, Sürdürülebilir Girişimcilik ve Ekogirişimcilik Karşılaştırması (Thompson vd., 2011, s. 205)

	Sosyal Girişimcilik	Sürdürülebilir Girişimcilik	Ekogirişimcilik
Ana Kavramlar	- Sosyal fayda yaratmak ve alternatif metotlar ortaya koymak - Finansal hedeflerden önce sosyal hedeflere odaklanmak	- Sürdürülebilirliği organizasyonun tüm sürecinde sağlamak - Sürdürülebilir gelişen stratejiler ve hedefler ortaya koymak, yerel ve bireysel yaşam alanlarında planlama ve dönüşümü sağlamak.	- Pazardaki başarısızlıkları çevresel fırsatlara dönüştürmek - Girişimcilik sürecinde, işletme ve yönetim tarafından çevrenin nasıl etkilendiği ve nasıl etkilendiğinin incelenmesi.
Disiplin Kaynakları	- Karsızlık ve halk sektörü - Yönetim, girişimcilik, politik bilgi ve ekonomi	-Sürdürülebilir gelişme -Yenilik sistemleri -Geçiş yönetimi	- Çevresel ekonomi - Girişimcilik - Endüstriyel teori
Yöntem	- Kaliteli iş ve yatırımlar - Tanımlanabilen ve açıklananabilen kavram modelleri	- Tanımlanan, açıklanan ve tahmin edilebilen kavram modelleri - Yatırım ve işlerde kalitelilik	- Geri dönüşümde kullanılan kalite analizleri - Tanımlanan, açıklanan ve tahmin edilebilen kavram modelleri

Tablo 2.5’de görüldüğü üzere ekogirişimciliğin sosyal ve sürdürülebilir girişimcilikten bazı farklı yönleri vardır. Sosyal girişimcilikte amaç, sosyal fayda yaratmaktır; sürdürülebilir girişimcilikte amaç, organizasyonun tüm süreçlerinde

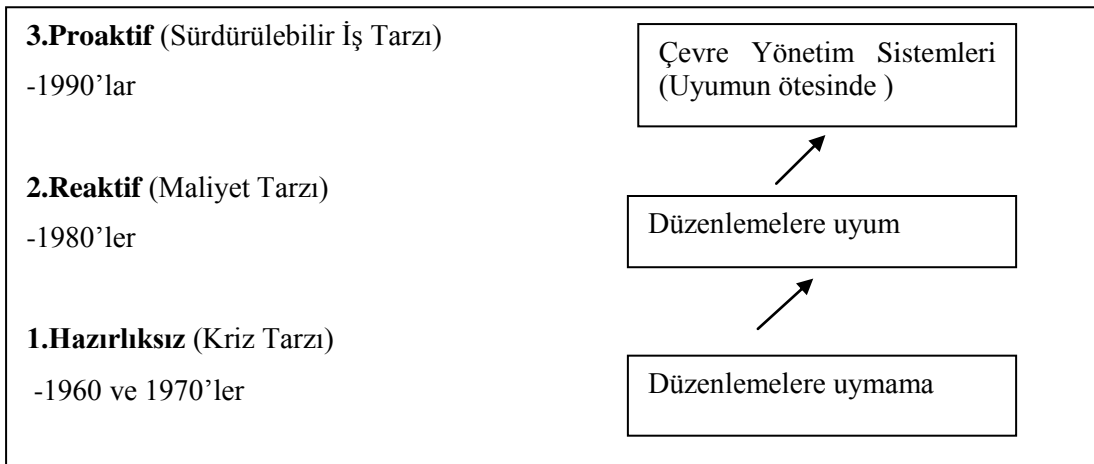
yenilik ve devamlılık sağlamaktır; ekogirişimcilik de ise asıl amaç işletme faaliyetlerinin tüm süreçlerinde çevreyi dikkate almaktır.

2.3.1. Girişimcilikten Ekogirişimciliğe Yöneliş

İşletme çevresi denildiğinde ekonomik, sosyal, politik, teknolojik faktörlerin işletmenin faaliyetlerini etkilediği çevre olarak ele alınmakta, doğal çevrenin insanların ve işletmelerin çevresini oluşturduğu ihmal edilmektedir. Diğer bir deyişle, işletme çevresi olarak müşteriler, tedarikçiler, rakipler, hükümet vb. olarak görülmekte ve ekolojik çevre dikkate alınmamaktadır (Nemli, 2001, s. 212). Ancak, çevre ve girişimcilik kavramlarının ilk defa birlikte ele alınması 1980 ve 1990'lı yıllardır (Anderson, 1998, s. 135).

Girişimcilik, bu zamana kadar kar odaklılık prensibiyle hareket edip ekolojik unsurları dikkate almadan gelişmiştir. Ancak, çevre felâketi senaryolarının kitle iletişim araçlarında yer alması insanların ve işletmelerin ekolojiye yönelik bilincini artırmıştır. Bunun yanında gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde ekolojiye yönelik eğitimlerin artması bireylerin girişimcilik faaliyetlerinde çevreyi dikkate alması sonucunu doğurmuştur. Bu anlayış da ekoloji ve girişimcilik kavramlarının bütünleşmesiyle ekogirişimcilik kavramını ortaya çıkarmıştır (Aydın & Çakar, 2013, s. 59).

Girişimcilerin çevreyi dikkate alan faaliyetlere doğru yönelişi aşağıda yer alan şekildeki gibi özetlenebilir.



Şekil 2. 6.Kurumsal Çevre Yönetimi Yaklaşımı (Berry & Randinelli, 1998, s. 42)

Şekil 2.6'de görüldüğü gibi 1960 ve 1970'li yıllarda işletmeler çevre konusundaki düzenlemeler uymamaktadır. Bu dönemde, dünya genelinde çevresel zarar ortaya çıktığından dolayı, bununla mücadele etmek için tedavi edici bir

yaklaşım benimsenmiştir. 1980’lerde ise, çevresel düzenleme yasalarına uymaya başlanmıştır ve uyma maliyetlerini azaltma şeklinde tepkici(reaktif) yaklaşım benimsenmiştir. 1990’lardan sonra ise, işletme faaliyetlerinin çevre üzerindeki etkileri tahmin edilerek çevre kirliliğini azaltma amaçlı proaktif yaklaşım benimsenmiştir (Türk & Bekiş, 2011, s. 69). Proaktif ya da önleyici çevre yönetim anlayışı; işletme genelinde şeffaflığı, bilinen sistematik bir süreci, çevresel politika, sorumluluk ve amaçların belirlenmesi ve uygulanması amacıyla çevresel faktörlerin sürekli olarak denetlenmesi şeklinde çalışan sisteme denir (Steger, 2000, s. 24).

2.3.2.Ekogirişimciliği Etkileyen Faktörler

Dinamik bir yapı içerisinde faaliyet gösteren girişimciler bu dinamik yapı içerisinde yer alan çalışanları, tedarikçileri, rakipleri, müşterileri ve girişimcinin özelliklerine kadar pek çok faktör tarafından etkilenmektedir. Aynı şekilde ekogirişimciliği de etkileyen, destekleyen ve kısıtlayan birçok unsur bulunmaktadır. Bu unsurlar farklı yazarlar tarafından farklı şekillerde sınıflandırılmıştır.

2.3.2.1. Ekogirişimciliği etkileyen iç faktörler

Allen ve Malın (2008)’na göre ekogirişimciliği etkileyen iç faktörler şunlardır:

- Ekogirişimcinin özellikleri
- İşletmenin sahip olduğu sürdürülebilir değerler
- Çevreci ürünlerin rekabet avantajı

2.3.2.1.1. Ekogirişimcinin özellikleri

Girişimci; fırsatları gören, iş fikrine dönüştüren ve çalışanları bazen de yöneticileri yönlendiren kişi olmasından dolayı ekogirişimciliği etkileyen ana unsurlardan biridir. Ekogirişimcilerin girişimlerini etkileyen unsurlar şunlardır: İnanç sistemleri, geçmiş deneyimleri, eğitimleri, aile ve arkadaş grupları, kişisel ilişki ağları gibi faktörlerdir. Bunun yanında girişimcilerin yaratıcılık, yenilikçilik, dışadönüklük gibi kişisel özellikleri kadar bağımsızlık, ekonomik gereklilik ve boşanma gibi çevresel faktörler de ekogirişimcileri etkilemektedir (Kirkwood & Walton, 2010, s. 208).

2.3.2.1.2.İşletmenin sahip olduğu sürdürülebilir değerler

Sürdürülebilir kalkınma anlayışı, gelecek kuşakların ekolojik haklarını korumayı hedeflemektedir. Bu da ancak çevresel değerlerin benimsenmesi ile

gerçekleştirilebilir. Sürdürülebilir kalkınma amacını gerçekleştirmek isteyen işletmelerin verimlilik ve etkinlik çalışmalarına çevreyi odak haline getirmeleri ve çevreci bir inanç sistemini benimsemeleri ekogirişimcilik faaliyetleri için önemlidir. Bu anlayışa sahip olan işletmelerin ekogirişimcilik faaliyetlerinde daha başarılı olmaları beklenmektedir (Aykan, 2012, s. 202).

2.3.2.1.3.Çevreci ürünlerin rekabet avantajı

Toplumda çevre bilincinin gelişmesiyle birlikte, tüketicilerin satın almış oldukları ürünlerin çevreye etkisinin ne olduğu konusundaki ilgileri artmıştır. Müşteri tercihlerinin değişmesiyle birlikte alternatif ürünlerde artış olmuştur, bu durum da rekabeti artırmıştır. İşte tam bu noktada ekogirişimcilere, yeşil işletme fırsatlarını belirleme ve bunu faaliyete dönüştürme konusunda önemli görevler düşmektedir. Bu nedenle ekogirişimciler çevreci ürünlere odaklanarak hem katma değer hem de rekabet avantajı sağlayabilirler ve bu durum da ekogirişimcilere yeni fırsatlar ve çalışma alanları oluşturabilir (Aykan, 2012, s. 202).

2.3.2.2.Ekogirişimciliği etkileyen dış faktörler

Allen ve Malın (2008)'na göre ekogirişimciliği etkileyen dış faktörler şunlardır:

- Düzenleme ve denetleme kurumları
- Çevreci baskı grupları
- Yeşil müşteriler
- Yeşil yatırımcılar ve yeşil ortaklıklar
- Politika ve uygulamalar

2.3.2.2.1.Düzenleme ve denetleme kurumları

İnsanoğlu dünya üzeride var olduğundan beri sürekli olarak doğayla etkileşimde bulunmuş ve doğadaki kaynakları kullanarak yaşamını devam ettirmiştir. Son üç yüz yılda teknolojide ve bilimde yaşanan gelişmeler bir yandan insanların hayatını kolaylaştırırken bir yandan da insanlığın geleceği konusunda endişeler oluşturmuştur. Sanayileşme ve giderek artan nüfus ile büyüyen çevre sorunları hükümetleri ve bireyleri bu konuda duyarlı olaya zorlamıştır (Almaçık vd., 2010, s. 86). Bu nedenle, çevreyle ilgili standartların Avrupa ve tüm dünyada kabul edilmesi işletmelerin çevreye duyarlı davranma konusunda etkili olmuştur. İşletmelerin uymak zorunda oldukları çevresel standartlar ve düzenlemelerin bulunması ekogirişimciliği etkilemektedir (Aykan, 2012, s. 202).

2.3.2.2.2.Çevreci baskı grupları

Toplumda çevre bilincinin aratmasıyla birlikte sivil toplum kuruluşları ve insan hakları dernekleri işletmeler için bir baskı unsuru olmaktadır. İşletmelerin faaliyetleri sonucunda çevre üzerinde buldukları etkileri, çevresel faaliyetlerini açıklama zorunlulukları ve olumsuz sonuçların işletmeye etkileri gibi nedenler girişimcileri çevreyi dikkate almaya zorlamaktadır (Aykan, 2012, s. 202).

2.3.2.2.3.Yeşil müşteriler

Özellikle çevre konusunda hassas olan tüketicilerin, çok tüketmek yerine kaliteli ve çevreye zarar vermeyen ürün satın almaları, çevre dostu ambalajlı ürünleri tercih etmeleri, daha düşük risk içeren ürünleri yönelme gibi faaliyetleri ekogirişimcileri olumlu olarak etkilemektedir (Aykan, 2012, s. 203). Müşterilerin çevreye karşı duyarlılıkları artıkça ve ürünlerin çevreye etkilerini öğrenmeye başladıkça mal ve hizmet satın almada çevre faktörü de dikkate alınmaya başlanmıştır (Bedük & Aydın, 2010, s. 404). Özellikle son zamanlarda tüketiciler doğal kaynakların sınırlı olduğunun ve düşünülenden daha ciddi gerçeklerin olduğunun farkına varmışlardır. Çevresel konuların medyada yer alması, çevreci baskı grupları faaliyetlerinin artması ve yasal düzenlemelerin getirdiği uygulamalar tüketicilerin bilinç düzeyini geliştirmiştir (Aracıoğlu & Tatlıdil, 2009, s. 438-439). Ekogirişimciler de bu durumda, daha fazla çevresel faaliyetlere odaklanarak daha yüksek gelir elde edebilir ve daha fazla müşteri memnuniyeti sağlayabilirler (Gök & Türk, 2011, s. 131).

2.3.2.2.4.Yeşil yatırımcılar ve yeşil ortaklıklar

Ortak değer ve inançlara sahip olan kişilerle/kurumlarla iş ve ortaklık yapılması ekogirişimciler için önemlidir. Bu durum ekogirişimciler için farklı bir güç oluşturmaktadır (Aykan, 2012, s. 203). Bu güçle işletmeler tüketicilerin hijyen ve çevre konusundaki güvenlik taleplerini daha iyi karşılayacaklardır. Bununla birlikte tüketici talepleri sürekli değiştiği için rekabet koşulları da değişmektedir. Bu yüzden de girişimcilerin ve yatırımcıların yeni rekabet koşullarına göre yeni düzenlemeler yapması gerekmektedir (Türk & Gök, 2010, s. 203).

2.3.2.2.5.Politika ve uygulamalar

Hükümetin ekogirişimcileri desteklemek için uyguladığı politikalar da önemlidir. Ekogirişim teşvikleri, vergi muafiyetleri gibi uygulamalar ekogirişimcilere rekabet avantajı sağlamaktadır. Önemli bir nokta da işletmelerin çevre politika ve uygulamaları oluşturmalarıdır. Bu politika ve uygulamalar atıkların

yönetiminden, enerji ve hammadde tasarrufuna kadar her alanda yapılabilmektedir. Bu durumda ekogirişimcilik faaliyetleri sonuçlarının daha kısa sürede izlenmesini sağlayacaktır (Aykan, 2012, s. 203).

Ekogirişimliliği etkileyen faktörler farklı yazarlar tarafından farklı şekilde sınıflandırılmıştır. Diğer bir sınıflama şekli de ekogirişimliliği etkileyen faktörleri itici ve çekici faktörler olarak sınıflandırmaktır. Bu sınıflandırma aşağıdaki gibidir.



Şekil 2. 7. Ekogirişimliliği Etkileyen Faktörler-II (Volery, 2002, s. 545)

Şekilde 2.7’de görüldüğü üzere ekogirişimliliği etkileyen itici faktörler; düzenlemeler, çevresel maliyetler ve doğal kaynaklardır. Çekici faktörler ise müşteri talepleri ve yeşil ortaklıklardır.

2.3.3. Ekogirişimci Türleri

Ekogirişimciliğin türleri konusunda yazarların farklı sınıflandırmaları vardır. Kirkwood & Walton (2010)’na göre ekogirişimciliğin iki türü vardır. Bunlar: ticari ekogirişimci ve sosyal ekogirişimcidir.

- **Ticari Ekogirişimciler:** Ticari ekogirişimciler, yeşil işletme kurucuları olarak da tanımlanabilir. Ticari ekogirişimciler, toplumda iyi bir imaja sahip olabilmek için çevreci ürünleri ve üretim süreçlerini kullanırlar. Bu ekogirişimcilerin asıl amaçları karlarını artırmaktır. Bunun için de tüketicilerin hassaslık gösterdikleri konuları önemsediklerini göstererek bu durumu reklam çeşidi haline getirirler (Kirkwood & Walton, 2010, s. 206).

- **Sosyal Ekogirişimciler:** Sosyal ekogirişimciler; çevre dostu ürünler, fikirler ya da teknolojiler bulma çabasında olan kişilerdir. Buradaki asıl amaç, çevreye zarar vermeden üretebilmek için gerekli teknolojilerin geliştirilmesidir. Bu yaklaşıma, tarım ürünlerinin kimyasal maddelerden arındırılarak organik tarıma geçirilmesi örnek olarak verilebilir. İki ekogirişimcilik türü karşılaştırıldığında sosyal

ekogirişimciliğin ticari ekogirişimcilikten daha çok çevre problemlerine eğilimli olduğu görülür (Pastakia, 1998, s. 157).

Volery (2002)' ye göre ekogirişimcilik türleri çevreye duyarlı girişimcilik ve yeşil girişimciliktir.

- **Çevreye Duyarlı Girişimcilik:** Çevreye duyarlı girişimciler; çevresel konuların farkındadırlar fakat, çevresel pazarda yer almazlar.

- **Yeşil Girişimcilik:** Yeşil girişimciler ise hem çevreye duyarlı hem de çevresel pazarda yer almaktadırlar.

Tablo 2. 6.Ekogirişimcilerin Özellikleri ve Türleri (Volery, 2002, s. 551)

ÇEVREYEDUYARLI GİRİŞİMCİLİK	YEŞİL GİRİŞİMCİLİK
- Çevresel konuların farkında - Çevresel pazarda yer almıyor	- Çevresel konuların farkında - Çevreselpazarda yer alıyor
Fırsatlar	
- Çevre boyutu iş merkezli. - Odak: Mevcut pazardaki fırsatlar. -İşletme türü: İşletme birleşmeleri ya da yeni başlangıçlar.	- Çevre odaklı kâr. - Odak: Oluşturulan yeni pazardaki tüm fırsatlar. -İşletme türü: Genel, yeni başlangıçlar.
Endüstri	
-Tüm sektörler (Özellikle kozmetik, maden, kimya, enerji)	- Çevresel Endüstriler (Organik tarım,Katı atıkların yenide kazanımı, Kirletilmişalanlar temizlenmesi)
Ortak özellikleri	
<ul style="list-style-type: none"> - Her ikisi de sürdürülebilir kalkınma amaçlı. - Bazen taleplerle çelişen yaratıcı pazarlama çözümleri. - Sağlıklı Ürünler: Çevre açısından güvenli ve doğal malzemelerin kullanılması ve güvenli paketleme. - Sağlıklı Süreçler: Temiz üretim, eko verimlilik ve çevresel denetlemeler - Sağlıklı Değerler: Vizyon, işletme kültürü, sosyal sorumluluk ve toplumda çevre bilinci oluşturma. 	

Tablo 2.6'da görüldüğü üzere çevreye duyarlı girişimcilik ve yeşil girişimcilik arasında bir takım farklılıklar ve ortak özellikler bulunmaktadır. Çevreye duyarlı girişimcilik türünde girişimciler, çevresel pazarda yer almazken, yeşil girişimcilikte çevresel pazarda yer almaktadırlar. Çevreye duyarlı girişimcilik tüm

sektörlerde faaliyet gösterirken, yeşil girişimcilik sadece endüstriyel sektörlerde faaliyet göstermektedir. Çevreye duyarlı girişimcilikte mevcut pazardaki fırsatlara odaklanılırken, yeşil girişimcilikte yeni pazardaki fırsatlara odaklanılır. Her ikisinin de orta amaçları; sürdürülebilir kalkınmayı sağlamak, sağlıklı ürünler, değerler ve süreçler oluşturmaktır.

2.3.4. Yeşil ve Sürdürülebilir Ekonomilerin Avantaj ve Dezavantajları

Yeşil ve sürdürülebilir ekonomiye geçişin avantaj ve dezavantajları genel olarak aşağıdaki gibidir.

Tablo 2. 7.Yeşil ve Sürdürülebilir Ekonomilere Geçiş Sonrası Yaşanabilecek Avantaj ve Dezavantajlar (Kuşat, 2013, s. 4902)

AVANTAJLAR	DEZAVANTAJLAR
1)Çevreyle daha uyumlu ekonomik mallar ortaya çıkar.	1)Maden ve enerji kaynaklarının fiyatı yükselir.
2)Bütün faaliyetlerde yeni teknolojilerin kullanılması ile yerel ve küresel ihtiyaçlar daha etkili bir şekilde karşılanır.	2)Tarımsal gıda ve endüstri kaynaklarında fiyatlar yükselir.
3)Yeni ürünlere yeni fonksiyonlar eklendiği için, ürünlerin kullanım değerleri maksimuma çıkar.	3)Bütün alanlarda yeni teknolojilerin geliştirilmesi için yüksek bir yatırım maliyetine gereksinim vardır.
4)Sürdürülebilir yönetim kriterlerine uyumun sağlanması ile ilgili olarak işletmelerin rekabet güçleri gelişir.	4)Dayanıklı ürünlerin pazar fiyatı ve maliyetleri artar.
5)Küçük ve orta ölçekli teknik yardım ve hizmet işletmeleri ortaya çıkar ve bu durum yeni iş imkânları yaratır.	5)Şirketlerin ölçütlerinde, ilişkilerinde ve ürettikleri ürünlerin değerinde azalış olur.
6)Çevresel dengelerin onarımı sağlanır.	6)Genel olarak büyük ölçekli işletmelerde işsizlik artar.
7)Enerji ve diğer doğal kaynaklara talep azalırken, genel kaynak verimliliği artar.	7)Büyük olasılıkla küresel düzeyde kişi başına düşen gelirlerde azalış olur.
8)Sürdürülebilir kentlerde yaşam kalitesi artar.	8)Ailelerin satın alma güçlerinde azalış olur.
9)Gelişme aşaması uygun bir şekilde başlamışsa, endüstrileşmiş ve endüstrileşmemiş ülkeler arasında gelir yeniden dağıtır.	9)Şehirleri sürdürülebilir bir yaşam ve iş alanına dönüştürmek için maliyet yüksektir.
10)Yeni araçlara bağlı olarak enerji yoğunluğu ve kirlilik azalır, kaynak verimliliği artar, çalışma zamandaki hareketlilik ve kişisel ihtiyaçlar azalır.	10)Ekonomik avantajı olan yeni taşıma ve ulaşım sistemlerinin üretilmesi için yatırım maliyeti yüksektir.

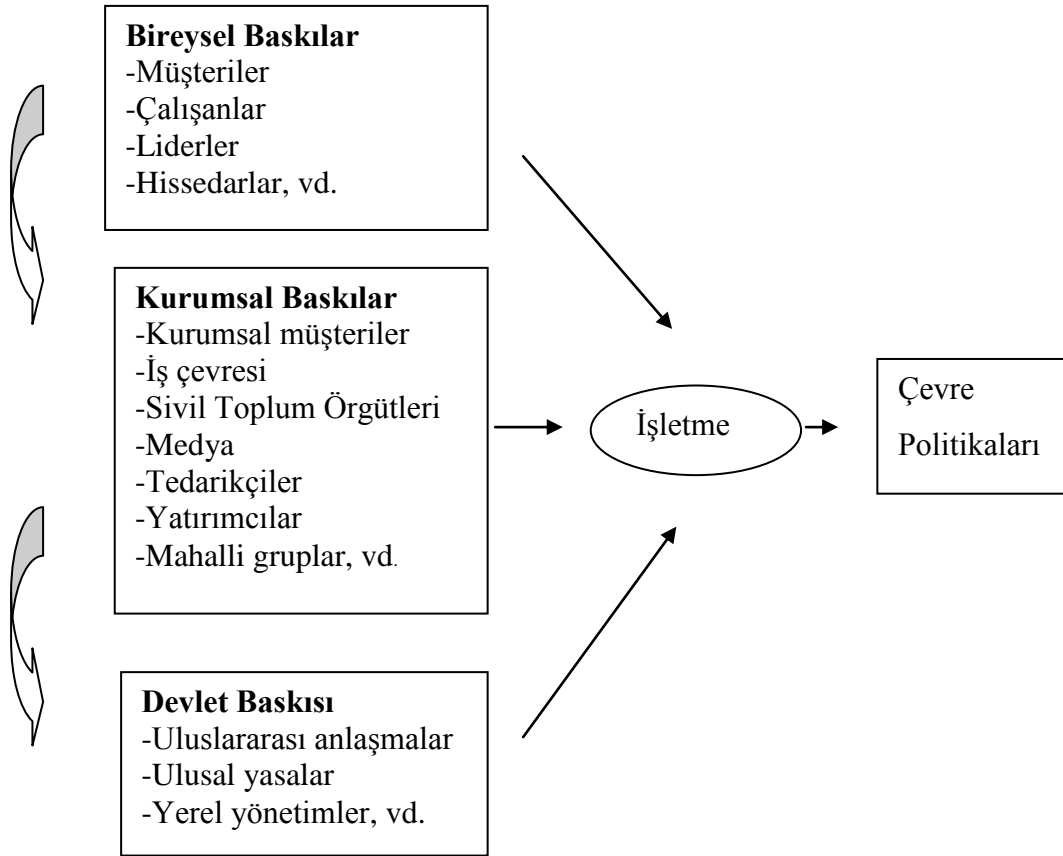
Tablo 2.7’de yeşil ve sürdürülebilir ekonomiye geçiş sonrası yaşanabilecek avantaj ve dezavantajlar yer almaktadır. Avantajlarından bazıları şunlardır: çevreye zarar vermeyen ürünler ortaya çıkar, işletmelerin rekabet güçleri artar, yeni iş

imkânları ortaya çıkar. Dezavantajları ise genel olarak şunlardır: yüksek bir yatırım maliyetine ihtiyaç vardır, gıda ve endüstri kaynaklarının fiyatı artar.

2.3.5.Ekogirişimciliğin Önemi ve Ekogirişimciliğe Yönelme Nedenleri

İşletmelerin kaynaklarını kötüye kullanması, üretim süreçlerinde ortaya çıkan atıklarının çevreyi olumsuz etkilemesi ve ekosistemi bozarak canlı türlerini tehdit etmesi gibi faaliyetler, tüketicilerin çevreye duyarlı faaliyetler talep etmesine buna ek olarak bazı işletmelerin bu talebi görerek yeni bir piyasa yaratmasına neden olmuştur. Bu nedenle de gelişen yeni piyasalar insanların işletme faaliyetlerine bakış açısını değiştirmiştir (Balcı, 2011, s. 191). Sürdürülebilir kalkınma faaliyetleri, bireyleri çevre konusunda bilinçlendirmekte ve işletmeleri çevrenin korunması konusunda zorlamaktadır. Aynı şekilde küresel rekabet ortamı işletmeleri çevre ile ilgili kurallara uymaya zorlamakta ve çevrenin işletme politikası içerisinde yer almasını gerekli kılmaktadır. İşte tam bu noktada ekonomi ve ekoloji arasında kalan işletmelerin yeşil işletmecilik faaliyetlerini içeren ekogirişimcilik kavramı ortaya çıkmıştır (Aykan, 2012, s. 195).

Girişimcileri ekogirişimciliğe yönelten bir takım nedenler bulunmaktadır. Bunlar: Yeni iş alanları geliştirme, yeni teknolojiler üretmeye teşvik eden gelişmeler, çevresel olumsuzlukların küreselleşmesi, yeni piyasalar yaratılması ve zorlayıcı düzenlemelerdir (Allen & Malin, 2008, s. 829). Bunların dışında bir diğer neden de sosyal değerlerdir. Sosyal normlar değişmekte, bu durumda girişimcilerin çevreyle olan ilişkilerine önem vermesi yönünde değişmektedir (Bryant & Bryant, 1998, s. 113). Kaynakların giderek daha kıt hale gelmesi, hızla büyüyen rekabet ortamı, devlet baskısı ve birliklerin oluşturduğu kurallar gibi nedenler de kişileri ekogirişimciliğe iten diğer faktörlerdendir (Azzone & Noci, 1998, s. 109). Bu baskılar genel olarak aşağıdaki gibi sınıflandırılabilir. Bunlar; bireysel, kurumsal ve devlet baskılarıdır.



Şekil 2. 8.Çevre Politikalarına Kaynak Olan Güçlerin Tarafları (Sözüer, 2011, s. 51)

Şekil 2.8’da görüldüğü üzere devlet ögesinin kurumsal sınıftan ayrılmasının nedeni, devletin işletmenin dış çevresi olması, doğrudan kontrol edilememesi, yasalar aracılığıyla resmi otorite konumunda yer almasıdır ve devletin yaptırım gücünün bulunması bu nedenle de işletmelerin bu kuralları yerine getirmekten başka seçeneğinin bulunmamasıdır. Bunun dışında devlet, bir takım vergi avantajlarıyla çevre politikalarını teşvik edici rol oynayabilir. Bireysel baskılar ise müşteriler, çalışanlar, hissedarlar vd. etkili olduğu baskılardır. Bu baskılarla; insanların etik, sağduyu, vicdan vb. değerlerle doğru olanı yapması ve işletmelerden de bunu beklemesi amaçlanmaktadır. Kurumsal baskılar ise; sivil toplum kuruluşları, medya, tedarikçi, yatırımcı ve diğer faktörlerin işletmeleri çevreyi dikkate alma konusunda zorlayan etkenlerdir (Sözüer, 2011, s. 52).

2.3.6.Ekogirişimciliğin Uygulanmasında Karşılaşılan Engeller

Ekogirişimciliğin uygulanmasında karşılaşılan engeller genel olarak üç şekilde sınıflandırılabilir. Bunlar: Pazar oluşturma zorluğu, finansal engeller ve etiktir.

2.3.6.1.Pazar oluşturma zorluğu

Ekogirişimciliğin uygulanmasında karşılaşılan engellerden biri çevreci ürün/hizmet için pazar oluşturma glgdr. Bu nedenle; çevresel teknoloji, üretim ve hizmet için yeni pazar yaratılmasında çevresel farkındalığı genişletmek çok önemlidir. Çevresel farkındalığın genişlemesiyle tüketicilerinde davranışlarında değişiklik sağlanabilir (Linnanen, 2002, s. 112). Ancak bu Şekilde evreye zarar vermeyen ürün ve hizmetler için pazar oluşturulabilir.

2.3.6.2.Finansal engeller

Ekogirişimcilikte diğer bir sorun ise finansal engellerdir. Girişimcilerin evreye ilgili fikirlerini yatırımcılar ve ortaklara kabul ettirmesi çok zordur. Diğer bir deyişle, ekogirişimcilik düşüncesi normal iş denemelerinden farklı olduğundan onların bu konuya inanması ve desteklemesi için ikna edilmesi gerekir (Linnanen, 2002, s. 112). Bunun için, sermayedarları çevresel meselelere inandırmak ve yatırımın geri dönüşünü normal bir girişim sresinden daha fazla beklemek gerekmektedir (Balcı, 2011, s. 201).

2.3.6. 3.Etik

Bir yandan para kazanmayı bir yandan da dünyaya katkıda bulunmayı hedefleyen ekogirişimciler finansal ve ekolojik başarı sağlarken bütün bu süreçlerde etik faktörünü de dikkate almalıdır. Bunu için de ekogirişimcilerin, işletmeye alınan çalışanların çevresel açıdan etik değerlere sahip bireyler tercih etmesi gerekir. Çalışanların bu Şekilde tercih edilmesinde güvenilir ortaklar bulma ve kredibilite sağlama gibi yararları vardır. En önemlisi de ekogirişimciler kar amaçsız olarak kuruldukları için daha fazla etik odaklı olabilmektedirler (Balcı, 2011, s. 201).

2.3.7.Türkiye’de Ekogirişimcilik

Türkiye’de ekogirişimcilik ile ilgili bir takım fırsatlar ve tehditler bulunmaktadır.

2.3.7.1. Mevcut durum analizi

İş dünyasında bulunan birçok lider, girişimciliğin Türkiye’de daha başlangıç seviyesinde yer aldığı ve geliştirilmeye ihtiyaı olduğu görüşündedirler. Ancak,

Türkiye’de girişimci etkinlik düzeyinin düşük seviyelerde olmasına rağmen son zamanlarda yükselen bir eğilim izlediği görülmektedir (TTGV, 2012, s. 1).

Farklı çalışma ve araştırma sonuçları incelendiğinde, son yıllarda Türkiye’deki Araştırma-Geliştirme ve girişimcilik faaliyetlerinin yaklaşık %15’lik kısmının çevre ile ilişkili olduğu görülmektedir. Ar-Ge ve girişimcilik açısından çevre faaliyetleri ve girişimcilik faaliyetlerinin birlikte artışı ekogirişimciliğin geliştirilmesi için bir fırsat olarak kabul edilmektedir. Bunun dışında Türkiye’de girişimciliği desteklemek için, çeşitli kuruluşların ve ağların oluşturulması, çeşitli sivil toplum kuruluşlarının çalışmaları ve yapısal fon sağlayan araçlar da bulunmaktadır. Ayrıca Ar-Ge ve girişimcilik faaliyetleri için vergi muafiyeti, vergi indirimi gibi teşvikler de bulunmaktadır. Bütün bu destekler ekogirişimcilik için de kullanılabilir niteliktedir. Ayrıca Türkiye’de direkt olarak çevre projeleri ve yatırımları için kullanılabilir çeşitli finansal düzenlemeler de bulunmaktadır. Bu destek mekanizmalarına şunlar örnek olarak verilebilir: TÜBİTAK (Türkiye Bilim ve Teknoloji Araştırma Kurumu), ÇAYDAK (Çevre, Atmosfer, Yer ve Deniz Bilimleri Araştırma Kurumu) tarafından sağlanan destekler, TTGV (Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı) enerji verimliliği, çevre teknolojileri ve yenilenebilir enerji konularında Çevre Projeleri Desteği ve bazı Ar-Ge programlarıdır (TTGV, 2012, s. 1). Bu destekler dışında, Türkiye’de girişimciler genel olarak kendi sermayelerinin dışında aile ve arkadaşlarından almış oldukları finansmanı da kullanabilmektedirler. (TTGV, 2012, s. 2).

2.3.7.2. Türkiye’de ekogirişimcilikte fırsatlar ve engeller

Türkiye’de ekogirişimcilikle ilgili bir takım fırsatlar ve engeller bulunmaktadır. Bunlar aşağıdaki tablodaki gibidir.

Tablo 2. 8.Güçlü Yönler/Fırsatlar ve Engeller/Zorluklar İçin Türkiye’de Ekogirişimcilik (TTGV, 2012, s. 3-4)

Güçlü Yönler ve Fırsatlar	Engeller ve Zorluklar
<ul style="list-style-type: none"> -Girişimcilik faaliyetlerinde yükselen eğilim, -Çevre alanında olan Ar-Ge ve girişimcilik alanında yükselen eğilim, -Girişimcilik için destek sağlayan kurumların olması, -Temiz üretimle ilgili konuların ilgi bakanlık tarafından dikkate alınması, -Bölgesel kalkınma ajanslarının desteklerinin aynı zamanda ekogirişimcilik içinde kullanılması, -İş meleklerinin ekogirişimciler için alternatif finansman desteği sağlaması, -Fırsat tabanlı girişimcilik oranının gereklilik tabanlı girişimciliği geride bırakması, -Ekogirişimcilik faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi için Teknoparkların uygun ortam yaratması, -Çevre ve enerji ile ilgili mevzuatın ekogirişimcilik için bir fırsat oluşturması, -İklim değişikliği ile ilgili konular ve ele alınması gereken olası eylemler hakkında iş dünyasının ilgili olmasıdır. 	<ul style="list-style-type: none"> -Girişimcilik faaliyetlerinin düşük seviyede olması, -Ekogirişimcilik için özel destek programlarının olmaması, -Özel sermayenin ekogirişimcilik için yakın gelecekte kullanılabilir olmaması, -Çevre ve enerji ile ilgili mevzuatta uygulama ve denetimlerle ilgili eksiklikler, -Ekogirişimcilik kavramının paydaşlar için yeni bir kavram olması, -Özellikle küçük işletmelerin sınırlı kapasiteye sahip olması ve çevre bilincine sahip olmaması, -Tüketicilerin çevre dostu ve çevreye zarar vermeyen ürünler hakkında ilgi ve bilgilerinin olmayışı, -Belediyelerin atık yönetimi ile ilgili girişimler konusundaki prosedürleri, -Yeşil satın almanın kamuda uygulanmaması, -Özel sektörün piyasadaki çevre dostu ürün ve hizmete olan talebin yeterlilik durumuna güvesizliğidir.

Tablo 2.8’de görüldüğü üzere Türkiye ekogirişimcilik faaliyetleri ile ilgili bir takım fırsatlar ve engeller bulunmaktadır. Teknoparklar, bölgesel kalkınma ajansları ve iş melekleri ekogirişimcilik için önemli bir fırsattır. İş melekleri, Türkiye’de son yıllarda ortaya çıkan bir kavramdır. İş melekleri sistemi, sosyal boyutludur ve girişimciler için başlangıç sermayesi desteği vermektedirler. Bu durum da ekogirişimcilik için iyi bir finansman alternatifi olarak görülebilir.

2.3.8. Türkiye’de Ekogirişimciliğin Geliştirilmesi İçin Öneriler

TTGV (Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı) (2012)’ye göre Türkiye’de ekogirişimciliğin geliştirilmesi için yapılan öneriler şunlardır:

- Bilinçlendirme
- Kapasite geliştirme, iletişim ve yönlendirme
- Politika ve strateji
- Finansal mekanizmaların geliştirilmesi

2.3.8.1. Bilinçlendirme

Piyasanın temel itici gücü tüketici talebidir. Bu nedenle, çevre sorunları ve sürdürülebilir tüketim yaklaşımında kamu bilincinin geliştirilmesi, çevre dostu ürün ve hizmet pazarı oluşturmak için önemlidir. Rol modelleri ile yeşil ürün-hizmet kampanyaları başlatılabilir ve tüketicilerin eğilimlerini belirlenebilir. Ayrıca, bireylerin çevre konusundaki tutku ve inançları da ekogirişimciliğin önemli itici güçlerinden biridir. Bu doğrultuda toplumun bilinçlenmesiyle girişimciler teşvik edilerek ekogirişimciliğe doğru yönlendirilecektir. Bunun dışında sürdürülebilir/yeşil girişimcilik ödülleri işletmeleri hem bilinçlendirmek hem de pazar açısından teşvik edici olmaktadır (TTGV, 2012, s. 5).

2.3.8.2. Kapasite geliştirme, iletişim ve yönlendirme

Türkiye’de ekogirişimciliğin geliştirilmesi için yapılması gereken çalışmalardan bir diğeri de kapasite geliştirme, iletişim ve yönlendirmedir. TTGV (2012)’ye göre bu konuda aşağıdaki faaliyetler yapılabilir:

- Girişimcilerin çevre konularında bilgilendirilmesini sağlamak için mevzuat ve ekogirişimcilik örnek çalışmaları konusunda faaliyetler ve programlar düzenlenmelidir.

- Çevre teknolojilerinin geliştirilmesiyle altyapı güçlenmiş olacaktır. Böylece, uzmanlık ve teknolojik bilgi birikimi daha fazla oluşturulur ve ekogirişimciler kendilerini daha rahat hissedebilirler.

- Çevre uzmanları ve girişimcileri bir araya getirmek amacıyla iyi bir şekilde organize edilmiş toplantılar vs. faaliyetler düzenlenebilir. Böylece iki taraf karşılıklı bilgi paylaşımı fırsatı elde etmiş olur.

- Türkiye’de veya başka ülkelerde yapılmış başarı öyküleri ve örnek ekogirişimcilik çalışmaları hazırlanabilir ve paydaşlar ile paylaşılabilir.

- İş dünyası ve hükümet, STÜ (Sürdürülebilir Tüketim ve Üretim) ve ekogirişimcilikte sinerjik etki oluşturmak için, sürdürülebilirlik konusunda tecrübelerini paylaşabilir (TTGV, 2012, s. 6).

2.3.8.3. Politika ve strateji

Türkiye’de ekogirişimciliğin geliştirilmesi için yapılması gereken çalışmalardan bir diğeri de politika ve stratejilerde bir takım değişiklikler yapmaktır. TTGV (Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı) (2012)’ye göre bunlar aşağıdaki gibidir:

- Türkiye için hazırlanacak özel bir STÜ (Sürdürülebilir Tüketim ve Üretim) stratejisi ve eylem planının Türkiye hükümeti tarafından geliştirilmesi ekogirişimcilik üzerinde olumlu etki yaratacağı düşünülmektedir.

- Sürdürülebilir Tüketim ve Üretimin bir parçası olarak Yeşil Satın Alma düşünülmelidir.

- İstikrarlı piyasa politikaları olmalı, yatırımcıları ve girişimcileri teşvik edebilecek koşullar oluşturulmalı ve çevre dostu ürün teşvikleri uygulanmalıdır.

- Başarılı ekogirişimcilik örneklerinin çoğaltılması amacıyla ‘atık yönetimi ve değerlendirilmesi’ ve ‘tarım ve hayvancılık’ gibi yüksek potansiyele sahip sektörler üzerinde odaklanmak yararlı olabilir.

- Sürdürülebilirlik ve ekogirişimcilik için yerel çözümler bulunması gerekir. Bunun için, STÜ (Sürdürülebilir Tüketim ve Üretim) ve ekogirişimcilik konularının mevcut bölgesel kalkınma politikalarına dâhil alması gereklidir. Bu şekilde girişimcilik alanında daha net destekler sağlanacaktır (TTGV, 2012, s. 6).

2.3.8.4. Finansal mekanizmaların geliştirilmesi

Türkiye’de ekogirişimciliğin geliştirilmesi için yapılması gereken çalışmalardan sonuncusu ise finansal mekanizmaların geliştirilmesidir. Bu amaçla çevre alanında girişimcilik, yatırım ve Ar-Ge faaliyetleri için özel destek programları artırılmalıdır. Ekogirişimcilik yatırımları için riskleri azaltan ve gelir beklentisini artıran düzenlemeler oluşturulmalıdır. Girişim sermayesi, özel sermaye ve iş melekleri gibi ekogirişimciler tarafından kullanılacak finansal araçların önündeki bariyerlerin kaldırılması için çözümler aranmalıdır (TTGV, 2012, s. 7).

Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde ekogirişimcilik sürecini başlatmaktan ziyade bu sürecin devamlılığının sağlanması daha önemlidir. Bu amaca ulaşabilmek için alınması gereken önlemler ve yapılacaklar vardır. Bu amaçla devletten, işletmelerden ve uluslararası kuruluşlardan beklentiler vardır (Kuşat, 2013, s.12).

- **Devletten Beklenecekler:** Çevre korumak adına yatırım teşviklerinin sağlanması ve bu teşviklerin ne kadar etkili olduğunun kontrol edilmesi; çevresel değerlere saygılı topluluklara destek olunması; işletmelerin kurumsal kimlik kazanmaları için eğitim programlarının düzenlenmesi ve bu şekilde işletmelerin çevreye verdiği değerin artırılması; çevre konusunda diğer devletlerle ortak hareketin sağlanmasıdır (Kuşat, 2013, s.13).

- **İşletmelerden Beklenecekler:** Sosyal sorumluluk projesinde, özellikle kurumsallaşmış işletmelerin çevresel değerleri ön plana çıkararak projelere önem vermesi ve medya aracılığıyla bu projeleri tüm kamuoyuna duyurması; kurumsallaşma sürecini tamamlamış işletmelerin ise tamamlanmamış işletmelere çevreyi destekleyen her türlü projede destek olmasıdır (Kuşat, 2013, s.13).

- **Uluslararası Kuruluşlardan Beklenecekler:** Çevreyle ilgili alınmış olan kararların kâğıt üzerinde kalmaması için gerekli yatırım gücünün ortaya konması; uluslararası yatırım kuruluşlarının çevre adına yapılan hibe şeklindeki yatırımlarının artırılması; çevrenin sürdürülebilirliğine farklı açıdan yönelen kuruluşların, ortak amaçta birleştirilmesidir (Kuşat, 2013, s.13).

2.4. EKOİRİŞİMCİLİK, ÇEVREYE DUYARLI İŞLETMECİLİK VE İŞLETMELERDE ÇEVRE YÖNETİMİ İLE İLGİLİ YAPILAN ÇALIŞMALAR

Literatür taraması sırasında, ekogirişimciliğin literatürü ile ilgili yabancı ve Türkçe birçok çalışma yapıldığı görülmüştür. Ancak, ekogirişimcilik ile ilgili uygulamalı çalışmalar daha çok yabancı yazarlar tarafından yapılmıştır. Aşağıda ekogirişimcilik, çevreye duyarlı işletmecilik ve işletmelerde çevre yönetimi ile ilgili daha önce yapılmış çalışmalara yer verilmiştir.

Naktiyok (1995), yöneticilerin dış çevre faktörlerini ne derece etkilediklerini ve dış çevreyi ne kadar belirsiz ve karmaşık olarak nitelendirdiklerini tespit etmek için bu çalışmayı yapmıştır. Ayrıca, işletmelerin doğal çevre sorunları konusundaki faaliyetleri, görüşleri ve önerileri hakkında bilgi edinilmesi de çalışmanın diğer amaçlarındandır. Araştırma İstanbul ilinde özel sektör işletmelerine yapılmıştır. Araştırmanın ana kütesini İstanbul Sanayi ve Ticaret Odasına kayıtlı işletmeler oluşturmaktadır. Bu işletmelerden araştırmacının tercihinin göre 20 işletme seçilmiş ve 50'den fazla çalışana sahip olan 20 işletmenin üst düzey yöneticileri ile görüşülmüştür. Veri toplama yöntemi olarak anket kullanılmıştır. Araştırma sonucunda, işletme yöneticilerinin dış çevreyi analiz ederken ekonomik araştırma-geliştirme seviyelerinden orta derecenin biraz üzerinde yararlandıkları görülmüştür. İşletmelerin kaynaklarını verimli bir şekilde kullanmadıkları ve bu konuda kapsamlı ve tutarlı bir politikalarının olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Görüşülen işletmelerin büyük bir bölümü, çevresel konularda yasal boşluklar olduğunu ve devletin bu konuda gerekli koordinasyonu yapmadığını belirtmişlerdir (Naktiyok,1995,s.1-178).

Yüksel (2003), işletmelerin çevre konularına yaklaşımlarının, ISO (Uluslararası Standart Organizasyonu) 14001 Çevre Yönetim Sistemi belgesine sahip olmaları ile kirliliği önleme teknolojileri için ayırdıkları kaynak düzeyi arasındaki ilişkinin, ISO 14001 Çevre Yönetim Sisteminin, işletmelerin çevreye duyarlı üretim faaliyetlerini uygulama düzeyine etkisinin, ISO 14001 Çevre Yönetim Sisteminin işletmelerin çevre performansına ve işletme performansına olan etkilerinin ne olduğunu araştırmak amacıyla bu çalışmayı yapmıştır. Veri toplama yöntemi olarak anket seçilmiştir. ISO 14001 ÇYS (Çevre Yönetim Sistemi) belgesine sahip olan 100 işletme ve ISO 14001 ÇYS belgesine sahip olmayan 500 büyük işletme kapsamında yer alan toplam 150 işletmeye anket gönderilmiştir. Anket formunun işletmede çevre faaliyetinden sorumlu kişiler veya genel müdür tarafından doldurulması istenmiştir. Gönderilen anketlerden 105 tanesi değerlendirilmeye alınmıştır. Araştırma sonucunda; ISO 14001 ÇYS'nin işletmelerin çevreye duyarlı üretim faaliyetlerinin düzeyini etkilediği görülmüştür. ISO 14001 ÇYS belgesine sahip olan işletmelerin çevreye duyarlı üretim faaliyetlerinin uygulama düzeylerine ilişkin verdikleri cevapların ortalamaları, bu belgeye sahip olmayan işletmelerin ortalamalarından daha yüksek çıkmıştır (Yüksel,2003,s.21-32).

Safyan (2004), çevre duyarlılığını örgütsel davranışa uyarlama ve işletmeyi ekolojik prensiplere göre yönetme konusunda var olan boşlukları doldurmak amacıyla bu çalışmayı yapmıştır. Ayrıca, karlılık ve ekolojik duyarlılık arasında var olduğuna inanılan yanlış inanişe farklı bir bakış açısı getirmek ve gerek akademik gerekse uygulama alanında olan çelişkilerin azaltılması da diğer amaçlardandır. Örneklem grubu Çerkezköy Organize Sanayi Bölgesinde faaliyette bulunan işletmelerdir. 170 işletmeden sadece 100'üne ulaşılabılmıştır. Veri toplama yöntemi olarak yüz yüze anket yöntemi kullanılmıştır. Öncelikle Genel Müdür, Genel Koordinatör gibi araştırma için gerekli bilgi düzeyi daha yüksek olan kişilerle görüşme yapılmıştır. Bu unvanlarda kişilerle görüşmenin mümkün olmadığı durumlarda işletme müdürü, işletme sahibi, müdür yardımcısı ve üretim, pazarlama, hakla ilişkiler gibi departman müdürleriyle de görüşülmüştür. Sonuç olarak, anket yapılan işletmelerin %16'sının ekolojik bir politika tanımlamış ve bunu kamuoyuna açıklamış olduğu görülmüştür. İşletmelerin yalnızca %8'inde ekolojik politikalarından sorumlu olacak bir tepe yöneticisi vardır. Ayrıca, yöneticiler genellikle çevresel konulardaki devlet denetimlerinin ve bu konudaki yasa ve yönetmeliklerin yetersiz olduğunu düşünmektedirler. Araştırmada, eğitim seviyesi

yüksek olan yöneticilerin çevreye karşı daha çok duyarlı olacağı ve eğitim seviyesi arttıkça duyarlılığın artacağı konusundaki varsayımına dayanarak çeşitli analizler yapılmıştır. Ancak, yöneticilerin eğitim düzeylerine göre maliyetleri yükseltmemek amacıyla çevreyle ilgili faaliyetleri mümkün olduğunca minimum düzeyde tutma konusundaki düşünceleri arasında fark olduğu dışında önemli bir veriye ulaşılamamıştır (Safyan,2004,s.1-286).

Gülçiçek (2007), ISO 14001 Çevre Yönetim Sistemini kurmuş ve sertifikasını almış olan, Türkiye’de faaliyet gösteren işletmelerin sisteme geçişte karşılaştıkları zorlukları ve uygulama sonuçlarını ortaya koymak amacıyla bu çalışmayı yapmıştır. Ayrıca, ISO 14001 belgesine sahip kuruluşların yapısını ve bu belge dışında sahip olduğu belgelerin neler olduğunu tespit etmek ve çevre yönetim sistemini uygulamada etken olan faktörleri belirlemektir. Son olarak da, bu araştırma sonucundaki bulgularla sisteme yeni geçecek olan işletmelere yol göstermek amaçlanmaktadır. Araştırmanın örneklemi Türkiye’de faaliyet gösteren ve Türkiye Standartları Endüstrisi’nin ISO 14001 Çevre Yönetim Standardı ile belgelendirmiş olduğu işletmelerdir. KALDER (Kalite Derneği)’den ISO 14001 belgesine sahip olan işletmelerin listesi temin edilmiş ve 258 işletmeden 11’i Türkiye dışında faaliyet gösteren yabancı kuruluş olmasından dolayı listeden çıkarılmış ve 247 işletmeye ulaşılmaya çalışılmıştır. Bu işletmelerden 52 tanesi ile görüşülmüştür. Veri toplama yöntemi olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Anketler işletmelerle fax, elektronik posta ve yüz yüze görüşme yoluyla doldurulmaya çalışılmıştır. Araştırma sonucunda, ISO 14001 belgesine sahip olan kuruluşların belgelendirme çalışmalarına başlamalarında, küçük işletmelerde daha çok tepe yönetiminin isteği olduğu sonucuna ulaşılmış; büyük işletmelerde ise daha çok müşteriden gelen istekler olduğu görülmüştür. Müşteri memnuniyetini ve pazar payını artırma, süreçlerde sürekli iyileşme ve toplam kalite yönetim felsefesine adım atma isteği işletmelerin belge almasında etkili olan diğer faktörlerdendir. Ankete katılan işletmelerin %69,2’si sisteme geçerken işletme dışından eğitim ve danışmanlık hizmeti almıştır. Çevre Yönetim Sistemine geçiş sırasında işletmeler en çok ‘eğitim ve bilinç eksikliği’ ile ilgili sorunlarla karşı karşıya kalmışlardır. İşletmelerin %90,4’ü sistemin kurulmasının çalışanların çevre duyarlılığının gelişmesinde yardımcı olduğunu, %86,5’i atık oluşumunun ve kirliliğin azalmasında etkili olduğunu, % 82,7’si de çevreye duyarlı firma imajı yaratmada yardımcı olduğunu ifade etmiştir. İşletmelerin %90,4’ü çevre yönetim sisteminin uygulanmasından sonraki durumdan

çok memnun olduklarını belirtmiştir;%9,6'sı da yapılan masraf ve özveriye rağmen bir değişikliğin olmadığını belirtmiştir (Gülçiçek,2007,s.1-136).

Gül (2007), işletmelerin çevreye ve topluma karşı sosyal sorumluluk bilinciyle hareket edip etmediklerini ortaya koymak amacıyla bu çalışmayı yapmıştır. Ayrıca bu çalışmada; işletmelerin çevre yönetimi, çevreye duyarlı üretim konularına yaklaşımları ve konuya bakış açıları da ele alınmıştır. Veri toplama yöntemi olarak anket kullanılmıştır. Araştırma Gaziantep, Adana ve Kahramanmaraş illerinde yer alan çeşitli sektörlerdeki 99 işletme ile yapılmıştır. Ancak 71 işletme ankete cevap vermiştir ve 28 işletmeden geri dönüş olmamıştır. Ankete katılan işletmelerin 70'i özel ve 1'i kamuya aittir. Araştırma sonucunda ulaşılan bilgiler şunlardır: Çevreye duyarlı faaliyetlerden beklentiniz nedir sorusuna işletmelerin %46,5 karlılığı artırmak seçeneğini işaretlemiştir. İşletmelerde üretim konusunda çevre bilincinin giderek arttığı sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, bu üç ilde özellikle çevre yönetim sistemi standartları belgelerinin henüz yeterli sayıya ulaşamadığı da gözlenmiştir (Gül,2007,s.1-131).

Akatay ve Aslan (2008), işletmeleri ISO 14001 sertifikası almaya yönelten nedenleri tespit etmek, bu değişkenlerin işletmelerin yeşil yönetim faaliyetlerindeki duyarlılıklarına etkilerini bulmak ve literatüre katkıda bulunmak amacıyla bu çalışmayı yapmışlardır. Araştırmanın ana kütlesi Türkiye'de ISO 14001 sertifikası almış olan işletmelerdir. Türkiye Standartları Endüstrisinin Ankara şubesinden bu belgeye sahip olanların listesi istenmiştir. Listede toplam 177 işletme yer almıştır. Ayrıca Kalite Deneği (KALDER)'inden de liste istenmiş buradan da 211 işletme listesine ulaşılmıştır. Bu çalışmada 2005 yılına kadar ISO 14001 belgesine sahip işletmeler araştırmanın ana kütlesini oluşturmuştur. Veri toplama yöntemi olarak anket seçilmiş ve gönderilen 200 anketten 71 işletme anketi cevaplandırmıştır. Araştırma kapsamına alınan şehirler 23 farklı şehir ve 20 farklı sektörden oluşmaktadır. Araştırma sonucunda şunlara ulaşılmıştır: İşletmeleri ISO 14001 sertifikası almaya yönelten en yüksek değişken çalışanların refahını sağlama iken; en düşük değişken yasal zorunluluktur. Ayrıca tepe yönetiminin çevreye duyarlılığı arttıkça işletmenin de yeşil yönetime duyarlılığının arttığı sonucuna ulaşılmıştır. Özetle, işletmelerin ISO 14001 sertifikasına başvurma nedenleri sırasıyla şöyledir: çalışanların refahını sağlama, rekabet ve ticari engeller, potansiyel maliyet azaltıcı etki, tepe yönetimin çevreye duyarlılığı ve yasal zorunluluk değişkeleri olarak tespit edilmiştir (Akatay&Aslan,2008,s.313-339).

Allen ve Malin (2008), yeşil girişimcilik olgusunu araştırmak ve bununla değerler, inançlar ve motivasyon arasındaki ilişkiyi açıklamak için bu çalışmayı yapmışlardır. Bu çalışma, Batı Amerika Birleşik Devletlerinde, Rocky Mountain bölgesinde 2006 yılında yapılmıştır. Orada yer alan küçük perakende işletmesi olan 10 işletme ile vaka analizi yöntemi kullanılarak araştırma yapılmıştır. Vaka analizi yönteminde yeşil girişimcilerin motivasyonlarını tespit etmek amacıyla açık uçlu sorularla görüşme gerçekleştirilmiştir. Sonuç olarak, yapılan görüşmeler ve iş yerinde tutulan analizler iki şekilde sunulmuştur. Birincisi, işletmelerin kendilerini nasıl tanımladıkları, toplumsal, çevresel etkiyi nasıl algıladıkları ve bunların motivasyonla ilişkisidir. İkincisinde ise, yapılan görüşmeler sonucunda ortaya çıkan temalara yer verilmiştir. Ayrıca girişimciliğin eskisi gibi olmadığı buna çevre faktörünün eklenerek, yeni bir toplumsal yapıyı yansıttığı ve bunun da diğer sistemlerle entegre edilmesi gerektiği sonucuna ulaşılmıştır (Allen&Malin,2008,s.828-844).

Aydın ve Bedük (2010), Karaman'daki imalat işletmelerinin çevre yönetimiyle ilgili mevcut durumlarını tespit etmek için bu çalışma yapılmıştır. Veri toplama yöntemi olarak anket seçilmiştir. Araştırma örneklemini Karaman Ticaret ve Sanayi Odası tarafından hazırlanan Karaman imalat sektöründeki işletmeler listesinden seçilmiştir. Seçilen bu işletmelerin tamamı şahsa ait özel işletmelerdir. Araştırmanın örneklemini 35 işletme ve bu işletmelere anketler kişisel dağıtımla ulaştırılmış ve anketlerin cevaplanma oranları %87,5 olmuştur. İşletmelerde yer alan çevre ile ilgili faaliyetlerden doğrudan sorumlu olan kişilerle ya da böyle bir birim yoksa çevreyle duyarlılık kapsamında sorumlu olan üst ya da orta düzey yöneticilerle görüşülmesi hedeflenmiştir. Araştırma sonucunda; yöneticilerin çevre sorunlarının ortaya çıkış nedeni ile ilgili soruya verilen cevaplar değerlendirildiğinde işletmelerin %48,6'sı çevre sorunlarının sanayiden kaynaklandığını belirtmişlerdir. Çevre sorunları kimin tarafından çözülmelidir sorusuna işletmelerin %42,9'u işletmeler tarafından çözülmelidir maddesini işaretlemiştir. İşletmelerde çevresel faaliyetlerin yapılması ile ilgili karşılaşılan işletme dışı sorunlar nedir sorusu değerlendirildiğinde şu sonuca ulaşılmıştır; işletmelerin %92'si alıcıların çevreye duyarlı üretim yapılması konusunda talebi olmamasının işletme dışı sorunların başında gösterilmiştir. Diğer iki önemli sebepler de yasal boşluk ve yasal teşviklerin olmamasıdır. İşletmelerde çevresel faaliyetlerin yapılması ile ilgili karşılaşılan işletme içi sorunları tespit etmek amacıyla sorulan soruya cevaplar genel olarak şu maddeler üzerinde yoğunlaşmıştır:

Yetenekli işgücünün olmaması, kaynak yetmezliği, nasıl uygulanacağını bilmemek, maliyetin yüksek olması ve yararının çok açık olmamasıdır (Aydın&Bedük,2010,s.403-414).

Büyükkeklik, vd. (2010), işletmelerin, çevre yönetim belgesine sahip olup olmadıklarını, yazılı bir çevre politikası oluşturup oluşturmadıkları, çevre yönetimi ile ilgili yaklaşımları, çevresel yenilikleri hangi düzeyde ve hangi amaçlarla yaptıkları ve çevresel yeniliklerin önündeki engellerin neler olduğunu araştırmak amacıyla bu çalışmayı yapmışlardır. Kayseri Organize Sanayi bölgesinde faaliyet gösteren orta ve büyük ölçekli işletmeler ana külte olarak belirlenmiştir. Orta ve büyük ölçekli işletmelerin seçilmesinin nedeni bu işletmelerin çevre kirliliği üzerindeki etkilerinin küçük işletmelere göre daha yüksek olmasıdır. Kayseri’de yer alan 250 orta ve büyük ölçekli ana külteden örneklem olarak 75 işletme seçilmiştir. Veri toplama yöntemi olarak anket seçilmiştir. Anketler işletmelerde yer alan üst düzey yöneticileriyle görüşülerek yapılmıştır. Ankete katılan işletmelerin %84’ü orta ölçekli, %16’ü büyük ölçeklidir. Araştırma sonucunda şu bulgulara ulaşılmıştır: Araştırmaya katılan işletmelerin yalnızca %6,7’si ISO 14001 çevre yönetim sertifikasına sahiptir. İşletmelerin %24’ü yazılı çevre politikasına sahipken, %76’sı yazılı çevre politikasına sahip değildir. Araştırmaya katılan orta ölçekli işletmelerin 48’inde, büyük ölçekli işletmenlerin ise tamamında çevre konuları ile ilgilenen bir bölüm bulunmaktadır. Ayrıca, işletmelere göre çevresel yeniliklerin yapılmamasındaki en önemli engeller; ekonomik riskler, pazardan bu yönde ısrarlı bir talebin olmaması ve yüksek maliyetlerdir (Büyükkeklik vd.,2010,s.373-393).

Çabuk vd. (2010), Adana’da faaliyet gösteren büyük ölçekli gıda perakendecilerinin çevreye duyarlı faaliyetlerini değerlendirmek amacıyla bu çalışmayı yapmışlardır. Bu amaçla şu sorulara cevap aranmıştır: Gıda perakendecileri çevreye duyarlı hareket etmekte midirler? Bu yönde hareket eden gıda perakendecilerini buna iten sebepler nelerdir? Gıda perakendecilerinin çevre yönetimine ilişkin belirledikleri politikalar ve kurallar nelerdir, almış oldukları ödülleri var mıdır? Gıda perakendecilerinin gerçekleştirdiği çevreye duyarlı faaliyetler nelerdir? Bu çalışma keşifsel bir çalışma niteliğindedir. 9 perakendeci işletmelerden birden fazla şubesi olanlardan kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak çoklu örnek olaylarla değerlendirme yapılmıştır. Görüşülen şirketlerin büyük bir kısmı çevre duyarlı uygulamalarını özellikle 2000’li yıllarda başlattıklarını söylemiştir. İşletmeleri çevreye duyarlı faaliyetlere iten en önemli güdünün ‘çevreye

verilen önem' olduğu sunucuna ulaşılmıştır. Diğer bir sonuç da gıda perakendecilerinin, tüketicilerin çevreyi koruma konusunda bilinçlendirmesine gerekli desteği sağlamamasıdır (Çabuk,2010,s.1-125).

Kirkwood ve Walton (2010), ekogirişimcileri motive eden faktörleri öğrenmek amacıyla bu çalışmayı yapmışlardır. Ayrıca bulunan motivasyon faktörlerinin literatürde var olan motivasyon faktörleriyle karşılaştırması da diğer bir amaçtır. 2008 yılında Yeni Zelanda'da yer alan 14 şirket üzerinde vaka analizi yapılarak araştırma sonuçlarına ulaşılmaya çalışılmıştır. Katılımcılarla yüz yüze ve yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır. Bunun dışında medya raporları, sanayi istatistikleri ve bilgileri gibi kaynaklardan da yararlanılmıştır ve şirket web sitelerinden de gerekli bilgilere ulaşılmıştır. Genel olarak, bu tür 88 belge ve raporlar çalışma için analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda, ekogirişimcileri motive eden beş faktöre ulaşılmıştır. Bunlar; yeşil değerler, tutku, geçimini sağlama, kendi işinin patronu olmak ve pazardaki boşluğu doldurmaktır. Ayrıca, ekogirişimcilik ile girişimliliğin motivasyon faktörlerinin benzer olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bunun dışında finansal motivasyon faktörünün diğer dört motivasyon faktöründen daha düşük seviyede olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Kirkwood&Walton,2010,s.204-228).

Yaacob (2010), yeşil girişimcilikte benimsenen stratejiler, karşılaşılan zorluklar, yeşil iş umutları, , bu sektörün gelecekteki beklentileri ve yeşil girişimcileri iten ve çeken faktörlerin ne olduğu sorularına cevap bulmak için bu çalışmayı yapmıştır. Ayrıca, ekogirişimcilik ile ilgili keşifsel bir araştırma yapmak ve sanayi ile ilgili birçok soruya cevap bulmak da bu çalışmanın diğer amaçlardandır. Bu araştırma keşifsel bir araştırma olup; Kelantan, Kota Bharu'da yer alan iki yeşil girişimci ile 2007 yılında yapılmıştır. Girişimcilerle uygun zamanlarında iletişime geçilerek yapılan görüşmeler kayıt altına alınmıştır. Araştırma sonucunda yukarıdaki sorulara küçük çaplı da olsa cevaplar bulunmuş, ülkenin gelişimi için doğal çevre ve iş alanındaki boşluklar doldurulmuştur (Yaacob,2010,s.81-88).

Kirkwood ve Walton (2010), yeni bir girişimcilik türü olarak ortaya çıkan yeşil girişimciliğin önemini ortaya koymak amacıyla bu çalışmayı yapmışlardır. Yeni Zelanda'da 14 ekogirişimci grubu uluslararası alanda tedarik zinciri ile uğraşmaktadır. Amaç; bu ekogirişimcilerin ithalat, ihracat ve üretim faaliyetlerindeki çevreye duyarlılıklarını keşfetmektir. Bunun için bir vaka analizi yapılmış, kişilerle yüz yüze görüşme yöntemi uygulanmış ve anket yapılmıştır. Anketteki sorular geniş ve açık uçludur. Bunun dışında ikincil veri kaynaklarında da yararlanılmıştır. Bunlar;

medya endüstri raporları, şirketin web siteleri ve öğeleridir. Araştırma sonucunda yeşil ve sosyal değerler, minimum enerji-atık, pazar fırsatları ve girişimcinin vizyonunun ekogirişimcilik de önemli olduğu sonucuna varılmıştır. Literatürde ise; rekabet stratejisi, girişimcinin vizyonu, yönetim becerisi, pazar fırsatları, minimum enerji – atık gibi nedenlerin yeşil tedarik zinciri yönetiminde etkili olduğu görülmüştür (Kirkwood&Walton,2010,s.200-217).

Gök ve Türk (2011), Malatya’da faaliyet gösteren perakende işletme yöneticilerinin mevcut çevreyi nasıl değerlendirdiklerini, çevrenin korunması hakkındaki mevzuatı ne derece değerlendirdiklerini ve bunların kişisel ve demografik özelliklerine göre nasıl dağıldığını araştırmak amacıyla bu çalışmayı yapmışlardır. Malatya Ticaret ve Sanayi Odasına kayıtlı 3100 perakendeci işletme araştırmasının ana kütesini oluşturmuştur. Bu işletmelerden 900 tanesi tesadüfî örnekleme yöntemi ile seçilmiş ve bunlardan 874 işletme araştırmaya dâhil edilmiştir. Araştırma modeli ‘keşifsel’ ve ‘neden sonuç ilişkisini araştıran’ araştırma modeli tekniğindedir. Veri toplama yöntemi olarak anket yöntemi kullanılmış ve perakende işletmelerindeki yöneticilerle anket yapılmıştır. Araştırma sonucunda, perakende yöneticilerin çevre kirliliğine dair görüşlerinin dağılımının eğitim seviyelerine göre anlamlı farklılık gösterdiği görülmüştür. Ayrıca yöneticilerin çevre ile ilgili mevzuat hakkında bilgi sahibi olmaları ile çevrenin korunması ile ilgili olarak düşünce ve uygulamaları arasında ilişki olduğu görülmüştür (Gök&Türk,2011,s.125-152).

Pachaly (2012), yeşil girişimciliği engelleyen ve tetikleyen faktörler konusundaki mevcut bilgileri artırmak amacıyla bu çalışmayı yapmıştır. Özellikle KOBİ (Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler)’lerin yeşil faaliyetlerini incelemek ve doğmakta olan yeşil girişimcilik çalışmalarını incelemek de diğer amaçlardandır. Veri toplama yöntemi olarak anket kullanılmıştır. Ayrıca, tanımlayıcı ve ekonometrik teknikler de kullanılmıştır. Anket, Avrupa Komisyonu adına konsorsiyum TNS Siyasi ve Toplumsal tarafından Ocak ve Şubat 2012 yılında yapılmıştır. Bu anket 38 ülkeye uygulanmıştır. Perakende, sanayi ve hizmet gibi sektörlerde yapılmıştır. Anket iki şekilde değerlendirilmiş birincisi, firmaların içindeki verimlilik; ikincisi, yeşil ürün ve hizmetlerin sağlanmasıdır. Sonuç olarak, yeşil girişimciliğin önündeki engellerden en önemlilerin talep eksikliği olduğu görülürken: rekabet avantajı sağlamak ve kamu desteğinin en önemli tetikleyici faktörlerden olduğu görülmüştür (Pachaly,2012,s.1-67).

Paramashivaiah vd. (2013), İşletme Yönetimi yüksek lisans mezunları ve Mühendislik mezunu olan öğrencilerin yeşil girişimcilik yolunda karşılaştıkları engelleri ve motivasyon faktörlerini ortaya koymak amacıyla bu çalışmayı yapmıştır. Özellikle, Hindistan’da bu konuyla ilgili hiçbir deneysel araştırmanın olmaması yazarları bu konuda araştırma yapmaya itmiştir. Bu çalışmada hem birincil hem de ikincil kaynaklar kullanılmıştır. Birincil kaynaklar, mühendislik ve İşletme Yönetimi yüksek lisans mezunlarından alınan yanıtlardan oluşmaktadır. Kartopu örnekleme yöntemi kullanılarak öğrencilerle görüşme yapılmıştır. Araştırmanın ana kütlesi 700 öğrencidir, fakat bunlardan 250’sine ulaşılmıştır. 115 İşletme Yönetimi yüksek lisans ve 115 mühendislik mezunlarının girişimci olmaya dair düşüncelerini öğrenmek amacıyla anket yöntemiyle veriler toplanmıştır. Sonuç olarak, girişimci olmak isteyen yeni mezunların yeşil iş fırsatlarına meraklı olduğu, üretilen ürünlerin pazarlanması için mali yardım konusunda endişeli olduğu sonucuna varılmıştır. Motivasyon ve engeller konusunda mühendislik ve İşletme Yönetimi yüksek lisans mezunları arasında farklılık olmadığı sonucuna ulaşılmıştır (Paramashivaiah vd.,2013,s.1-16),

Aydın ve Çakar (2014), bireysel yaratıcılığın ekogirişimcilik üzerindeki etkisi araştırmak amacıyla bu çalışmayı yapmışlardır. Araştırmanın örnekleme, İzmir Ticaret Odası Geri Dönüşüm Grubu işletmeleri arasından seçilmiştir. Toplam 123 işletmeye doğrudan ve internet üzerinden ulaşılarak anket çalışması yapılmıştır. “Ne Kadar Yaratıcısınız” ölçeği ve ‘Ekogirişimcilik Ölçeği’ kullanılmıştır. Araştırma sonucunda; örneklem grubunun ekogirişimcilik ölçeğinde yer alan zayıf yapısal etkileri dikkate aldıkları görülmüştür. Bireysel yaratıcılık ve ekogirişimcilik değişkenleri arasındaki regresyon analizine göre pozitif bir ilişki olduğu görülmüştür. Ayrıca, araştırmanın yapıldığı örneklem grubunda bireysel yaratıcılık düzeyi düşük çıkmıştır (Aydın & Çakar, 2014, s. 77-89).

Tablo 2. 9.Ekogirişimcilik, Çevreye Duyarlı İşletmecilik ve İşletmelerde Çevre Yönetimi İle İlgili Literatür Çalışmalarının Özet Tablosu

YAZARLAR	İNCELENEN YAKLAŞIMLAR	SONUÇLAR
Atılhan Naktiyok (1995)	Yöneticilerin dış çevre faktörlerini ne derece etkilediklerini ve dış çevreyi ne kadar belirsiz ve karmaşık olarak nitelendirdiklerini tespit etmemiştir.	Görüşülen işletmelerin büyük bir bölümü, çevresel konularda yasal boşluklar olduğunu ve devletin bu konuda gerekli koordinasyonu yapmadığını belirtmişlerdir.
Hilmi Yüksel (2003)	İşletmelerin çevreye duyarlı üretim faaliyetlerini değerlendirmektedir.	Araştırma sonucunda; ISO 14001 ÇYS'nin işletmelerin çevreye duyarlı üretim faaliyetlerinin düzeyini etkilediği görülmüştür.
Barış Safyan (2004)	Çevre duyarlılığını örgütsel davranışa uyarlama ve işletmeyi ekolojik prensiplere göre yönetme konusunda var olan boşlukları doldurmaktadır.	Çevresel konulardaki devlet denetimlerinin ve bu konudaki yasa ve yönetmeliklerin yetersiz olduğunu sonucuna ulaşılmıştır.
Beran Gülcüçek (2007)	Türkiye’de Çevre Yönetim Sistemi’ne geçişte firmaların yaşadığı sorunlar ve uygulamadan elde ettikleri sonuçlar incelenmiştir.	Çevre Yönetim Sistemine geçiş sırasında işletmeler en çok ‘eğitim ve bilinç eksikliği’ ile ilgili sorunlarla karşı karşıya kalmışlardır.
Zehra Gül (2007)	İşletmelerin çevreye ve topluma karşı sosyal sorumluluk bilinciyle hareket edip etmediklerini ortaya koymaktadır.	İşletmelerin çevreye duyarlı faaliyetlerden beklentileri karlılığı artırmaktadır ve işletmelerde çevre bilincinin giderek arttığı sonucuna ulaşılmıştır.
Ayten Akatay, Şebnem Aslan (2008)	İşletmeleri ISO 14001 sertifikası almaya yönelten nedenleri tespit etmek, bu değişkenlerin işletmelerin yeşil yönetim faaliyetlerindeki duyarlılıklarına etkilerini araşmaktır.	İşletmeleri ISO 14001 sertifikası almaya yönelten en yüksek değişken çalışanların refahını sağlama iken; en düşük değişken yasal zorunluluktur. Ayrıca tepe yönetiminin çevreye duyarlılığı arttığı işletmenin de yeşil yönetime duyarlılığının arttığı sonucuna ulaşılmıştır.
John Allen, Stephanie Malin (2008)	Yeşil girişimcilik olgusunu araştırmak ve bununla değerler, inançlar ve motivasyon arasındaki ilişkiyi açıklamaktadır.	Girişimciliğin eskisi gibi olmadığı buna çevre faktörünün eklenerek, yeni bir toplumsal yapıyı yansıttığı ve bunun da diğer sistemlerle entegre edilmesi gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.
Mehmet Emin Aydın, Fatma Bedük (2010)	Karaman’daki imalat işletmelerinin çevre yönetimiyle ilgili mevcut durumlarını tespit etmektedir.	İşletmelerde çevresel faaliyetlerin yapılması ile ilgili karşılaşılan işletme dışı sorunlar talebin olmaması, yasal boşluk ve yasal teşviklerin olmamasıdır. İşletme içi sorunlar ise; yetenekli işgücünün olmaması, kaynak yetmezliği, nasıl uygulanacağını bilmemek, maliyetin yüksek olması ve yararının çok açık olmamasıdır.
Arzum Büyükkelik, Murat Toksarı, Hasan Bülbül (2010)	İşletmelerin , çevre yönetimi ile ilgili yaklaşımları, çevresel yenilikleri hangi düzeyde ve hangi amaçlarla yaptıkları ve çevresel yeniliklerin önündeki engellerin neler olduğunu araştırmaktadır.	İşletmelere göre çevresel yeniliklerin yapılmamasındaki en önemli engeller; ekonomik riskler, pazardan bu yönde ısrarlı bir talebin olmaması ve yüksek maliyetlerdir.

Tablo 2. 10.Ekogirişimcilik, Çevreye Duyarlı İşletmecilik ve İşletmelerde Çevre Yönetimi İle İlgili Literatür Çalışmalarının Özet Tablosu Devamı

YAZARLAR	İNCELENEN YAKLAŞIMLAR	SONUÇLAR
Serap Çabuk, Hilal İnan, Hatice Doğan Südaş (2010)	Adana’da faaliyet gösteren büyük ölçekli gıda perakendecilerinin çevreye duyarlı faaliyetleri değerlendirmektedir.	İşletmeleri çevreye duyarlı faaliyetlere iten en önemli güdünün ‘çevreye verilen önem’ olduğu ve gıda perakendecilerinin, tüketicilerin çevreyi koruma konusunda bilinçlendirmesine gerekli desteği sağlamadığı sonucuna ulaşılmıştır.
Jodyanne Kirkwood, Sara Walton (2010)	Ekogirişimcileri motive eden faktörleri öğrenmektir.	Araştırma sonucunda, ekogirişimcileri motive eden beş faktöre ulaşılmıştır. Bunlar; yeşil değerler, tutku, geçimini sağlama, kendi işinin patronu olmak ve pazardaki boşluğu doldurmaktır.
Mohd Rafi Yaacob (2010)	Yeşil girişimcilikte benimsenen stratejiler, karşılaşılan zorluklar, bu sektörün gelecekteki beklentileri ve yeşil girişimcileri iten ve çeken faktörlerin ne olduğu sorularına cevap bulmaktır.	Araştırma sonucunda sorulara küçük çaplı da olsa cevaplar bulunmuş, ülkenin gelişimi için doğal çevre ve iş alanındaki boşluklar doldurulmuştur.
Jodyanne Kirkwood, Sara Walton (2010)	Yeni bir girişimcilik türü olarak ortaya çıkan yeşil girişimciliğin önemini ortaya koymaktır.	Araştırma sonucunda yeşil ve sosyal değerler, minimum enerji-ata, pazar fırsatları ve girişimcinin vizyonunun ekogirişimcilik de önemli olduğu sonucuna varılmıştır
Ayda Gök, Mevlüt Türk (2011)	Malatya’da faaliyet gösteren perakende işletme yöneticilerinin mevcut çevreyi nasıl değerlendirdiklerini, çevrenin korunması hakkındaki mevzuatı ne derece değerlendirdiklerini araştırmaktır.	Araştırma sonucunda, perakende yöneticilerin çevre kirliliğine dair görüşlerinin dağılımının eğitim seviyelerine göre anlamlı farklılık gösterdiği görülmüştür.
MahaliaVonWal lenbergPachaly (2012)	Ekogirişimciliği engelleyen ve tetikleyen faktörler konusundaki mevcut bilgileri artırmaktır.	Ekogirişimciliğin önündeki engellerden en önemlilerin talep eksikliği olduğu görülürken: rekabet avantajı sağlamak ve kamu desteğinin en önemli tetikleyici faktörlerden olduğu görülmüştür.
Paramashivaiah P.,Mr.Puttaswa my, Mr.B.K.Suresh (2013)	İşletme Yönetimi yüksek lisans ve Mühendislik mezunu olan öğrencilerin yeşil girişimcilik yolunda karşılaştıkları engelleri ve motivasyon faktörlerini ortaya koymaktır.	Girişimci olmak isteyen yeni mezunların yeşil iş fırsatlarına meraklı olduğu, üretilen ürünlerin pazarlanması için mali yardım konusunda endişeli olduğu sonucuna varılmıştır. Motivasyon ve engeller konusunda mühendislik ve İşletme Yönetimi yüksek lisans mezunları arasında farklılık olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.
Erhan Aydın, Ulaş Çakar (2014)	Bireysel yaratıcılığın ekogirişimcilik üzerindeki etkisini araştırmaktır.	Örneklem grubunun ekogirişimcilik ölçeğinde yer alan zayıf yapısal etkileri dikkate aldıkları ve bireysel yaratıcılık ve ekogirişimcilik değişkenleri arasındaki regresyon analizine göre pozitif bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM MATERYAL VE YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın amacı, önemi, kapsamı ve örneklem büyüklüğünün saptanması, araştırmada kullanılan veri toplama yöntemi, anket formunun hazırlanması, araştırmanın teorik modeli ve hipotezleri ortaya konulmaktadır.

3.1 ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Günümüzde artan işletme sayısı ve buna bağlı olarak artan çevre kirliliği insanların çevreye yönelik ilgilerini artırmıştır. Bu durum da işletmelerin üretim faaliyetlerinin tüm süreçlerinde çevreyi dikkate almalarına neden olmuştur. Tüketici istekleri dışında bir takım yasal nedenler, rekabet avantajı sağlama, çevreci baskı grubu vb. faaliyetler işletmelerin çevreci olmalarında etkili olmuştur. Bu durumda ekogirişimcilik kavramını ortaya çıkarmıştır. Bununla birlikte, girişimcilik faaliyetlerine başlayan kişiler itici ve çekici faktörlerden dolayı faaliyetlerinde çevreyi de dikkate almaya başlamışlardır.

Bu çalışmada amaç; çevresel bilinç, çevresel duyarlılık ve ekogirişimciliğin güçlü yapısı ile ekogirişimcilik yönelimi arasında ilişki olup olmadığını belirlemektir. Araştırma sonucunda elde edilen sonuçlarla ekogirişimcilik yöneliminde çevresel duyarlılık, bilinç ve güçlü yapısal etkilerin ekogirişimciliğe yönelmede ne derece önemli olduğu öğrenilecektir. Ekogirişimcilik ile ilgili Türkiye’de daha çok literatür taraması şeklinde çalışmalar yapılmıştır. Bu çalışma ile ilk defa öğrencilerin ekogirişimcilik yönelimleri ölçülecektir. Ayrıca geleceğin girişimci adayları olan üniversite öğrencilerinin ileride kuracakları işlerde ne derece çevreci oldukları öğrenilecek ve yeni bir kavram olan ekogirişimcilik ile hem ekonomik hem ekolojik olarak faydalı girişimlerin sayısı artacaktır.

3.2. ARAŞTIRMANIN KAPSAMI

Bu çalışma 2014 yılının Haziran ve Temmuz ayında yapılmıştır. Bu çalışmanın ana kütlesi, Gaziantep Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde okuyan İşletme, İktisat ve Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü öğrencileridir. Ana kütle olarak üniversite öğrencilerinin seçilmesinin nedeni, Türkiye'de daha önce ekogirişimcilik ile ilgili öğrencilere yönelik bir çalışmanın olmamasıdır. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencilerinin seçilmesinin nedeni; işletme, yönetim ve girişimcilik ile ilgili eğitim almış öğrencilere yapılarak araştırma konusuna uygun örneklem seçmek içindir. Çalışmanın konusunun kapsamı, araştırma konusuyla sınırlıdır.

Bu araştırmanın kısıtı:

- Gaziantep Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencileri ile sınırlıdır.
- Araştırmanın yapıldığı dönemde derse katılmayan hastalık ya da farklı nedenlerle araştırmaya katılmayı kabul etmeyen öğrencilerdir.

3.3. VERİ TOPLAMA METODU

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket kullanılmıştır. Anketin hazırlanması için literatürde ölçülen değişkenler ve bu değişkenlere ait sorular derlenmiş ve kurulan tez modeline uygun olarak araştırma anketi oluşturulmuştur. Anket formundaki soruların ölçümünde 5'li Likert ölçeği kullanılmıştır.

Anket formu, beş bölüm ve 23 sorudan oluşmaktadır. Anketin birinci bölümünde, çevresel bilinç ile ilgili 6 adet soru yer almaktadır. Sorular 5'li Likert ölçeği şeklinde Yeşilyurt vd. (2013) tarafından geliştirilen "Çevre Bilinci Ölçeği"nden alınmıştır. İkinci bölümde, çevresel duyarlılık ile ilgili 6 adet soru yer almaktadır. Sorular 5'li Likert ölçeği şeklinde Yeşilyurt vd. (2013) tarafından geliştirilen "Çevresel Duyarlılık Ölçeği"nden alınmıştır. Üçüncü bölümde, ekogirişimciliğin güçlü yapısı ile ilgili 6 adet soru yer almaktadır. Sorular 5'li Likert ölçeği şeklinde Aydın ve Çakar (2014)'in çalışmalarında ilk defa literatürden yararlanarak oluşturdukları "Ekogirişimcilik Ölçeği"nden faydalanarak oluşturulmuştur. Dördüncü bölümde, ekogirişimcilik yönelimi ile ilgili 5 adet soru yer almaktadır. Sorular 5'li Likert ölçeği şeklinde Aydın ve Çakar (2014)'in çalışmalarında kullandıkları "Ekogirişimcilik Ölçeği"nden yararlanılarak

oluşturulmuştur. Beşinci bölümde ise demografik sorulara (cinsiyet, yaş, bölüm, öğrenim türü, sınıf, ailenin aylık geliri) yer verilmiştir.

Anket uygulamasından önce, ankette yer alan soruların araştırma değişkenlerini ölçüp ölçmediğini tespit etmek için 49 öğrenciye pilot uygulama yapılarak sorularda bir takım düzeltmeler yapılmıştır.

3.4.ÖRNEKLEM BÜYÜKLÜĞÜNÜN SAPTANMASI

Araştırmanın ana kütesini, Gaziantep Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde okuyan İşletme, İktisat ve Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü öğrencileri oluşturmaktadır. Araştırmada yüz yüze ve gözetim yoluyla anket yönetimi kullanılmıştır. Bu çalışmada ana kütenin %20,7'sine anket uygulanmıştır.

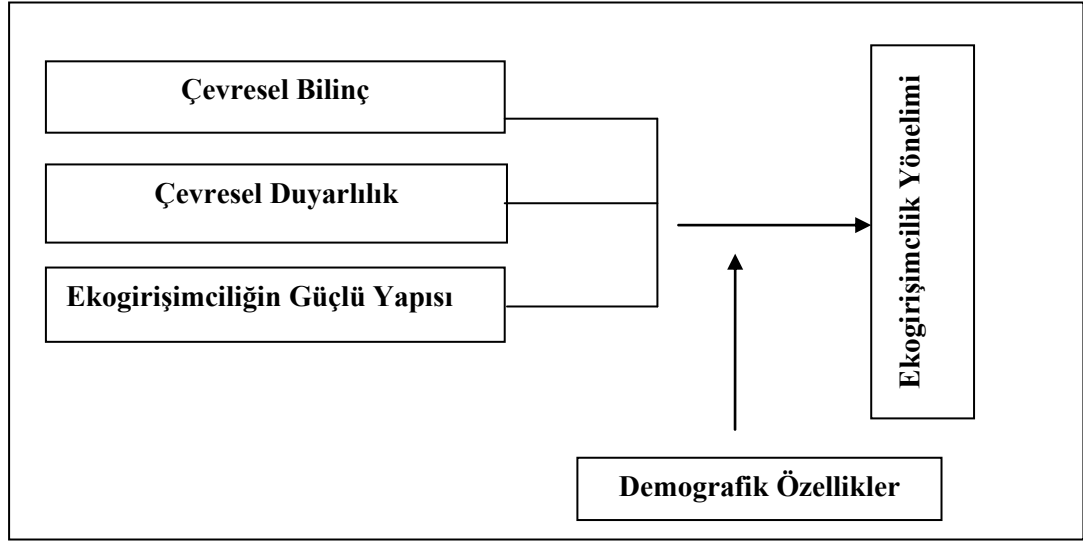
Tablo 3. 1.Gaziantep Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Öğrenci Sayısı

BÖLÜMLER	Ana kütle		Örneklem	
	Sayı	Yüzde(%)	Sayı	Yüzde(%)
İşletme	392	35	89	38,2
İktisat	429	38,2	87	37,3
Uluslararası Ticaret ve Lojistik	301	26,8	57	24,5
Toplam	1.122	100	233	100

Tablo 3.1'de İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'ndeki öğrenci sayısı yer almaktadır. Toplam 1.122 öğrenciden 233 öğrenciye anket yapılmıştır.

3.5. ARAŞTIRMANIN TEORİK MODELİ VE HİPOTEZLER

Bu çalışmada; çevresel bilinç, çevresel duyarlılık, ekogirişimciliğin güçlü yapısı ve demografik özelliklerin ekogirişimcilik yönelimine etkisi incelenmiştir. Bu kapsamda araştırma modeli Şekil 3. 1'de gösterilmektedir.



Şekil 3. 1. Araştırmanın Teorik Modeli

Teorik modelde görüldüğü üzere araştırmanın hipotezleri şunlardır:

H1: Çevresel bilinç ile ekogirişimcilik yönelimi arasında ilişki vardır.

H2: Çevresel duyarlılık ile ekogirişimcilik yönelimi arasında ilişki vardır.

H3: Ekogirişimciliğin güçlü yapısı ile ekogirişimcilik yönelimi arasında ilişki vardır.

H4: Öğrencilerin demografik özellikleri ile ekogirişimcilik yönelimi arasında ilişki vardır.

H4a: Öğrencilerin cinsiyeti ile ekogirişimcilik yönelimi arasında ilişki vardır.

H4b: Öğrencilerin yaşı ile ekogirişimcilik yönelimi arasında ilişki vardır.

H4c: Öğrencilerin bölümü ile ekogirişimcilik yönelimi arasında ilişki vardır.

H4d: Öğrencilerin öğrenim türü ile ekogirişimcilik yönelimi arasında ilişki vardır.

H4e: Öğrencilerin sınıfı ile ekogirişimcilik yönelimi arasında ilişki vardır.

H4f: Öğrencilerin ailelerinin aylık geliri ile ekogirişimcilik yönelimi arasında ilişki vardır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM BULGULAR VE TARTIŞMA

Bu bölümde araştırma kapsamında elde edilen veriler SPSS 21,0 (Statistical Packet For Social Scieces) programı kullanılarak analiz edilmiştir. Bu kapsamda frekans dökümleri, faktör analizi, güvenilirlik testleri, korelasyon, regresyon, t testi ve F testleri yapılmıştır

4.1. ÖRNEKLEM ÖZELLİKLERİNE AİT GÜVENİLİRLİK VE FREKANS TABLOLARI

Araştırma kapsamında Gaziantep Üniversitesindeki İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencilerden anket tekniği kullanılarak elde edilen veriye ilişkin demografik özelliklerin frekans dökümleri aşağıda verilmiş ve yüzdelere göre değerlendirme yapılmıştır.

Tablo 4. 1.Araştırmaya Katılanların Cinsiyete Göre Dağılımı

Cinsiyet	Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
Erkek	98	42,1	42,1
Kadın	135	57,9	100,0
Toplam	233	100,0	

Araştırmaya katılan öğrencilerin, cinsiyet gruplarına göre dağılımı incelendiğinde; %42,1'i erkek öğrenciyken, %57,9'u kadın öğrencileridir. Buna göre öğrencilerin çoğunluğunu kadın öğrenciler oluşturmaktadır.

Tablo 4. 2.Araştırmaya Katılanların Yaşı

Yaş	Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
19 yaş ve altı	8	3,4	3,4
20-21 yaş	121	51,9	55,4
22-23 yaş	90	38,6	94,0
24-25 yaş	12	5,2	99,1
26 yaş ve üzeri	2	,9	100,0
Toplam	233	100,0	

Araştırmaya katılan öğrencilerin, yaş gruplarına göre dağılımı incelendiğinde; %3,4'ü 19 yaş ve altı; %51,9'u 20-21 yaş aralığında; %38,6'sı 22-23 yaş aralığında; 5,2'si 24-25 yaş aralığında ve %0,9'u 26 yaş ve üzerindedir. Buna göre öğrencilerin çoğunluğu 20-21 yaş aralığındadır.

Tablo 4. 3.Araştırmaya Katılanların Bölümü

Bölüm	Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
İşletme	89	38,2	38,2
İktisat	87	37,3	75,5
Uluslararası Ticaret ve Lojistik	57	24,5	100,0
Toplam	233	100,0	

Araştırmaya katılan öğrencilerin, bölümlerine göre dağılımı incelendiğinde; %38,2'si İşletme bölümünden; %37,3'ü İktisat bölümünden; %24,5'i Uluslararası Ticaret ve Lojistik bölümündendir. Buna göre öğrencilerin çoğunluğu İşletme bölümü öğrencileridir.

Tablo 4. 4.Araştırmaya Katılanların Sınıfı

Sınıf	Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
1.Sınıf	47	20,2	20,2
2.Sınıf	53	22,7	42,9
3.Sınıf	90	38,6	81,5
4.Sınıf	43	18,5	100,0
Toplam	233	100,0	

Araştırmaya katılan öğrencilerin, sınıflarına göre dağılımı incelendiğinde; %20,2'si 1.sınıf; %22,7'si 2.sınıf; %38,6'sı 3.sınıf ve %18,5'i 4.sınıftır. Buna göre öğrencilerin çoğunluğu 3.sınıf öğrencisidir.

Tablo 4. 5.Araştırmaya Katılanların Öğrenim Türü

Öğrenim Türü	Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
I. Öğretim	128	54,9	54,9
II. Öğretim	105	45,1	100,0
Toplam	233	100,0	

Araştırmaya katılan öğrencilerin, öğrenim türüne göre dağılımı incelendiğinde; %54,9'u I. öğretimken, %45,2'i II. öğretimdir. Buna göre öğrencilerin çoğunluğu I.öğretimdir.

Tablo 4. 6.Araştırmaya Katılanların Ailelerinin Aylık Geliri

Ailenin Aylık Geliri	Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
2000'den az	83	35,6	35,6
2000-3999	109	46,8	82,4
4000-5999	18	7,7	90,1
6000'den fazla	23	9,9	100,0
Toplam	233	100,0	

Araştırmaya katılan öğrencilerin, ailelerinin aylık gelirine göre dağılımı incelendiğinde;%35,6'sının ailesinin aylık geliri 2000'den az; %46,8'inin ailesinin aylık geliri 2000-3999 aralığında; %7,7'sinin ailesinin aylık geliri 4000-5999 aralığında; %9,9'unun ailesinin aylık geliri 6000'den fazladır. Buna göre öğrencilerin çoğunluğunun ailesinin aylık geliri 2000-3999 aralığındadır.

4.2.ARAŞTIRMA HİPOTEZLERİNİN TESTİ

Araştırma kapsamındaki hipotezleri test etmek için T testi, One-WayAnova (F testi), Korelasyon ve Regresyon analizleri kullanılmıştır. Cinsiyet ve öğrenim türü ile ekogirişimcilik yönelimi arasındaki ilişki bağımsız örneklem t testiyle; yaş, bölüm, , sınıf ve ailenin aylık geliri ile ekogirişimcilik yönelimi arasındaki ilişki ise one-way anova testi ile incelenmiştir. Ayrıca değişkenler arasında ilişki olup olmadığını, ilişki varsa yönünü ve gücünü göstermek için de korelasyon ve regresyon analizi yapılmıştır.

4.2.1. Ekogirişimcilik Yönelimine İlişkin Faktör Analizi

Faktör analizi; birbirleri ile ilişkili olan veri yapılarını birbirinden bağımsız ve daha az sayıda yeni veri yapılarına dönüştürmek, bir olayı açıkladıkları varsayılan değişkenleri gruplandırarak ortak faktörleri ortaya koymak amacıyla başvurulan yöntemdir. Değişkenler arasındaki ilişkiden yararlanarak yeni yapılar meydana çıkarmak ve değişken sayısını azaltmak faktör analizinin temel iki amacıdır. Faktör analizi temel olarak dört aşamadan oluşmaktadır (Doğan,2013,s.181-182) Bunlar:

- Verilerin faktör analizi için uygunluğunun değerlendirilmesi,
- Faktörlerin elde edilmesi,
- Faktörlerin rotasyonu,
- Faktörlerin isimlendirilmesidir.

Bu çalışmada değişkenler faktör boyutunda ele alınmış ve bu şekilde analiz edilmiştir. Değişkenler; ekogirişimcilik yönelimine ilişkin faktörler(çevresel bilinç, çevresel duyarlılık, ekogirişimciliğin güçlü yapısı)'den oluşmaktadır.

Değişkenlerin faktör analizi için uygun olup olmadığını anlamak için KMO ve Barlett Testi sonuçlarına bakmak gerekmektedir. KMO aralığı aşağıdaki tablodaki gibidir.

Tablo 4. 7.KMO Aralığı

Ölçüt	Açıklama
0,90<KMO<1,000	Mükemmel
0,90<KMO<0,80	İyi
0,80<KMO<0,70	Orta
0,70<KMO<0,60	Zayıf
0,60<KMO	Kötü

Kaynak: <http://yunus.hacettepe.edu.tr/~yurdugul/3/indir/Kuresellik.pdf>

Tablo 4. 8.KMO ve Barlett Testi Sonuçları

	Pilot Uygulama	Asıl Anket
Cronbach Alpha	0,893	0,868
KMO Test	0,622	0,825
Bartlett's Test of Sphericity	Sig=0,000	Sig=0,000

Barlett testinin anlamlı çıkması ve KMO'nun 0,825 çıkması verilerin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir

Tablo 4. 9.Ekogirişimcilik Yönelimi Değişkenlerine Ait Faktör Analizi

Faktörler	E.Val. Değ	Varyans %	Kümülatif Varyans %	Ortalama	S. Sapma
Çevresel Bilinç	6,199	18,562	18,562	3,7785	,69510
Çevresel Duyarlılık	2,703	16,028	34,590	3,7828	,68861
Ekogirişimciliğin Güçlü Yapısı	1,554	13,589	48,179	4,1459	,70196
Ekogirişimcilik Yönelimi	1,362	8,099	56,278	4,1777	,53225

Toplam Varyans: %56,278

Araştırmanın anket formundan elde edilen veriler faktör analizinde kullanılarak varimax rotasyonu yapılmıştır. Bu rotasyon sonucunda 21 ifade, 4 faktör altında toplanmıştır.

Çevresel bilinç, çevresel duyarlılık ve ekogirişimciliğin güçlü yapısının ekogirişimcilik yönelimine etkisini ölçmek üzere hazırlanmış ölçeğin yapı geçerliliği incelenmiştir. Bağımsız değişkenlerden çevresel bilinç değişkenini ölçmek için 6 soru sorulmuş ve bu sorulardan 1 tanesi ilgili faktöre yüklenmediği ve başka faktöre yüklendiği için analizden çıkarılmış ve diğer 5 soru ilgili değişkene yüklenmiştir. Diğer bir bağımsız değişken olan çevresel duyarlılık değişkenini ölçmek için 6 soru sorulmuş ve bu sorulardan 1 tanesi ilgili faktöre yüklenmediği ve başka faktöre yüklendiği için analizden çıkarılmış ve diğer 5 soru ilgili değişkene yüklenmiştir. Ekogirişimciliğin güçlü yapısını ölçmek için 6 soru sorulmuş ve bunların tamamı ilgili değişkene yüklenmiştir. Ekogirişimcilik yönelimi ile ilgili 5 adet soru sorulmuş ve soruların tamamı ilgili değişkene yüklenmiştir. Çevresel bilinç faktörü, ölçeğe ilişkin toplam varyansın 18,562'sini; çevresel duyarlılık faktörü toplam varyansın 16,028'ini, ekogirişimciliğin güçlü yapısı faktörü toplam varyansın 13,589'unu, ekogirişimcilik yönelimi faktörü toplam varyansın 8,099'unu açıklamaktadır. Bu dört faktör toplam varyansın %56,278'i tarafından açıklanmaktadır. Sosyal bilimlerde %40-%60 arasında değişken varyans oranları yeterli kabul edilmektedir (Tavşancıl ve Keser, 2002,s.45–60).

Ekogirişimcilik yönelimini etkileyen 4 faktörün kendi içinde hesaplanan güvenilirlik katsayıları aşağıdaki tablodaki gibidir.

Tablo 4. 10.Ekogirişimcilik Yönelimine Ait Faktörlerin Güvenirlik Katsayıları

Faktör 1: Çevresel Bilinç	F1	F2	F3	F4
Bir ürün alırken atığının geri dönüşümlü olmasına dikkat ederim.	,572			
Evimizdeki atıkların çok azı dahi olsa sokağa atılmadan çöp kutusuna ulaşmasına dikkat ederim.	,527			
Okul/hastane/alışveriş merkezi gibi ev dışındaki kapalı mekânlarda elimdeki çöplerin çöp kutusuna ulaşmasına dikkat ederim.	,768			
Kendi aracım olsa bile, hava kirliliğini en aza indirmek için genellikle toplu taşıma araçlarını kullanırım	,721			
Ozon tabakasına zararlı maddeleri içeren tüketim mallarını (deodorant ve diğer spreylere vb.) kullanmamaya dikkat ederim	654			
Faktör 2: Çevresel Duyarlılık				
TV ve radyolarda çıkan çevre ile ilgili programlar ilgimi çeker.		,638		
Okulumuzda çevre temizliği ile ilgili bir faaliyet düzenlenirse gönüllü katılmak isterim.		,683		
Çevre konusunda yapılan seminer, panel, konferans gibi bilimsel çalışmalara katılırım.		,655		
Çevreye duyarlı bir insan olduğumu düşünüyorum.		,528		
Daha pahalı da olsa çevreye daha az zarar veren ürünleri tercih ederim		,576		
Faktör 3: Ekogirişimciliğin Güçlü Yapısı				
Gelecekte yeşil ürünlere ilişkin artan bir talep olacaktır.			,783	
Gelecekte yeşil işletme karlılığının daha yüksek olacağını düşünüyorum.			,848	
Gelecekte yeşil faaliyet alanlarının pazar koşulları daha iyi olacaktır.			,853	
Gelecekte ekogirişimcilik ile ilgili yatırım teşvikleri artacaktır			,694	
Gelecekte ekogirişimcilik ile ilgili işletim teşvikleri artacaktır.			,696	
Gelecekte çevre kuruluşları ekogirişimcilik ile ilgili daha çok destek ve kolaylık sağlayacaktır			,718	
Faktör 4: Ekogirişimcilik Yönelimi				
Çevreye duyarlı bir alanda girişime başlamak her zaman istediğim bir şeydir.				,559
Gelecekte yapacağım işin doğal çevrede oluşturacağı olumsuz etkiyi minimum düzeye indirmek benim için çevreye karşı bir görevdir.				,770
Gelecekte yapacağım işin doğal çevrede oluşturacağı olumsuz etkiyi minimum düzeye indirmek benim için kurumsal bir yüküdür.				,609
Ekogirişimciliğe yönelik çevre kuruluşlarından alınan destekler ve yardımlar ekogirişimcilik yönelimini daha da artıracaktır				,565
Doğal çevrenin sürdürülebilirliği için ekogirişimcilik önemlidir				,532

Açıklanan Varyans: %56,27

Rotasyon Yöntemi: Varimaks Dönüştürmesi (KMO)

Faktör döndürme sonrasında, ölçeğin birinci faktörünün beş maddeden (1, 2, 3, 4, 5), ikinci faktörünün beş maddeden (6, 7, 8, 9,10), üçüncü faktörünün altı maddeden (11, 12, 13, 14, 15, 16), dördüncü faktörünün beş maddeden (17, 18, 19, 20, 21) oluştuğu belirlenmiştir. Birinci faktörde yer alan maddelerin yük değerleri 0,527 –0,768 arasında, ikinci faktörde yer alan maddelerin yük değerleri 0,528 – 0,683 arasında, üçüncü faktörde yer alan maddelerin yük değerleri 0,694 – 0,853 arasında, dördüncü faktörde yer alan maddelerin yük değerleri 0,532–0,770 arasında değişmektedir.

4.3. GÜVENİRLİK ANALİZİ

Güvenirlilik, kişilerin verdikleri cevaplar arasındaki tutarlılık olarak tanımlanabilir ve testin ölçülmek isteneni ne derece doğru ölçtüğünü gösterir. Analiz edilen veri grubunun güvenirliliğini ölçmek için Cronbach Alfa katsayısı kullanılır. Alfa katsayısına bağlı olarak ölçeğin güvenirliliği aşağıdaki gibi yorumlanmaktadır (Keleş,2007,s.74-75).

Tablo 4. 11.Güvenirlilik Aralığı

$0,00 \leq \alpha < 0,40$	Ölçek güvenilir değildir.
$0,40 \leq \alpha < 0,60$	Ölçek düşük güvenirliliktedir.
$0,60 \leq \alpha < 0,80$	Ölçek oldukça güvenilirdir.
$0,80 \leq \alpha < 1,00$	Ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçektir.

Araştırma değişkenlerinin ortalamaları, standart sapmaları ve güvenirlilikleri aşağıdaki tablodaki gibidir.

Tablo 4. 12.Değişkenlere Ait Alfa Katsayıları, Ortalama, Standart Sapma

Faktörler	Soru Sayısı	Ortalama	S.Sapma	Alfa
Çevresel Bilinç	5	3,7785	,69510	0,605
Çevresel Duyarlılık	5	3,7828	,68861	0,737
Ekogirişimciliğin Güçlü Yapısı	6	4,1459	,70196	0,895
Ekogirişimcilik Yönelimi	5	4,1777	,53225	0,720

Tablo 4.12’da her bir değişkenin için Cronbach alfa katsayısı hesaplanmıştır. 0,60 ve üzeri değerler kabul edilebilir sevedir. Bu nedenle çevresel bilinç değişkeninin alfa değer (0,605) olağan karşılanabilir. Diğer değişkenlerin alfa değerleri genel kabul gören değer aralığındadır.

4.4. T TESTİ ANALİZİ

T testi, hipotez testlerinde en çok kullanılan yöntemlerden biridir. T testinde, iki grubun ortalamaları karşılaştırılarak aradaki farkın istatistiksel olarak mı yoksa rastlantısal olarak mı anlamlı mı olduğuna karar verilir. T dağılımı, küçük örneklem teorisi olarak da bilinmektedir ve küçük örneklerle de çalışmaya olanak sağladığından araştırmacılara büyük kolaylık sağlamaktadır (Başaran, 2009, s. 79).

Üç farklı tür t testi vardır. Bunlar tek örneklemlili t testi, bağımsız örneklemler t testi ve eşleştirilmiş örneklemler t testidir. Tek örneklemlili t testi, bir grup verinin ortalamasının belli bir değerden farklı olup olmadığını görmek için yapılır. Bağımsız örneklemler t testinde ise, bir bağımlı değişken açısından iki grup arasında anlamlı farklılık olup olmadığını anlamak için yapılır. Son olarak eşleştirilmiş örneklemler t testinde aynı deneklerin aynı bağımlı değişken açısından iki defa ölçüldüğü ve bu iki ölçümün ortalamaları arasında anlamlı bir farklılığın olup olmadığını tespit etmek için kullanılır.

Bu çalışmada ekogirişimcilik yönelimi ile ikili gruplar(ekogirişimcilik yönelimi ve cinsiyet; ekogirişimcilik yönelimi ve öğrenim türü) arasındaki davranışı ölçmek için t testi analizi yapılmıştır.

4.4.1. Ekogirişimcilik Yönelimi ile Cinsiyet Arasındaki İlişkinin Bağımsız Örneklem T Testi İle İncelenmesi

Ekogirişimcilik yönelimi ile cinsiyet arasındaki ilişki (H4a Hipotezi) t testi aracılığıyla incelenmiştir. Cinsiyet ve ekogirişimcilik yönelimi arasındaki ilişkiyi gösteren t testi sonuçları aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 4. 13.Ekogirişimcilik Yönelimi ve Cinsiyet Değişkeni –T Testi

Değişkenler	Cinsiyet	N	Ort.	S. Sp.	df.	T	P
Ekogirişimcilik Yönelimi	Erkek	98	4,0939	56510	231	-2,062	0,040
	Kadın	13	4,2385	50045	193,498		

Tablo 4.13'te kadınların ortalamasının (4,2385), erkeklerin ortalamasından (4,0939) daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu farkın rastlantısal mı yoksa gerçek bir gösterge mi olduğunu belirlemek için bağımsız örneklemlili t testi tablosunda p

değerine bakılması gerekmektedir. p değerine göre (0,040); ekogirişimcilik yönelimi ile cinsiyet arasındaki ilişkinin %5 seviyesinde istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir. Buna göre ekogirişimcilik yönelimi ile cinsiyet arasında farklılık bulunmaktadır. Sonuç olarak bayanların erkeklere oranla daha fazla ekogirişimcilik yönelimi olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Bu sonuç “öğrencilerin cinsiyeti ile ekogirişimcilik yönelimi arasında ilişki vardır” hipotezini desteklemektedir.

4.4.2. Ekogirişimcilik Yönelimi ile Öğrenim Türü Arasındaki İlişkinin Bağımsız Örneklem T Testi İle İncelenmesi

Ekogirişimcilik yönelimi ile öğrenim türü arasındaki ilişki (H4d Hipotezi) t testi aracılığıyla incelenmiştir. Öğrenim türü ve ekogirişimcilik yönelimi arasındaki ilişkiyi gösteren t testi sonuçları aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 4. 14. Ekogirişimcilik Yönelimi ve Öğrenim Türü Değişkeni –T Testi

Değişkenler	Öğrenim Türü	N	Ort.	S. Sp.	df.	T	P
Ekogirişimcilik Yönelimi	I.Öğretim	128	4,240	50780	231	2,006	0,046
	II. Öğretim	105	4,101	55340	213,7		

Tablo 4.14’de I.öğretimlerin ortalamasının (4,2406), II. öğretimlerin ortalamasından (4,1010) daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu farkın rastlantısal mı yoksa gerçek bir gösterge mi olduğunu belirlemek için bağımsız örneklemlili t testi tablosunda p değerine bakılması gerekmektedir. p değerine göre (0,046); ekogirişimcilik yönelimi ile öğrenim türü arasındaki ilişkinin %5 seviyesinde istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir. Buna göre ekogirişimcilik yönelimi ile öğrenim türü arasında farklılık bulunmaktadır. Sonuç olarak; I.Öğretim öğrencilerinin, II. Öğretim öğrencilerine oranla daha fazla ekogirişimcilik yönelimi olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Bu sonuç “öğrencilerin öğrenim türü ile ekogirişimcilik yönelimi arasında ilişki vardır” hipotezini desteklemektedir.

4.5.ANOVA(F) TESTİ

F testi, ikiden fazla ana kütle ortalamasının aynı anda karşılaştırılmasında ve iki örnek kütle varyansının aynı veya eşit ana kütlelerden gelip gelmediğinin

sınanmasında kullanılmaktadır. İki varyansın aynı veya eşit ana kütlede gelip gelmediğini öğrenmek için varyans homojenlik sınaması yapılır (Tekin, 2009, s. 89).

F testini yapmadan önce homojenlik testi yapılması gerekir. Homojenlik testindeki sig. (anlamlılık) değeri 0,05'ten küçük çıktı ise varyanslar homojen değil demektir yani grupların kitle varyansları farklıdır. Bu durumda varyans analizine devam edilmez. Homojenlik testi p değeri 0,05'in üzerinde ise F testi yapılır.

Aşağıda yaş, sınıf, bölüm ve ailenin aylık geliri ile ekogirişimcilik yönelimi arasındaki ilişkiler (H4b, H4c, H4e, H4f Hipotezleri) anova testi aracılığıyla test edilmiştir.

4.5.1. Ekogirişimcilik Yönelimi ve Yaş Arasındaki İlişki F (Anova) Testi

One-way anova testinde ikiden fazla grubun ortalamaları karşılaştırıldığından dolayı ekogirişimcilik yönelimi ve yaş arasındaki ilişki (H4b Hipotezi) one-way anova testi ile incelenmiştir. Aşağıdaki tabloda gruplara ait levene testi sonuçları yer almaktadır.

Tablo 4. 15. Yaş Gruplarına İlişkin Levene Testi

Ekogirişimcilik Yönelimi	Değişkenlerin Homojenliği Testi		
Levene İstatistik Değeri	df1	df2	Sig.
1,146	4	228	,336

Tablo 4.15'de Sig. (Anlamlılık) $p=0,336$ ($p>0,05$) olduğundan grupların varyanslarının eşit olduğu sonucuna varılır.

Tablo 4. 16. Ekogirişimcilik Yönelimi ve Yaş Anova Tablosu

Değişkenler	Yaş	N	Ort.	S.Sp	df	F	P
Ekogirişimcilik Yönelimi	19 yaş ve altı	8	4,6750	,47734	4	3,405	,010
	20-21 yaş	121	4,1653	,51877	4		
	22-23 yaş	90	4,1089	,53309	4		
	24-25 yaş	12	4,3833	,50782	4		
	26 yaş ve üzeri	2	4,8000	,00000	4		
	Toplam	233					

Tablo 4.16'da değişkenlere ait ortalamaların farklı olduğu görülmektedir. Bu farklılığın rastlantısal mı yoksa gerçek bir gösterge mi olduğunu anlamak için

Anova tablosunu incelemek gerekir. Anova tablosunun Sig. (Anlamlılık: p) sütunundaki değeri 0,010'dur.

Anova sonuçları ve gruplara ait ortalamalar birlikte değerlendirildiğinde farklı yaş grubunda olan öğrencilerin ekogirişimcilik yönelimi oranları arasındaki farkın anlamlı olduğu (%5 seviyesinde) sonucuna ulaşılmıştır. Bu farklılığın nerede olduğunu anlamak için Tukey testi yapılmıştır.

Tablo 4. 17.Ekogirişimcilik Yönelimi ve Yaş Tukey Testi

(I) yaş	(J) yaş	Ortalama Fark (I-J)	Std. Hata	Sig.
19 yaş ve altı	20-21 yaş	,50971	,19039	,061
	22-23 yaş	,56611*	,19242	,029
	24-25 yaş	,29167	,23805	,737
	26 yaş ve üzeri	-,12500	,41232	,998
20-21 yaş	19 yaş ve altı	-,50971	,19039	,061
	22-23 yaş	,05640	,07260	,937
	24-25 yaş	-,21804	,15785	,640
	26 yaş ve üzeri	-,63471	,37183	,432
22-23 yaş	19 yaş ve altı	-,56611*	,19242	,029
	20-21 yaş	-,05640	,07260	,937
	24-25 yaş	-,27444	,16028	,428
	26 yaş ve üzeri	-,69111	,37287	,346
24-25 yaş	19 yaş ve altı	-,29167	,23805	,737
	20-21 yaş	,21804	,15785	,640
	22-23 yaş	,27444	,16028	,428
	26 yaş ve üzeri	-,41667	,39834	,834
26 yaş ve üzeri	19 yaş ve altı	,12500	,41232	,998
	20-21 yaş	,63471	,37183	,432
	22-23 yaş	,69111	,37287	,346
	24-25 yaş	,41667	,39834	,834

*Anlamlılık düzeyi 0,05 seviyesindedir

Tablo 4.17'ye göre,19 yaş ve altı kişiler ile 22-23 yaş arasındaki kişiler arasında farklılık bulunmaktadır. Bu farklılık 19 yaş ve22-23 yaş arasındaki kişiler ile %5 seviyesinde olup 19 yaş ve altı kişiler daha fazla ekogirişimcilik eğilimi gösterirken; 22-23 yaş arasındaki kişiler daha az ekogirişimcilik eğilimi göstermektedir. Bu sonuç “ekogirişimcilik yönelimi ve yaş arasındaki ilişki vardır” hipotezini desteklemektedir.

4.5.2. Ekogirişimcilik Yönelimi ve Sınıf Arasındaki İlişki F (Anova) Testi

Ekogirişimcilik yönelimi ile sınıf arasındaki ilişki (H4d Hipotezi) one-way anova testi ile incelenmiştir. Varyans homojenliği için öncelikle levene testi yapılması gerekmektedir. Aşağıdaki tabloda gruplara ait levene testi sonuçları verilmiştir

Tablo 4. 18.Ekogirişimcilik Yönelimi ve Sınıf Levene Testi

Ekogirişimcilik Yönelimi	Değişkenlerin Homojenliği Testi		
Levene İstatistik Değeri	df1	df2	Sig.
1,376	3	229	,251

Tablo 4.18’de Sig.(Anlamlılık) değeri 0,251 ($p>0,05$) olduğundan gruplar grupların varyanslarının eşit olduğu sonucuna varılır.

Tablo 4. 19.Ekogirişimcilik Yönelimi ve Sınıf Anova Tablosu

Değişkenler	Sınıf	N	Ort.	S.Sp	df	F	P
Ekogirişimcilik Yönelimi	1.sınıf	47	4,1489	,64937	3	,199	,897
	2.sınıf	53	4,2226	,54159	3		
	3.sınıf	90	4,1778	,46586	3		
	4.sınıf	43	4,1535	,52524	3		
	Toplam	233					

Tablo 4.19’da öğrencilerin grup ortalamalarına bakıldığında genel olarak ekogirişimcilik yönelimi 1.sınıftan 2.sınıfa doğru artmakta sonra azalmaktadır. Ancak bu farklılıkların rastlantısal mı yoksa gerçek bir gösterge mi olduğunu belirleyebilmek için Anova tablosunu incelemek gerekir.

Anova tablosunun Sig. (Anlamlılık) sütunundaki değer 0,897 olduğu görülmektedir. Söz konusu değer 0,05’ten büyük olduğu için sınıf ile ekogirişimcilik yönelimi arasındaki ilişki istatistiksel olarak anlamsızdır. Ekogirişimcilik yönelimi, sınıflara göre farklılık göstermemektedir. Bu sonuç“ekogirişimcilik yönelimi ve sınıf arasındaki ilişki vardır” hipotezini desteklememektedir.

4.5.3. Ekogirişimcilik Yönelimi ile Bölüm Arasındaki İlişki F (Anova) Testi

Ekogirişimcilik yönelimi ile bölüm arasındaki ilişki (H4d Hipotezi) one-way anova testi ile incelenmiştir. Varyans homojenliği için öncelikle levene testi

yapılması gerekmektedir. Aşağıdaki tabloda gruplara ait levne testi sonuçları verilmiştir

Tablo 4. 20. Ekogirişimcilik Yönelimi ve Bölüm Levene Testi

Ekogirişimcilik Yönelimi	Değişkenlerin Homojenliği Testi		
Levene İstatistik Değeri	df1	df2	Sig.
1,669	2	230	,191

Tablo 4.20’de Sig. (Anlamlılık) değeri 0,191 ($p>0,05$) olduğundan grupların varyanslarının eşit olduğu sonucu görülmektedir

Tablo 4. 21. Ekogirişimcilik Yönelimi ve Bölüm Anova Tablosu

Değişkenler	Bölüm	N	Ort.	S.Sp	df	F	P
Ekogirişimcilik Yönelimi	İşletme	89	4,2292	,47726	2	,687	,504
	İktisat	87	4,1517	,48701	2		
	Uluslar arası Ticaret ve Lojistik	57	4,1368	,66672	2		
	Toplam	233					

Tablo 4.21’de Sig. (Anlamlılık) sütunundaki değer 0,504 olduğu görülmektedir. Söz konusu değer 0,05’ten büyük olduğu için bölüm ile ekogirişimcilik yönelimi arasındaki ilişki istatistiksel olarak anlamsızdır. Yani ekogirişimcilik yönelimi, bölüme göre farklılık göstermemektedir. Bu sonuç “ekogirişimcilik yönelimi ve bölüm arasında ilişki vardır” hipotezini desteklememektedir.

4.5.4. Ekogirişimcilik Yönelimi ile Ailenin Aylık Geliri Arasındaki İlişki F (Anova) Testi

Ekogirişimcilik yönelimi ile ailenin aylık geliri arasındaki ilişki (H4f Hipotezi) one-way anova testi ile incelenmiştir. Varyans homojenliği için öncelikle levne testi yapılması gerekmektedir. Aşağıdaki tabloda gruplara ait levne testi sonuçları verilmiştir

Tablo 4. 22. Ekogirişimcilik Yönelimi ve Ailenin Aylık Geliri Levene Testi

Ekogirişimcilik Yönelimi	Değişkenlerin Homojenliği Testi		
Levene İstatistik Değeri	df1	df2	Sig.
1,928	3	229	,126

Tablo 4.22’de Sig. (Anlamlılık) değeri 0,126 ($p>0,05$) olduğundan grupların varyanslarının eşit olduğu sonucu görülmektedir.

Tablo 4. 23. Ekogirişimcilik Yönelimi ve Ailenin Aylık Geliri Anova Tablosu

Değişkenler	Ailenin Aylık Geliri	N	Ort.	S.Sp	df	F	P
Ekogirişimcilik Yönelimi	2000’den az	83	4,1301	,61002	3	1,429	,235
	2000-3999	109	4,2092	,48027	3		
	4000-5999	18	4,0222	,32095	3		
	6000’den fazla	23	4,3217	,57758	3		
	Toplam	233					

Tablo 4.23’de Sig. (Anlamlılık) sütunundaki değerin 0,235 olduğu görülmektedir. Söz konusu değer 0,05’ten büyük olduğu için bölüm ile ekogirişimcilik yönelimi arasındaki ilişki istatistiksel olarak anlamsızdır. Yani ekogirişimcilik yönelimi, ailenin aylık gelirine göre farklılık göstermemektedir. Bu sonuç, “ekogirişimcilik yönelimi ve ailenin aylık geliri arasında ilişki vardır ” hipotezini desteklememektedir.

4.6.EKOGİRİŞİMCİLİK YÖNELİMİ DEĞİŞKENLERİNE AİT KORELÂSYON, ORTALAMA VE STANDART SAPMA DEĞERLERİ

Korelasyon, iki veya daha fazla ana kütle arasındaki ilişkinin yönünü ve derecesini belirlemek için kullanılır (Başaran, 2009, s. 78). İki değişken arasındaki ilişki derecesi olan Pearson korelasyon katsayısı ‘r’ ile gösterilir (Keleş,2007,s.82).

$r = -1$ ise: tam negatif doğrusal ilişki vardır. Bir değişken artarken diğeri azalır, tersine, bir değişken azalırken diğeri artar.

$r = 1$ ise: tam pozitif doğrusal ilişki vardır. Bir değişken arttığında diğeri de artar, bir değişken azaldığında diğeri de azalır.

$r = 0$ ise: iki değişken arasında ilişki yoktur.

Genellikle; $r > 0,70$ ise, değişkenler arasındaki ilişkinin güçlü olduğu; $0,40 < r < 0,70$ ise orta derecede ilişki; $0,20 < r < 0,40$ ise zayıf bir ilişki olduğu söylenir. Ancak değişik bilim dalları korelasyon katsayılarını değişik olarak kabul etmektedir. Bu çalışmada sosyal bilimler için kabul edilen ve Cohen tarafından verilen korelasyon katsayı aralığı kullanılmıştır. Aşağıdaki tabloda Cohen'e ait korelasyon katsayı aralıkları yer almaktadır.

Tablo 4. 24.Korelasyon Katsayı Aralıkları

Korelasyon	Pozitif	Negatif
Düşük	$0,10 < r < 0,29$	$-0,29 < r < -0,10$
Orta	$0,30 < r < 0,49$	$-0,49 < r < -0,30$
Yüksek	$0,50 < r < 1,00$	$-0,50 < r < -1,00$

Kaynak: Statistical poweranalysisforthebehavioralsciences, Cohen, J. (1988).

Tablo 4. 25.Faktörlere İlişkin Korelasyon Katsayıları

	Ortalama	S.Sapma	1	2	3
1.Çevresel Bilinç	3,7785	,69510			
2.Çevresel Duyarlılık	3,7828	,68861	,624		
3.Ekogirişimciliğin Güçlü Yapısı	4,1459	,70196	,274	,300	
4.Ekogirişimcilik Yönelimi	4,1777	,53225	,431	,434	,479

Tablo 4.25'da ekogirişimcilik yönelimine ilişkin faktörlerin korelasyon değerleri yer almaktadır. Tabloya göre, ekogirişimcilik yönelimine ilişkin faktörlerden çevresel bilinç ile çevresel duyarlılık arasında pozitif yönlü ve yüksek düzeyli bir ilişki olduğu ($R=,624$); ekogirişimciliğin güçlü yapısı ve çevresel bilinç arasında pozitif yönlü ve zayıf derecede ilişki olduğu ($R=,274$); ekogirişimciliğin güçlü yapısı ve çevresel duyarlılık arasında pozitif yönlü ve orta derecede ilişki olduğu ($R=,300$); ekogirişimcilik yönelimi ve çevresel bilinç arasında pozitif yönlü ve orta derecede ilişkisi olduğu ($R=,431$); ekogirişimcilik yönelimi ve çevresel duyarlılık arasında pozitif yönlü ve orta derecede ilişki olduğu ($R=,434$); ekogirişimcilik yönelimi ve ekogirişimciliğin güçlü yapısı arasında pozitif yönlü ve orta derecede ilişki olduğu ($R=,479$) saptanmıştır.

4.7. REGRESYON ANALİZİ

Regresyon analizi, bağımlı değişken ile bir yada daha fazla bağımsız değişken arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla kullanılan analiz tekniğidir. Tek değişkenli regresyon analizinde, bir tek bağımsız değişken kullanılırken; çok değişkenli regresyon analizinde birden fazla bağımsız değişken kullanılır. Regresyon analiz ile aşağıdaki sorulara cevap aranmaya çalışılır (Başaran, 2009, s. 78-79).

- Bağımlı ve bağımsız değişken arasında ilişki var mıdır?
- Değişkenler arasında ne tür bir ilişki vardır?
- Bağımsız değişkenle ait ileriye yönelik değerleri tahmin edilebilir mi ve nasıl tahmin edilmelidir?

Beta Katsayısı (β): Regresyon katsayısı; bağımsız değişkenlerin, bağımlı değişkene ne kadar etki ettiğini göstermektedir. Regresyon katsayısı regresyon analizi sonucunda elde edilir. Beta katsayısının işareti, bağımlı değişken ile bağımsız değişken arasındaki ilişkinin yönünü gösterir. Pozitif işaretli beta katsayısı, doğru yönlü ilişkiyi gösterirken; negatif işaretli beta katsayısı, ters yönlü bir ilişkiyi göstermektedir.

F Değeri: Regresyon modelinin anlamlı olup olmadığını incelemek için ANOVA (analysis of variance) testi uygulanmaktadır. ANOVA testi sonucunda ortaya çıkan F değeri oluşturulan modelin uygun olup olmadığını kararına yardımcı olmaktadır (Tekin,2009,s.86).

R2: R değeri çoklu korelasyon katsayısı olarak ifade edilmektedir. Bir bağımlı değişken ile eş zamanlı olarak ele alınan birden fazla bağımsız değişken arasındaki ilişkinin derecesini göstermektedir (Tekin,2009,s.103).

Düzeltilmiş R2: Birlikte ele alınan bir grup bağımsız değişkenlerdeki değişimin bağımlı değişkendeki değişimlerin % kaçını açıkladığının ölçüsüdür. Düzeltilmiş R2 değerinin R2 değerinden farkı, bağımsız değişkenlerdeki değişimin bağımlı değişkende meydana getirdiği tesadüfî değişimin etkisini ortadan kaldırmaktır (Tekin,2009,s.104).

Durbin -Watson Değeri: Veride otokorelasyon problemi olup olmadığını test etmek için Durbin-Watson değerine bakmak gerekmektedir. Otokorelasyon ile aynı değişkenlerin birbirini takip eden değerleri arasında ilişkinin derecesi araştırılır. Durbin-Watson değerinin 1,5-2,5 arasında olması istenmektedir (Başaran, 2009, s. 102).

Araştırma kapsamındaki tüm modeller SPSS 21.0 istatistik paket programı ile analiz edilmiştir. Elde edilen sonuçlar Tablo 4.26'da gösterilmiştir.

Tablo 4. 26.Çevresel Bilinç, Çevresel Duyarlılık ve Ekogirişimciliğin Güçlü Yapısının Regresyon Sonuçları

Bağımsız Değişkenler	Standart Beta Katsayısı((β))	Anlamlılık(ρ)
Çevresel Bilinç	,211	,002
Çevresel Duyarlılık	,193	,006
Ekogirişimciliğin Güçlü Yapısı	,363	,000

R Değeri = 0,590 Düzeltilmiş R2 Değeri = 0,349

F Değeri= 7,636 Durbin-Watson=2,144 $\rho = 0,000$

Tahmini Standart Hata=0,43240

Tablo 4.26'da görüldüğü üzere ekogirişimcilik yönelimi bağımlı değişken; çevresel bilinç, çevresel duyarlılık ve ekogirişimciliğin güçlü yapısı bağımsız değişkendir. Yapılan analiz sonucunda $p < 0,05$ seviyesinde, F değeri = 7,636; R değeri = 0,590; düzeltilmiş R kare değeri 0,349 olarak tespit edilmiştir. Çevresel bilinç, çevresel duyarlılık ve ekogirişimciliğin güçlü yapısı ekogirişimcilik yöneliminin %34,9'unu tanımlayabilmektedir. Açıklanan regresyon değerleri sonucunda çevresel bilinç ekogirişimcilik yönelimini %21,1; çevresel duyarlılık ekogirişimcilik yönelimini %19,3; ekogirişimciliğin güçlü yapısı ekogirişimcilik yönelimini %36,3 etkilemektedir.

Araştırma kapsamında yapılan analizlerden elde edilen bulgulara göre araştırma hipotezlerin sonuçları Tablo 4.27'deki gibidir.

Tablo 4. 27.Araştırma Hipotezlerinin Sonuçları

	HİPOTEZLER	ρ	Sonuç
H1	Çevresel bilinç ile ekogirişimcilik yönelimi arasında ilişki vardır.	0,002	KABUL
H2	Çevresel duyarlılık ile ekogirişimcilik yönelimi arasında ilişki vardır.	0,006	KABUL
H3	Ekogirişimciliğin güçlü yapısı ile ekogirişimcilik yönelimi arasında ilişki vardır.	0,000	KABUL
H4a	Öğrencilerin cinsiyeti ile ekogirişimcilik yönelimi arasında ilişki vardır.	0,040	KABUL
H4b	Öğrencilerin yaşı ile ekogirişimcilik yönelimi arasında ilişki vardır.	0,010	KABUL
H4c	Öğrencilerin bölümü ile ekogirişimcilik yönelimi arasında ilişki vardır.	0,504	RED
H4d	Öğrencilerin öğrenim türü ile ekogirişimcilik yönelimi arasında ilişki vardır.	0,046	KABUL
H4e	Öğrencilerin sınıfı ile ekogirişimcilik yönelimi arasında ilişki vardır.	0,897	RED
H4f	Öğrencilerin ailelerinin aylık geliri ile ekogirişimcilik yönelimi arasında ilişki vardır.	0,235	RED

SONUÇ VE ÖNERİLER

Çevresel sorunların küresel boyutlara ulaşmasıyla birlikte insanlar, tüm faaliyetlerinde çevreyi dikkate almaya başlamışlardır. Bu durum diğer alanlarda olduğu gibi girişimcilik alanında da dikkate alınmaya başlanmış ve ekogirişimcilik kavramı ortaya çıkmıştır. Ekoloji ve girişimcilik kavramlarının birleşmesiyle ortaya çıkan ekogirişimcilik kavramı, girişimcilerin tüm faaliyetlerinde çevreyi dikkate almalarını amaçlamaktadır. Devletin teşviklerini, desteklerini artırması, bu yönde bir pazarın oluşması ve ekolojik ürünlere yönelik artan talebin olması insanların ekogirişimciliğe yönelmelerinde etkili olmaktadır. Bu kapsamda, hem ekonominin gelişmesi sağlanırken hem de çevresel duyarlılık ve çevresel bilincin artırılarak insanların ekogirişimcilik faaliyetleri artırılmaya çalışılmaktadır. Bazı insanların neden ekogirişimcilik yöneliminde olduğu anlaşılabilirse, insanların ekogirişimcilik yönelimlerini daha da artırmak için daha fazla girişim faaliyetlerinde bulunulabilir. Bu bağlamda; bu çalışmada çevresel bilinç, çevresel duyarlılık ve ekogirişimciliğin güçlü yapısının ekogirişimcilik yönelimine etkisini ölçmeye yönelik Gaziantep Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde anket tekniği kullanılarak 233 öğrenciden elde edilmiş verilerin analizi ile aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır.

Araştırmaya katılan öğrencilerin cinsiyet gruplarına göre dağılımı incelendiğinde; %42,1'i erkek öğrenciyken, %57,9'u kadın öğrencileridir. Araştırmaya katılan öğrencilerin %51,9'u 20-21 yaş aralığındadır. Öğrencilerin ;%38,2'si İşletme bölümünden; %37,3'ü İktisat bölümünden; %24,5'i Uluslararası Ticaret ve Lojistik bölümündendir. Öğrencilerin %38,6'sı 3.sınıftır. Araştırmaya katılan öğrencilerin %54'9'u normal öğretimken, %45,2'i ikinci öğretimdir. Araştırmaya katılan öğrencilerin, %46,8'inin ailesinin aylık geliri 2000-3999 aralığındadır.

Araştırma kapsamında ekogirişimcilik yönelimine etki eden çevresel bilinç, çevresel duyarlılık ve ekogirişimciliğin güçlü yapısı ile ekogirişimcilik yönelimi

arasında ilişki bulunmuştur. Yani öğrencilerin çevresel bilinç, çevresel duyarlılık ve ekogirişimciliğin güçlü yapısı ile ilgili etmenler arttıkça ekogirişimcilik yönelimi de artmaktadır. Bu bağlamda öğrencilerin çevresel bilinç ve duyarlılık düzeyleri artırılarak ekogirişimciliğe daha fazla yönelmeleri sağlanabilir. Özellikle ekogirişimciliğin güçlü yapısı ile ilgili faktörlerde artış sağlanarak girişimcilik faaliyetlerinde çevreye de önem verilmesi sağlanabilir. Özellikle bu konuda devletin bir takım yardım ve teşvikleri, yeşil ürünlere yönelik artan bir talebin olması ekogirişimciliğe yönelmede en önemli etmenlerdir.

Araştırma kapsamında öğrencilerin cinsiyetleri ile ekogirişimcilik yönelimi arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını belirlemek amacıyla t Testi yapılmıştır. Analiz sonucunda ulaşılan bulgular; kadın ile erkek öğrencilerin ekogirişimcilik yönelimi arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık olduğunu göstermiştir. Cinsiyet değişkeninin t testinde p değeri $p < 0,05$ olduğundan H4 hipotezine bağlı olan H4a alt hipotezinin desteklenmesine neden olmaktadır. Bu bağlamda, kadınların erkeklere oranla ekogirişimcilik eğilimi daha fazladır. Araştırma sonuçları, Gürel (2008), Bodur (2010), Arslan (2011), Şenyurt vd. (2011), Gürbüz vd. (2012), Özmen (2005) , Erol (2005) , Atasoy (2005) ve Ak (2008) tarafından yapılan çalışmalarla desteklenmektedir. Bunun nedenini, Arslan (2011), toplumsal ve kültürel yapıdan kaynaklanan özelliklerden dolayı kız öğrencilerin çevrelerinde olup bitenlere karşı daha dikkatli oldukları ve çevreye yönelik sorunlara eğilimlerinin yüksek olduğu sonucuna bağlarken; Gürbüz vd. (2012) kadınların daha sıcak, duyarlı, hoşgörülü, düşünceli ve düzenli olmalarının beklenmesinden dolayı olduğu sonucuna bağlamaktadır. Cinsiyet ve girişimcilik özellikleri arasındaki ilişki incelendiğinde; Kaya vd. (2010) , Negiz vd. (2009), Cansız (2007), Avşar (2007)'ın çalışmalarında erkekler kızlara göre daha çok girişimcilik eğilimi göstermektedir. Avşar (2007)'a göre bunun nedeni, erkeklerin bayanlara göre daha yüksek oranda risk alma eğilimine sahip olmalarıdır. Özellikle girişimcilik konusunda tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de kadın girişimci sayısı erkeklere oranla azdır. Bu yüzden, devletin bir takım teşvikleri artırması ile kadın girişimci sayısı artırılabilir ve böylece çevreye duyarlı girişimcilik açısından önemli adımlar atılabilir.

Araştırma kapsamında öğrencilerin yaşı ile ekogirişimcilik yönelimi arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını belirlemek amacıyla F Testi yapılmıştır. Analiz sonucunda ulaşılan bulgular; yaş ile ekogirişimcilik yönelimi arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık olduğunu göstermiştir. Yaş

değişkeninin F testinde p değeri $p < 0,05$ olduğundan H4 hipotezine bağlı olan H4b alt hipotezinin desteklenmesine neden olmaktadır. Araştırma sonuçları, Gürel (2008) tarafından yapılan çalışma ile desteklenirken; Kışlaoğlu (2009), Özmen vd. (2005) ve Erol (2005)'un yapmış olduğu çalışmalar tarafından desteklenmemektedir. Çınar vd. (2010) tarafından yapılan çalışmada ise yaş ile çevresel tutum arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Genel olarak yapılan araştırmalarda öğrencilerin yaşı arttıkça bilgi düzeylerinin ve çevre ile ilgili gördükleri derslerin arttığı ve sonuç olarak çevresel tutumlarının arttığı sonucuna varılmıştır. Fakat bu araştırmada, 19 yaş ve altı öğrencilerin ekogirişimcilik yönelimi 22-23 yaş arasındaki öğrencilerden daha yüksek çıkmıştır. Bunun nedeni: 19 yaş ve altı öğrencilerin çevre maliyetleri, girişimcilik, maliyet, yönetim gibi konularda 22- 23 yaş aralığındaki öğrenciler kadar bilgi sahibi olmamaları olarak görülebilir.

Araştırma kapsamında öğrencilerin bölümü ile ekogirişimcilik yönelimi arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını belirlemek amacıyla F Testi yapılmıştır. Analiz sonucunda ulaşılan bulgular; bölüm ile ekogirişimcilik yönelimi arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık olmadığını göstermiştir. Bölüm değişkeninin F testinde p değeri $p > 0,05$ olduğundan H4 hipotezine bağlı olan H4c alt hipotezinin desteklenmemesine neden olmaktadır. Sonuç olarak öğrencilerin İşletme İktisat ve Dış Ticaret ve Lojistik öğrencisi olmaları ekogirişimcilik yönelimi için pozitif bir eğilim göstermemektedir. Araştırma sonuçları, Ak (2008) tarafından yapılan çalışmada desteklenmemektedir. Buna göre; öğrencilerin okudukları bölüm ile çevre bilinci arasında fark olduğu gözlenmiş ve çevreye yönelik derslerin olduğu bölüm öğrencilerinin çevre bilinci, bu dersi almayan öğrencilerin çevre bilincinden daha yüksek çıkmıştır. Buna göre, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde okuyan öğrencilerin çevre konusundaki dersleri benzer olduğundan bölüm ile ekogirişimcilik yönelimi arasında farklılık bulunmamış olabilir.

Araştırma kapsamında öğrencilerin öğrenim türü ile ekogirişimcilik yönelimi arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını belirlemek amacıyla t Testi yapılmıştır. Analiz sonucunda ulaşılan bulgular; normal öğretim ile ikinci öğretim öğrencilerinin ekogirişimcilik yönelimi arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık olduğunu göstermiştir. Öğrenim türü değişkeninin t testinde p değeri $p < 0,05$ olduğundan H4 hipotezine bağlı olan H4d alt hipotezinin desteklenmesine neden olmaktadır. Normal öğretim öğrencileri, ikinci öğretim öğrencilerinden daha fazla ekogirişimciliğe yönelme eğilimindedirler. Bunun nedeni, normal öğretimdeki

öğrencilerin ikinci öğretimdeki öğrencilere oranla girişimcilik ve çevre konularına ilgilerinin daha yüksek olmasına bağlanabilir.

Araştırma kapsamında öğrencilerin sınıfı ile ekogirişimcilik yönelimi arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını belirlemek amacıyla F Testi yapılmıştır. Analiz sonucunda ulaşılan bulgular; sınıf ile ekogirişimcilik yönelimi arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık olmadığını göstermiştir. Sınıf değişkeninin F testinde p değeri $p>0,05$ olduğundan H4 hipotezine bağlı olan H4e alt hipotezinin desteklenmemesine neden olmaktadır. Araştırma sonucu, Bodur (2010) tarafından yapılan çalışmada desteklenmemektedir. Bu çalışmada, üçüncü ve dördüncü sınıf öğrencilerinin çevre duyarlılığı birinci sınıflara oranla daha yüksek çıkmıştır. Bunu nedeni olarak öğrencilerin almış oldukları derslerin çevre duyarlılığının artmasında etkili olduğu düşünülmektedir. Ancak bu çalışmada sınıf ile ekogirişimcilik yönelimi arasında ilişki olmamasının nedeni; sınıflar arasında çevre ile ilgili ders konusunda farklılık olmamasından kaynaklanabilir.

Araştırma kapsamında öğrencilerin ailesinin aylık geliri ile ekogirişimcilik yönelimi arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını belirlemek amacıyla F Testi yapılmıştır. Analiz sonucunda ulaşılan bulgular; öğrencilerin ailelerinin aylık geliri ile ekogirişimcilik yönelimi arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık olmadığını göstermiştir. Ailenin aylık geliri değişkeninin F testinde p değeri $p>0,05$ olduğundan H4 hipotezine bağlı olan H4f alt hipotezinin desteklenmemesine neden olmaktadır. Araştırma sonuçlarını, Şenyurt vd. (2011), Çınar vd. (2010), Özmen vd. (2005), Atasoy (2005), Erol (2005) tarafından yapılan çalışmalarla desteklenmektedir. Buna göre ailenin geliri ile çevresel tutum arasında ilişki yoktur. Ancak Avşar (2007) tarafından yapılan çalışmada yüksek gelirli ailelerden gelen öğrencilerde girişimcilik eğiliminin daha yüksek olduğu görülmüştür.

Araştırma kapsamında çevresel bilinç ile ekogirişimcilik yönelimi arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Bölüm değişkeninin p değeri $p<0,05$ olduğundan H1 hipotezinin desteklenmesine neden olmaktadır. Sonuç olarak öğrencilerin çevresel bilinç düzeyleri arttıkça öğrenciler gelecekte daha fazla ekogirişimciliğe yönelme eğiliminde olacaklardır. Öğrenim esnasında çevre ile ilgili derslere yer verilmesi ekogirişimciliğin gelişimi ve ekogirişimciliğe yönelmede etkili olacaktır. Öğrenciler üzerinde çevre bilincinin oluşturulması ile ekogirişimcilik yöneliminin artması sağlanabilir. Bu amaçla, konuyla ilgili kurumlarla ve medya ile işbirliği yapılabilir. Haber bültenlerinde çevre koruma ile ilgili konulara daha çok yer

verilebilir ve çevre kirliliklerinin nasıl çözümleneceği ile ilgili bir takım faaliyetler yapılarak toplumsal duyarlılık artırılabilir ve bu sayede çevresel bilinci artan insanlar faaliyetlerinde de çevreyi dikkate alır.

Araştırma kapsamında çevresel duyarlılık ile ekogirişimcilik yönelimi arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Bölüm değişkeninin p değeri $p<0,05$ olduğundan H2 hipotezinin desteklenmesine neden olmaktadır. Öğrencilerin çevre duyarlılıklarının artmasında; gerek belediyenin gerekse üniversitenin bir takım faaliyetlerinin etkili olduğu söylenebilir. Çevresel duyarlılık konusunda okulda bir takım derslerin olması, konferans ve seminerlerin yapılması öğrencilerin çevreye önem vermelerine neden olacaktır. Böylece çevresel duyarlılık artacak ve bu da ekogirişimcilik yönelimini artıracaktır.

Araştırma kapsamında ekogirişimciliğin güçlü yapısı ile ekogirişimcilik yönelimi arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Bölüm değişkeninin p değeri $p<0,05$ olduğundan H3 hipotezinin desteklenmesine neden olmaktadır. Ekogirişimciliğin güçlü yapısının ekogirişimcilik yönelimini etkilemesinin nedeni; gelecekte devletin bir takım yardım ve desteklerinin olması, ekogirişimciliğin artan bir talebinin ve karının olmasına bağlanabilir. Paramashivaiah vd. (2013) tarafından yapılan çalışmada girişimci olmak isteyen yeni mezunların yeşil iş fırsatlarına meraklı olduğu sonucuna ulaşılrken; Pachaly (2012) tarafından yapılan çalışmada kamu desteği ve rekabet avantajı sağlamanın ekogirişimciliğe yönelmede büyük etkisi olduğu görülmüştür. Aydın ve Bedük (2010) tarafından yapılan çalışmada ise; işletmelerde çevresel faaliyetlerin yapılması ile ilgili karşılaşılan işletme dışı ve işletme içi sorunlar bulunmaktadır. İşletme dışı sorunlar, talebin olmaması, yasal boşluk ve yasal teşviklerin olmamasıyken; işletme içi sorunlar yetenekli işgücünün olmaması, kaynak yetmezliği, nasıl uygulanacağını bilmemek, maliyetin yüksek olması ve yararının çok açık olmamasıdır. Ekogirişimcilik ile ilgili gerekli destek ve teşvikler sağlanarak geleceğin girişimci adayı olan üniversite öğrencilerinin ekogirişimciliğe yönelmeleri sağlanabilir.

Ekogirişimcilik, çevresel bilinç ve çevresel duyarlılık özellikle ekonomi ve ekolojinin bütünleşmesi açısından işletmeleri etkileyen bir konu olası nedeniyle oldukça önemlidir. Bu çalışma, Türkiye’de öğrencilerin ekogirişimcilik yönelimi ile ilgili yapılan ilk çalışma olması nedeniyle araştırmacılar için yol gösterici olması beklenmektedir. Bundan sonraki yapılacak olan çalışmalar, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi dışında diğer fakültelerde de yapılabilir. Ayrıca ekogirişimcilik ile ilgili

Türkiye’de yapılan çalışmalar az olduğundan ekogirişimcilik ile ilgili daha fazla uygulamalı çalışmalar yapılabilir.

KAYNAKLAR

- Ağca, V., & Kandemir, T. (2008). Aile İşletmelerinde İç Girişimcilik Finansal Performans İlişkisi:Afyonkarahisar'da Bir Araştırma. *Sosyal Bilimler Dergisi/Cilt:X,Sayı -3* , 209-230.
- Ağca, V., & Yörük, D. (2006). Bağımsız Girişimcilik ve İç Girişimcilik Arasındaki Farklar:Kavramsal Bir Çerçeve. *Afyonkarahisar Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi(C VIII,S2)* , 155-173.
- Allen, J. C., & Malın, S. (2008). Green Entrepreneurship: A Method for Managing Natural Resources? *Society and Natural Resources*, 21 , 828-844.
- Alınçık, Ü., Yılmaz, C., & Alınçık, E. (2010). Reklamlarda Çevreci İddialar Ve Reklam Etkililiği:Basılı Reklamlar Üzerinde Deneysel Bir Araştırma. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Cilt:10, Sayı:1* , 85-106.
- Altuntaş, G., & Dönmez, D. (2010). Girişimcilik Yönelimi ve Örgütsel Performans İlişkisi: Çanakkale Bölgesinde Faaliyet Gösteren Otel İşletmelerinde Bir Araştırma. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, Cilt-39,Sayı -1* , 50-74.
- Akatay, A., & Aslan, Ş. (2008). Yeşil Yönetim ve İşletmeleri ISO 14001 Sertifikası Almaya Yönelten Faktörler. <http://www.sbe.deu.edu.tr/dergi/cilt10.say%C4%B11/10.1%20akatay%20aslan.pdf>.26.12.2013 , 313-339.
- Ak, S. (2008). İlköğretim Öğretmen Adaylarının Çevreye Yönelik Bilinçlerinin Bazı Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü* , Yüksek Lisans Tezi, Bolu.
- Anderson, A. R. (1998). Cultivating the Garden of Eden: Environmental Entrepreneurship. *Journal of Organizational Change*,Vol. 11 No. 2(<http://www.deepdyve.com/lp/emerald-publishing/cultivating-the-garden-of-eden-environmental-entrepreneurship-88KqsDo66j>)31.12.2013) , 135-144.
- Aracıoğlu, B., & Tatlıdil, R. (2009). Tüketicilerin Satın Alma Davranışlarında Çevre Bilincinin Etkileri . *Ege Akademik Bakış* , 435-461.
- Arslan, M. (2013). Yönetim ve Organizasyon. *Harran Üniversitesi Birecik Meslek Yüksekokulu* .
- Arslan, S. (2011). Çevre Eğitiminin Eleştirel Düşünme ve Çevresel Tutum Üzerine Etkisi (Sakarya İl Örneği). *Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü* , Yüksek Lisans Tezi, Sakarya.
- Atasoy, E. (2005). Çevre İçin Eğitim: İlköğretim Öğrencilerinin Çevresel Tutum ve Çevre Bilgisi Üzerine Bir Çalışma. *Uludağ Üniversitesi,Sosyal Bilimler Enstitüsü* , Doktora Tezi, Bursa.

- Aydın, M. E., & Bedük, F. (2010). İşletmelerde Çevre Yönetimi Ve Karaman İli İçin Bir Örnek Uygulama. *SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi* , 403-414.
- Aydın, E., & Çakar, U. (2013). Girişimcilik ve Ekolojinin Bütünleşmesi: Ekogirişimcilik. *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar Dergisi*, Cilt:50; Sayı:581 , 53-61.
- Aydın, E., & Çakar, U. (2014). Ekogirişimcilik ve Yaratıcılık İlişkisi: Geri Dönüşüm Sektörü Üzerinde Bir Araştırma. *Yönetim ve Ekonomi* ,Cilt:21 ,Sayı:1, 77-89.
- Aykan, E. (2012). Girişimciliğin Değişen Yüzü: Ekogirişimcilik. *Süleyman Demirel Üniversitesi İ.İ.B.F. dergisi*, C17,S3 , 195-212.
- Aymaz, R. (2009). Isparta Antalya Burdur Üretim İşletmelerinin Çevre Konularına Ve Çevre Muhasebesine Yaklaşımlarına İlişkin Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi,Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Yüksek Lisans Tezi,Isparta.
- Aytaç, Ö. (2006). Girişimcilik: Sosyo-Kültürel Bir Perspektif. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*,Sayı 15 , 139-160.
- Azzone, G., & Noci, G. (1998). Seeing Ecology and 'Green' Innovations as a Source of Change. *Journal of Organizational Change Management*11(2) , 94-111.
- Balcı, F. İ. (2011). Girişimciliğe Ekolojik Yaklaşım:Eko-Girişimcilik Teorik Çerçeve. *Nevşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* , 187-206.
- Başar, M., Ürper, Y., & Tosunoğlu, B. T. (2013). *Girişimcilik*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını.
- Başaran, D. (2009). ISO 14001:2005 Çevre Yönetim Sistemi'nin Çalışanlar Tarafından Benimsenmesi Ve Çevre Bilinci Gelişimine Etkisinin Araştırılması. *Dokuz Eylül Üniveristesi,Sosyal Bilimler Enstitüsü* , Yüksek Lisans Tezi,İzmir.
- Bayrakdar, S. (2011). Avrupa Birliği Mesleki Eğitim Programlarında Girişimcilik Eğitimlerinin Ekonomik Kalkınmadaki Önemi. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi Cilt:12,Sayı:1* , 245-264.
- Bedük, F., & Aydın, M. E. (2010). İşletmelerde Çevre Yönetimi ve Karaman İli İçin Örnek Bir Uygulama. *Selçuk Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi* , 403-414.
- Berry, M. A., & Randinelli, D. A. (1998). Proactive Corporate Environmental Management: A New Industrial Revolution. *Academy of Management Executive*, Vol. 12, No. 2. , 38-50.
- Bodur, G. (2010). Hemşirelik Öğrencilerinin Çevre Duyarlılığına İlişkin Görüşleri. *İstanbul Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü* , Yüksek Lisans Tezi,İstanbul.
- Bozkurt, Ö. Ç. (2011). *Dünyada ve Türkiye'de Girişimcilik Eğitimi:Başarılı Girişimciler ve Öğretim Üyelerinden Öneriler*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Bruyat, C., & Julian, P.-A. (2000). Defining the Field of Research in Entrepreneurship. *Journal of Business Venturing* 16 , 165-180.
- Bryant, T. A., & Bryant, J. E. (1998). Wetlands and Entrepreneurs: Mapping the Fuzzy Zone Between Ecosystem Preservation and Entrepreneurial Eppportunity. *Journal of Organizational Change Management, Journal of Organizational Change Management*, 11 (2) , 112-134.
- Bülbül, Y. (2010). *Osmanlı'dan Cumhuriyet'e Özel Girişimciliğe Yönelik Devlet Politikaları*. İstanbul: Ekonomik ve Sosyal Tarih Yayınları.
- Büyükkeklik, A., Toksarı, M., & Bülbül, H. (2010). Çevresel Duyarlılık ve Yenilikçilik Üzerine Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*,C.15, S.3 , 373-393.

- Cansız, E. (2007). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesi: Süleyman Demirel Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Çalışma. *Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Yüksek Lisans Tezi, Isparta.
- Cevher, F.N. (2009). Çocuklar İçin Çevre Tutum Ölçeği ile Yeni Ekolojik Paradigma Ölçeğinin Geçerlilik Güvenirlilik Çalışması ve Eğitim Programının Etkisinin İncelenmesi, *Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü*, Doktora Tezi, Ankara.
- Çabuk, B., & Karacaoğlu, C. (2003). Üniversite Öğrencilerinin Çevre Duyarlılıklarının İncelenmesi. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi, Cilt-36, sayı1-2*, 191-198.
- Çabuk, S., İnan, H., & Südaş, H. D. (2010). Gıda Perakendecilerinin Çevre Duyarlılığı Üzerine Bir İnceleme. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 10, Sayı 3*, 1-10.
- Casson, M. (2005). Entrepreneurship and the Theory of the Firm. *Journal of Economics Behaviour & Organization, Vol.58*, 327-348.
- Cusmano, L. (2013). Green Entrepreneurship, Eco-Innovation and SMEs. *Centre For Entrepreneurship, SMEs and Local Development*, 36-71.
- Çelik, A., & Akgemci, T. (1998). *Girişimcilik Kültürü ve Kobi'ler*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Çınar, N., Akduran, F., Dede, C., & Kaynak, S. A. (2010). Hemşirelik Bölümü Son Sınıf Öğrencilerinin Çevre Sorunlarına Yönelik Tutumları. *Maltepe Üniversitesi Hemşirelik Bilim ve Sanatı Dergisi, Sempozyum Özel Sayısı*, 242-252.
- Çolak, E. (2010). Avrupa Birliği Eko-Yönetim Ve Tetkik Programı (Emas) Ve Türkiye'de Emas Uygulamasının İncelenmesi. *Ankara Üniversitesi Avrupa Toplulukları Araştırma ve Uygulama Merkezi*(<http://web.ogm.gov.tr/birimler/merkez/egitim/disiliskiler/Dokumanlar/AB-odev/elifcolak.pdf>)(17.02.2014), 1-51.
- Çolakoğlu, M. H. (2002). *KOBİ Rehberi*. Ankara: TOBB Genel Yayın No Genel:359-PM:2.
- Doğan, N. (2013). Türkiye'de Girişimcilik Eğilimi: Üniversite Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma. *İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Doktora Tezi, 2013.
- Dolgun, U. (2003). *Girişimcilik*. Bursa: Alfa Kitapevi.
- Durak, İ. (2011). Girişimciliği Etkileyen Çevresel Faktörlerle İlgili Girişimcilerin Tutumları: Bir Alan Araştırması. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 195-213.
- Durakbaşı, M. N., & Çavuşoğlu, İ. (2005). Sektörel Kalite Standartları ve Entegre Kalite Yönetim Sistemleri. *V. Ulusal Üretim Araştırması Sempozyumu İstanbul Ticaret Üniversitesi*, 185-190.
- Emhan, A. (2007). Başarılı İşletmelerin Sosyal Sorumluluk Kavramına Bakış Açısı. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 247-258.
- Erbatu, G. (2008). Kültürel Boyutları İçerisinde Girişimcilik Eğilimi. *Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Ercan, S., & Gökdeniz, İ. (2009). Girişimciliğin Gelişim Süreci ve Girişimcilik Açısından Kazakistan. *bilig, Bahar Sayı 49*, 59-82.
- Erdem, B., Gökdeniz, A., & Met, Ö. (2011). Yenilikçilik ve İşletme Performansı İlişkisi: Antalya'da Etkinlik Gösteren 5 Yıldızlı Otel İşletmeleri Örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi Cilt:26, Sayı-2*, 77-112.

- Erdem, F. (2001). Girişimcilerde Risk Alma Eğilimi ve Belirsizliğe Tolerans İlişisine Kültürel Yaklaşım. *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi(2)* , 43-61.
- Eren, M. V., Tutar, E., Tutar, F., & Erkan, Ç. (2012). Yerel Ekonomik Kalkınmada Girişimciliğin Rolü:Gaziantep Örneği. *SESSION ID: Mikroekonomi I* , 369-373.
- Erol, G. H. (2005). Sınıf Öğretmenliği İkinci Sınıf Öğrencilerinin Çevre ve Çevre Sorunlarına Yönelik Tutumları. *Pamukkale Enstitüsü, Fen Bilimleri Enstitüsü* , Yüksek Lisans Tezi,Denzli.
- Farinelli, F., Bottini, M., Akkoyunlu, S., & Aerni, P. (2011). Green Entrepreneurship: The Missing Link Towards A Greener Economy. *ATDF JOURNAL Volume 8, Issue 3/4* , 42-48.
- Garba, A. S. (2011). Stumbling Block for Women Entrepreneurship in Nigeria: How Risk Attitude and Lack of Capital Mitigates their Need for Business Expansion. *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences* , 38-49.
- Gök, A., & Türk, M. (2011). Perakendeci İşletmelerde Çevreyi Koruma Bilinci Üzerine Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, C.16, S.2* , 125-152.
- Gül, Z. (2007). İşletmelerde Üretim ve Çevreyi Bütünleştirmede ISO 14000 Yaklaşımı: Bir Alan Araştırması. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü* , Yüksek Lisans Tezi,Kahramanmaraş.
- Gülçiçek, B. (2007). Türkiye’de Çevre Yönetim Sistemi’ne Geçişte Firmaların Yaşadığı Sorunlar Ve Uygulamadan Elde Ettikleri Sonuçlar. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü* , Yüksek Lisans Tezi,Manisa.
- Güner, H., & Korkmaz, A. (2011). İstihdamın Arttırılmasında Girişimciliğin Önemi:Girişimcilik Destekleme Modeli Olarak İŞGEM’LER. *Çalışma İlişkileri Dergisi,Cilt2,Sayı1* , 42-65.
- Güney, S., & Nurmakhamattuly, A. (2007). Kültürün Girişimciliğe Etkisi:Kazakistan ve Türkiye Üniversite Öğrencilerinin Girişimci Özelliklerinin Belirlenmesine Yönelik Kültürlerarası Araştırma. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* , 62-86.
- Gürbüz, H., & Çakmak, M. (2012). Biyoloji Eğitimi Bölümü Öğrencilerinin Çevreye Yönelik Tutumlarının İncelenmesi. *Dicle Üniversitesi Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi 162 Dergisi,19* , 162-173.
- Gürel, Ş. K. (2008). Çevre Sorunlarına Duyarlılık ve Çevre Bilinci(Afyon Karahisar İli Örneği). *Afyon Kocatepe üniversitesi,Sosyal Bilimler Enstitüsü* , Yüksek Lisans Tezi,Afyonkarahisar.
- Gürel, E. B. (2012). İç Girişimcilik: Bir Literatür Taraması. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi,Sayı 6* , 56-75.
- İlhan, S. (2013). Sosyo-Ekonomik Bir Fenomen Olarak Girişimcilik Oluşumunu Etkileyen Başlıca Faktörler. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi ,Sayı-11* , 61-79.
- İraz, R. (2005). *Yaratıcılık ve Yenilik Bağlamında Girişimcilik ve Kobi'ler*. Konya: Çizgi Kitapevi.
- İrmiş, A., & Özdemir, L. (2011). Girişimcilik ve Yenilik İlişkisi . *Yönetim Bilimleri Dergisi (9: 1)* , 136-161.
- Kahraman, Y., Mutlu, M., & Arslan, S. (2011). Girişimciliğin Oluşumu ve Kültürle İlişkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi,C.16,S.3* , 349-361.

- Kahya, C., & İmamoğlu, İ. K. (2013). Sosyo-Demografik Özellikler ve Girişimcilik İlişkisinin Yerel Kalkınma Bağlamında Değerlendirilmesi (Bayburt İli Örneği). *Akademik Bakış Dergisi*, Sayı: 38, , 1-14.
- Kalburan, Ç., & Haşılıoğlu, S. B. (2013). Ekolojik Çevreye Duyarlı İşletmecilik Yaklaşımı: Unilever Örneği. *International Conference On Eurasian Economies*, 976-982.
- Karaca, N. (2008). Çevre Maliyetleri ve Yönetimi ve İşletmelere Bakan Yönü. http://cevre.club.fatih.edu.tr/webyeni/konfreweb/2008_pdf/sayfa246.pdf , 1-6.
- Karcıoğlu, F. (2013). Dönüştürücü Liderlik Anlayışının Yaratıcılığa ve Yeniliğe Etkisi. *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi Cilt 4, Sayı 5* , 99-111.
- Kaya, A. (2004). *Bilişim ve İletişim Işığında Girişimcilik ve Kobi Yönetimi*. Konya: Eğitim Kitabevi.
- Kaya, D., Güzel, D., & Çubukçu, B. (2011). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Araştırılması: Atatürk Üniversitesinde Bir Araştırma. *Kafkas Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi Cilt:1-Sayı 2* , 76-89.
- Keogh, P. D., & Polonsky, M. J. (1998). Environmental Commitment: a Basis for Environmental Entrepreneurship? *Journal of Organizational Change* , 38-49.
- Kirkwood, J., & Walton, S. (2010). How Ecopreneurs' Green Values Affect Their International Engagement In Supply Chain Management. *J Int Entrep* ,DOI 10.1007/s10843-010-0056-8 , 200-217.
- Kirkwood, J., & Walton, S. (2010). What Motivates Ecopreneurs to Start Businesses? *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research Vol. 16 No. 3* , 204-228.
- Kışlaoğlu, M. (2009). Öğrenci Merkezli Öğretimin Öğretmen Adaylarının Çevre Okuryazarlığı Düzeyine Etkisinin Araştırılması. *Atatürk Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü* , Doktora Tezi, Erzurum.
- Kızılgöl, Ö., & İşgüden, B. (2008). Bandırmanın Girişimcilik Potansiyelinin Değerlendirilmesi. *İşletme Fakültesi Dergisi* , 257-279.
- Korkmaz, O. (2012). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma: Bülent Ecevit Üniversitesi Örneği. *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF Dergisi (C.XIV, S II)* , 209-226.
- Kurt, M., Ağca, V., & Erdoğan, S. (2006). Afyonkarahisar İli Girişimcilik Performansının Coğrafi Bilgi Sistemleri ile Analizi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. (C.VIII,s.2)* , 97-114.
- Kuşat, N. (2013). Yeşil Sürdürülebilirlik İçin Yeşil Ekonomi: Avantaj Ve Dezavantajları - Türkiye İncelemesi. *Journal of Yasar University* 29(8) , 4896 - 4916.
- Küçük, O. (2005). *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Landström, H. (2005). *Pioneers In Entrepreneurship And Small Business Research*.
- Lee, S. M., & Peterson, S. J. (2000). Culture, Entrepreneurial Orientation, And Global Competitiveness. *Journal of World Business / 35(4)* , 401-416.
- Lee, S. Y., & Rhee, S.-K. (2007). The Change in Corporate Environmental Strategies: A Longitudinal Empirical Study. *Management Decision Vol. 45 No. 2* , 196-216.
- Linnanen, L. (2002). An Insider's Experiences with Environmental Entrepreneurship. *Corporate Social Responsibility Series*(<http://www.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=AIRILhGp3yUC&oi>

=fnd&pg=PA109&dq=Linnanen,+Lassi+(2002).+&ots=bEnQ3Eoexr&sig=ljoqTjKL7lZlGKdypqaNKo4UvhE&redir_esc=y#v=onepage&q&f=true) , 109-183.

- Littunen, H. (2000). Entrepreneurship and Characteristics of the Entrepreneurial Personality. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour*, Vol 6, No 6 , 295-309.
- Mair, J., & Martı, I. (2006). Social Entrepreneurship Research: A Source of Explanation, Prediction and Delight. *Journal of World Business* 41 , 36-44.
- Müftüoğlu, T., & Durukan, T. (2004). *Girişimcilik ve Kobi'ler*. Ankara: Gazi Kitapevi.
- Naktiyok, A., & Bayrakkök, S. (2006). Çevresel Faktörlerin İç Girişimcilik Üzerine Etkileri. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi(CVIII)* , 77-96.
- Naktiyok, A. (1995). İşletmelerde Çevre Yönetimi: Bir Uygulama. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü* , Yüksek Lisans Tezi, Erzurum.
- Nemli, E. (2001). Çevreye Duyarlı Yönetim Anlayışı. *İstanbul üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi Dergisi No:23-24* , 211-224.
- OKA. (2011). Türkiye'de Sağlanan Teşvik ve Destekler. [http://www.oka.org.tr/ContentDownload/okatesvikvedesteklerekitap18082011.pdf\(26.10.2013\)](http://www.oka.org.tr/ContentDownload/okatesvikvedesteklerekitap18082011.pdf(26.10.2013)) .
- Öktem, M. K., Aydın, M. D., & Ekinci, S. (2007). Türkiye'de Girişimciliğin Geliştirilmesinde KOSGEB'in Rolü ve Önemi: Uygulamalı Bir Araştırma. *Sosyo Ekonomi Dergisi* , 48-76.
- Öncü, G. (2004). 3, 4 ve 5 Yıldızlı Otellerde Çevre Yönetimi Anlayışı (Fethiye İlçesi Örneği). *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi* , Yüksek Lisans Tezi, Muğla.
- Örücü, E. (2006). *Modern İşletmecilik*. Ankara: Gazi Kitapevi.
- Özdevecioğlu, M., & Cingöz, A. (2009). Sosyal Girişimcilik ve Sosyal Girişimciler: Teorik Çerçeve. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Sayı: 32* , 81-95.
- Özmen, D., Çetinkaya, A. Ç., & Nehir, S. (2005). Üniversite Öğrencilerinin Çevre Sorunlarına Yönelik Tutumları. *TSK Koruyucu Hekimlik Bülteni, 4 (6)* , 330-344.
- Pastakia, A. (1998). Grassroots Ecopreneurs: Change Agents for a Sustainable Society. *Journal of Organizational Change Management, Vol. 11 No. 2* , 159-163.
- P.Paramashivaiah, Puttaswamy, M., & B.K.Suresh, M. (2013). Green Entrepreneurship: A Perceptual Study on Motivation and barriers with special reference to Engineering and MBA Graduates. *Acme Intellects International Journal of Research in Management, Vol- 1 No. 1* , 1-16.
- Pachaly, M. V. (2012). Barriers and Triggers to Green Entrepreneurship: An Exploratory Study. *ERASMUS UNIVERSITY ROTTERDAM* , 1-67.
- S.Hornsby, J., Donald F. Kuratko, D., & Zahra, S. A. (2002). Middle Managers' Perception of the Internal Environment for Corporate Entrepreneurship: Assessing a Measurement Scale. *Journal of Business Venturing* , 253-273.
- Safyan, B. (2004). Ekolojik Yönetim: İşletme Yönetiminde Çevre Duyarlılığının Geliştirilmesi. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü* , Yüksek Lisans Tezi, Muğla.

- Saraçoğlu, M., Duran, C., & Taşkın, E. (2010). Girişimcilikte Yaratıcılığın Üç Boyutu: Birey, Süreç ve Ürün. *Anadolu üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* , 1-14.
- Schaper, M. (2002). The Essence of Ecopreneurship. *GMI Theme Issue:Environmental Entrepreneurship* , 26-30.
- Schaper, M. (2002). Understanding the Green Entrepreneurship. *Greener Management International Vol. 38.* , 3-12.
- Sharir, M., & Lerner, M. (2006). Gauging the Success of Social Ventures Initiated by Individual Social Entrepreneurs. *Journal of World Business* 41 , 6-20.
- Sharma, P., & Chrisman, J. J. (1999). Toward A Reconciliation of The Definitional Issues in the Field of Corporate Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice, Spring* , 11-28.
- Soysal, A. (2010). Kadın Girişimcilerin Özellikleri, Karşılaştıkları Sorunlar ve İş Kuracak Kadınlara Öneriler: Kahramanmaraş İlinde Bir Araştırma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İ.İ.B.F. dergisi* , 71-95.
- Soysal, A. (2010). Türkiye'de Kadın Girişimciler : Engeller ve Fırsatlar Bağlamında Bir Değerlendirme. *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi Dergisi* , 84-114.
- Sözüer, A. (2011). İşletmeleri Çevreye Duyarlı Politikalar Uygulamaya İten Güçler. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi,Cilt3,Sayı2* , 47-56.
- Steger, U. (2000). Environmental Management Systems: Empirical Evidence and Further Perspectives. *European Management Journal, Vol. 18, No. 1* , 23-37.
- Şenyurt, A., Temel, A. B., & Özkahraman, Ş. (2011). Üniversite Öğrencilerinin Çevresel Konulara Duyarlılıklarının İncelenmesi. *S.D.Ü. Sağlık Bilimleri Enstitüsü Dergisi,Cilt 2,Sayı 1* , 8-15.
- Şimşek, M. (2008). *Yönetim ve Organizasyon*. Konya: Adım Ofset Matbaacılık.
- Tavşancıl, E. ve Keser, H. (2002) İnternete Yönelik Likert Tipi Bir Tutum Ölçeğinin Geliştirilmesi. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 34(12):45-60.
- Tekin, V. N. (2009). *SPSS Uygulamalı İstatistik Teknikleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Thompson, N., Kiefer, K., & York, J. G. (2011). Distinctions Not Dichotomies: Exploring Social, Sustainable, And Environmental Entrepreneurship. *Firm Emergence and Growth, Volume 13* , 201-229.
- TTGV. (2012). Çevre Projeleri Destekleri Klavuzu. [http://www.ttg.org.tr/content/docs/cevre-proje-destekleri-kilavuzu_2013.pdf\(26.13.2013\)](http://www.ttg.org.tr/content/docs/cevre-proje-destekleri-kilavuzu_2013.pdf(26.13.2013)) .
- TTGV. (2012). *Türkiye'de Yeşil Girişimcilik*. Ankara: Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı(<http://www.ttg.org.tr/content/docs/turkiyede-yesil-girisimcilik-raporu-sonuc-ve-oneriler.pdf>)24.12.2013.
- Türk, M., & Bekiş, T. (2011). İşletmelerde Rekabetçi Üstünlük Elde Etmede Önleyici (Proaktif) Çevre Yönetimi Yaklaşımı. *Çukurova Üniversitesi İİBF Dergisi,Cilt:15, Sayı:1* , 65-84.
- Türk, M., & Gök, A. (2010). Yeşil Pazarlama Anlayışı Açısından Üretici işletmelerin Sosyal Sorumluluğu. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi,C.9,S.32* , 199-220.
- TÜSİAD. (2002). *Türkiye'de girişimcilik*. İstanbul: Lebib Yayınları.
- Volery, T. (2002). Ecopreneurship: Rationale, Current Issues and Futures Challenges. [http://www.kmu.unisg.ch/rencontres/band2002/F_11_Volery.pdf\(04.12.2013\)](http://www.kmu.unisg.ch/rencontres/band2002/F_11_Volery.pdf(04.12.2013)) , 542-553.

- Yaacob, M. R. (2010). A Preliminary Study of Green Micro-entrepreneurs in Kelantan, Malaysia. *International Journal of Business and Management* voi. 5, NO. 3 , 81-88.
- Yaylı, H. (2012). Çevre Etiği Bağlamında Kalkınma, Çevre ve Nüfus. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı:15 , 151-169.
- Yeşilyurt, S., Gül, Ş., & Demir, Y. (2013). Biyoloji Öğretmen Adaylarının Çevre Bilinci ve Çevresel Duyarlılığı: Ölçek Geliştirme Çalışması. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, Yıl 13, Sayı 25 , 38-54.
- Yıldırım, M. H., Demirel, Y., & 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 , 189-199.
- Yurtseven, R. (2001). *Yaratıcı Yönetim*. Çanakkale: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi.
- Yüksel, H. (2003). İşletmelerin Çevreye Duyarlı Üretim Faaliyetlerinin Ampirik Bir Çalışma İle Değerlendirilmesi. *Endüstri Mühendisliği Dergisi* ,Sayı:2,Cilt:14 , 21-32.
- Zhao, F. (2005). Exploring the Synergy Between Entrepreneurship and Innovation. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour Research* Vol. 11 No. 1 , 25-41.
- tg.v.org.tr/tr/sanayi-ve-cevre-birlikteligi-i-yeni-firsatlar(03.12.2013)
[http://w2.anadolu.edu.tr/aos/kitap/IOLTP/1268/unite10.pdf.s-172\(02.06.2014\)](http://w2.anadolu.edu.tr/aos/kitap/IOLTP/1268/unite10.pdf.s-172(02.06.2014))

EKLER

EKLER

EK A.1. ANKET FORMU

Sayın Katılımcı,

Bu anket çalışması; çevresel duyarlılık, çevresel bilinç ve ekogirişimciliği etkileyen güçlü yapısal etkiler ile ekogirişimcilik yönelimi arasındaki ilişkiyi ölçmek amacıyla hazırlanmıştır. Değerli zamanınızı ayırdığınız için çok teşekkür ederiz.

Meryem Gül

Doç.Dr. Mehmet Tekinkuş

Tez Danışmanı

Yüksek Lisans Öğrencisi

E-posta:mgul90@hotmail.com

Fax:0342 320 14 02

Aşağıdaki ifadelere ne ölçüde katıldığınızı lütfen belirtiniz.

1=Kesinlikle katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım,

4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle katılıyorum

Bir ürün alırken atığının geri dönüşümlü olmasına dikkat ederim.	1	2	3	4	5
Evimizdeki atıkların çok azı dahi olsa sokağa atılmadan çöp kutusuna ulaşmasına dikkat ederim.	1	2	3	4	5
Okul/hastane/alışveriş merkezi gibi ev dışındaki kapalı mekânlarda elimdeki çöplerin çöp kutusuna ulaşmasına dikkat ederim.	1	2	3	4	5
Yazı yazdığım kâğıtların her iki yüzünü de kullanmaya özen gösteririm.	1	2	3	4	5
Kendi aracım olsa bile, hava kirliliğini en aza indirmek için genellikle toplu taşıma araçlarını kullanırım.	1	2	3	4	5
Ozon tabakasına zararlı maddeleri içeren tüketim mallarını (deodorant ve diğer spreylere vb.) kullanmamaya dikkat ederim.	1	2	3	4	5

Aşağıdaki ifadelere ne ölçüde katıldığınızı lütfen belirtiniz.

TV ve radyolarda çıkan çevre ile ilgili programlar ilgimi çeker.	1	2	3	4	5
Okulumuzda çevre temizliği ile ilgili bir faaliyet düzenlenirse gönüllü katılmak isterim.	1	2	3	4	5
Çevre konusunda yapılan seminer, panel, konferans gibi bilimsel çalışmalara katılıyorum.	1	2	3	4	5
Çevreye duyarlı bir insan olduğumu düşünüyorum.	1	2	3	4	5
Daha pahalı da olsa çevreye daha az zarar veren ürünleri tercih ederim.	1	2	3	4	5
Öğretim esnasında çevresel konulara daha fazla ağırlık verilmesi gerektiğini düşünüyorum.	1	2	3	4	5

Aşağıdaki ifadelere ne ölçüde katıldığınızı lütfen belirtiniz.

Gelecekte yeşil ürünlere ilişkin artan bir talep olacaktır.	1	2	3	4	5
Gelecekte yeşil işletme karlılığının daha yüksek olacağını düşünüyorum.	1	2	3	4	5
Gelecekte yeşil faaliyet alanlarının pazar koşulları daha iyi olacaktır.	1	2	3	4	5
Gelecekte ekogirişimcilik ile ilgili yatırım teşvikler artacaktır.	1	2	3	4	5
Gelecekte ekogirişimcilik ile ilgili işletim teşvikleri artacaktır.	1	2	3	4	5
Gelecekte çevre kuruluşları ekogirişimcilik ile ilgili daha çok destek ve kolaylık sağlayacaktır.	1	2	3	4	5

Aşağıdaki ifadelere ne ölçüde katıldığınızı lütfen belirtiniz.

Çevreye duyarlı bir alanda girişime başlamak her zaman istediğim bir şeydir.	1	2	3	4	5
Gelecekte yapacağım işin doğal çevrede oluşturacağı olumsuz etkiyi minimum düzeye indirmek benim için çevreye karşı bir görevdir.	1	2	3	4	5
Gelecekte yapacağım işin doğal çevrede oluşturacağı olumsuz etkiyi minimum düzeye indirmek benim için kurumsal bir yüküdür.	1	2	3	4	5
Ekogirişimciliğe yönelik çevre kuruluşlarından alınan destekler ve yardımlar ekogirişimcilik yönelimini daha da artıracaktır.	1	2	3	4	5
Doğal çevrenin sürdürülebilirliği için ekogirişimcilik önemlidir.	1	2	3	4	5

Lütfen aşağıdaki sorulardan kendinize uygun olanı işaretleyiniz.

Cinsiyetiniz	a)Bay b)Bayan
Yaşınız	a)19 yaş ve altı b) 20-21 yaş c)22-23 yaş d)24-25 yaş e)26 yaş ve üzeri
Bölümünüz	a)İşletme b) İktisat c) Uluslararası Ticaret ve Lojistik
Öğrenim Türünüz	a)I.Öğretim b)II. Öğretim
Sınıfınız	a)1.sınıf b) 2.sınıf c) 3.sınıf d) 4.sınıf
Ailenizin Aylık Geliri	a)2000'den az b)2000-3999 c)4000-5999 d)6000 ve üzeri

ÖZGEÇMİŞ

Meryem GÜL 1990 yılında Gaziantep’te doğdu. Gaziantep Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü’nden 2012 yılında mezun oldu. 2012 yılında Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı’nda yüksek lisans eğitimine başladı.

VITAE

Meryem GÜL was born in Gaziantep in 1990. She graduated from the Department of Business Administration at the Faculty of Economics and Administrative Sciences at Gaziantep University in 2012. She has begun the Master of Business Administration education at Gaziantep University in 2012.