

T.C.
BOLU ABANT İZZET BAYSAL ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
İLKÖĞRETİM ANABİLİM DALI
SOSYAL BİLGİLER EĞİTİMİ BİLİM DALI

SOSYAL BİLGİLER DERSİNDE GİRİŞİMCİLİK BECERİSİNİN
KAZANDIRILMASI ÜZERİNE BİR EYLEM ARAŞTIRMASI

MURAT TARHAN

BOLU-2018

T.C.
BOLU ABANT İZZET BAYSAL ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
İLKÖĞRETİM ANABİLİM DALI
SOSYAL BİLGİLER EĞİTİMİ BİLİM DALI

SOSYAL BİLGİLER DERSİNDE GİRİŞİMCİLİK BECERİSİNİN
KAZANDIRILMASI ÜZERİNE BİR EYLEM ARAŞTIRMASI

DOKTORA TEZİ

Hazırlayan
Murat TARHAN

Danışman
Dr. Öğr. Üyesi Fahri KILIÇ

İkinci Danışman
Doç. Dr. Adnan ALTUN

BOLU, AĞUSTOS-2018

DOKTORA TEZ ONAY FORMU

Murat TARHAN tarafından hazırlanan “Sosyal Bilgiler Dersinde Girişimcilik Becerisine Kazandırılması Üzerine Bir Eylem Araştırması” adlı çalışma, jürimiz tarafından İlköğretim Anabilim Dalı, Sosyal Bilgiler Eğitimi Bilim Dalında Doktora Tezi olarak kabul edilmiştir. (02/08/2018)

Akademik Ünvan ve Adı Soyadı

İmza

Üye (Tez Danışmanı) :Dr. Öğr. Üyesi Fahri KILIÇ
Üye (II. Tez Danışmanı) :Doç. Dr. Adnan ALTUN
Üye :Prof. Dr. Bahri ATA
Üye :Doç. Dr. Emine Özlem YİĞİT
Üye :Doç. Dr. Selahattin KAYMAKÇI
Üye :Doç. Dr. Nadire Emel AKHAN

F. Kılıç
Adnan Altun
Bahri Ata
Emine Özlem Yiğit
Selahattin Kaymakçı
Nadire Emel Akhan

Eğitim Bilimleri Enstitüsü'nün Onayı

Prof. Dr. Türkan ARGON
Eğitim Bilimleri Enstitü Müdürü

Bu alışma, Abant İzzet Baysal Üniversitesi'nde Bilimsel Araştırma Projesi
(No:2017.02.04.1183) kapsamında gerçekleştirilmiştir.



Doktora tezi olarak sunduğum, “**Sosyal Bilgiler Dersinde Girişimcilik Becerisinin Kazandırılması Üzerine Bir Eylem Araştırması**” başlıklı çalışmanın yazılmasında bilimsel ve etik kurallara uyduğumu, başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda atıfta bulunduğumu, kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapmadığımı, tezin tamamının ya da bir kısmının bu üniversite veya başka bir üniversitede bir tez çalışması olarak sunulmadığını beyan ederim. 02/08/2018


Murat TARHAN



Bu tezi aileme adıyorum...

TEŞEKKÜR

Yapılan çalışmanın öğrenciler üzerinde olumlu yansımalarını görmüş olmak, gerek topluma faydalı bireyler yetiştirme yönünden gerekse bu konuda çalışacak kişilere yeni ufuklar kazandırması açısından beni oldukça mutlu etmiştir. Bu araştırmanın tamamlanmasında ilk günden itibaren ufkumu açarak daha ileriye görmemi sağlayan, üzerimde çok büyük emeği bulunan, benimle saatlerce çalışıp değerli zamanını gelişmemde harcayan, en büyük değerini milletine karşı sorumluluk duyarak çalışmak olduğunu ifade ederek beni sürekli çalışmaya teşvik eden, kendisini tanımayı hayatımda dönüm noktalarından biri olarak gördüğüm kıymetli danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Fahri KILIÇ'a,

Desteğini her zaman yanımda hissettiğim, bilgisi, düşüncesi ve çalışma ahlakıyla her zaman kendime rehber edindiğim, ne zaman düşünce felcine uğrasam yardımına koştuğum yolumu aydınlatan benim danışmanım olmasından gurur ve mutluluk duyduğum değerli hocam Doç. Dr. Adnan ALTUN'a,

Tanıdığım ilk günden bu yana her zaman kendisine hoş niyet beslediğim, bakış açısı, bilgisi ve nezaketiyle hayatımda ismini her zaman anacağım, tezimin mimarı, Ahmet Vefik Paşa'ya ithafen söylenen "O, binek taşı büyüklüğünde bir pırlantadır" ifadesinin hayatımdaki karşılığı olan sayın hocam Prof. Dr. Bahri ATA'ya,

Doktora öğrenimim boyunca her zaman değerli görüşlerinden yararlandığım, beni sürekli güler yüzüyle karşılayan saygıdeğer hocam Doç. Dr. Emine Özlem YİĞİT'e,

Hayatım boyunca her türlü fedakârlığı yaparak kahrımı çeken ve umutsuzluğa düştüğümde ellerimden tutup beni kaldıran hayatımın ilk öğretmenleri anne-babama ve hayatımın neşeleri kardeşlerime,

Desteğini sürekli hissettiğim hayatımdaki sevgiye anlam katan, her türlü zorlukta ve yıpranmışlıkta her zaman yanımda olan değerli eşim Amine'ye ve dünyadaki en değerli varlığıım canım oğluma,

Çalışmam ve uygulamalarım esnasında benden desteğini esirgemeyen sosyal bilgiler öğretmeni Bayram KORKMAZ'a,

Varlıklarıyla sürekli neşe bulduğum desteklerini her zaman hissettiğim arkadaşlarım Ülkü AYVAZ, Nazan GÜNDÜZ, Serdar SÖNMEZ, İsmail Hakkı ÇATLAK ve Caner KALANDER'e teşekkür ederim.

Murat TARHAN
Bolu, Ağustos-2018

İÇİNDEKİLER

TEZİ DESTEKLEYEN KURUM YA DA KURULUŞLAR.....	i
ETİK İLKELERE UYULDUĞUNA İLİŞKİN BEYAN.....	ii
İTHAF.....	iii
TEŞEKKÜR.....	iv
İÇİNDEKİLER	vi
TABLolar DİZİNİ.....	x
ŞEKİLLER DİZİNİ	xii
KISALTMALAR DİZİNİ.....	xiii
ÖZET	xiv
ABSTRACT.....	xvi
I. BÖLÜM.....	1
1.Giriş.....	1
1.1. Problem Durumu	1
1.1. Araştırmanın Amacı	3
1.2. Araştırmanın Önemi	4
1.3. Sınırlılıklar.....	5
1.4. Sayıltılar/Varsayımlar.....	6
1.5. Tanımlar	6
II. BÖLÜM	8
2. Kuramsal Çerçeve ve İlgili Literatür.....	8
2.1. Sosyal Bilgiler Öğretim Programında Girişimcilik Becerisi.....	8
2.1.1. Sosyal bilgiler ders kitaplarında (2017) girişimcilik becerisi.....	10
2.2. Etkinlik Temelli Öğretim	12
2.2.1. Etkinlik temelli öğretimde etkinlik aşamaları.....	13
2.2.2. Etkinlik temelli öğretimde etkinliğin hazırlanması	15
2.2.3. Etkinlik temelli öğretimde etkinlik ilkeleri.....	17

2.2.4. Etkinlik temelli öğretimin olumlu ve olumsuz yönleri	21
2.3. Girişimcilik Kavramı ve Tanımı	22
2.4. Dünyada Girişimciliğin Tarihsel Süreci ve Girişimcilik Örnekleri	24
2.5. Türkiye’de Girişimciliğin Tarihsel Süreci ve Girişimcilik Örnekleri	27
2.6. Girişimciliği Etkileyen Faktörler.....	30
2.7. Girişimcilik Türleri.....	32
2.8. Girişimcilerin Özellikleri.....	34
2.9. Girişimcilik Eğitimi.....	38
2.9.1. Girişimcilik eğitimi ve amaçları	40
2.9.2. Dünyada girişimcilik eğitimi ve girişimleri.....	43
2.9.3. Türkiye’de girişimcilik eğitimi ve girişimler.....	50
2.10. İlgili Literatür	64
2.10.1. Yurt dışı araştırmaları	65
2.10.2. Yurt içi araştırmaları	68
2.10.3. Literatürün değerlendirilmesi	73
III. BÖLÜM.....	76
3. Yöntem.....	76
3.1. Araştırma Modeli.....	76
3.2. Eylem Araştırması Süreci	77
3.2.1. Problemin belirlenmesi	78
3.2.2. Literatürün taranması ve yorumlanması	79
3.2.3. Eylem planı geliştirme/hazırlama süreci.....	80
3.3. Eylem Planının Uygulanması	82
3.5. Verilerin Toplanması.....	83
3.6. Verilerin Analizi	85
IV. BÖLÜM.....	86

4. Bulgular ve Yorumlar	86
4.1. Girişimcilik Eğitiminin Alt Unsurlarının Belirlenmesine Yönelik Bulgular ...	86
4.1.1. Girişimcilik eğitiminde iş fikri teması ile ilgili alt temalar, beceri ve değerler	87
4.1.2. Girişimcilik eğitiminde finansman teması ile ilgili alt temalar beceri ve değerler	97
4.1.3. Girişimcilik eğitiminde ürün tasarımı ve üretim teması ile ilgili alt temalar beceri ve değerler.....	104
4.1.4. Girişimcilik eğitiminde tanıtım ve pazarlama teması ile ilgili alt tema, beceri ve değerler.....	112
4.1.5. Girişimcilik eğitiminde yatırım teması ile ilgili alt temalar, beceri ve değerler	118
4.2. Girişimcilik Becerisinin Kazandırılması İçin Etkinliklerin Hazırlanması, Uygulanması ve Değerlendirilmesine Yönelik Bulgular	126
4.2.1. İş fikri teması ile ilgili etkinliklerin geliştirilmesi, uygulaması ve değerlendirmesi.....	127
4.2.2. Finansman teması ile ilgili etkinliklerin geliştirilmesi, uygulaması ve değerlendirmesi.....	137
4.2.3. Ürün tasarımı ve üretim teması ile ilgili etkinliklerin geliştirilmesi, uygulaması ve değerlendirmesi	143
4.2.4. Tanıtım ve pazarlama teması ile ilgili etkinliklerin geliştirilmesi, uygulaması ve değerlendirmesi	152
4.3.5. Yatırım teması ile ilgili etkinliklerin geliştirilmesi, uygulaması ve değerlendirmesi.....	159
4.4. Girişimcilik Becerisinin Geliştirilmesine Yönelik Kullanılabilecek Öğretim Yöntem ve Tekniklere Yönelik Bulgular	167
V. BÖLÜM	170
5.1. Tartışma.....	170
5.2. Sonuç ve Öneriler.....	177

5.2.1. Sonuçlar.....	177
5.2.2. Öneriler.....	184
KAYNAKÇA.....	188
EKLER.....	199
ÖZGEÇMİŞ.....	242



TABLOLAR DİZİNİ

Tablo 2.1. Sosyal bilgiler öğretim programında (2005) girişimcilik becerisi.....	8
Tablo 2.2. 2017 Sosyal bilgiler ders kitaplarında girişimcilik becerisi.....	10
Tablo 2.3. Türkiye’de geçmişten günümüze örnek girişimler	29
Tablo 2.4. Girişimcilikte doğuştan gelen ve sonradan kazanılan özellikler	38
Tablo 2.5. Girişimcilik eğitimi programlarının değerlendirme süreçleri ve ölçüm zaman- ları	49
Tablo 2.6. İlköğretim programlarında girişimcilik becerisi	57
Tablo 2.7. Girişimcilik ile yapılan ilgili lisansüstü çalışmalar.....	69
Tablo 2.8. Sosyal bilgiler eğitiminde girişimcilik becerisinin kazandırılmasına yönelik yerli ve yabancı kullanılabilir kaynaklar ile ilgili değerlendirme	73
Tablo 3.1. Uygulama takvimi.....	82
Tablo 4.1. Etkinliklerin değerlendirilmesi	86
Tablo 4.2. İş fikri teması ile ilgili etkinlik değerlendirmesi.....	88
Tablo 4.3. Finansman temasıyla ilgili etkinliklerin değerlendirilmesi	98
Tablo 4.4. Ürün tasarımı ve üretim temasıyla ilgili etkinliklerin değerlendirilmesi....	105
Tablo 4.5. Tanıtım ve pazarlama temasıyla ilgili etkinliklerin değerlendirilmesi	113
Tablo 4.6. Yatırım temasıyla ilgili etkinliklerin değerlendirilmesi	119
Tablo 4.7. Girişimcilik fikirlerine yönelik etkinlik öncesi ve sonrası bulgular	128
Tablo 4.8. Etkinlik öncesi ve etkinlik sonrası çocukların iş seçim nedenleri ile ilgili bulgular	130
Tablo 4.9. Etkinlik öncesi ve sonrası iş fikrine yönelik ihtiyaçlar ile ilgili bulgular ...	132
Tablo 4.10. Etkinlik öncesi ve sonrası iş fikrini etkileyen sosyal ve çevresel etmenlere yönelik bulgular	134
Tablo 4.11. Finansman temasında para ile alınabilecek ihtiyaçlar ile ilgili etkinlik öncesi ve sonrası bulgular	138
Tablo 4.12. Finansman temasında finansman kaynakları ile ilgili etkinlik öncesi ve sonrası bulgular.....	140
Tablo 4.13. İş fikri doğrultusunda ürün tasarımına yönelik bulgular	145
Tablo 4.14. Ürün tasarımı ile ilgili uzman değerlendirmesine yönelik bulgular	147

Tablo 4.15. Üretilmesi planlanan ürünün özelliklerinin tasarımda belirtilmesine yönelik bulgular	148
Tablo 4.16. İş fikri doğrultusunda etkinlik sonrasında gerçekleştirilen ürün tasarımlarının konuları	150
Tablo 4.17. Hedef pazarla ilgili bulgular	153
Tablo 4.18. Ürünlerin ayırt edici özellikleri ile ilgili bulgular.....	154
Tablo 4.19. Reklam tasarımı ile ilgili bulgular	155
Tablo 4.20. Reklam tasarımı ile ilgili uzman değerlendirmesine yönelik bulgular	158
Tablo 4.21. İş yeri konumunun tasarımı ile ilgili bulgular	160
Tablo 4.22. Avantajlı iş yerinin özellikleri ile ilgili bulgular	161
Tablo 4.23. Avantajlı olmayan iş yerinin özellikleri ile ilgili bulgular.....	163
Tablo 4.24. Girişimcilik becerisinin kazandırılması sürecinde kullanılacak yöntem ve teknikler	167

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 2.1. Etkinlik hazırlama aşamaları	14
Şekil 2.2. Etkinliklerin hazırlanmasıyla ilgili yönlendirici sorular	16
Şekil 2.3. Girişimci niyet modellerinin gelişimi.....	46
Şekil 2.4. Dış etkiler hipotezinin girişimsel aktiviteler üzerine etkisi.....	47
Şekil 2.5. Girişimcilik eğitimi ile ilgili senelere göre yapılan tez çalışmaları.....	72
Şekil 3.1. Araştırmanın eylem araştırmasına ile ilgili süreçleri	78
Şekil 3.2. Veri toplama araçları	84

KISALTMALAR DİZİNİ

MEB: Milli Eğitim Bakanlığı

GEP: Girişimcilik Eğitimi Programı

KOSGEB: Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme Dairesi Başkanlığı

İŞKUR: Türkiye İş Kurumu Genel Müdürlüğü

TUBİTAK: Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu

BTSO: Bursa Sanayi ve Ticaret Odası

UNESCO: Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü

AR-GE: Araştırma Geliştirme

SGK: Sosyal Güvenlik Kurumu

TKDK: Tarımsal ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu

SODES: Sosyal Destek Projesi

ÖZET

SOSYAL BİLGİLER DERSİNDE GİRİŞİMCİLİK BECERİSİNİN KAZANDIRILMASI ÜZERİNE BİR EYLEM ARAŞTIRMASI

Tarhan, Murat

Doktora Tezi

İlköğretim Anabilim Dalı

Sosyal Bilgiler Eğitimi Bilim Dalı

Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi. Fahri Kılıç- Doç. Dr. Adnan Altun

Ağustos-2018 Sayfa: xvii + 246

Bu araştırmanın amacı, ortaokul 7. sınıf sosyal bilgiler dersinde girişimcilik becerisinin kazandırılmasına yönelik eğitim etkinlikleri tasarlayarak bu etkinlikleri uygulamak ve etkinliklerin öğretme-öğrenme süreçlerinin verimliliğine yönelik etkisini belirlemektir. Araştırma ülkemizde ilkokul programında girişimcilik becerisinin nasıl kazandırılabileceği sorusundan yola çıkılarak oluşturulmuştur. Çalışmada eylem araştırması kullanılmıştır. Ülkemizde girişimcilik becerisinin ilkokulda etkili bir şekilde nasıl kazandırılması gerektiği sorusundan yola çıkarak girişimcilik eğitiminin unsurlarının neler olabileceği, etkinliklerin bu süreçte nasıl kullanılabileceği ve ne derece etkili olduğu, girişimcilik becerisinin kazandırılmasında hangi öğrenme yöntem-tekniğinin kullanılabileceği sorularına cevap aramak için eylem planı geliştirilmiştir. Eylem planı sürecinde tez izleme komitesi danışma kurulu görevini üstlenmiştir. Verilerin toplanmasında doküman inceleme formu ve etkinlikler kullanılmıştır. Değerlendirme betimsel analiz ve içerik analiz kullanılarak yapılmış, uygulama sonucundaki tasarım ile ilgili etkinliklerinde değerlendirilmesinde ise Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü'nde görev yapmakta olan iki öğretim üyesinin yardımına başvurulmuştur.

Süreç araştırmanın alt amaçları doğrultusunda ilerlemiştir. Bu noktadan hareketle yurt dışı kaynakların taranması sonucu elde edilen 236 etkinlik içerisinden

elde edilen bulgular kapsamında girişimcilik eğitime yönelik temalar, alt temalar, beceri ve değerler çalışmanın ilk bulgularını; etkinliklerin ana tema içerisinde yer alan herhangi bir alt temada hazırlanarak uygulanması ve bu sonuçların değerlendirilmesi araştırmanın ikinci bulgularını; 236 etkinliğin değerlendirilmesi sonucunda girişimcilik becerisinin kazandırılmasında kullanılacak yöntem ve teknikler ise çalışmanın üçüncü bulgularını oluşturmuştur.

Araştırma sonucunda girişimcilik eğitiminin süreçleri belirlenmiş, alt tema, beceri, değer ve yöntem- teknikler oluşturulmuştur. Bulgular doğrultusunda geliştirilen etkinlikler süreçlere ait bir alt tema içerisinde uygulanmıştır. Hedeflenen kazanımların etkinliklerle öğrenciler tarafından gerçekleştirildiği görülmüştür. Sonuç olarak girişimcilik eğitiminin süreçleri oluşturulmuş, sosyal bilgiler dersinde girişimcilik becerisinin kazandırılmasında etkinliklerin etkili bir yöntem olduğu ifade edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Bilgiler, Beceri, Öğrenci, Girişimcilik, Etkinlik Temelli Öğretim.

ABSTRACT

AN ACTION RESEARCH ON ENABLING STUDENTS TO GAIN ENTREPRENEURIAL SKILLS IN SOCIAL STUDIES

Tarhan, Murat

PhD Dissertation

Department of Primary Education

Discipline of Social Studies

Thesis Advisor: Dr. Lct. Fahri Kılıç- Assoc. Prof. Dr. Adnan Altun

August, 2018 Page: xvii + 246

The aim of this study is to design training activities oriented at enabling students to gain entrepreneurial skills in secondary school 7th grade social studies courses, to implement these activities, and to determine their effects on the productivity of teaching-learning processes. The study is composed based on the question of how to enable students in Turkey to gain entrepreneurial skills, and the action research is used.

Based on the question of how to enable students to gain entrepreneurial skills efficiently in primary school, an action plan is developed to find answers for questions such as what the factors of entrepreneurial trainings can be, how the activities can be used in this process and how efficient they are, which learning methods-techniques can be used to enable students to gain entrepreneurial skills. In the process of the action plan, the thesis monitoring committee assumed the task of advisory committee. The document review form and activities are used in the collection of data. The assessment is performed using descriptive analysis and content analysis, while the assistance of two academics from the Abant İzzet Baysal University, Faculty of Education, Department of Fine Arts Education was appealed for the assessment of activities related to the design in the result of implementation.

The process advances towards the subgoals of the study. From this point forth, themes, subthemes, skills and values directed at entrepreneurial training within the scope of the findings obtained from 236 activities acquired as a result of the scanning of the international resources constitute the first findings, the implementation of activities by preparing them in any subtheme within the main theme and the assessment of those results constitute the second findings, and the methods and techniques which can be used to enable students to gain entrepreneurial skills in the result of the assessment of 236 activities constitute the third findings of the study.

In the conclusion of the study, the processes of entrepreneurial trainings are determined, subthemes, skills, values and methods-techniques are composed. The activities developed in line with the findings are implemented within a subtheme of processes. It is observed that the acquisitions aimed by the activities are fulfilled by the students. In conclusion, the processes of entrepreneurial trainings are composed, and it is indicated that the activities are an efficient method in enabling the students to gain entrepreneurial skills in the social studies courses.

Keywords: Social Studies, Skill, Student, Entrepreneurship, Activity Based Teaching.

I. BÖLÜM

1.Giriş

Bu bölümde, araştırmaya ait problem durumu, araştırmanın amacı, araştırmanın önemi sınırlılıklar, sayılılar ve tanımlara yer verilmiştir.

1.1. Problem Durumu

Eğitim-öğretim faaliyetlerinin zaman içerisinde farklılaşması, ülke ve toplum ihtiyaçları ile doğrudan ilişkilidir. Teknolojinin hızla geliştiği, toplum ihtiyaçlarının süreç içerisinde çeşitlendiği, iletişim ağının gelişmesiyle insanlar arası etkileşimin arttığı, rekabet, iş gücü ve üretim seçeneklerinin farklılaştığı bir ortamda girişimcilik ve girişimcilik becerisinin kazandırılması oldukça önem kazanmıştır. Bilgi hızla küreselleşmiş teknoloji, toplum, felsefe, eğitim, müzik ve sanat gibi alanlarda hızlı bir değişim gözlemlenmiştir.

Ülkemiz üretim ve tüketim noktasında bir takım zorluklarla yüz yüzedir. Üretim alanında ki karşılaşılabilecek bu zorlukları tarım, teknoloji, yazılım, markalaşma, küresel pazara hâkim olacak öncü ürünlerin sayısal değerinin düşüklüğü olarak açıklamak mümkündür. Tüketim alanında yaşanan zorluklar ise üretim odaklı bir toplumdan hesapsızca tüketen, tasarruf birikim ve üretim değerlerini göz ardı eden tüketime yönelik bir toplum tipolojisinin oluşmasıdır. Ancak, yeniliğe açık, hayatta ne olursa olsun pes etmeyen, girişimci ruhu ve merakıyla yeni yollar arayan, cesaretli, sorunlara çözüm üreten girişimci bireylerle bu zorlukların üstesinden gelinir. Dahası ülkenin kalkınması ve refah düzeyinin artması, dinamik bir ekonominin, yenilikçi ve yaratıcı mesleklerin oluşabilmesi için, başarılı bir şekilde kendi ticari ve sosyal girişimlerini gerçekleştirecek, girişimci olmaya istekli genç insanların sayılarının fazla olması gerekmektedir.

Eğitim gençlerin davranışlarını şekillendirmek, beceri ve kültür kazandırmak için önemli bir araçtır. Bu sebeple girişimcilik eğitimi erken yaşlardan itibaren ele alınmalıdır. Bu hayati bir öneme sahiptir. Girişimcilik eğitimi, sadece genç insanların düşüncelerini değiştirmek için değil, aynı zamanda girişimci bir kültürün oluşmasında önemli bir yeri olan bilgi ve becerileri oluşturmak içinde gereklidir. Dolayısıyla bu eğitimi alan kişiler gelecekte ya sosyal girişimci olacaklar ya da yenilikçi organizasyonlar içerisinde yer alacaklardır (UNESCO, 2012).

Türkiye’de girişimcilik eğitimi, “girişimcilik” dersi ya da konusu altında, yüksek ğretim seviyesinde çeşitli fakültelerde (eğitim fakültesi, iktisat ve idari bilimler fakültesi, mühendislik fakültesi vb) ğrenim gören öğrencilerin, mezuniyet sonrasında nasıl bir ekonomik faaliyet içerisinde bulunacaklarına dair bilgi ve kavramlara yönelik olarak değerlendirilmektedir. Ancak ilk ve ortaokul öğrencileri girişimcilik eğitimi içerisinde doğrudan yer almamaktadır. Dolayısıyla bu durum girişimcilik eğitiminin bit bütün olarak ele alınmasının önünde bir engel teşkil etmektedir. Girişimcilik eğitimi ilkokuldan itibaren belirli bir disiplin içerisinde girişimcilik becerisini kazandırmak için uygulanan eğitim şeklinde açıklamak mümkündür. Bu nedenle girişimcilik eğitimini ilk, orta ve yüksek ğretim kademelerinde sürekliliği olan bir eğitim- ğretim programı olarak değerlendirmek doğru bir ifade olacaktır.

Girişimcilik becerisinin ilkokuldan itibaren kazandırılması, genellikle memur yetiştirmeye odaklanmış eğitim sistemimizin aynı derecede girişimci bireyler yetiştirmesiyle kendine güven duyan ve üreten bir toplumun inşasında önemli olacaktır. Kişiler ortalama 21-28 yaşlarında yüksek öğretimden mezun olmaktadır. Bu yaşlar girişimcilik becerisinin kazandırılması açısında oldukça geç kalınmış yaşlardır. Sonuç olarak memurluk sınavlarında başarılı olamayan insanlar serbest mesleklere (iş garantisi ve sürekliliği olmayan) yönelmek zorunda kalmaktadırlar. Bu insanların gerekli kabiliyet ve bilgilere sahip olmamaları girişimlerinde zorluklarla karşılaşmalarına neden olmaktadır. Dolayısıyla başarısız girişimciliklerle karşılaşılmaktadır (Ata vd, 2015). Bu nedenle ilkokuldan itibaren öğrencilerin ilgilerini becerileri doğrultusunda desteklemek, istedikleri meslekle ya da faaliyet alanı ile ilgili beceri kazanmalarını sağlamak onların gelecekte yaşantılarına şekil vererek, kendilerine güven duymalarını sağlayabilir ve onları

gelecek kaygısından kurtarabilir. Dolayısıyla toplumsal ve bireysel anlamda üreten, kendine güvenen, sorumluluk duyan ve gelecek kaygısı taşımayan bireyler yetiştirilmiş olur.

Girişimcilik eğitiminin bireylere kazandırdığı en önemli değerlerden birisi mücadeledir. Mücadele; herhangi bir amaca erişmek, bir olumsuzluğa karşı koyabilmek için bir kişi veya topluluğun güçlü ve sürekli çabası olarak ifade edilmektedir (TDK, 2017). Mücadele etme becerisi hayatta karşılaşılan olumsuzlukların üstesinden gelmek, bitmişlik hissinin olduğu zamanlarda bile tekrar toparlanıp amaçlanan hedefe ulaşmak için oldukça önemlidir. Belki bir toplumun dinamizmini sağlayacak en önemli faktör budur. Zira girişimcilik eğitiminin amacı, kendi istekleri veya sistemin zorlaması doğrultusunda memur olmuş ve dünyayı okuduğu kitaplardan öğrenen edebiyatçı değil, nerede olursa olsun hayatın bütün zorlukları karşısında aciz kalmayacak kuvvetli bir zekâyâ sahip, pratik düşünebilen insanlar yetiştirmeyi sağlamaktır (Ata vd, 2015).

Girişimcilik eğitiminde, çocuğa girişimcilik becerisinin kazandırılmasında etkili faktörler bulunmaktadır. Bu faktörler eğitim, girişimcilik ile ilgili eğitim, anne mesleği, baba mesleği, kardeş sayısı, vs. olarak ifade edilebilir. Yapılan araştırmalarda bu faktörlerin en dikkat çekicisi %47 olarak girişimcilik eğitimi faktörüdür. Girişimcilerin %47'sinin öğrenim hayatlarında girişimcilikle ilgili ders aldığı görülmektedir (İrmiş vd. 2010). Bu bilgiden yola çıkarak girişimcilik eğitiminin girişimci bireylerin yetişmesinde etkili olduğu söylenebilir. Bu noktadan hareketle de sosyal bilgiler kapsamında girişimcilik eğitiminin kuramsal çerçevesinin oluşturulması ve girişimcilik becerisinin verimli bir şekilde ortaokul düzeyinde kazandırılması gerçeği ortaya çıkmaktadır.

1.1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, öğrencilerin yetenek ve ilgilerini geliştirecek, yerel, milli ve evrensel girişimcilik değerlerini kazandıracak, kendilerine, ailelerine ve topluma katkıda bulunacak bireylerin yetiştirilmesini sağlayacak girişimcilik becerisini etkinlikler aracılığıyla öğretmektir.

Araştırmanın genel amacı çerçevesinde aşağıdaki sorulara yanıt aranmaya çalışılmıştır:

- 1.) Girişimcilik eğitiminin unsurları nasıl oluşturulabilir? Hangi unsurlar girişimcilik eğitiminde önemlidir?
- 2.) Girişimcilik becerisini kazandırmak için hazırlanan etkinliklerin girişimcilik becerisini geliştirmeye etkisi nedir?
- 3.) Girişimcilik becerisini kazandırmak için hangi öğretim, yöntem ve teknikler kullanılabilir?

Çalışma bu ana problem ve alt problemler doğrultusunda geliştirilmiş, uygulama ve değerlendirmeler bu doğrultuda yapılmıştır.

1.2. Araştırmanın Önemi

Sosyal bilgiler öğretim programı (Milli Eğitim Bakanlığı [MEB], 2005a) öğrencinin bilgiyi özümseyerek içselleştirmesi ve bilgiyi kendi zihninde yapılandırması temeline dayanmaktadır. Bu noktadan hareketle programın aktif öğrenme yöntemlerini kullandığı ve öğretmenlere bu yöntemleri kullanmaları konusunda yönlendirmelerde bulunduğu görülmektedir. Program öğretmenleri geleneksel öğretim yöntem ve uygulamalarından çıkarıp, öğrenciyi bilginin merkezine alarak öğrencinin daha aktif olduğu öğrenme ortamını oluşturmayı hedeflenmiştir. Bu sebeple programla öğretmenlerin geleneksel rolü değişmiştir (MEB, 2005a; 2005b).

Sosyal bilgiler öğretiminde öğrencilerin kazanmaları hedeflenen beceriler arasında girişimcilik becerisi de bulunmaktadır (MEB, 2005b). Bu becerinin öğrencilere kazandırılması sınıf duvarları arasında sadece geleneksel öğretim yöntemleriyle öğrencilere kazandırılması zordur. Dolayısıyla bu süreçte farklı etkinliklerden yararlanılması gerekmektedir. Etkinlikler sosyal bilgiler dersi öğretim programının öngördüğü şekilde öğrencide kazandırılması ve geliştirilmesi istenen pek çok genel amaç,

beceri, kavram ve değerin kazanılmasına yardımcı olabilir (Ata, 2015). Dahası etkinlikler öğretmenin sınıf ortamında işini kolaylaştıracak, çocukların eğlenerek öğrenmesini sağlayacak, düşüncelerin ve becerilerin baskı altında kalmadan rahatça ifade edilebileceği bir ortam sunacaktır. Bu araştırma etkinliklerin girişimcilik becerisinin geliştirilmesindeki etkililiğini ölçmesi açısından alan yazında ilk çalışmalardan birisi olma niteliği taşımaktadır.

ABD ve Kanada'nın 20. yy. sonlarında, Hollanda'nın 2000, İngiltere'nin 2004, Danimarka'nın 2009, Belçika'nın 2011 yıllarında çalışmalara başladığı girişimcilik eğitimi ülkemizde kapsamlı bir şekilde ele alınmamaktadır. Bu anlamda en kapsamlı çalışma, 2009 yılında Milli Eğitim Bakanlığı tarafından hazırlanan girişimcilik dersi öğretim programıdır. Ancak bu program orta öğretim kademesinde verilen girişimcilik dersi için hazırlanmıştır. Girişimcilik dersi, girişimcilik eğitiminin bir parçası olup tümüyle girişimcilik eğitimi kapsamamaktadır. Girişimcilik eğitimi ilk, orta ve yükseköğretim kademelerinde sürekliliği olan kapsamlı bir programdır. Bu nedenle ilk ve orta öğretim sosyal bilgiler derslerinde girişimcilik becerisini ve girişimcilik ruhunu kazandıracak kuramsal çerçevenin oluşturulması ve etkinliklerin hazırlanması önemli görülmüştür. Çünkü girişimcilik eğitimi bir toplumun kalkınmasında ve toplumsal üretim değerlerinin artırılmasında önemli bir yer tutmaktadır. Bu nedenle çalışma, alan yazında girişimcilik becerisini sosyal bilgiler eğitiminde ele alan, girişimcilik eğitiminin kuramsal çerçevesinin belirlenmesine yönelik ilk çalışmalardan olması sebebiyle önemlidir.

1.3. Sınırlılıklar

Bu araştırma sosyal bilgiler eğitimi, sosyal bilgiler dersi, yabancı literatürden elde edilen (Worsheet, Workbook vs.) 236 etkinlik ve Bolu ili Mehmet Akif Ersoy Ortaokulu 7/A sınıfı öğrencileri ile sınırlandırılmıştır. Öğrencilerle ilgili tanıtıcı bilgiler yöntem kısmında verilmiştir.

1.4. Sayıtlar/Varsayımlar

Araştırmada kullanılan veri toplama araçları mevcut durum ve görüşleri ortaya koymada yeterlidir. Uygulama öncesinde ve sonrasında yapılan görüşme ve değerlendirmelerde öğrenciler samimi yanıt vermişlerdir.

1.5. Tanımlar

Etkinlik Temelli Öğretim: Öğrencilerin ilgileri doğrultusunda konu ile ilgili etkinliklerin öğretmen ya da uzmanlar tarafından seçilerek öğrencilere sunulduğu ve öğrencilerin sevecek ve isteyerek yaptıkları etkinlikleri içeren öğretim yöntemidir.

Girişimcilik: Empati kurma, insan ilişkilerine uyumlu davranışları gösterebilme, plan yapma, planlarını uygulayabilme, risk alma, herhangi bir alanda ihtiyaç duyabilecek bir ürünün gerekliliğini sezme, ürünü planlama, üretme, pazar araştırması yapma ve pazarlayabilme gibi alt becerilerden oluşan temel bir beceri alanıdır (MEB, 2005a). Aynı zamanda girişimcilik kavramı somut bir çerçevede mal veya hizmet üretmek, pazarlamak amacıyla tüm faktörlerin bir araya getirildiği üretim süreci sonunda mal ve hizmetin ortaya konulduğu ekonomik teknik ve hukuki birimler olarak ifade dileyebileceği gibi girişimcilerin bir işletme kurmak için gösterdikleri soyut çabalar olarak da ifade edilebilir (Küçük, 2015).

Girişimcilik Becerisi: Sosyal ilişkilerde, iletişimde, iş dünyasında ve benzeri alanlarda gerekli ve etkili davranışları uygun bir şekilde ve zamanda ortaya koymak, talep görebilecek bir ürünü veya hizmeti daha iyi üretebilmek ya da pazarlayabilmek amacıyla yeni bir sistem kurmak için gerekli olan beceriler olarak ifade edilebilir (MEB, 2005a).

Girişimcilik Eğitimi: Sosyal ilişkilerde, iş dünyasında ve benzeri alanlarda gerekli, etkili davranışları uygun bir şekilde ve zamanda ortaya koyma, talep görebilecek bir ünü ya da hizmeti daha iyi üretebilmek veya pazarlayabilmek adına yeni bir sistem kurmak için gerekli beceri ve davranışların kazandırılmasıdır (MEB 2005b).

Sosyal Bilgiler: Bireyin toplumsal varoluşunu gerçekleştirebilmesine yardımcı olması amacıyla; tarih, coğrafya, ekonomi, sosyoloji, antropoloji, psikoloji, felsefe, siyaset bilimi ve hukuk gibi sosyal bilimlerin ve yurttaşlık bilgisi konularının, öğrenme alanlarını yansıtan bir ünite ya da tema altında birleştirilmesini içeren, insanın sosyal ve fiziki çevresiyle etkileşiminin geçmiş, bugün ve gelecek bağlamında incelendiği toplu öğretim anlayışından hareketle oluşturulmuş bir ilköğretim dersidir. (MEB, 2005a).



II. BÖLÜM

2. Kuramsal Çerçeve ve İlgili Literatür

Bu bölümde, araştırma konusu ile ilgili kuramsal bilgiler ve ilgili araştırmalara yer verilerek araştırmanın kuramsal çerçevesi ortaya koyulmaya çalışılmıştır.

2.1. Sosyal Bilgiler Öğretim Programında Girişimcilik Becerisi

Girişimcilik eğitimini tanıyıp ilköğretime dâhil eden birçok ülkede genellikle disiplinler arası (cross-curricular) yaklaşım kullanılmaktadır. Bu yaklaşıma göre, girişimcilik eğitiminin amaçları, açık bir şekilde belirli bir konunun bir parçası olmasından ziyade müfredat içerisinde ve programlar arasında farklı biçimlerle ifade edilebilir. Program içerisinde yer alan bütün konular, müfredat çalışmaları süresince geliştirilen değer ve yeterlilikler disiplinler arası yaklaşımın önemli bir parçasını oluşturmaktadır. Ülkemizde de disiplinler arası yaklaşım ile öğretilmeye çalışılan girişimcilik becerisine sosyal bilgiler öğretim programında iki öğrenme alanında yer verilmiştir. 2018 öğretim programı değerlendirmeye alınmamıştır. İlgili programda yer girişimcilik becerisi ile ilgili bilgiler tablo 2.1’de yer almaktadır:

Tablo 2.1. Sosyal bilgiler öğretim programında (2005) girişimcilik becerisi

Ders	Sınıf	Öğrenme Alanı	Kazanımlar	Beceri
Sosyal Bilgiler Dersi	4	<ul style="list-style-type: none"> Birey ve Toplum Üretim, Dağıtım ve Tüketim 	<ul style="list-style-type: none"> Kişiler arasındaki farklılıkları tanır. Gereksinim ile istek arasındaki farkı açıklar Kaynakları doğal, insan ve kapital olarak sınıflandırır. Ürünlerin farklı üretim şekilleri olduğunu bilir. 	Girişimcilik
Sosyal Bilgiler Dersi	5	<ul style="list-style-type: none"> Üretim, Dağıtım ve Tüketim 	<ul style="list-style-type: none"> Yaşadığı bölgedeki kaynakları araştırır. Yaşadığı bölge içinde ekonomik dayanışmayı fark eder. 	Girişimcilik
Sosyal Bilgiler Dersi	6	<ul style="list-style-type: none"> Üretim, Dağıtım 	<ul style="list-style-type: none"> İşle ilgili fikir üretme ve araştırma becerisi edinir. 	Girişimcilik

		ve Tüketim	
Sosyal Bilgiler Dersi	7	<ul style="list-style-type: none"> Birey ve Toplum 	<ul style="list-style-type: none"> Başkaları ile kurduğu iletişimlerin iyi olup olmadığını sorgular. <p>Deveci (2015)'ten yararlanılarak geliştirilmiştir.</p>

Tablo 2.1'de yer alan bilgilerden yola çıkarak girişimcilik becerisinin sosyal bilgiler dersinde 6. Sınıfta “Üretim, dağıtım ve tüketim” öğrenme alanında “Ülkemizin kaynaklarıyla ekonomik faaliyetlerini ilişkilendirerek, bunların ülke ekonomisindeki yerini ve önemini değerlendirir. İlgi duyduğu mesleklerin gerektirdiği eğitim, beceri ve kişilik özelliklerini araştırır. Nitelikli insan gücünün Türkiye ekonomisinin gelişmesindeki rolünü değerlendirir.” kazanımları doğrultusunda geliştirilmeye çalışıldığı görülmektedir. Diğer tafranda 7. Sınıf ta ise “Birey ve Toplum” öğrenme alanında “İnsanlar arasında kurulan olumlu ilişkilerde iletişimin önemini fark eder. İnsanlar arası etkileşimde kitle iletişim araçlarının rolünü tartışır.” kazanımlarıyla geliştirilmesi amaçlanmıştır.

Program öğrenme süreci içerisinde kazanılması, geliştirilmesi istenen kabiliyetleri sınıflandırmış ve sosyal bilgiler dersinde 4-7. sınıf düzeyinde kazandırılmasının gerekli ve önemli görüldüğü 15 beceri içerisinde girişimcilik becerisine de yer vermiştir. Girişimcilik becerisinin kazandırılması ise “Meslekleri ve çevresindeki iş yerlerini tanıma, çevresindeki tanınmış ve başarılı girişimcileri tanıma, kişilerin ekonomi içinde çalışan ve tüketici olarak oynadıkları rolleri keşfetme, eğitimin kendi gelecekleri üzerindeki önemli rolünü anlama, ekonominin temel kavramlarını edinme, girişimciliğin karşı karşıya olduğu zorlukları anlama, yenilikçi fikirler sunma ve ürünler tasarlayabilme” kazanımlarıyla gerçekleştirmeye çalışmaktadır (MEB, 2005a).

Sosyal bilgiler öğretim programı 2017 yılında güncellenmiş ve bu programda kazandırılması amaçlanan 26 beceri içerisinde girişimcilik becerisine yer verilmiştir. Girişimcilik becerisinin “Üretim, dağıtım ve tüketim” öğrenme alanında sorumluluk, vatanseverlik, doğaya ve çevreye karşı sorumluluk gibi değerlerle birlikte; iş birliği, yenilikçilik ve araştırma becerileriyle kazandırılması amaçlanmıştır (MEB, 2017).

Girişimcilik becerisinin daha kapsamlı ve disiplinli bir şekilde sosyal bilgiler öğretim programı içerisinde yer alması bir gerekliliktir. Bu nedenle girişimcilik becerisinin kazandırılması ile ilgili yapılan çalışmaların ve edinilen bulguların ilkokullarda ve özellikle sosyal bilgiler öğretim programı içerisinde yer alması oldukça değerli görülmektedir.

2.1.1. Sosyal bilgiler ders kitaplarında (2017) girişimcilik becerisi

MEB tarafından 2017 eğitim-öğretim yılında okullarda kullanılan sosyal bilgiler ders kitapları 4. 5. ve 6.sınıf düzeylerinde üretim, dağıtım ve tüketim öğrenme alanlarında girişimcilik kavramına 4. ve 7. sınıflarda dolaylı bir şekilde 5. ve 6. Sınıflarda ise doğrudan rastlandığı görülmektedir. Ders kitaplarında girişimcilik becerisinin ele alınmasına ilişkin veriler tablo 2. 2.'de yer verilmiştir.

Tablo 2.2. 2017 Sosyal bilgiler ders kitaplarında girişimcilik becerisi

Sınıf	Doğrudan İlgili Öğrenme Alanı	Dolaylı Olarak İlişkilendirilebilir Öğrenme Alanı	Doğrudan İlgili Kazanım	Dolaylı Olarak İlişkilendirilebilir Kazanım
4		<ul style="list-style-type: none"> Birey ve Toplum, İnsanlar, Yerler ve Çevreler, Bilim, Teknoloji ve Toplum 		<ul style="list-style-type: none"> Bireysel ilgi, ihtiyaç ve yeteneklerini tanır. Günlük yaşamında kullandığı mekânların krokisini çizer. Çevresindeki ihtiyaçlardan yola çıkarak kendine özgü ürünler tasarlamaya yönelik fikirler geliştirir.
5	<ul style="list-style-type: none"> Üretim, Dağıtım ve Tüketim 		<ul style="list-style-type: none"> Kullandığı temel ürünlerin üretim, dağıtım ve tüketim ağını analiz eder. İş birliği yaparak üretim, dağıtım ve tüketime dayalı yeni fikirler geliştirir. Yaşadığı bölgedeki ekonomik faaliyetlere bağlı olarak gelişen meslekleri tanır. 	
6	<ul style="list-style-type: none"> Üretim, Dağıtım ve Tüketim 		<ul style="list-style-type: none"> Ülkemizin kaynaklarıyla ekonomik faaliyetlerini ilişkilendirir. Türkiye'nin coğrafi özelliklerini dikkate alarak yatırım ve pazarlama proje önerileri hazırlar. İlgi duyduğu mesleklerin gerektirdiği kişilik özelliklerini, 	

	becerileri ve eğitim sürecini araştırır.
7	<ul style="list-style-type: none"> • Üretim, Dağıtım ve Tüketim • Dünyadaki gelişmelere bağlı olarak ortaya çıkan yeni meslekleri dikkate alarak mesleki tercihlerine yönelik planlama yapar.

Sosyal Bilgiler 4. Sınıf Ders Kitabı ve Girişimcilik Becerisi: Sosyal bilgiler öğretim programının 4. sınıf ile ilgili kısmında ve 4. sınıf ders kitaplarında doğrudan girişimcilik becerisi ile ilgili herhangi bir bulguya rastlanmamıştır. Ancak “birey ve toplum” öğrenme alanında içerisinde yer alan “bireysel ilgi, ihtiyaç ve yeteneklerini tanır.” kazanımı girişimcilik eğitimi kapsamında iş fikri süreci içerisinde yer alan bireysel özelliklerden ve yeteneklerden yola çıkarak iş fikrinin oluşturulması alt teması ile ilişkilendirilebilir. “İnsanlar, yerler ve çevreler” öğrenme alanında yer alan “günlük yaşamında kullandığı mekânların krokisini çizer.” kazanımı iş fikri sürecindeki mekânın avantajını kullanarak iş fikrinin oluşturulması temasıyla ilişkilendirilebileceği gibi, “bilim, teknoloji ve toplum” öğrenme alanında yer alan “çevresindeki ihtiyaçlardan yola çıkarak kendine özgü ürünler tasarlamaya yönelik fikirler geliştirir.” kazanımı ise girişimcilik eğitiminin ana temaları içerisinde yer alan “ürün tasarımı ve üretim” teması ile ilişkilendirilebilir.

Sosyal Bilgiler 5. Sınıf Ders Kitabı ve Girişimcilik Becerisi: Sosyal bilgiler 5. sınıf ders kitabında “Üretim, dağıtım ve tüketim” öğrenme alanında yer alan “Kullandığı temel ürünlerin üretim, dağıtım ve tüketim ağını analiz eder. İş birliği yaparak üretim, dağıtım ve tüketime dayalı yeni fikirler geliştirir. Yaşadığı bölgedeki ekonomik faaliyetlere bağlı olarak gelişen meslekleri tanır.” kazanımları girişimcilik eğitimi içerisinde yer alan “iş fikri, ürün tasarımı ve üretim, tanıtım-pazarlama” temalarıyla ilişkilendirilebilir.

Sosyal Bilgiler 6. Sınıf Ders Kitabı ve Girişimcilik Becerisi: “Üretim, dağıtım ve tüketim” öğrenme alanında yer alan “Ülkemizin kaynaklarıyla ekonomik faaliyetlerini ilişkilendirir. Türkiye’nin coğrafi özelliklerini dikkate alarak yatırım ve pazarlama proje önerileri hazırlar. İlgi duyduğu mesleklerin gerektirdiği kişilik özelliklerini, becerileri ve

eğitim sürecini araştırır.” kazanımları girişimcilik eğitimi içerisindeki “ iş fikri, ürün tasarımı-üretim, tanıtım- pazarlama ve yatırım” temalarıyla ilişkilendirilebilir.

Sosyal Bilgiler 7. Sınıf Ders Kitabı ve Girişimcilik Becerisi: Sosyal bilgiler 7.sınıf ders kitaplarında yer alan “retim, dağıtım ve tktim” öğrenme alanında yer alan “Dünyadaki gelişmelere bağlı olarak ortaya çıkan yeni meslekleri dikkate alarak mesleki tercihlerine yönelik planlama yapar.” kazanımı girişimcilik becerisi ile ilişkilendirilebilir.

Yukarıda yer alan bilgiler ışığında sosyal bilgiler ğretim programında girişimcilik becerisi ile ilişkili kazanımların verilen bilgiler girişimcilik becerisinin ğretimi açısından oldukça yetersiz kaldığının söylenmesi mümkündür. Girişimcilik becerisinin farklı bir öğrenme alanı içerisinde girişimcilik eğitiminin tema, beceri ve değerlerini içererek şekilde, etkinliklerle zenginleştirilerek verilse daha kapsamlı ve sonuç odaklı olacağı düşünülmektedir.

2.2. Etkinlik Temelli ğretim

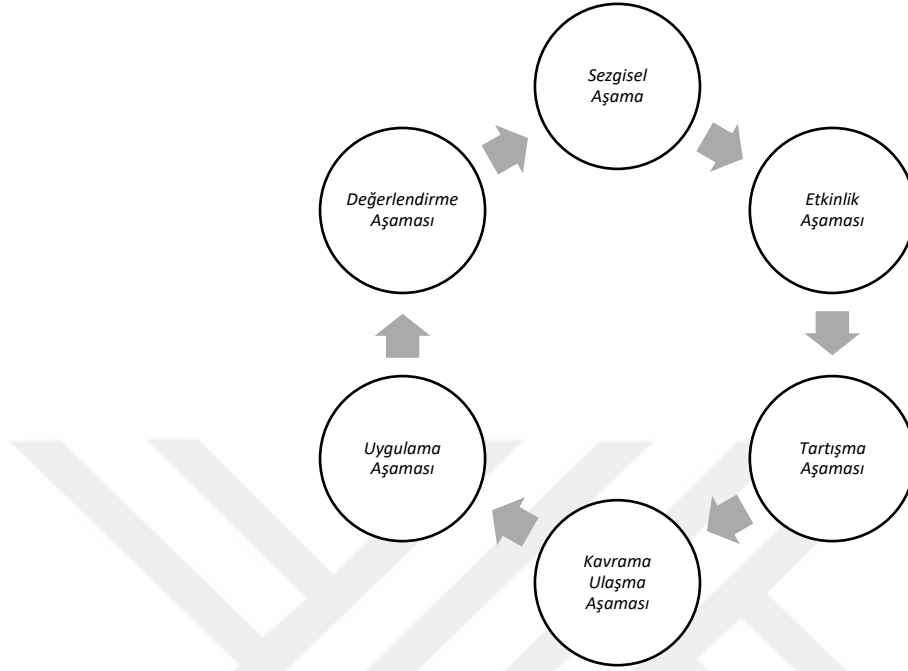
Etkinlik temelli ğretim ile ilgili olarak literatürlere bakıldığında genel kabul görmüş bir tanımı yoktur. Bu kavramla ilgili “Etkinlik temelli ğretim (Activity based teaching), görev temelli ğretim (task based teaching), çalışma temelli ğretim (activity based intervention), gömülü ğretim (embedded introduction)” gibi isimlendirmelerin yapıldığı da görülmektedir (cal, 2012). Etkinliği “Soyut kavramların öğrenme süreci ve ortamı içerisinde somut olarak ifade edilmesini sağlayan araç (Majoka ve Dad, 2010); günlük yaşamımızda ya da eğitim süreci içerisinde uygulama alanlarının farklılaştığı, çocukların kendi amaç ve gereksinmelerine uygun bir şekilde ilgi ve istekleri doğrultusunda katıldıkları herhangi bir öğrenme durumu (TDK, 2017); sınıf içerisinde hedeflere uygun olarak belirli bir konunun somutlaştırılarak ve grselliklerden ve diğer materyallerden yararlanılıp, eğlenceli, çekici bir şekilde araçların kullanıldığı aktiviteler (Morable, 2009); ğretim programlarında öğrenme hedeflerini gerçekleştirmek için rehberlerin öğrencilerle ilgili yapmış olduğu eğitsel alışmalar (Temur, 2007)” olarak tanımlamak mümkündür.

Etkinlik temelli öğretimi ise sonunda öğretimin ve öğrenmenin gerçekleştiği, hem uygulayıcılar hem de öğrenciler tarafından önerilen öğrencilere özgün düşünmeyi öğreten, pratik çözümler buldurarak çocuklara öğrenme ortamında öz güven kazandıran öğretim yöntemi (Hee, 2005; Öcal, 2012) ve öz itibarıyla etkinliklerin uygulanmasıyla dersin işlenişi (Felder ve Brent, 2003) olarak tanımlanmıştır. Bu noktadan hareketle etkinlik temelli öğrenmeyi en basit şekliyle, öğrencilerin ilgi ve istekleri doğrultusunda öğretilmesi planlanan konu dâhilinde bilgi, beceri ve değerleri kazandırmaya yönelik aktivite faaliyetlerini içeren öğretim yöntemi olarak ifade etmek mülkündür.

2.2.1. Etkinlik temelli öğretimde etkinlik aşamaları

Etkinlik temelli öğretimin en önemli özelliği öğrencilere tecrübe ve güven kazandırırken, öğrenme ortamını eğlenceli hale getirerek öğrencilerin algılarında olumlu etkiler oluşturmaktır. Bu süreç içerisinde öğrencilerin, öğretmen, okul ve arkadaşlarıyla iş birliği yapma alışkanlıkları gelişmekte, okulun öğrenme ortamının olumlu yönde düzenlenmesine katkı sağlanmaktadır. Öğrencilerin kendilerini geliştirmelerine olanak sağlayarak yaratıcı düşüncenin oluşmasına yardımcı olmaktadır. Bu sayede öğrenme ortamında gereksiz dokümanlardan kurtulup eğlenceli materyallerle öğrencilerin ilgileri konu üzerine çevrilebilmektedir. Çünkü öğrenciler dinlemenin baskın olduğu öğrenme ortamından ziyade kendilerinin aktif olduğu derse hareketlilik veren, heyecanlandıran öğrenme ortamı içerisinde, oyun, şarkı, bilmece içeren etkinliklere daha fazla ilgi göstermektedirler (Hee, 2005). Dolayısıyla etkinliklerle öğretim yöntemi öğretmeni merkezden çıkarıp öğrenciyi merkeze alan, öğrencinin üzerindeki baskıyı kaldırıp kendilerini rahat hissetmelerini ve ilgileri doğrultusunda öğrenmelerini amaçlayan bir yöntemdir.

Olkun ve Uçar'a göre (2006) bir etkinlikte bulunması gereken aşamalar şunlardır:



Şekil 2.1. Etkinlik hazırlama aşamaları

Sezgisel Aşama: Bu aşama öğrencilerin öğretilmesi planlanan konu veya kavramla ilgili sezgilerinin hazırlandığı ve hazır bulunuşluk seviyelerinin artırıldığı aşamadır.

Etkinlik Aşaması: Öğrencilerin ilgileri ve istekleri doğrultusunda, konu ve kavrama yönelik hedefleri gerçekleştirmek için etkinliklerin oluşturulduğu aşamadır. Bu aşamada etkinliklerin öğrencilere fiziksel ve zihinsel olarak aktif oldukları, bireysel veya toplu olarak çalışabilecekleri, farklı çözümler üretebilecekleri, çözümlerini karşılaştırabilecekleri ve farklı gösterimlerle ifade edebileceklerin ortamların sunulmasına dikkat edilmelidir.

Tartışma Aşaması: Bu aşama öğrencilerin sezgisel ve yapılandırılmış etkinlik aşamasındaki süreçlerde neler yapıldığını düşündüğü, fikirlerini sınıfta öğretmeni ve arkadaşlarıyla paylaştığı aşamadır.

Kavrama Ulaşma Aşaması: Öğrencilerin yukarıda verilen etkinlikler süresince yaptıklarında yola çıkarak konu ve kavram ile ilgili genel bir kanısının oluştuğu ve konu ile ilgili yorum yapabilir seviyeye geldiği aşamadır.

Uygulama Aşaması: Bu aşamada öğrenilen yeni kavramlar ve bilgiler başka bir problemle ilişkilendirilir. Olaylar ve durumlar arasında bağlantı kurulur.

Değerlendirme Aşaması: Öğrencilerin etkinlik süreci içerisinde değerlendirildiği ve bu değerlendirme sürecinde öğrenci dosyası, günlük, gözlem ve görüşme, proje ve performans tabanlı değerlendirme gibi alternatif değerlendirme yöntemlerinin kullanıldığı aşamadır.

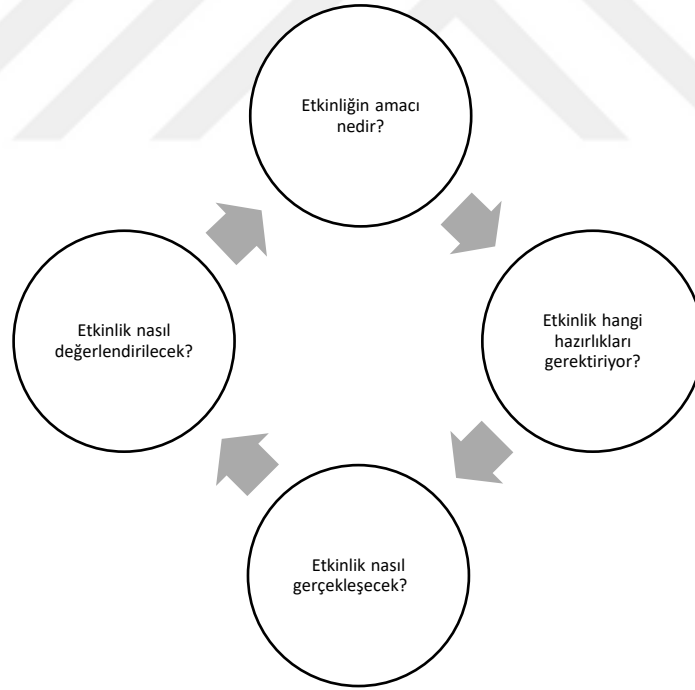
Tüm bu aşamalar değerlendirildiğinde, etkinlik temelli öğretimin belirli yöntem ve süreçleri içerdiği ve uygulamaların bu süreçler doğrultusunda yapılması gerektiği anlaşılmaktadır. Aynı zamanda bu süreçler etkinlik temelli öğretim yönteminde öğrencilerin aktif olarak yer aldığı öğrenme ortamı oluşturma açısından da olumlu çıktılar sunmaktadır. Ancak bu olumlu etkinin sağlanabilmesi için etkinliklerin bazı özelliklere sahip olması, belirli prensiplere göre hazırlanması, kısacası pedagojik özellikleri barındırması gerekmektedir.

2.2.2. Etkinlik temelli öğretimde etkinliğin hazırlanması

Eğitimin önemli bir parçası olan okulların en önemli görevlerinden birisi bireye uygun, doğru kararlar aldırarak ve güzel davranışlarda bulunduracak değer ve becerilerin kazandırılmasıdır. Bu beceri ve değerlerin kazandırılabilmesi için yararlanılabilecek öğrenme yaklaşımlarından biriside etkinlik temelli öğrenme yaklaşımıdır. Etkinlikler öğrencilerin ilgili ve istekleri doğrultusunda konu ile ilgili eğlenceli ve öğretici faaliyetleri kapsamaktadır. Dolayısıyla etkinlikler bütünün bir parçası olarak ifade edilebilir. Aynı zamanda etkinliklerin uygulanabilir olması ve kapsayıcılığının fazla olması öğrenmenin istenen şekilde gerçekleştirilebilmesi için oldukça önemlidir. Etkinlik temelli öğrenmede etkinlikler, oyunlar, grup çalışmaları, sınıf içi faaliyetler, röportaj, proje çalışmaları, deney, münazara, panel, forum, çalışma kâğıtları kullanılarak

gerçekleştirilebilir (Gökçeğöz ve Ekşi, 2003). Ancak etkinlikler düzenlenirken ve kullanılırken örnek model olma, örnek olay, hikâyeleştirme, empati, drama, karşılaştırma, sınıflama, yordama, görüşme, problem çözme, sinema-film-tiyatro seyretme, değer açıklama, değer analizi ve ahlaki muhakeme gibi yöntem ve tekniklerden faydalanması verimli olacaktır.

Etkinlikler belirli amaçlar doğrultusunda geliştirilebilir. Doyle (1992) bu etkinlikleri, önceden kazanılan bilgiyi hatırlamaya yönelik etkinlikler, temaya yönelik etkinlikler, belirli bir konu hakkında görüş ve açıklama isteyen etkinlikler, anlama, yorum yapma ve tahminlerde bulunmayı gerektiren etkinlikler olmak üzere dört ana başlıkta toplamıştır (Akt: Bingölbali ve Özmantar, 2009). Diğer taraftan etkinliklerin hazırlanması sürecinden yönlendirici sorulardan yararlanılarak etkinlikler oluşturulabilir. Bu soruları şu şekilde ifade etmek mümkündür (MacGregor, 2004):



Şekil 1.2. Etkinliklerin hazırlanmasıyla ilgili yönlendirici sorular

- Etkinliğin amacı nedir? Bu soruda istenilen cevap etkinliğin hangi hedefler doğrultusunda gerçekleştirileceği ve etkinliğin hangi ön bilgileri içereceğinin bilgisidir. Aynı zamanda etkinliğin içerikle ilgili başlığının bulunması gerekmektedir.

- Etkinlik hangi hazırlıkları gerektiriyor? Bu soruda istenilen cevap ise etkinliğin yapılacağı kitlenin belirlenmesi ve bu doğrultuda hedef kitleye uygulanacak olan etkinliğin gruplu mu bireysel mi olacağına karar verilmesi, zaman ne kadar olacağı ve hangi materyallerin etkinlik esnasında kullanılması gerektiğinin belirlenmesidir.
- Etkinlik nasıl gerçekleşecek? Burada istenilen cevap ise etkinliklerin nasıl sunulacağına yani uygulanacağına karar verilip, öğrencilerin etkinliği nasıl yapılacağına dair süreci, öğretmenin uygulama esnasındaki görevlerini belirlemesidir.
- Etkinlik nasıl değerlendirilecek? Bu süreçte öğretmen uygulanan etkinlikleri nasıl değerlendireceğine karar verir. Kişi ve grup görüşlerinin nasıl alınacağını belirler, tartışma konularını oluşturur, öğrenme hedeflerine ulaşıp ulaşamayacağını düşünür.

Geliştirme ve güçlendirme yapmalı mıyız? Geliştirilen etkinliğin farklı etkinlik ve yöntemlerle desteklenip desteklenmemesine karar verilerek ödev etkinlikleri ve örnek çalışmaları gözden geçirir.

2.2.3. Etkinlik temelli öğretimde etkinlik ilkeleri

Etkinliklerin tasarlanmasında belirli ilkeler bulunmaktadır. Bu ilkeleri etkinlik temelli öğretimin ilkeleri olarak ifade etmek mümkündür. Bu ilkeler şunlardır;

Etkinliğin Amacı İlkesi: Etkinliğin amacı ilkesi etkinliklerin hangi yeterlilikler doğrultusunda geliştirileceği, etkinlik ile ilgili ön yeterliliklerin neler olduğu, etkinliğin içeriği doğrultusunda başlığın nasıl oluşturulacağı ile ilgilidir. Bu noktadan hareketle etkinlikler öğrencilerden beklenen ve kazandırılması istenen yeterlilikleri içermeli, başlığın içerikle ilgili olması gerekmektedir. Etkinler ön bilgilendirmeyi de içerecek şekilde hazırlanmalıdır.

Sınıf Yönetimi İlkesi: Etkinliklerin sınıf içerisinde uygulanabilirliği oldukça önemlidir. Etkinliğin yapılacağı sınıfın düzeni, sınıf mevcudu vs. oldukça önemlidir. Sınıf içerisinde zamanın verimli kullanılması, öğretmenin uygulama esnasındaki davranışlarının neler olacağı, sınıf içerisinde ki düzenin öğretmen tarafından nasıl sağlanacağı belirlenmelidir. Çünkü bu durumların kontrolü ve sorumluluğu öğretmene aittir. Bu ilkede odak noktada öğretmen yer almaktadır (Çubukçu ve Girmen 2008). Sınıf yönetimi ilkesini zaman, düzen ve öğretmen tutum ve davranışları olarak üç başlık altında toplamak mümkündür(Girmen ve Çubukçu, 2008; Bingölbali ve Özmantar, 2009):

- *Zamanın Kullanımı İlkesi:* Sınıf ortamında etkinliklerin verimli bir şekilde uygulanabilmesi için etkinler zaman açısından iyi tasarlanmalıdır. Zaman kavramı olarak uzun süre gerektiren etkinlikler uygulamanın zorluğundan ve sürecin uzun olmasından dolayı öğrencileri olumsuz yönden etkileyebilir. Sınıf içerisinde kullanılacak olan etkinlik belirlenirken ve geliştirilirken bu etkinliklerin ne kadar sürede yapılabileceği de tasarlanmalıdır. Zaman tasarımının yapılması etkinlik verimliliği açısından oldukça önemlidir.
- *Sınıfın Düzeni İlkesi:* Sınıfın uygulanacak etkinlikler doğrultusunda düzenlenmesi ya da etkinliklerin sınıfın mevcut durumuna uyguna olarak düzenlenmesi, geliştirilmesi gerekmektedir. Bu iki durum göz ardı edildiğinde ortamın uygunsuz şartlarından, ya da etkinliğin ortama uymayan şartlarından kaynaklı olumsuz durumlarla karşılaşmak kaçınılmaz olacaktır.
- *Öğretmenin Tutum ve Davranışları İlkesi:* Etkinlik temelli öğretim de öğretmenin kontrol ve yönetim becerileri, etkinliklerin değerlendirilmesinin nasıl yapılacağı oldukça önemlidir. Öğretmen sınıf içerisinde etkinlikleri uygularken etkinlik içerisinde yer alan yönergelere bizzat uymalı ve etkinlikleri önceden planladığı şekilde değerlendirmelidir.

Etkinliğin Öğrenci Seviyesine Göre Hazırlanması İlkesi: Sınıf içerisinde her öğrencinin ilgi, istek ve yönelimleri farklı olacağından dolayı etkinlikler her bir öğrenciyi

kapsayıcı şekilde geliştirilmelidir. Etkinlik en başarılı öğrenci ile en başarısız öğrenciye aynı uygulama esnasında hitap edebilmelidir. Başarı ve öğrenci performansı aynı olmasa bile öğrenciler etkinlikleri uygularken çaba sarf edilebilmelidir. Etkinlikler soru ile geliştirilecekse sorular, çizim ile geliştirilecekse çizimler, görsellerle gerçekleştirilecekse görseller vs. öğrencilere hitap edecek şekilde özenle seçilmelidir. Etkinliklerde amaç her bir öğrenciyi istenilen hedefe yaklaştırmak ya da o hedefi gerçekleştirmek olmalıdır (Bingölbali ve Özmantar, 2009).

Kullanılacak Materyallerin Belirlenmesi İlkesi: Etkinliklerde geliştirme aşamasında hangi materyallerin kullanılacağı belirlenmelidir. Bu araçlar uygulama esnasında temin edilebilir olmalıdır. Materyallerin sınıf içerisinde ortama ve öğrencilerin seviyelerine uygun olmasına dikkat edilmelidir. Etkinlikler uygulanırken materyallerden olabildiğine kapsamlı bir şekilde yararlanılmalı ve bu materyaller değerlendirme sürecine dâhil edilmelidir. Etkinliklerin tasarımı esnasında yararlanılacak materyaller ile ilgili öğretmenler ya da uzmanlar bu etkinlikte hangi materyali kullanabilirim ve nasıl kullanabilirim sorularını sormalıdır (Bingölbali ve Özmantar, 2009).

Etkinliğin Konusu İle ilgili Öğrencilerin Hazırbulunuşluluğu İlkesi: Etkinliğin hazırlandığı ve uygulanacağı konu hakkında öğrencilerin bilgi sahibi olmaları oldukça önemlidir. Öğrenciler konu ile ilgili önceden bilgilendirilmeli ve gerekli ön bilgilerinin oluşması sağlanmalıdır. Öğrencilerin ön bilgi düzeylerinin belirlenmesi etkinliğin amacına ulaşması açısından önemlidir. Aynı zamanda sınıfında konu ile ilgili olarak önceki derslerde nasıl bir bağlantı kurulduğu, öğrencilerin işlenecek konu ile ilgili ne tür bilgilere sahip olduğunun bilinmesi, öğrencilerin iyi gözlemesi, öğretmen tarafından öğrencileri tanınması etkinliğin hazırlanması açısından oldukça önemlidir (Bingölbali ve Özmantar, 2009).

Etkinliğin Değerlendirilmesi İlkesi: Etkinlikler belirli hedefleri ve yetenekleri öğrencilere kazandırmak için hazırlanmaktadır. Dolayısıyla bu yetenekleri kazandırılıp kazandırılmadığının belirlenmesi için etkinliklerin değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu değerlendirmede öğrencinin bilgisinin yanı sıra, sınıf içi ve dışı etkinliklere katılımı, derse devam durumu, ilgi düzeyi, genel ve özel yetenekleri de göz ardı edilmemelidir.

Diğer taraftan etkinlik temelli öğretimde değerlendirme açısından sonuç kadar etkinlik süreci de önemlidir. Bu sebeple değerlendirmeye etkinlik süreci de dâhil edilmelidir (Çubukçu ve Girmen, 2008).

Etkinlik temelli öğrenmenin ilkeleri MEB tarafından şu şekilde belirlenmiştir:

- Öğrenmeyi öğrenme esastır.
- Her öğrenci öğrenebilir.
- Her öğrenci öğrenirken eski ve yeni bilgiler arasında özgün bağlantılar kurar.
- Düşünmeyi öğrenmek eleştirel ve yaratıcı düşünmeyi geliştirir.
- Başarabilme duygusu içsel güdülenmeyi sağlar.
- Öğrenme olumsuz deneyimlerle engellendiğinde zorlaşır.
- Merak, yaratıcılık ve çok boyutlu düşünmeyi harekete geçiren ödevle öğrenciyi daha zorlarını başarabilmeye güdüler.
- Her öğrenci farklı zamanda, farklı türde ve farklı hızda ilerleyerek gelişir.
- Farklı özelliklerdeki öğrencilerin birbirleri ile etkileşimi öğrenmeyi kolaylaştırır.
- Öğrenciler arasındaki olumlu ilişkiler öğrenmeyi artırır.
- Her öğrenci öğrenmeye yönelik farklı yetenek ve eğilime sahiptir.
- Her öğrenci yeni bilgileri kendi kalıplarına göre kavrayıp benzersiz bir anlam yaratır (Günay, 2013).

Yukarıda yer alan farklı kaynaklarda etkinlik temelli öğretimden bahsedilmiştir. Bu kaynakların ortak noktasında öğrenciler ve öğrencilerin ilgileri yer almaktadır. Bu bilgiler ışığında etkinliklerin kullanılmasının en önemli amacı öğrencinin öğrenme sürecine aktif bir şekilde katılmasını sağlamaktır. Etkinliklerin öğrencilerin seviyelerine göre hazırlanması, öğrenmeye pozitif katkı sağlaması, öğrencilerin merak, heyecan ve ilgilerine yönelik etkinliklerin hazırlanması, öğrencilerde başarıma arzusunu tetiklemesi oldukça önemlidir.

2.2.4. Etkinlik temelli öğretimin olumlu ve olumsuz yönleri

Etkinliklerin öğrenme ortamında özellikle 2005 yılından itibaren uygulamaya konulan öğretim programlarında yer aldığı görülmektedir. Ancak bu o zamana kadar etkinliklerin kullanılmadığı anlamına gelmez. Örneğin 1926 yılında Düzce Tarih ve Ruhیات muallimi Mehmet Zekai Bey'in öğrencileri ile birlikte Roma Amfi Tiyatrosu'na giderek burada roma tarihini öğrencilerine anlatması okul dışı etkinliklere örnek olarak gösterilebilir (Altın Yaprak Dergisi,1926).

Öğretim programında yer alan etkinlikler öneri ve örnek niteliğindedir. Kılavuz kitapta bulunan ve öğrenme alanlarına göre sınıflandırılmış etkinlikler ise öğretmene sınıf içi bir etkinliğin nasıl plânlanması gerektiği konusunda yardımcı olmaktadır. Programda etkinlikler bir öğrenme alanındaki tek öğrenme hedefine dönük olabileceği gibi birkaç öğrenme hedefine yönelik de olabilir. Bunun yanında öğretmenin çevre şartlarına, okulun imkânlarına ve öğrencilerin özelliklerine göre belirlenen öğrenme hedeflerini gerçekleştirmeye yönelik ek etkinlikler düzenlemesine de olanak verilmektedir (Temur, 2007). Bu noktadan hareketle eğitim sürecinde konuların daha verimli ve etkili bir şekilde anlatılmasına olanak sağlayan etkinlik temelli öğretim yönteminin belirli özellikleri taşınması gerekmektedir. Bu özellikleri şu şekilde ifade etmek mümkündür (Açıkgöz, 2006):

Etkinlik temelli öğrenme:

- Beynin düşünme yapısına uygundur.
- Bireylerin kendine özgü potansiyellerinin gelişimini destekler.
- Bilgi ve teknoloji dünyasının farklı nitelikteki bireylere duyduğu ihtiyacın farkında olarak, bireyleri geleceğe daha donanımlı hazırlama noktasında bireylerin bütün alanlarda gelişimini desteklemektedir.
- Bireylerin öğrenme düzeylerini yükseltmeleri adına olumlu etkileri olan bir yaklaşımdır.
- Bireysel potansiyellerinin geliştirilmesini destekler.
- Öğretim sürecinde öğrencilere öğrendiklerini kullanarak bilgiyi yeni formlara dönüştürmelerini sağlar.

- Derslerde, öğrencileri öğrenme sürecinde doğrudan içinde bulundurarak öğrenci motivasyonuna önemli katkılar sağlar.

Yukarıdaki özelliklerin yanı sıra etkinlik temelli öğrenmenin sınırlılıkları ise şu şekilde ifade edilebilir:

- Zaman planının her eğitim ortamında aynı sonucu vermemesi.
- Sınıf düzeninin istenilen şekilde oluşturulamaması.
- Etkinlik uygulaması ile ilgili öğrencilerde gerekli talebin veya isteğin oluşmaması.
- Gerekli materyallerin tedarik edilememesi.
- Her konu ile ilgili farklı etkinliklerin oluşturulması.

Etkinlik temelli öğrenmede sınırlılık olarak açıklanan bu özellikler aynı zamanda zorluk olarak da ifade edilebilir. Etkinliklerdeki en önemli zorlukların başında gerekli materyallerin temin edilmesi ve bu materyallerin sınıf içerisinde kullanılması gelmektedir. Çocukların sınıf içerisindeki mevcudunun fazlalığı ve kontrol zorluğunun oluşması da etkinliklerin verimini düşürebilmekte ve öğrenim zorluğunun oluşmasında neden olmaktadır. Öğrencilerin güdülenmesi ve motive edilmesi de etkinliklerin verimliliği açısından oldukça önemlidir.

2.3. Girişimcilik Kavramı ve Tanımı

İnsanlar var oldukları günden itibaren üretmeye ve var olanı geliştirmeye çalışmışlardır. Geliştirmek ve üretmek insanoğlunun tabiatında var olan bir olgudur. Bu sebeple girişimciliğin tarihini insanlığın varlığına bağlamak çok abartılı bir durum değildir. Kişisel, toplumsal veya ulusal düzeydeki büyüme ve gelişme faaliyetleri girişimcilik olarak kabul edilmiştir. Ancak bu girişimcilik faaliyetlerinin olumlu veya olumsuz sonuçları, bu sonuçların önemlilik düzeyleri insanların girişimciliğe olan algılarını etkilemiştir. Tarih boyunca girişimci ve girişimcilik kelimeleri belirli ekonomik rollerle ve davranışlarla ilişkilendirilmiştir. Girişimcilik ekonomik faaliyetlerin yararlı sonuçları üzerinden olumlu motivasyonla büyümektedir. Bu nedenle girişimciliğin

insanların algısını işlevsel hale getirdiğini ifade etmek mümkündür. Çünkü girişimcilik her zaman yenilik ile ilgilidir, işleri farklı yapar ve değişim getirir (Anderson, 2016).

Girişimcilik kavramı günümüze kadar toplumların sosyo-ekonomik ve kültürel dönüşümünden dolayı farklı şekillerde ifade edilmiştir. Gartner (1988) de davranışsal bir yaklaşım benimseyerek girişimciliği bireylerin örgüt kurmayı üstelendiği bir rol olarak ifade etmiştir. Bu rol yenilikleri oluşturma ile doğru orantılıdır. Örgüt ne zaman yeni bir şeyleri üretme düşüncesinden ve eyleminden vazgeçerse o zaman örgütün girişimcilik süreci sona ermiş demektir. Stevenson ve arkadaşları (1989) ise girişimciliği kontrol edilen kaynaklara bakılmaksızın insanların fırsatları takip ettiği süreç olarak tanımlamıştır. Bu noktada girişimcilik fırsatlarla doğmakta ve fırsatlarla gelişmektedir. Bu iki tanımdan yola çıkarak girişimcilik faaliyetinin örgütle olabileceği gibi bireysel olarak olabileceği anlaşılmaktadır. Girişimciliği gelecekte mal ve hizmetlerin yenilikçi bir düşünceyle oluşturulması için fırsatların nasıl keşfedildiğini, değerlendirildiğini ve kullanıldığını bilimsel olarak inceleyen bir bilim disiplini olarak tanımlamak mümkündür (Weber, 2011).

İlk olarak Fransızca'da "iş yapan" anlamına gelen "entrepreneurs" kelimesinin karşılığı olarak kullanılan girişimcilik kavramı, zaman içinde farklılaşarak günümüzde daha çok "yenilik yapabilme, fırsatları değerlendirebilme ve ticari anlamda uygulanabilir hale getirme" şeklinde kullanılmıştır (Yelkikalan vd. 2010).

Girişimcilik; empati kurma, insan ilişkilerine uyumlu davranışları gösterebilme, plan yapma, planlarını uygulayabilme, risk alma, herhangi bir alanda ihtiyaç duyabilecek bir ürünün gerekliliğini sezme, ürünü planlama, üretme, pazar araştırması yapma ve pazarlayabilme gibi alt becerilerden oluşan temel bir beceri alanı (MEB, 2005a); yaşadığımız çevrenin fırsatlarını sezme, o sezgilerden düşler üretme, düşleri projelere dönüştürme, projeleri yaşama taşıma, risk alma, yenilik yapma ve sürdürme süreçlerinin tamamı (Bozkurt, 2011; Erdem, 2001; Türkiye Sanayicileri ve İş Adamları Derneği (TÜSİAD, 2002) ve herhangi bir şeyde kendi kendini istihdam etme, bir faaliyet halinde hayata geçirilmiş olan kuruluşların sürekli artan verimliliğin dinamik süreci, bireylerin sahip oldukları kaynakları ya da bir organizasyon içinde fırsatların peşinde koşmaları

(Stevenson, Roberts ve Gousbeck, 1989); yeni şeylerin meydana gelmesinin süreci, risk ve kazançların tahmini; kârlı fırsatlar ile girişimci bireylerin varlığı arasındaki ilişki olarak tanımlanmıştır (Smith K. ve Petersen, 2011; Kılıç vd. , 2012).

Türk Dil Kurumu'na göre girişim; “Bir işe girişme, teşebbüs; planlı bir biçimde bir işe girişme; bir mal ya da hizmetin sağlanması, değiştirilmesi, verimli çabaların bir araya getirilmesi gibi hakka ve ekonomik durumlara ilişkin bir kuruluşun gerçekleştirilmesi; bir iş ya da eyleme başlamak üzere hazırlık yapma, bir işi yapmak üzere ele alma...” olarak ifade edilmiştir. Kavramsal olarak “girişim” kelimesi genellikle “teşebbüs” kelimesi ile eşit anlamda kullanılmakta ve girişim kavramı teşebbüsle açıklanmaktadır. Girişimcilik doğa, sermaye ve emeğin bir araya getirilmesi olarak da tanımlanmaktadır (TDK, 2017; Büyük, 2014).

Girişimci ise bir mal veya hizmeti üretmek yada pazarlamak için kendisine ait olsun, başka kurumlardan tedarik etmiş olsun kaynakları, üretim faktörlerini bir araya getiren, bu faaliyeti yaparken ortaya çıkabilecek zararı da göze alan kişi olarak tanımlanmıştır. Girişimci, işleme stratejisini yönetim ve organizasyon politikalarını belirlemeyi, üretim faaliyetlerini belirleyerek üretime geçmeyi, yeni mal ve hizmetleri tedarik edip yeni üretim yöntemlerini ve dağıtım kanallarını araştırmayı, çevredeki olup bitenleri izlemeyi kendisine amaç edinmiş kişidir (Küçük, 2015).

2.4. Dünyada Girişimciliğin Tarihsel Süreci ve Girişimcilik Örnekleri

Dünyada girişimciliğin tarihsel sürecini insanlığın ilk zamanlarına kadar indirmek mümkündür. Çünkü girişimciliğin temelinde ekonomik çabalar vardır. Bu durum incelendiğinde girişimcilik insanoğlu ile beraber gelişmiş ve günümüze kadar farklı formlarda varlığını devam ettirmiştir. İlkel toplumlarda yapılan avcılık, toplayıcılık, çobanlık bir girişimcilik örneği iken, bu sürecin tarım toplumuna everilerek geçişi ve köy ekonomisinin oluşması da bir girişimciliktir. Diğer taraftan büyük yerleşkelerin oluşması ile şehirleşmenin başlaması ve el sanatlarının ön plana çıkması, ipek ve baharat yollarının oluşturularak burada farklı ekonomik alanların oluşturulması ve bölgesel ürünlerin farklı yerlere götürülmesi de önemli bir girişimciliktir. Dolayısıyla

girişimcilik faaliyetlerini günümüze kadar getirmek mümkündür. Çünkü insanoğlu var olduğu müddetçe farklılıkları ve gelişimi sürecek, bu farklılıklar ve gelişimlerde girişimciliği etkileyecek, bu ilişkide insanoğlunun varlığıyla devam edecektir (Aşkın vd. 2011).

Avrupa’da girişimcilik tartışması tarih ve kültür ekseninde bir mesele olarak ele alınmış Avrupalı devletler arasındaki diyaloglardan yola çıkarak daha yenilikçi bir zemine kavuşacağı görüşü ağır basmıştır. Avrupa’da girişimcilik ile ilgili araştırmaların artması tarihsel ve kültürel süreçler değerlendirildiğinde iki dönem dikkate değer bulunmaktadır. Bunlardan birincisi modern geçiş olarak da isimlendirilen 18. yüzyıldan 20. yüzyıla kadar olan süreçtir. Bu geçiş süreci geleneksel dönemin bittiği sanayileşmenin başladığı bir dönemdir. Bu dönemden sonra girişimcilik, girişimcilik ile ilgili araştırmalar, faaliyetler, sanayileşme ülkeden ülkeye Avrupa’da hızla yayılmaya başlamıştır. Her ülke kendi kültür ve tarihine uygun olarak yeniliklerde bulunduğu gibi benzer inovasyonların da geliştirilmesi mümkün olmuştur. Bu geçişler ve etkileşimler kültürel olarak, mikro düzeyde olduğu kadar makro düzeyde de bireyin özgürlüğüne ve refahına katkı sağlamıştır. Dolayısıyla bu dönemde sosyal hayatın, işletmelerin ve ekonomilerin geleneksellik ve modernite arasında karmaşık bir özelliğe sahip olmuştur. Ancak bu dönemde ekonomik faaliyetlere verilen desteği kısmi olarak engelleyen localar bulunmuş bu loca istemi Avrupa’da bir şirketin kurulmasını engelleyen yasalar aracılığıyla sermaye birikimini önleyen bir sistem olarak bir süre varlığını devam ettirmiştir. Bu dönem modern dönem olarak ifade edilmiştir. Modern dönemde kalkınma daha istikrarlı ve öngörülebilir olduğundan ekonomi ile ilgili refah ve profesyonellik kavramlarının değişimiyle beraber girişimciliğin hedefinde de bir değişim olmuştur. Özellikle ekonominin baskın kaynaklarının rasyonelliğe dayanması ekonomideki baskın aktör olan insanoğlunun bakış açısında da bir değişikliğe yol açmıştır. Bunun sonucunda kurumsal, kolektif ve örgütsel olarak düzenlenmiş girişimcilik kuruluşları çoğalmıştır. Bu duruma göre normlar düzenlenmiş ilişkiler geliştirilmiştir. Girişimci ve girişimcilik ise ekonomideki önemli güçlerden birisi olarak tanımlanmıştır. Dolayısıyla yeni girişimler ve inovasyonlar bir kişinin yanı sıra örgütsel olarak belirli kurumların birlikte faaliyet yürüttüğü faaliyet alanları ortaya çıkmıştır. İkinci dönem olarak kabul edilen Post-Modern dönemde ise girişimcilik faaliyetlerinde büyük şirketlerin çok fazla inovasyona

yönelik bir şey üretmediğinin farkına varılmış ve daha küçük bireysel girişimlerin önemi anlaşılmıştır. Bu post modern geçişte girişimcilik uygulamaları yenilenmiş ve eski sistemlerin üzerinden yeni yaklaşımlar elde edilmiştir. Aslında modern bir çağın ürünü olan girişimcilik nesnesi yeniden yorumlanmıştır. Dolayısıyla günümüzdeki girişimcilik formları oluşturulmuş ve bu formalarda üç farklı kategoride ele alınmıştır. Bunlardan ilki bireyin kendine yönelik davranışlarını ifade eden bireysel odaklı girişimcilik; ikincisi bireysel girişimler sonucunda iş kuran küçük girişimcilik; üçüncüsü ise bir kurumun kolektif davranışını ifade eden girişimciliktir (Fayolle vd, 2005). Ancak günümüzde Avrupa'daki girişimcilik coğrafi yönelimlerin etkisi ve küreselliğin etkisiyle farklı bir konuma doğru evrilmiştir.

Dünya çapında ki bu girişim faaliyetlerine *Henry Ford'un* 1863 tarihinde ABD'de Fransız bir yazarın ziraat dergisindeki yayınlanan makalesinden esinlenerek otomobil yapılabileceğini düşünmesi, ilk tek silindirli benzin motorunu 1893'te kendi evinin mutfağında ürettikten 3 yıl sonra ilk otomobilini yapması; *Walt Disney'in* (1901) ABD'de yirmili yaşlara geldiğinde odasında gördüğü fındık faresinden esinlenerek "Mickey Mouse" çizgi karakterini oluşturması ve kardeşiyle birlikte prodüksiyon şirketini kurarak işini büyütmesi, 1930'lu yıllara gelindiğinde Mickey Mouse'un yanı sıra, "Alice Harikalar Diyarı" "Pamuk Prens ve Yedi Cüceler" le çizgi film dünyasında otorite olması; *Enzo Ferrari'nin* 1916 yılında Modena'daki teknik okuldan mezun olduktan sonra otomobil sektöründe işçi olarak çalışmaya başlaması ve sonrasında, Costruzioni Meccaniche Nazionali (CMN) şirketinde 1919 yılında otomobil yarışçısı olarak çalışan Ferrari'nin 1920'de Milanolu otomobil firması Alfa Romeo'ya geçerek bu şirket için katıldığı ve Sicilya'yı çepeçevre kuşatan Targa Florio yarışında ikinciliği elde ettikten sonra 1925'te Bologna'da bir Alfa şubesi açması ve 1938'de Alfa yarış bölümü müdürlüğüne getirilmesinden sonra Alfa'dan ayrılarak kendi şirketini kurması, 1946 yılında Ferrari arabasını üretmesi; *Paul Allen* 1974 yılında "Popular Electronics" dergisinde bilgisayar konulu bir haber görmesi üzerine *Bill Gate ile birlikte* "Microsoft" kurması; *Nick Woodman'in* Avusturalya ve Endonezya'da sörf yaparken 35 mm'lik bir kamerayı avuç içine bantla yapıştırarak sörf sırasında görüntüler almaya çalışması, kendisinin ve diğer sörfçülerin kaliteli görüntü alabilmek için karşılaştıkları zor durumu fark edince extreme sporculara pratik ve kullanışlı aksiyon kameraları üretme fikrini

hayata geçirerek GoPro'yu kurması; *Jeff Bezos'un* Amazon.com'u 16 Temmuz 1995 'de internet üzerinden kitap satmak amacı için kurması; *Steve Jobs'in* arkadaşı Steve Wozniak'ı birlikte şirket kurmaya ikna ederek evinin garajında 21 yaşında Apple'ı kurması dünya girişimciliğinin en belirgin örnekleri arasında yer almaktadır.

Diğer taraftan bu örneklerin yansıra uzak doğuda girişimcilik faaliyetleri ve girişimcilik eğitimi sürecinde Çin önemli bir yer tutmaktadır. Çin eğitiminde girişimcilik, öğretmekten ziyade motivasyon üzerine yapılandırılmıştır. Çin'de girişimcilik ilk olarak özel okulların ve kolejlerin bünyesinde ortaya çıkmıştır. Bunu takiben mühendislik ve bilim fakültesi pazar odaklı araştırma ve geliştirmenin önemini fark etmeye başlamış teknik fikirlerin karlı ürünlere ve hizmet alanlarına dönüştürülebileceği fark edilmiştir. Bu konuda Amazon, Alibaba, Baidu Tencent gibi teknoloji tabanlı siteler bu tür girişim faaliyetlerine örnek gösterilebilir.

2.5. Türkiye'de Girişimciliğin Tarihsel Süreci ve Girişimcilik Örnekleri

İlk Türk topluluklarında atın evcilleştirilmesi, su kanallarının yapımı, kitabelerin oluşturulması, ok, kılıç, yay ve demir işlerinde mahir olmaları, özellikle Uygurların kendilerine özgün alfabe geliştirmeleri, matbaa kullanarak basılı metinleri çoğaltmaları kütüphanecilik faaliyetleri önemli girişimcilik uygulamaları olarak kabul edilebilir. Türklerin Orta Asya'dan ilerleyerek Anadolu'ya yerleşmeleri girişimcilik ve özelliklede sanatkârlık alanlarında ilerlemelerine katkı sağlamıştır. Selçuklular döneminde ve Osmanlıların kuruluş yıllarında esnaf ve sanatkârların bir örgüt şeklinde vücut buldukları ahilik teşkilatı girişimcilik alanında önemli bir görev üstlenmiştir. Ancak Osmanlı Devleti'nde özellikle yükselme devrinden sonra sanat, meslek, ticaret vs alanlarda önemli işlevi olan bu teşkilatın zayıfladığı, Türklerin askerlik, ilim, bürokratik ve tarım işleriyle ilgilendikleri ticaretle de büyük çoğunlukta Rum, Yahudi ve Ermenilerin ilgilendikleri görülmektedir (Müftüoğlu vd,1996).

Osmanlı Devleti'nde girişimcilik faaliyeti olarak gösterilebilecek devlet sermayesiyle oluşturulan uygulamalara; 1810 yılında askeri kundura, çizme, palaska, fişeklik gibi malları imal eden Beykoz Tesisleri, 1835'te çuha, fes, battaniye imal etmek

üzere İstanbul'da Feshane Tesisleri, kadife, ipekli kumaş, saten ve tafta üretmek için 1845' te Hereke Fabrikası Tesisi, 1850'de pamuklu dokuma ürünleri imal etmek üzere İstanbul Bakırköy Bez Fabrikası, 1892' de Yıldız Çini Fabrikası örnek olarak gösterilebilir. Bu büyük tesisler, Cumhuriyet'ten sonra da faaliyetlerine devam etmişlerdir (Aşkın vd. 2011).

Bu dönemde en önemli girişimciler ve girişim faaliyetleri olarak *Zihni Derin*¹'in 1924 yılında Rize yöresinde çay, fındık ve turunçgil üretimini araştırmak ve desteklemek amacıyla Çay Araştırma Enstitüsü'nü kurması, Batum'dan getirttiği çay fidanlarını enstitünün bahçesine dikerek deneme üretimi yaparak fidanları halka dağıtması, çayın yetiştirilip yaygınlaştırılmasını sağlaması; *Nuri Demirağ*²'in biriktirdiği 56 altın ile sigara kâğıdı üretimi yapmaya karar vermesi ve "Türk Zaferi" adını verdiği sigara kâğıdını üretmesi, Nuri Demirağ'ın üç sene içerisinde 84.000 lira gibi bir para kazanması ile, imar işine başlayıp ve ilk iş olarak Türkiye Demiryolları ve şoselerini imar etmesi, Samsun'dan Erzurum'a kadar geçtiği yerlere demir yolu yapması, Samsun'dan başlayan ilk tahakkukuna müteakip (Fevzi Paşa-Diyarbakır) (Afyon-Antalya) (Sivas-Erzurum) (Irmak-Filyos) hatlarında 1012 kilometrelik demiryolu yaparken inşaat işleriyle uğraşması, 1936 yılında havacılık sanayiinin ilk temellerini atarak Beşiktaş Barbaros Hayrettin İskeleyi'nin yanında Tayyare Etüt Atölyesini kurması, atölyeyi kısa bir sürede dev bir fabrika haline getirerek Yeşilköy'de Elmas Paşa çiftliğini tayyare meydanı yapmak için satın alarak 1000 metre uzunluğu 1300 metre genişliği olan düz bir tayyare alanı yapması, 1937-1938 yılında İstanbul fabrikalarında yapılan ilk yerli Nu. D.38 tipi

¹ Zihni Derin, 1880 yılında Muğla'da doğmuştur. Babası Mehmet Ali Beydir. 1909'den 1912'ye kadar Selanik Ziraat Mektebi'nde kimya, ziraat sanatları ve jeoloji öğretmenliği yapmıştır. 1920'de Yunanlıların işgalinden hemen önce Bursa'dan ayrılıp, kara yoluyla Ankara'ya gelmiş, Milli Mücadele Hükümetinin kurduğu İktisat Bakanlığında ilk Tarım Genel Müdürü olarak görev yapmıştır. Zihni Derin 1923 yılında Rize'ye gelmiş, hazineye ait bir bölgede 15 dekarlık araziye fidanlık işine tahsis ederek Batum'dan getirttirilen çay fidanlarının yetiştirilmesini sağlamıştır. Türkiye'de ilk çay yetiştiriciliği yapan Zihni Derin 1965'te Ankara'da vefat etmiştir. Derin'e 1969 yılında TÜBİTAK tarafından Hizmet Ödülü verilmiştir (<http://www.caykur.gov.tr>).

² Mühürdarzade Nuri Demirağ, 1886 yılında Sivas Divriği'de doğmuştur. 17 yaşında Ziraat Bankası'nda işe başlamıştır. Türkiye'de ilk muhalefet partisini kurar ama başarılı olamamıştır. Demokrat Parti kontenjanından 1954 yılında bağımsız milletvekili seçilmiş, 1957 yılında şeker hastalığından vefat etmiştir (Yalçın, 2009)

Türk uçağını üretmesi; *Vecihi Hürkuş'un*³ Türk havacılık tarihinin en önemli isimlerinden birisi olarak 1918 yılı yaz başında Yeşilköy'de konuşlanmış bulunan 9. Harp Tayyare Bölüğü'nde görev yaptığı sırada bir av uçağı tasarımı yapması İzmir Seydiköy Hava Mektebi'nde uçak yapımı projesine devam ederek 28 Ocak 1925'de burada "Vecihi K-VI" adını verdiği uçağını üreterek uçurması, 1930'lu yıllarda sivil havacılık okulu açarak, Hürkuş Havayollarını kurması; *İzzet Baysal'in*⁴ 1949 yılında Temper Döküm Fabrikası'nı kurarak ilk milli döküm fabrikasını oluşturması, "En büyük eserimdir" dediği İzzet Baysal Vakfı'nı, vergisi ödenmiş kazançlarından tahsis ederek 1987 yılında kurması, günümüzde halen faaliyetlerine devam eden vakfın Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi'nde dâhil 176 eseri milletin hizmetine sunması önemli girişimcilik faaliyetlerindedir. Türkiye'de yapılan diğer girişimcilik örnekleri Çakırer'den (2006) yararlanılarak oluşturulan aşağıdaki tabloda sunulmuştur:

Tablo 2.3. Türkiye'de geçmişten günümüze örnek girişimler

Kişiler	Girişimcilik Faaliyetleri
Nuri Demirağ	Sigara kâğıdı, uçak yapımı
Vecihi Hürkuş	Milli uçak üretimi
Zihni Derin	Çay üretimi
İzzet Baysal	Döküm fabrikası
Asım Kocabıyık	Türkiye'de ilk kez boru üretimini gerçekleştirdi.
Sabri Ülker	Bisküvi ve çikolata üretiminde modern teknolojiyi ilk kullanan kişi.
Ali Haydar Öztaş	Yurt dışına çorap ihraç eden ilk girişimci.
Jak Kamhi	Türkiye'de ilk profil üretimini gerçekleştirdi.
Nejat Eczacıbaşı	Türkiye'ye ilaç endüstrisini getirdi. İlk modern ilaç fabrikasını kurdu.
Vitali Hakko	Hazır giyimde mağazacılığı başlatarak hazır giyim öncülerinden birisi oldu.
Saffet Ulusoy	Uluslararası tır taşımacılığını ve modern otobüs işletmeciliğini başlattı.
Eli Acıman	Türkiye'de modern anlamda ilk reklam ajansını kurdu.
İbrahim Bodur	Seramik yatırımlarını Anadolu'ya taşıdı. Sektörde ilkleri gerçekleştirdi.
Selçuk Yaşar	Türkiye'de süt ve süt ürünleri endüstrisini kurarak sektörün gelişmesine önemli katkılar sağladı.
Mehmet Kemal Dedeman	Turizm yatırımlarına yönelik ilk Türk girişimcilerden olup sektörün gelişmesine katkı sağladı.

³ Vecihi Hürkuş, 1896 yılında İstanbul'da dünyaya geldi. Babası Faham Bey annesi ise Zeliha Niyir Hanım'dır. I. Dünya Savaşı'nda, Bağdat cephesinde uçak mühendisi olarak görev yapmıştır. İlk Türk uçağını geliştiren Hürkuş Türkiye Büyük Millet Meclisi tarafından İstiklal Madalyası ve üç ayrı tasdikname ile ödüllendirilmiştir. Vecihi Hürkuş 1969 yılında vefat etmiştir.

⁴ İzzet Baysal, 1907 yılında Bolu'da doğmuştur. Babası Ahmet Canip Efendi, annesi ise Hafız Behiye Hanım'dır. 1931 yılında eğitimini tamamlayarak mimar olmuştur. Özel teşebbüsün ilk Mekanize Döküm Fabrikası'nı 1951 yılında kurmuş ve bu fabrikayı İzzet Baysal Döküm Sanayii Müessesesi adı altında müesseseleştirerek 1957 yılında bir aile şirketi haline dönüştürmüştür. İzzet Baysal Döküm Sanayii A.Ş. bugünlere kadar faaliyetini sürdürmüştür. 1986 yılının sonunda İzzet Baysal Vakfı'nı kurmuş ve tüm varlığını vakfına vasiyet etmiştir. 1994 yılı Eylül ayının sonunda iş hayatından çekilmiş ve çalışmalarını İzzet Baysal Vakfı'nda yoğunlaştırmıştır. İzzet Baysal 2000 yılında vefat etmiştir (Tunçay, 2016).

Ahmet Nazif Zorlu	Vestel'de hayata geçirdiği teknolojik yatırımlarla yakaladığı başarı sektörün gelişmesine önemli katkıda bulundu.
Vehbi Koç	Otomotiv, beyaz eşya, radyatör ve kibrit gibi birçok malın ilk yerli üretimini gerçekleştirdi.
Tuğrul Tekbulut	Türkiye'de yerli yazılımın öncüsü oldu.
Şarik Tara	ENKA'nın uluslararası sıralamalarına giren ilk Türk inşaat firması olmasında en büyük rolü oynadı.
İbrahim Özer	Türkiye'nin ilk yerli bilgisayar üretimini yaptı ve bunu kurumsallaştırdı. Bilgisayarın evlere ve küçük işletmelere girmesine öncü oldu.
Sait Akarlılar	Mavi Jean'ı kurarak Türkiye'nin yurt dışına açılan ilk blue jean markası oldu.
Cem Boyner	Türkiye'de ilk defa arkasında finansla kuruluş olmadan finansal bir hizmet sundu. Taksitli alışveriş imkânı sunana Advantage kartla pek çok kuruluşun yakalayamadığı başarıyı yakaladı.

Tablo 2.3'te yer alan bilgiler den hareketle, boru, çikolata, çorap, giyim, finans, reklamcılık, havacılık, ulaşım, ilaç, turizm, teknoloji vb. alanlarda Türkiye'de önemli girişimler ve girişimcilerin bulunduğu görülmektedir. Tabloda yer alan örnek girişimcilik faaliyetleri incelendiğinde Osmanlı dönemine ait girişim faaliyetlerinin detaylı bir şekilde araştırılması özel bir çalışma alanı gerektirdiğinden karşılaştırmalı yorum yapmak oldukça yanlış olacaktır. Ancak Cumhuriyet'in ilk yıllarından itibaren günümüze kadar Türk girişimciliğinin geçirdiği süreci ve faaliyet alanlarını ifade etmek açısından bu bilgiler oldukça önemlidir.

2.6. Girişimciliği Etkileyen Faktörler

Sosyal bir varlık olarak yaşayan insanların hayatlarında verdikleri kararları ve yaptıkları faaliyetleri etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. Girişimcilik eğitiminde bireylerin girişimcilik faaliyetlerini etkileyen etmenlerin bilinmesi oldukça önemlidir. Çünkü bu etmenlerin olumlu etkilerinin yanı sıra olumsuz etkilerinin de olabileceği düşünülürse bu faktörlerin önemi anlaşılmış olur. Bireyleri girişimci olarak cesaretlendiren ve kar vermelerinde etkili olan faktörleri sosyal çevre, siyasal, yasal, ekonomik, eğitimsel ve kültürel durum olarak ifade etmek mümkündür. Ailenin de girişimci üzerinde olumlu ya da olumsuz etkisi bulunmaktadır. Girişimciliği etkileyen faktörler şu şekilde açıklanabilir:

Bireysel Faktörler: Bireylerin demografik ve psikolojik özelliklerinin girişimcilik faaliyetlerinde oldukça etkili olduğu bilinmektedir. Demografik özellikleri bireylerin yaşı, eğitim durumu, medeni hali, cinsiyeti, ailenin gelir durumu belirlemektedir.

Psikolojik özellikler ise daha çok kişisel özellikleri ifade etmektedir. Bunlar cesaret, kararlılık, risk alma, belirsizlikten korkmama ve bu tür durumları yönetebilme, yaratıcı olma, kendine güvenme, kendine saygı duyma, yenilikçi olma gibi özellikleri kapsamaktadır. Girişimcilikle ilgili olarak araştırma yapan sosyal bilimciler (Chell vd, 1991; İlhan, 2003) girişimci bir insana ait bireysel özellikleri; riskleri göze alma, belirli alanlarda yetenekli olma, hareketli bir kişiliğe sahip olma, sorumluluk sahibi olma, gelecek ile ilgili planlarının bulunması, yaratıcı olma, proaktif olma, organizasyon becerisinin bulunması, personel yönetimi, pazarlama, doğru algılama ve hızlı karar verebilme yeteneği, esneklik ve iş bitiricilik, yüksek başarı güdüsü ve çalışkanlık becerilerinin bulunması olarak ifade etmişlerdir.

Çevresel Faktörler: Bireysel faktörlerin yanı sıra girişimciliğin temel olarak etkilendiği bir diğer faktörde çevredir. Çevresel faktörlerde sosyal, politik, teknolojik, ekonomik ve kültürel durumlardan etkilenmektedir. Kurumsal olarak bu tür girişimciliğe sosyolojik girişimcilik de denilmektedir. Sosyal girişimcilikte bireyler girişimcilik için niyetli ve planlı bir şekilde hareket etmektedir (Büyük, 2004).

Girişimciler, içinde yaşadıkları sosyo-kültürel ve ekonomik çevrenin ürünüdür. Bu nedenle çevresel faktörlerin etkisi girişimciliğin oluşmasında oldukça önemlidir. Girişimciliği etkileyen çevresel faktörler örgüt yapısı ile ilgili faktörler ve çevresel faktörler olarak iki farklı şekilde gruplanabilir. Örgüt yapısı ile ilgili faktörleri: coğrafi konum, kazanılan bilgi, beceri ve deneyimler, iş arkadaşları ile ilişkiler ve motivasyon, çevresel faktörleri de; ekonomik koşullar, risk sermayesinin sağlanabilirliği, girişimcilik örnekleri, danışmanlık hizmetlerinden yararlanabilme, insan gücü ve hizmet desteğinin sağlanması şeklinde ifade etmek mümkündür (Korkmaz, 2000) Girişimciliği etkileyen çevresel faktörleri aynı zamanda kültür ve eğitim, aile ve sosyal çevre, mali çevre, yasal, siyasi ve idari faktörler olarak da sınıflandırmak mümkündür (Esen ve Çonkar, 1999). Aile ve sosyal çevre gibi toplumun vazgeçilmez unsurlarının risk faktörünün birey tarafından üstlenilmesi, yeni bir oluşumun başlatılması, yenilikçilik ve fırsatların değerlendirilmesine etkisi büyüktür. Dolayısıyla girişimci kültürün oluşmasında toplumun doğrudan olumlu ya da olumsuz etkisi olmaktadır (İraz, 2010).

Bireylerin içerisinde büyüyüp geliştikleri aileleri şüphesiz onların ilerleyen yaşantısında ve kişisel özelliklerinin oluşmasında baskın rol oynamaktadır. Ailelerin girişimcilik becerisinin gelişmesine olumlu katkıları olabildiği gibi olumsuz bir durumun gerçekleşmesine de sebep olabilirler. Ailelerin, girişimcilik becerisinin gelişmesi için bireylere teşvik edici (güven, kendi işini kurabileceğine inanma) bir tutum sergilenmesi girişimcilik becerisinin gelişmesine önemli katkısı bulunmaktadır. Özellikle babanın girişimci olması ve yakın çevrede girişimci bireylerin bulunması girişimcilik niyetinde bulunan bireyde güven ve başarıya duygusunu tetiklemektedir (Özdemir ve Mazgal, 2012).

Ekonomi politikalarında girişimciliğin teşvik edilmesi, yasal düzenlemelerle girişimcilerin bürokratik engellere takılmaması ve yeniliklerin, üretimin desteklenmesi girişimcilik faaliyetlerinin yayılmasına ve gelişmesine olumlu katkıda bulunmaktadır (İraz, 2010).

Yönetim yetkisi bulunan hükümetlerin milli Ar-Ge çalışmalarına ve inovasyona verdiği önem ve yaptığı yatırımlar girişimcilik faaliyetlerini doğrudan ilgilendirmektedir. Bu alanda yapılan yatırımlar milli patentlerin alınması, bilim insanlarının ve vatandaşın üretim eksenli tavır takınarak cesaretlenmesine yardımcı olmaktadır (İlhan, 2003).

2.7. Girişimcilik Türleri

Girişimcilik faaliyetlerini küçük ölçekli girişimler, ölçeklenebilir girişimler, satın alınabilir girişimler, büyük ölçekli girişimler ve sosyal girişimler olmak üzere beş başlık altında toplamak mümkündür. Girişimcilik türleri hakkında aşağıda kısa bilgiler sunulmuştur (Blank ve Dorf, 2012).

Küçük ölçekli girişimler: Bu işletmelerin pek çoğu, kuru temizleme dükkânları, küçük giyim dükkânları, yerel dükkânlar gibi servis odaklı iş yerlerinin açılmasına yönelik girişimlerdir. Bu girişimlerde amaç kârlı bir işin oluşturulması ve iyi bir getirinin sağlanmasıdır. Genellikle çoğu daha fazla kazanarak endüstriyel bir iş yeri peşinde koşmamaktadır.

Ölçeklenebilir Girişimler: Geleneksel teknolojinin kullanılmasıyla oluşan girişimlerdir. Çok ileri derecede bütçeleri olmasa bile büyük bütçelere sahip girişimleri kapsamaktadırlar (Bu girişimler milyar dolarlık bir ölçek olmasa bile yüz milyonlarca dolar büyüklüğe ulaşabilirler) bu girişimlerde ilk süreç sürdürülebilir ve büyütülebilir bir iş modeli oluşturma arayışı ile geçer. Ölçeklenebilir yapı sermaye girişimlerinin yatırıma dönüştürülmesiyle hızla büyüme sağlanır. Genellikle bu girişimler teknolojik merkezlere ilgilerini yönelterek dikkat çekmeye çalışırlar.

Satın Alınabilir Girişimler: Bu girişimler günümüzde teknolojik hayatın gelişmesi ve çağın bir gerekliliği olarak farklı tarzlarda karşımıza çıkarlar. Genellikle web ve mobil uygulamaları ve çeşitli yazılımlar geliştirerek yatırımcılara yönelirler. Bu da onlara ortalama 5 ila 50 milyon dolar arasında bir getiri sağlar. Yatırımcılar bu ürünü satın almak için zaten kendilerine belirli bir sermaye ayırmışlardır. Genellikle büyük şirketler tarafından işin satın alınması ve bu iş ile birlikte işinde yetenekli kişilerinde satın alındığı bir girişim modeli olarak karşımıza çıkar.

Büyük Ölçekli Girişimler: Bu işletmeler sonsuz denilebilecek yaşam döngüsüne sahip ve üretimsel olarak kendi döngüsünü oluşturmuş işletmeler olarak karşımıza çıkarlar. Bu işletmeler sürdürülebilirliği ve yeniliği girişimin merkezine koymuş ana ürünlerin yanı sıra ana ürünlerin etrafında şekillenen birçok alternatif ürünle kendilerini destekleyen işletmelerdir. Yeni teknolojilerle yeni pazar, yeni müşteri ve yeni ürün oluşturma kapasitesine sahiptirler.

Sosyal Girişimcilik: Kâr amacının ön planda veya hedefte tutulmadığı, dünyayı ve yaşanılan çevreyi değiştirebilecek yenilikleri kapsayan girişimcilik modelidir. Sosyal girişimciliğin çıkış noktası bir sorundur. Bu sebeple bu girişimler kar yerine soruna odaklanmışlardır. Temiz su, tarım, sağlık veya mikro finans ile ilgili olarak dünyanın herhangi bir yerinde her an karşımıza böyle bir girişimcilik çıkabilir.

Berglund ve Skoglund (2016) tarafından sosyal girişimcilik sivil toplum kuruluşları tarafından desteklenen yaratıcı, dürüst girişimciler, genç kızlara yönelik beceri gelişimini destekleyen girişimcilik faaliyetleri ve azınlıklara yönelik girişimcilik faaliyetleri olarak üç grupta ele alınmıştır. Bu üç faaliyetin sonucunda çeşitli toplumsal sorunlara çözüm üretebilecek, mevcut güvensizliklere (bireysel ya da toplumsal) ve belirsizliklere karşı alternatif yöntemler geliştirecek ve çözümleri hayata geçirebilecek bireylerin oluşturulması hedeflenmiştir.

2.8. Girişimcilerin Özellikleri

Girişimcilik fırsatların farkına varma ya da yeni fırsatlar oluşturma, belirsizlikten avantajlar çıkarma yeteneği olarak da ifade edilirken, girişimci işletmeyi kuran, yönlendiren, geleceğe ilişkin planları yapan ve yürüten kişi olarak tanımlanabilir. Diğer bir tanıma göre girişimci, mal ve hizmet üretimini gerçekleştirebilmek amacıyla riski üstlenerek doğal kaynak, sermaye, emek gibi üretim öğelerini bir araya getirip faaliyete geçiren kişidir (Tutar ve Altınkaynak 2014). Bir başka ifadeyle “bilgiyi temel alarak, genel eğilimlere ve kendisine uygun bir alanı seçerek ve/veya bilgisini girişimciliğe konu ederek, herhangi bir finansman yöntemi kullanıp (öz kaynaklarıyla, tasarrufuyla, krediyle, borçla veya parasız) tüm insanların yararı için mal ve hizmet üretmek amacıyla işletme açıp ekonomik gereksinimini, ekonomik zenginliğini, bağımsızlığını, sosyal prestijini, kendini kabul ettirmeyi ve kendisini aşmayı, açtığı işletmesinde sürdüren, sürdürme arzusunda ve çabasında olan herkes” girişimcidir. Girişimcinin başarısı onun davranış örüntüsü (yönetmel eğilimleri) ya da kişilik özellikleri ile ilişkilidir. Girişimci, çevresine bakmasını ve ihtiyaçlarını görmesini bilen, çevresindeki fırsatları gözlemleyen ve onları bulduğunda her tür riski alarak fikrini gerçekleştirmeye çalışan kişidir. Dolayısıyla girişimci için fikir üretmek, yenilik üretmek ya da bir geliştirme yapmak gerekmektedir. Girişimcilik ise, girişimcilerin risk alma, fırsatları yakalama, hayata geçirme ve yenilik yapma süreçlerinin bütününe verilen addır. Bu nedenle hem şirket açma hem de yenilikler yapma süreci girişimcilik kapsamında yer almaktadır (Yelkikalan vd. 2010). Bireylerdeki girişimcilik yeteneğinin gelişmesinde başarıma ihtiyacı, kontrol, risk alma, belirsizliği yönetebilme, kendine güvenme, yenilikçi ve yaratıcı olma gibi

faktörler oldukça önemlidir (Akyürek ve Şahin 2013). Girişimcilerin genel olarak özelliklerini şu şekilde sıralamak mümkündür:

- Yenilikçi olma,
- Risk alabilme,
- Değişim odaklı olma,
- Duygusal zekâya sahip olma,
- Fırsatlara odaklanabilme,
- Yaratıcı olma,
- Gelişmiş iletişim becerisine sahip olma,
- Proaktif olma,
- Yüksek başarı güdüsüne sahip olma,
- Kararlarında ısrarcı olma,
- Kendine güvenme,
- Başarma ihtiyacının yüksekliği,
- İyi iletişim kurabilme,
- Problemleri kolaylıkla çözebilme,
- Uzun süre çalışabilme,
- Davranış ve kararlarında azimli olma,
- Büyüme tutkusuna sahip olma,
- Güvenilir olma (Bozkurt ve Alparslan, 2013; Küçük, 2015).

Morris (1998) girişimciliği hangi şekilde olursa olsun bir süreç olarak ifade etmekte ve temelde altı aşamasından bahsetmektedir. Bu altı aşama şunlardır:

Fırsatı görmek ve tanımlamak: Girişimcinin, girişimcilik bağlamında bir faaliyete başlayabilmesi için önce fırsatları görmesi, tanımlaması ve değerlendirmesi gereklidir. Bu fırsatlar değişen demografik unsurlar, yeni piyasa segmentlerinin ortaya çıkışı, yeni süreçle ilgili ihtiyaçlar, düzendeki değişimler, sosyal değişimler vb. olabilir.

Fikir geliştirmek: Girişimci gördüğü ve tanımladığı bu fırsatları, bir fikir haline getirebilmelidir. Bu fikir, yeni ürün, yeni pazar, yeni yöntem, yeni örgütsel yapılar, yeni teknoloji, yeni satış ve dağıtım kanalları vb. şeklinde olabilir.

Gerekli kaynakları tespit etmek: Bir fikrin uygulamaya dönüştürülmesi için gerekli kaynakların neler olduğunun ve nasıl temin edileceğinin belirlenmesi önemlidir. Bu kaynaklar; yetenekli iş gören ihtiyacı, hammadde ihtiyacı, uzman yönetici ihtiyacı, pazarlama ve satış uzmanları, teknik alanda uzman kişiler, finans ihtiyacı, dağıtım kanalları ihtiyacı, arz kaynakları ihtiyacı, üretim tesisi ihtiyacı, lisans, patent vb olabilir.

Gerekli kaynakları temin etmek; Girişimci dördüncü aşamada, tespit ettiği kaynakları temin etmelidir. Bunun için de, dış kaynaklardan yararlanabilir, akraba veya tanıdıklarından borç alabilir, başka borç kaynaklarını kullanabilir, öz sermaye kullanabilir. Aynı zamanda, girişimci ihtiyacı olan işgücünü, yöneticileri, finans arz edenleri de bulmalıdır.

Fikri uygulamaya sokmak ve yönetmek: Beşinci aşamada girişimci, fikri uygulamaya başlar, süreci ve elde edilen başarıyı izler, tedarikçilere geri ödemeleri yapar, aynı zamanda yeni yatırımlar yaparak girişimin büyümesini sağlar ve amaçlarına ulaşmaya başlar.

Risk almak: Girişimciliğin olmazsa olmaz şartlarından birisidir. Aslında fırsat uygulanmaya başlandığı andan itibaren girişimci risk almaktadır. Ancak risk, sadece sürecin başında değil, her aşamasında mevcuttur.

Hisrich and Peters (1998) girişimcilik ile kişisel özellikler arasında önemli bir ilişkinin olduğunu belirterek girişimci kişiliğin oluşmasında girişimcilik eğitiminin önemine değinmiş ve başarılı girişimcilerin özelliklerini şu şekilde ifade etmiştir:

- Yaratıcı düşünme becerisi
- Yüksek düzeyde çalışma arzusu
- Cesaret, tutku ve kararlık

- İnsanlarla üst düzeyde ilişki kurabilme becerisi,
- Kendisini yazılı ve sözlü ifade edebilme becerisi,
- İşini sevmesi ve iş motivasyonu,
- Zengin bir bilinçaltı ve hayal kurma gücü,
- Ekip ve takım çalışmasına yatkınlık,
- Kişisel vizyonu ve misyonunun olması,
- Değişime, dönüşüme açık ve istekli olması,
- Esnek ve toleranslı davranabilme gücü,
- Samimi, güvenilir, sempatik ve esprili kişilik,
- İnsanları inandırma ve ikna kabiliyetinin yüksek olması,
- Yönetim becerisi ve liderlik yeteneği,
- İş bitirme azmi ve heyecanı,
- İleri görüşlülük ve fırsatları yakalama alışkanlığı.

Girişimcilik eğitimi alanında literatür araştırmaları kısmında verilen çalışmalara bakıldığında genel olarak girişimci bireylerin özelliklerinin şu şekilde gruplanmış olduğu görülmektedir:

Kişisel Özellikler: Yüksek başarı isteği, otonomi ve nüfuz, uyumluluk, belirsizliğe karşı tolerans, yüksek risk alma, uyum ve esneklik, kendine saygı, güven, fırsatçılık.

Girişimci Yönetim Özellikleri: Yaratıcı bir vizyon ve yönetim, işletme finansmanı, planlı genişleme ve büyüme, piyasa içerisinde planlı rekabet, gerekli kaynakları sağlama, iletişim ağını inşa etme.

Zamanla Kazanılan Özellikler: İletişim kabiliyeti, kişisel ilişkiler ve çözüm bulma yeteneği.

Girişimci Davranış Özellikleri: Taahhüt Etme, ileriye dönük çalışma ve planlama, gözlemlenme.

Girişimci Oryantasyon Özellikleri: Uluslararası yönelim ve global düşünme.

Girişimsel Sonuçlarının Oluşturduğu Özellikler: Bölgesel büyüme ve kalkınma, zenginlik yaratma, istihdam ve sosyo-ekonomik dinamizm (Ethemand, 2004).

Girişimcilerin doğuştan kazanılan ve sonradan edinilen özelliklerini aşağıdaki tabloda görmek mümkündür (Küçük, 2015):

Tablo 2.4. Girişimcilikte doğuştan gelen ve sonradan kazanılan özellikler

Doğuştan Gelen Özellikler	Sonradan Kazanılan Özellikler
Kendi işinin patronu olmak	Sağlığına dikkat etmesi
Bağımsız olmayı istemek	Yönetim eğitimi alması
İşini kendi istediği gibi yapma düşüncesi	Finans eğitimi alması
Farklı olma çabası	İyi bir iletişim kurma
Yeteneklerinin görülmesini istemesi	İletişim beceri eğitimi alma
Farklılık oluşturma düşüncesi	Muhasebe eğitimi alam
Kendi yolunu ve politikasını belirleme düşüncesi	Karamsarlığa düşmeme

Tablo 2.4'te verilen bilgiler ışığında girişimcilikte bazı özelliklerin doğuştan geldiği bazı özelliklerin ise sonradan kazanıldığı görülmektedir. Bağımsızlık düşüncesi, bireylerin kendi istekleri doğrultusunda hareket etmesi, farklı bir kişiliğe sahip olmaları bireysel farklılıklar ve toplum içerisinde farklılaşma çabası, ön planda durma, lider profili doğuştan gelen özellikler arasında yer aldığı gibi girişimcinin sağlık durumu, yönetim becerisi, finans becerisi, iletişim becerisi, muhasebe becerisi gibi yeteneklerin ise sonradan geliştirilebildiği ifade edilmektedir. Ancak burada ifade edilmesi gereken en önemli durum ise uygun eğitim ve yönlendirmelerle bireylerdeki girişimci ruhun oluşumunun olumlu yönde desteklenmesidir. Bu konu ile ilgili bilgilere bulgular kısmında ulaşmak mümkündür.

2.9. Girişimcilik Eğitimi

Eğitim en genel anlamıyla insanları belli amaçlara yönelik yetiştirme sürecidir. Bu süreçten geçen insanın kişiliği farklılaşır. Bu farklılaşma eğitim sürecinde kazanılan bilgi, beceri, tutum ve değerler yoluyla gerçekleşir. Günümüzde okullar eğitim sürecinin en önemli kısmını oluşturmaktadır (Fidan, 2012).

“Eğitimin en büyük amacı bilgi değil, harekettir.” ifadeleriyle eğitimin insanları aktif bir hayata hazırlaması gerektiğini savunan H. Spencer’ın bilgi kuramında bilginin kaynağının deney olduğu ifade edilmektedir. Spencer’a göre bilgi deney yoluyla elde edilir. Mevcut bilgiler ise önceki bireylerin tecrübeleriyle bize aktardıkları deneylerle oluşmuş ve zihnimize kalıtım yoluyla aktarılmıştır. Bu sebeple doğduklarında çocukların zihinleri boş bir levha değildir. Çocuklar belirli bir düşünsel ve yetisel (yeteneksel) kalıtlarla doğarlar. Eğitimle uğraşan her düşünürün eğitimin amacının ne olduğu ile ilgili bir tanımlama çabası olmuştur. Spencer'a göre eğitimin yerine getirmesi gereken amaç, bireyleri bütünüyle hayata hazırlamaktır (Ata, 2013). Bu noktadan hareketle girişimcilik eğitimi geçmiş deneyimlerin aktarımı, deneme yanılma yöntemiyle yeni girişimlerin oluşması ve bilginin geliştirilmesinden yola çıkarak öğrencilere girişimsel farkındalığı kazandırmak, ekonomik açıdan girişimciliğin önemini anlamalarını sağlamak mezun olduklarında başarılı bir girişim sürecini nasıl başlatabileceklerini ve bu süreci nasıl devam ettireceklerine yönelik hem iş anlayışını hem de aktarılabilir becerileri kazandırmayı amaçlayan bir disiplin olarak karşımıza çıkmaktadır (Kirby, 2007).

Girişimciliğin doğuştan geldiği konusunda ortaya çıkan görüş zaman içerisinde değişim göstermiştir. Bunun sonucunda girişimciliğin öğrenilemeyeceği düşüncesi aşılıp, girişimcilik eğitimi yapılabileceği görüşü kabul görmeye başlamıştır. Günümüzde girişimcilik konusunda ortaya çıkan gerçek, girişimciliğin değişik yönleriyle öğretilabileceğidir. Drucker, girişimciliği tanımlarken “girişimcilik mistik bir durum mudur? Girişimcilik bir sihir değildir, gizem değildir. Girişimcilik bir disiplindir ve herhangi bir disiplinde olduğu gibi öğrenilebilir” sözünü kullanmaktadır. Literatürde girişimcilik eğitiminin tanımı çok farklı şekillerde yer almaktadır. Girişimcilik Eğitim Konsorsiyumu girişimcilik eğitimi yaşam boyu öğrenme modeli olarak görmektedir. Avrupa Komisyonu, buna benzer ancak daha dar bir yaklaşım savunmaktadır.

Guzman ve Linan’a (2005) göre girişimcilik eğitimi; “Tüm eğitim seti ve eğitim faaliyetleri girişimci davranışlarını gerçekleştiren katılımcılar geliştirmek ya da bu niyeti etkileyen girişimcilik bilgisini ve girişimci olma istekliliği gibi bazı unsurları geliştirmeye çalışmaktır.” Girişimciliğin üniversite düzeyinde öğretiler olduğu genel kabul görmüş bir durumdur. Araştırmacılar yükseköğretimde girişimciliğin kazandırılmasında ziyade

bu becerinin nasıl geliştirilmesi ve teşvik edilmesi gerektiğine ve girişimciliğin ulaşılabilir yönlerinin neler olduğuna odaklanmışlardır (Akt: Bozkurt ve Alparslan, 2013). Girişimcilik eğitimi; “Bir kişinin hayatında fırsatları görebilme, yeni fikirler üretme, fırsatları takip etme becerisi ve gerekli kaynakları bulma, yeni bir firma kurma ve işletme, yaratıcı ve eleştirel bir şekilde düşünme yeteneğini içermektedir.” Girişimcilik eğitiminden amaç bir kişide girişimcilik potansiyeline yönelik olarak gizli kalmış bir takım özelliklerin ortaya çıkmasını ve farkında olmasını sağlamaktır. Girişimci niteliklere sahip olanların yanlış işler yapmalarını önlemek, kaynaklarının daha verimli kullanılmasını gerçekleştirmektir (Raposo ve Paco,2011).

Girişimcilik eğitimi sonrasında bireylerden iş fikirlerini açıklamaları, işini gerçekleştirmeleri, yönetim ekibini ve firma yapısını tanımaları, pazarı tanımaları, iş sistemini kurmaları, iş fikirlerini finanse etmeleri ve risk faktörünü bilmeleri istenmektedir (Blenker vd, 2006). Girişimcilik eğitimini vermekte olan eğitimciler ise belirlenen hedeflere ulaşmak için gelişen teknoloji ve değişen pazar koşullarını takip etmelidirler. Özellikle işlerin verimlilik seviyelerini arttırmak, maliyetleri düşürmek, yaratıcı ve yenilikçi yöntemler ve yollar bularak girişimcilere yardımcı olmak, yeni tasarım ve yeniden yapılandırılmaya yönelik stratejik bilgiye sahip olmak, girişimcilerin beceri ve yetenekleriyle beraber bütün bu unsurlara sahip olmak durumdadırlar. Özellikle eğitimcilerin iş başlangıcı, yönetme ve yönetmeye yönelik doğrudan uygulanabilir olan yöntem ve modelleri öğrenmeleri gerekmektedir. Eğitimciler özellikle girişimciliğin en önemli unsurları arasında yer alan finans, nakit yönetimi, stratejik düşünme, muhasebe gibi en çok talep edilen bu alanlarda bilgi sahibi olmak ve girişimcileri yönlendirmek durumdadırlar (Kickul ve Fayolle, 2007). İlköğretimde girişimcilik becerisine yönelik öğretmenler girişimcilik eğitimi ile ilgili hizmet içi eğitimlerle bu eksiklikleri kapatabilirler.

2.9.1. Girişimcilik eğitimi ve amaçları

Girişimcilik eğitiminde öğrenmenin gerçekleştirilebilmesi öğrencilerden beklenen yetenek gelişimiyle doğru orantılıdır. Genellikle öğrencilerin iş planı yazma yeteneğini geliştirmeye odaklanan girişimcilik eğitimi, öğrencilerin problemleri fark

etmeleri, tanımları ve farklı çözüm yollarını araştırmaları, iş fikrinin formülasyonunu sırası ile öğretmeyi içermektedir (Blenker vd, 2006). Rasmussen ve Sorheim'a göre (2006) girişimcilik eğitiminde amaç, girişimci kişiliği ortaya çıkarmaktır. Girişimcilik kültürünü bir kişinin benimsemesi kolay değildir. Çünkü girişimcilikte kapsamlı bir içerik vardır ve kişiye zor görevler, sorumluluklar yüklemektedir. Girişimcilik eğitimi; kısmi bir tekdüzeliğin yanında, önemli ölçüde amaçlar konusunda çeşitlilik, felsefi bakış, içerik, pedagojik formasyon ve çıktılar içerir. Öğrencinin, girişimciliği öğrenmeden girişimci olamayacağı anlayışından hareket edilir. Aynı zamanda, bu eğitimin uygulanması için sağlanacak iş ortamı da oldukça önemlidir. Çünkü gerçek girişimcinin gelişmesi için, gerçek iş ortamına uygun yerlerin seçilmesi önemlidir. En azından örnek olaylar gerçek iş ortamına oldukça yakın hazırlanmalıdır. Bu noktada, değişik iş fırsatlarını görebilecek projelerin hazırlanması ve öğrencilerin teşvik edilmesi oldukça önem kazanmaktadır. Girişimcilik aktivitesi olarak, gerçek anlamda şirket kurulmalı ve şirket yönetimi çalışmalarına önem verilmelidir. Tüm faaliyetler bir girişimcilik merkezi tarafından yönlendirilmelidir. Bu merkezler gerekli girişimcilik faaliyetlerinin oluşturulması için yeterli altyapıya, dolayısıyla girişimcilik enformasyon ağına ve öğrencilerin bu ağa kolay erişimine gerek duyar. Bu gereklilikler ise, finansal destek ihtiyacını ortaya çıkarmaktadır. Raposo ve Paco'ya (2011) göre girişimcilik eğitiminin amaçları şunlardır:

- Girişimcilikle ilgili faydalı bilgi almak,
- Tekniklerin kullanımıyla kapasite artışı, işletme durumunun incelenmesi ve eylem planlarının oluşturulması,
- Girişimcilik yeteneklerini belirlemek ve teşvik etmek,
- Girişimciliğin bütün konularında desteklemek ve empati geliştirmek,
- Değişime yönelik tutum geliştirmek,
- Yeni başlayanları ve diğer girişimcileri teşvik etmek.

Alberti ve arkadaşlarına göre (2004) en sık kullanılan girişimcilik eğitimi amaçları arasında aşağıdaki maddeler yer almaktadır:

- Girişimcilik, alanıyla ilgili bilgi, kavram ve teknikleri öğrenmeyi içerir.

- İş durumları analiz tekniklerinin kullanılması ve eylem planlarının sentezinde becerileri kazandırır. Bu, bütüncül bir şekilde muhasebe, finans, pazarlama ve genel yönetim hakkında bilgi, analiz ve sentez yapma becerilerini teşvik etmeyi amaçlamaktadır.
- Girişimcilik ruhunu, yetenek ve becerilerini tanımlar ve teşvik eder. Bu hedef, girişimcilikte ilgi, yetenek ve potansiyel ile ilgili farkındalık geliştirme, yeni bir kariyer olanağı olarak bireylerin bilinçlendirilmesi ve onları desteklemeyi hedeflemektedir.

Girişimcilik eğitiminden amaç bir kişide girişimcilik potansiyeline yönelik olarak gizli kalmış bir takım özelliklerin ortaya çıkmasını ve farkında olmasını sağlamaktır. Girişimci niteliklere sahip olanların yanlış işler yapmalarını önlemek ve kaynaklarının daha verimli kullanılmasını gerçekleştirmek amaçlanmaktadır. Eğitim girişimcilik becerisinin gelişmesi yönünde gerekli şarttır ancak tek başına yeterli olamamaktadır (Balaban ve Özdemir, 2008; Bozkurt, 2011).

Girişimcilik eğitimi aynı zamanda, sosyal ilişkilerde, iletişimde, iş dünyasında ve benzeri alanlarda gerekli ve etkili davranışları uygun bir şekilde ve uygun zamanda ortaya koymak veya talep görebilecek bir ürünü veya hizmeti daha iyi üretebilmek ya da pazarlayabilmek amacıyla yeni bir sistem kurmak için gerekli olan becerileri içermekte ve bu becerileri geliştirmeyi amaçlamaktadır. Girişimcilik becerisinin alt becerilerini kişisel gelişim becerileri, teknik ve yönetme becerileri, sosyo-ekonomik beceriler olarak sınıflandırmak mümkündür (Etemand, 2004; Morris, 1998; Rapaso ve Paço, 2011; Bozkurt ve Alparslan, 2013).

Teknik ve yönetme becerileri: ağ oluşturma becerisi, dinleme becerisi, liderlik becerisi, grup oluşturma becerisi, vizyon oluşturma becerisi, yönetim ve denetim becerisi, karar verme becerisi, müzakere (görüşme yapma) becerisi, büyümeyi yönetme becerisi, plan yapma ve planları uygulayabilme becerisi, sözlü iletişim becerisi, çevreyi izleme becerisi, örgütlenme becerisi olarak ifade edilebilir.

Kişisel gelişim becerileri: empati kurma becerisi, insan ilişkilerinde uyumlu davranışları gösterebilme becerisi, risk alma becerisi, yaratıcı olma becerisi, herhangi bir alanda, ihtiyaç duyulabilecek bir ürünün gerekliliğini sezme becerisi, ürünü planlama, üretme becerisi, pazar araştırması yapma ve pazarlayabilme becerisi, yenilikçi fikirler sunma ve yeni ürünler tasarlayabilme becerisi, etkili iletişim kurabilme becerisi, yüksek başarı güdüsüne sahip olma becerisi, problemleri kolaylıkla çözebilme becerisi, fırsatları görebilme becerisi, değişim odaklı olma becerileridir.

Sosyo-ekonomik beceriler: Bölgesel büyüme ve kalkınmanın farkına varma becerisi, zenginlik yaratma becerisi, istihdam oluşturmayı düşünme becerisi, sosyo-ekonomik hareketliliği farkında olma becerisi, topluma değer katmanın farkındalığı becerileridir.

2.9.2. Dünyada girişimcilik eğitimi ve girişimleri

Dünyada girişimcilik eğitimi ve inovasyona yönelik çalışmalar oldukça rağbet görmektedir. Fayolle ve Kyrö'ye (2005) Avrupalılar arasındaki bilimsel etkileşimin gelecekte yerini Asya milletlerine bırakacağını ifade etmişlerdir. Özellikle Çin'in 2020 yılına kadar inovasyona dayalı bir ülke oluşturmak için girişimcilik eğitimini, gelişim faaliyetlerini bütün programlarına entegre etmesi ve bu doğrultuda stratejiler geliştirmesi bu duruma örnek olarak gösterilmiştir. Özellikle Fransa, Finlandiya ve Estonya gibi bazı iç Avrupa ülkeleri Toplam Girişimcilik Aktiviteleri (TGA) indeksinde Avrupa ortalamasının altında yer alması Avrupa açısından girişimcilik faaliyetlerindeki dikkat çekici farklılıklar ve çelişkili bir durum olarak değerlendirilmiştir. Avrupa ülkelerindeki hazırlık yenilikçilik ile Avrupa'nın rakibi konumunda olanların proaktif tutum ve faaliyetleri, girişimcilik, çevresel faktörler ve eğitim arasındaki karmaşık dinamikleri daha iyi anlamak açısından oldukça önemli görülmüştür. Bu ekseninde dünyadaki girişimcilik faaliyetlerinin ilerleyen yıllarda doğu bloğu ülkelerine kayması mümkün olarak açıklanmıştır.

Girişimcilik eğitiminde ilk olarak karşımıza çıkan kavramlardan birisi "eğitim girişimcileri" kavramıdır. Eğitim girişimcilerini kar amacı gütmeyen ancak sıfırdan yeni

girişimciler yetiştirmeyi hedefleyen ve vizyon sahibi dūřünürler olarak ifade etmek mümkündür. Giriřimcilik eğitiminde amaç herhangi bir beceri, sorun, hayal, istek ve gereksinimden yola çıkararak insanların üretimde dāhil olmasını sağlamaktadır. Bunu yaparken girişimsel faaliyetlerin avantaj ve dezavantajlarını ifade etmek ise eğitimcilere dūřmektedir. Giriřim faaliyeti belirli özellikleri bünyesinde barındırmaktadır. Risk, kar, fırsat vb. gibi ama bunun yanı sıra girişimci kavramının da kendine özgü değerleri, becerileri ve özellikleri bulunmaktadır. Bunların belirli bir çerçevede, düzenli bir program halinde bireylere kazandırılması girişimcilik eğitiminin en önemli amaçlarından birisidir. Giriřimcilik eğitimi insanların çevrelerine ve dünyaya karşı uyum sağlamaları ve fırsatları değerlendirmeleri konusunda ısrarcı olmalarını önemli görmektedir (Smith ve Petersen, 2011). Genel olarak girişimcilik eğitimi insanların içerisindeki girişimci ruhu uyandırarak yeteneklerin farkına varılmasını, girişimcilerin daha iyi Őeyler yapmalarına olanak sağlamak, mevcut kural ve kaynaklardan dolayı oluşan sıkıntılarının nasıl açılacağını öğretmek, daha fazla girişimcilik tutkusunu aşılamak için bir program dāhilinde verilmektedir. Bu program girişimcilik eğitimi programı olarak ifade edilmektedir.

Girişimcilik eğitimi ile ilgili programlar (GEP) ğrencilerin girişimciliğe ilgilerini arttırırken diğer yandan ilgi duydukları mesleklerle ilgili sorularını cevaplama imkānı vermektedir. Girişimcilik Eğitimi Programı'nın bir diğer faydası da ekonomik kalkınma için girişimciliğin önemi hakkında kamu kurumlarında farkındalığın artmasına yardımcı olmaktadır. GEP tanımlanan değerler ve metotlar çerçevesinde bir eğitim programı ve pedagojik bir süreç olarak incelendiğinde bireylerde girişimci tutum ve becerileri geliştirerek kişisel girişimci nitelikleri arttırmayı hedeflemektedir. Dolayısıyla GEP içerisinde tanımların, durumların, amaçların, yöntemlerin ve ğretim yaklaşımlarının yer aldığı geniş bir çerçeveye sahiptir.

21 yüzyılda küresel olarak ekonomik rekabetin artması girişimcilik alanına ilginin artmasına, ayrılan kaynakların ve fonların çoğalmasına sebep olmuştur. Dikkat çekici bir Şekilde oluşan bu gelişme akademisyenlerin de ilgisini çekmiş, girişimciliğin etkisi ve verimliği hakkında çalışmaların yapılmasına ve girişimciliğin öğretilmesi için en iyi uygulamanın hangisi olduğuna ilişkin araştırmaların yapılmasına olanak sunmuştur.

GEP doğrudan ekonomik kalkınmayı etkileyecek yeni girişim ve iş olanaklarının oluşmasına katkı sağlarken dolaylı olarak da bireylerdeki girişimcilik ruhunda artışın meydana gelmesine yardımcı olmaktadır.

Girişimcilik eğitiminde ulusal, bölgesel hatta yerel unsurlar etkili olduğu için ülkelere, bölgelere ve yörelere göre amaç, hedef kitle ve pedagojik yaklaşımlar açısından farklılıklar görülebilmektedir. Hatta eğitim kurumlarının özelliğine göre de farklılıklar olabilir. Bu sebeple program geliştirilirken bu değişkenler göz önünde bulundurulup, karşılaştırma yapıp ortak bir çerçeve geliştirilerek program tasarımının geniş tutulması gerekmektedir. Bu program çerçevesinin içerisinde açık bir şekilde tanımlanmış girişimcilik kriterleri ve metodolojisi yer almalıdır (Fayolle vd, 2006).

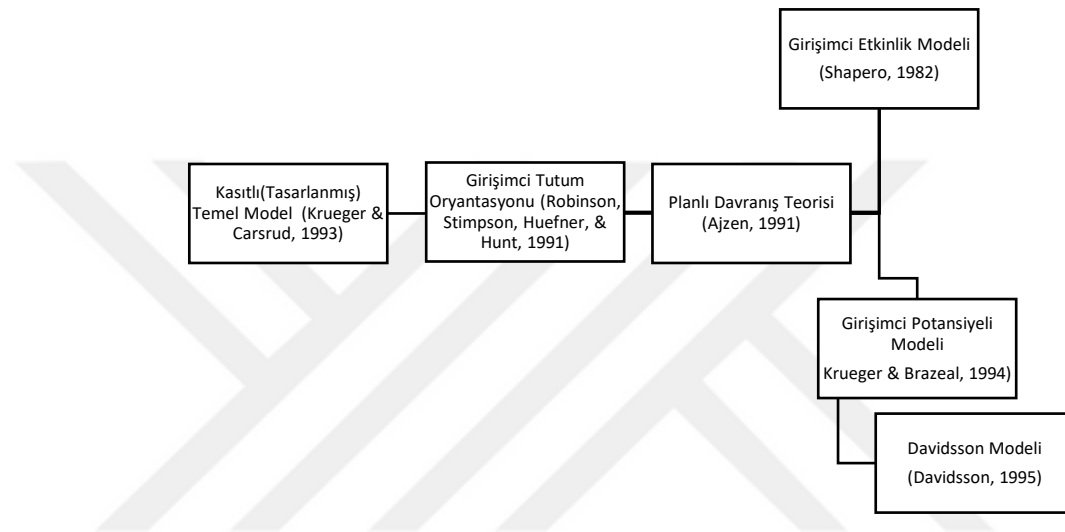
Vesper ve Gartner 1997 yılında özellikle girişimcilik eğitimi programı için, gelişimi ölçmek adına on sekiz kriter oluşturmuştur. Bu kriterlerden bazıları şunlardır (Vesper ve Granter, 1997):

- Verilen ders sayısı (haftalık veya aylık ders saati),
- Öğretmenlerin yayınları (girişimcilikle ilgili öğretmenlerin bilgisel donanımı),
- Toplum üzerindeki etkisi,
- Genç mezunlar ve öğrenciler tarafından oluşturulan girişimler,
- Yenilikçi sonuçlar,
- Yarışmalar ve kazanılan ödüller,
- Doktora programlarının boyutu,

Girişimcilik eğitimi programlarının değerlendirilmesinde ekonomik ve akademik zorluklar başta gelmektedir. Programın bir yandan sosyal paydaşların niteliğini ve yoğunluğunu doğrulamak tespit edip, ortak değerlerin belirlenmesi gerekirken diğer yandan ekonomik etkilerini değerlendirmek gerekmektedir. Bu da belirli bir zamansal çerçevede yapıldığından oldukça zor ve süreç isteyen bir iştir. Programların değerlendirilmesindeki bir diğer zorlukta girişimcilik ile ilgili çok detaylı programların yer olmadığı ülkemizde ilgili araştırmaların ve metodolojinin eksikliğidir. Genel olarak

eğitim programları arasında GEP'nin varlığı bireylerin girişimci yaratıcılıklarının gelişmesinde ve girişimciliğe teşvik edilmesinde oldukça önemli bir rol oynamaktadır.

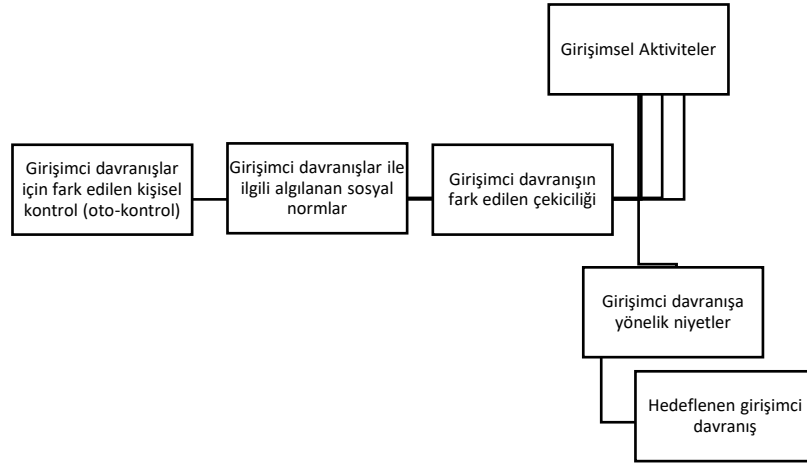
Girişimcilik Eğitimi Programının değerlendirilmesinde araştırmacılar seksenli ve doksanlı yıllarda altı model üzerinde durmuştur (Guerrero vd, 2008). Bu modelleri şematik olarak gösterecek olursak şu şekildedir:



Şekil 2.3. Girişimci niyet modellerinin gelişimi

Şekil 2.1 de görüldüğü gibi girişimcilik eğitiminde girişimci niyet oldukça önemlidir. Bir faaliyetten önce girişime niyet edilmesi girişimcilik faaliyetinin ilk aşamasını oluşturmaktadır. Bu sebeple girişimci niyet ile ilgili süreç Shapero'nun 1982 yılında bunu ifade etmesiyle başlamış ve geliştirilmiştir. Girişimci niyet modelinin en son gelişimi 1995 Davidsson modeli olarak karşımıza çıkmıştır.

Krueger ve Carsrud (1993) geliştirmiş oldukları dış etkiler hipotezini oluşturmuşlar ve bu hipotezin girişimsel aktiviteler üzerine etkisini incelemişlerdir. Bu hipotezde fark edilen girişimci davranışların çekiciliği, sosyal normlar ve kişisel kontrol neticesinde girişimcilik niyetinin oluşması ve bu niyetlerin davranışa dönüşmesi girişimcilik süreci olarak açıklanmıştır.



Şekil 2.4. Dış etkiler hipotezinin girişimsel aktiviteler üzerine etkisi

Şekil 2. 2. de yer alan bilgilerden yola çıkarak girişimci faaliyetleri veya niyetleri etkileyen dış etkiler hipotezinde ilk sırada girişimsel aktiviteler yer almaktadır. Girişimci davranışların fark edilmesi ve girişimci davranışların çekiciliği (cazibesi) sonrasında girişimcilik faaliyetleri ile ilgili sosyal durumların etkisi, toplumsal algılamalar, yapıcı ve yıkıcı etkiler, kişilerin kendilerine olan güvenleri ve otokontrollerini sağlayarak kendilerini hedefleri doğrultusunda güdülemeleri girişimci faaliyetler açısından oldukça önemlidir. Bütün bu durumların neticesinde girişimci faaliyetin niyeti ve sonuç olarak ta girişimcilik eylemi gerçekleşmiş olur.

1991 yılında geliştirilen bir başka modelde Robinson ve arkadaşları bireylerin demografik karakterlerinden ve kişisel özelliklerinden daha fazla girişimcilik tutumuna sahip olduklarını ifade etmişlerdir. Diğer taraftan tutum tahminini açıklayan dört farklı kriter belirleyerek “Girişimci Tutum Oryantasyon Modeli ve Ölçeğini” oluşturmuşlardır (Guerrero, vd. 2008). Bu dört kriter şunlardır:

- a.) Duygusallık,
- b.) Kendine duyulan saygı,
- c.) Bireysel kontrol,
- d.) Yenilik getirme.

Bu çalışmadan birkaç yıl sonra 1993 yılında Krueger and Carsrud çalışmalarına daha da esneklik vermek için dış etkiler analizini kullanarak girişimci niyet ve tutumlar arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Bu yaklaşıma göre yeni bir işin girişimcilik olarak tanımlanması için tutum ve davranışlardan etkilenen maksatlı bir süreç olması gereği açıklanmıştır. Krueger and Carsrud 1996 yılında Tan ve arkadaşları tarafından kullanılan Temel Niyet Modelini oluşturmuşlardır. Bu model, Krueger ve Brazeal'in "Potansiyel Girişimci Modeline" ek olarak Shapero'nun ve Ajzen'in kurumsal girişimcilik (klasik) ve gelişmiş girişimcilik ile ilgili perspektiflerinden elde ettikleri bulguları destekleyen ve daha önceki modellerde yer alan çıkarımlara dayanarak oluşturulmuştur (Guerrero, vd. 2008).

Son olarak 1995 yılında Davidsson tarafından geliştirilen model Davidsson Modeli'dir. Bu model girişimde bulunmak isteyen bireylerin niyetini etkileyen ekonomik ve psikolojik faktörlerin etkisini test etmek için oluşturulmuştur. Bu modele göre girişimciliği düşünen bireylerin niyetleri güncel durum ve tutum olmak üzere iki unsurdan etkilenebilmektedir. Tutumlar genel tutumlar ve alan tutumları olarak iki gruba ayrılabilir. Genel tutumları değişim için istekli olma, rekabet yeteneğinin bulunması, parayı yönetebilme, başarı, özyönetim; alan tutumlarını da maaş verme-ücret ödeme, sosyal yardımlaşma, uzmanlık (ustalık) bilgisi olarak ifade etmek mümkündür (Guerrero, vd. 2008).

Girişimcilik Eğitimi Programı çerçevesinde eğitim alan öğrencilerin mevcut davranışlarında ve gelecekteki girişimcilik niyetlerinde artışın olduğu, başarıya ihtiyacının gerçekleştirilmesi adına kişilerde olumlu etkiler meydana getirdiği gözlemlenmiştir. Girişimcilik eğitimi bireylerdeki öz yeterliliğe ve gelecekte kendine güven duyarak bir iş veya eylemin gerçekleştirilmesi eğilimine olumlu katkıda bulunmuştur. Girişimcilik eğitimine katılan ve katılmayan öğrenciler arasında başarı, girişimcilik ruhu, girişimcilik ve kendine güvenme ve öz yeterlilikle ilgili önemli farklılıkların olduğu tespit edilmiştir. Çünkü girişimcilik eğitimi bireylere öz yeterlilik ve kendine güvenme becerisini kazandırmakta önemli bir faktördür. Girişimcilik eğitimi programının başarısı özel eğitim değişkenleri, program tasarımı, pedagojik yaklaşım vb alanlarla doğrudan ilgilidir (Fayolle vd, 2006).

Günümüzde değerlendirme kriterleri ile programların etkililikleri ölçülebilmektedir. Bu sebeple girişimcilik eğitimi programının öğrencilere kazandırmış olduğu özel ilgi ve beceriler de ölçülebilir. Hatta öğrencilerin ilgileri, farkındalıkları ve niyetleri de ölçülebilir. Öğrenciler girişimcilik eğitimi programına katıldıktan sonra elde edilen değerlendirmeler, onların performans seviyelerindeki (proje yönetimi, takım çalışması, yaratıcı kapasite, vb) değişimleri ve ilerlemeyi bize gösterebilir. Bunun için belirli kriterlerin oluşturulması gerekmektedir (Fayolle vd, 2006).

Girişimcilik programlarının değerlendirilmesinde genel olarak iki önemli problem bulunmaktadır. Bunlardan birincisi ölçümde metodolojik konularla ilgili zamansal ve bağlamsal (içerik) etkilerden kaynaklanan ölçümsel ön yargıların oluşmasıdır. Block ve Stumpf'e göre oluşturulan Tablo 2.5'te özet olarak göstergelerin doğrudan ölçülemeyeceği ifade edilmiştir. Ölçme süreci ne kadar ertelenirse yada geciktirilirse yaratıcı girişimcilik gibi spesifik bir etkiyi amaçlayan girişimcilik eğitimi programının etkisinin sınırlarının çizilmesi de daha zor olacaktır. İkincisi ise eğitim görmekte olan öğrencilerin veya eğitimini yeni tamamlamış mezunların yönelim ve davranışlarını birçok kişisel ve çevresel faktör etkilemektedir. Girişimci davranışı/aktiviteyi çevrenin ve toplumun önem algılarının etkilediği söylenilebilir. Özellikle girişimci faaliyeti etkileyen en önemli faktörün aile olduğu, ebeveynlerin girişimci faaliyetlerinin ve mesleklerinin bunda büyük bir role sahip olduğu ifade edilmiştir. Bu nedenle bu etkilerden bağımsız olarak GEP'in etkisini ölçmek oldukça önemlidir. İlgili tablo aşağıda verilmiştir (Fayolle vd. 2006):

Tablo 2.5. Girişimcilik eğitimi programlarının değerlendirme süreçleri ve ölçüm zaman- ları (Akt: Fayolle, 2006)

Ölçüm Zamanı	İlgili Değerlendirme Kriteri
Girişimcilik eğitimi programı sırasında	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Kayıt olan öğrenci sayısı ➤ Ders sayısı ➤ Girişimcilikle ilgili merak uyandırma genel farkındalık oluşturma
Girişimcilik eğitimi programından kısa bir zaman sonra	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Harekete geçmeye niyet etme ➤ Usul ve bilgiyi elde etme ➤ Girişimcilikle ilgili kendi kendine teşhis koyma yeteneğinin gelişimi
Girişimcilik eğitimi programından sonra sıfır ve beş yıl arasında	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Oluşturulan girişimlerin sayısı ➤ Alınan telif haklarının sayısı

	➤ Araştırılan (amaçlanan) ve elde edilen girişimsel pozisyonların sayısı
Girişimcilik eğitimi programından sonra üç ve on yıl arasında	➤ Firmaların itibarı (marka değeri) ve sürdürülebilirliği ➤ Firmalar tarafından sergilenen değişimin yenilik ve kapasitenin seviyesi
Girişimcilik eğitimi programından sonra on yılın üzerinde	➤ Ekonomi ve topluma katkısı ➤ İş Performansı ➤ Meslekle ilgili memnuniyet seviyesi

Tablo 2.5.'te yer alan bilgilerden yola çıkarak girişimcilik eğitimi programlarının değerlendirilmesi belirli bir düzene göre yapılmaktadır. Ancak bir programın değerlendirilebilmesi için on yılın üzerinde etkililiğinin ölçülmesi gerekmektedir. Programın ölçüm zamanları ve değerlendirme kriterleri göz önünde bulundurulduğunda bu sürecin nasıl yapılacağı ve hangi unsurlara dikkat edileceği görülmektedir. Değerlendirme kriterleri içerisinde yer alan oluşturulan girişimlerin sayısı kriteri dikkatli bir şekilde incelendiğinde ilk beş yıl arasında sonuç olarak beklenmektedir. Beş yıl içerisinde programa tabi tutulan öğrencilerin göstermiş olduğu girişim faaliyetleri programın başarı düzeyinde önemli bir yer tutmaktadır. Mesleğin sevilmesi, topluma sağlanan katkı, iş performansı da programdan beklenen en son çıktılar arasında yer almaktadır.

2.9.3. Türkiye’de girişimcilik eğitimi ve girişimler

Türkiye’de girişimcilik eğitimiyle ilgili olarak yapılan çalışmalar (Bkz: Literatür araştırmaları bölümü) incelendiğinde bu çalışmaların ilköğretimde disiplinler arası yöntemle kazandırılmaya çalışılan girişimcilik becerisi, orta öğretimde seçmeli ders olarak verilen girişimcilik dersi, özel kurum ve kuruluşların destek ve kurs programlarıyla sınırlı olduğu görülmektedir. Türkiye’de girişimcilik eğitimini aşağıdaki başlıklar altında toplamak mümkündür:

2.9.3.1. Girişimcilik faaliyetlerini destekleyen kurum ve kuruluşlar

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

bireylerin bilgilendirilmesi oldukça önemlidir. Kaynak ve destek finansmanı başlığı altında girişimcilerin hayal ettikleri işletmeleri kurabilmeleri için desteğini alacakları kurum ve kuruluşları şu şekilde ifade etmek mümkündür (Küçük, 2015):

Sanayi ve Ticaret Bakanlığı: Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'nın kanununda yatırımla ilgili olarak bakanlığın vereceği destekler üst yapı kredilerinin yanı sıra KOBİ'lere örgütlenme, eğitim, tedarik, tanıtma, pazarlama, teknik ve ekonomik desteğin verilmesi gerektiğine yönelik bilgiler yer almaktadır.

Türkiye Halk Bankası: Halk Bankası'nın kuruluş amacı Türkiye'deki KOBİ'lere finansman desteği sağlamaktır. Banka bu işlevinin yanı sıra KOBİ'lerin gelişmesi ve büyük sanayiye geçişini sağlamada danışmanlık hizmeti yapma, proje ve teknik bilgi desteği üretimi teşvik etme ile görevlendirilmiştir.

Sınai Yatırım ve Kredi Bankası: Kendi belirlediği ölçüler doğrultusunda kriterlerine uyan işletmelere finansal hizmet sunmaktadır.

Eximbank: 1994 yılından itibaren KOBİ'lere kredi sunan ve özellikle ihracata yönelik KOBİ'leri destekleyen banka küçük ve orta ölçekli işletmelere yönelik ihracat kredisini uygulamaya koymuştur.

Diğer Kuruluşlar: Küçük ve orta ölçekli işletmelere finansman sağlayan diğer kuruluşları; Teşebbüs Destekleme Ajansı, Küçük Sanayi Kooperatifleri, Küçük Sanayi Bölge ve Siteleri Genel Müdürlüğü, Dünya Bankası, Vakıflar Bankası olarak ifade etmek mümkündür.

Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB): Günümüzde girişimciler için en önemli destek programlarından biriside KOSGEB'dir. KOSGEB girişimcilerine ihracat taahhüdü şartıyla günümüzde 6 aylık sıfır faizli kredi olanağı ile destek sunmaktadır. KOSGEB bu kredi olanağında Ziraat Bankası, Halk Bankası ve Vakıf Bank ile birlikte çalışmaktadır. Yine bu program proje ile makine-

teçhizat, hammadde ve malzeme desteğinin yanı sıra hibe programlarıyla da girişimcilere destek vermektedir (KOSGEB, 2017).

Tematik Proje Destek Programı: Bu program girişimci projelere 24 ay süreyle bölgesel değişkenliklerle beraber geri ödemeli ve geri ödemesiz kredi ve finans desteğini günümüzde 150.000 TL ye kadar sağlamaktadır. Bu programın amacı küçük ve orta derecedeki işletmelerin geliştirilmesini sağlamaktır.

İşbirliği Güç Birliği Destek Programı: Girişimcilere proje süresi 6-24 ay arasında değişkenlik gösteren bölgesel değişkenliklerle beraber 250.000 TL geri ödemesiz, 500.000 TL geri ödemeli finansman desteği sunan programın amacı KOBİ'lerin yüksek verimle büyük işletmelere dönüşmesi, KOBİ'ler arasında ortak kültür ve iş birliğinin oluşturulması, küçük işletmelerin tek başlarına zorlandıkları rekabet, finansman ve pazar konularında yardımcı olunmasıdır.

Girişimcilik Destek Programı: Girişimcilik faaliyetine yeni başlayacak olan bireylere verilen eğitimler doğrultusunda iş fikirlerini bir proje olarak sunup destek talep etmeleri doğrultusunda 3.000 TL ile 12.000 TL arasında doğrudan hibe destek ile 70.000 TL ye kadarda geri ödemeli destek sağlanmaktadır. Bu programın amacı istihdamın artırılması, yerel dinamiklere dayalı girişimciliğin desteklenmesi, başarılı ve sürdürülebilir işletmelerin kurulmasının sağlanmasıdır.

Genel Destek Programı: Bu programda küçük ve orta dereceli işletmelerin gelişmesi için 30.000 TL kadar yurtiçi fuar desteği, 10.000 TL'ye kadar yurt dışı iş gezisi desteği, 15.000 TL'ye kadar tanıtım desteği, 20.000 TL'ye kadar nitelikli eleman istihdam desteği, 30.000 TL'ye kadar enerji verimliliği desteği, 20.000 TL ye kadar test analiz ve kalibrasyon desteği, 10.000 TL'ye kadar bağımsız denetim destekleri girişimcilere sunulmaktadır.

Avrupa Birliği Fonları: Düzey II. Bölgelerde bölgesel kalkınmayı desteklemek amacıyla hazırlanan proje destek fonlarını içermektedir. Bölgesel kalkınma programının temel hedefi arasında sürdürülebilir kalkınmanın teşvik edilmesi, yerel önceliklere uygun

Avrupa Birliği'ne eř finansmanlı hibe programlarının yürütülmesinde bölgesel düzeyde deneyim sağlanmasıdır. Bu programlar yerel kalkınma girişimleri, küçük ölçekli alt yapı ve KOBİ'ler olarak üç farklı bileşenden oluşmaktadır.

Ulusal Tarım Hibeleri: Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu (TKDK) aracılığıyla girişimcilere destek veren bu hibe programının tarım ürünlerinin işlenmesi, paketlenmesi, depolanmasına yönelik yeni tesislerin kurulması, mevcut tesislerin kapasitesinin arttırılması ve teknolojinin yenilenmesi, alternatif enerji kaynaklarını kullanan seraların yapımı ve alternatif enerji üretimine yönelik çalışmalara destek vererek girişimcilerin finansal ihtiyaçlarını karşılama amaçları bulunmaktadır.

Ulusal Bilgi Teknolojileri ve AR-GE Hibeleri: Sanayi ve Ticaret Bakanlığı tarafından "Katılım ncesi Yardım Programı" kapsamında verilen destek teknoloji yenileme ve Ar-Ge çalışmalarını yürütme kapsamında girişimcilere sunulmaktadır.

Ulusal SODES ve Kalkınma Ajansı Projeleri: Sosyal Destek Projeleri özellikle iş gücü yetiştirme bakımından küçük ve orta dereceli işletmelere destek sağlayabilecek, hazırlanması kolay ve il valiliklerince koordinasyonu yapılabilen projelerdir. Kalkınma Ajanslarının ihaleye çıkararak ilan ettikleri projeler ise Avrupa Birliği formatında hazırlanan işletmelere %50'ye kadar destek sunabilen hibe destekli projeleridir.

2.9.3.2. Girişimcilik eğitimi veren kurum ve kuruluşlar

Türkiye'de girişimcilik eğitimi ilkokul sosyal bilgiler ğretim programı, matematik ğretim programı ve fen bilgisi ğretim programlarında beceri olarak birkaç kazanımda yer almaktadır. Ortaöğretimde ise girişimcilik dersi ğretim programı aracılığıyla girişimcilik eğitimine yer verilmektedir. Dolayısıyla girişimcilik eğitiminin MEB ğretim programlarının haricinde hangi kurum, kuruluş ve programlarca verildiği araştırıldığında ortaya çıkan bulgular şunlardır:

Üniversiteler: Ülkemizde İktisat ve İdari bilimler Fakülteleri, Mimarlık Mühendislik Fakülteleri ve Eğitim Fakülteleri vb gibi kurumlarda girişimcilik dersleri seçmeli veya zorunlu olarak verilmektedir.

TÜBİTAK: Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu aşağıda kodları verilen programlarla girişimcilik eğitime katkıda bulunmaktadır (TÜBİTAK, 2017):

(2239) Girişimcilik ve Yenilikçilik Eğitim ve Araştırma Faaliyetlerini Destekleme Programı: Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından Tekno Girişim Sermaye Desteğini kazananlar arasından yapılacak elemeyi geçerek önerilmiş adaylara girişimcilik ve yenilikçilik alanlarında yurt dışında düzenlenen eğitim programlarına katılım desteği sağlamaktır.

(2238) Girişimcilik ve Yenilikçilik Yarışmaları Programı: Üniversite düzeyinde girişimcilik ve yenilikçilik alanlarında iş fikri ve iş planı yarışmaları düzenlemektir. Üniversite öğrencilerinin yenilikçilik temelli düşünme yeteneğine sahip olmalarını sağlayarak yenilikçiliği, girişimcilik sürecinin merkezine yerleştiren bir nesil yetişmesine katkıda bulunmak ve böylece girişimcilik ve yenilikçilik konularına yönelik farkındalığı arttırmak çeşitli alanlarda yenilikçilik içeren iş fikri olan ön lisans, lisans ve lisansüstü öğrencilerine fikirlerini hayata geçirmelerine yönelik uygun ortamı hazırlamak için destek sağlamaktadır.

(1514) Girişim Sermayesi Destekleme Programı (GİSDEP): TÜBİTAK Girişim Sermayesi Destekleme Programı, ülke ekonomisine katma değer sağlayabilecek nitelikte yenilikçi ürün, süreç, bilgi ve teknoloji geliştirme ve üretme potansiyeli bulunan KOBİ ölçeğindeki şirketlerin çekirdek veya başlangıç aşamalarındaki finansman ihtiyaçlarının, girişim sermayesi fonları aracılığıyla karşılanması amacıyla başlatılmıştır. Destekleme Programı ile ülkemizde teknoloji ve yenilik odaklı KOBİ'lere sermaye sağlayacak yeni fonların kurulmasına ve bu fonları yönetecek fon yöneticilerinin teşvik edilerek girişim sermayesi ekosisteminin oluşturulmasına katkı sağlanması hedeflenmektedir.

İŞKUR: Kuruma kayıtlı kişilere yönelik olarak kendi işlerini kurmalarına ve geliştirmelerine yardımcı olmak amacıyla uygulanan girişimcilik eğitimi programıdır. Bu program temel seviye girişimcilik eğitimi, “Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB) ile Türkiye İş Kurumu (İŞKUR) arasındaki “Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi İşbirliği Protokolünde” belirlenen esaslar çerçevesinde gerçekleştirilmektedir (İŞKUR, 2017).

KOSGEB: Girişimciliğin desteklenmesi, yaygınlaştırılması ve başarılı işletmelerin kurulması amacıyla KOSGEB (Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı) tarafından ülkenin her bir noktasında eğitimler düzenlenmektedir (KOSGEB, 2017).

Belediyeler: Bazı belediyeler kendi uygun olanakları ile girişimcilik kursları açarak girişimcilik eğitimine katkı sunmaktadırlar. Örneğin Manisa'nın Yunus Emre Belediyesi, KOSGEB, İŞKUR ortaklığıyla girişimcilik eğitimi düzenlemiş ve bu eğitimin amacı belediye tarafından ulusal medyada “Ülkemizin ekonomisinin kalkınması ve 2023 hedefleri için girişimcilere her zaman ihtiyacımız vardır. Bu anlamda Yunus Emre Belediyesi olarak girişimcilerin her zaman yanındayız” şeklinde açıklamıştır (Milliyet, 17 Kasım 2017b).

Ticaret ve Sanayi Odaları: Girişimcilik eğitimi veren bir diğer yapılanma ise ticaret ve sanayi odalarıdır. Örneğin, Bursa Ticaret ve Sanayi Odası (BTSO)'nın sunduğu uygulamalı girişimcilik eğitiminde 12 kursiyer sertifika almış ve eğitimini tamamlamıştır. BTSO Yönetim Kurulu Üyesi Aytuğ Onur bu eğitimin amacını ve niçin gerçekleştirildiğini “ekonomik olarak gelişmenin en önemli sebebi girişimci ruh” ifadesiyle açıklamıştır (Milliyet, 18 Kasım 2017).

2.9.3.3. MEB ilk-ortaokul öğretim programlarında girişimcilik eğitimi

Girişimcilik eğitimi genel eğitimin içerisine farklı şekillerde entegre edilebilir. Girişimcilik Eğitimi ayrı bir program şeklinde ya da mevcut programa konuların yerleştirilmesiyle öğretilir. Bunun yanı sıra çapraz programla da (STEM) girişimcilik

eğitiminin uygulaması mümkündür. Girişimcilik eğitiminde konuların programa entegrasyonu genellikle isteğe bağlıdır. Ancak bazı temel konuların yer alması zorunludur. Girişimcilik eğitiminin uygulanmasında ele alınan yaklaşımlar farklı kombinasyonları içermektedir. Dahası çoğu ülkede ilk ve orta öğretimde girişimcilik eğitiminin tanınması ve uygulamasının bulunmasına rağmen genellikle uygulamalar okuldan okula farklılık göstermektedir (UNESCO, 2012).

Girişimcilik eğitimini tanıyıp ilköğretime dâhil eden birçok ülkede genellikle çapraz program yaklaşımı (disiplinlerarası) kullanılmaktadır. Bu yaklaşıma göre, girişimcilik eğitiminin amaçları, açık bir şekilde belirli bir konunun bir parçası olmasından ziyade programlar arası ya da yatay ve çapraz olarak ifade edilir. Bütün konular ve program çalışmaları süresince geliştirilen değer ve yeterlilikler bu yaklaşımın önemli bir parçasıdır (UNESCO, 2012). Bu yaklaşım ülkemizde ilköğretim programlarında ortak becerilerin kazandırılmasında da kullanılmaktadır. Sosyal Bilgiler, Fen ve Teknoloji, Matematik dersleri aşağıda belirtilen ortak becerileri kazandırmayı amaçlamaktadır:

- Türkçeyi doğru, etkili ve güzel kullanma,
- Eleştirel düşünme,
- Yaratıcı düşünme,
- İletişim,
- Problem çözme,
- Araştırma,
- Karar verme,
- Bilgi teknolojilerini kullanma,
- Girişimcilik.

Girişimcilik becerisi 2005 yılından bu yana uygulanmakta olan bütün programlarda temel beceri olarak yer almaktadır. MEB'in bu yaklaşımından yola çıkarak girişimcilik becerisini disiplinler arası yöntemle öğretmeyi amaçladığı söylenilebilir. İlköğretim programlarında disiplinler arası yaklaşımla kazandırılmaya çalışılan

girişimcilik becerisi aşağıdaki programlarda belirtilen kazanım ve öğrenme alanlarında öğretilmeye çalışılmaktadır:

Tablo 2.6. İlköğretim programlarında girişimcilik becerisi

Ders	Sınıf	Öğrenme Alanı	Kazanım	Hedeflenen Beceri
Matematik	1,2	Ölçme	<ul style="list-style-type: none"> Paralarımızı tanır 	Girişimcilik
Matematik	4	Sayılar	<ul style="list-style-type: none"> Doğal sayılarla bölme işlemini Gerektiren problemleri çözer ve kurar. 	Girişimcilik
Fen ve Teknoloji Eğitimi	4	Madde ve Değişim/ Maddeyi Tanıyalım	<ul style="list-style-type: none"> Doğal, işlenmiş ve yapay tüketim Maddelerine örnekler verir/ kaynakları doğal, insan ve kapital olarak sınıflandırır. 	Girişimcilik
Sosyal Bilgiler Dersi	6	Üretim, Dağıtım ve Tüketim	<ul style="list-style-type: none"> Ülkemizin kaynaklarıyla ekonomik faaliyetlerini ilişkilendirerek, bunların ülke ekonomisindeki yerini ve önemini değerlendirir. İlgi duyduğu mesleklerin gerektirdiği eğitim, beceri ve kişilik özelliklerini araştırır Nitelikli insan gücünün Türkiye ekonomisinin gelişmesindeki rolünü değerlendirir 	Girişimcilik
Sosyal Bilgiler Dersi	7	Birey ve Toplum	<ul style="list-style-type: none"> İnsanlar arasında kurulan olumlu ilişkilerde iletişimin önemini fark eder. İnsanlar arası etkileşimde kitle iletişim araçlarının rolünü tartışır. 	Girişimcilik

Tablo 2.6.'da yer alan bilgilerden yola çıkarak ilkökul ve ortaokul programlarında girişimcilik becerisi ile ilgili öğrenme alanları ve kazanımlar değerlendirildiğinde matematikte bir ve ikinci sınıfta ölçme öğrenme alanında iki kazanım, matematik dördüncü sınıfta sayılar öğrenme alanında iki kazanım, fen ve teknoloji eğitiminde iki öğrenme alanında iki kazanım, sosyal bilgiler derslerinde iki farklı sınıfta iki öğrenme alanı ve toplam beş kazanımla bu beceri kazandırılmaya çalışılmıştır. Ancak girişimcilik eğitimi ve girişimcilik becerisinin kazandırılması belirli tema, değer ve becerileri olan, kendine özgü yöntem ve teknikleri de bünyesinde barındıran bir saha olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu sebeple girişimcilik becerisinin

farklı bir öğrenme alanı olarak sosyal bilgiler dersinde belirli bir metot ile bütün sınıflarda aşamalı olarak kazandırılması mümkündür.

2.9.3.4. MEB lise girişimcilik dersi öğretim programı

Türkiye’de eğitimin ilköğretim kademesinde girişimcilik eğitimi programı yer almamaktadır. Ortaöğretim kademesinde ise 9. 10.11.12. sınıflarda seçmeli ders olarak yer alan girişimcilik dersi meslek liselerinde zorunlu olarak öğretilmektedir. Türkiye’de 2009 yılında girişimcilik dersi öğretim programı Talim ve Terbiye Kurulu tarafından yayınlanmıştır.

Girişimcilik dersi öğretim programında programın vizyonunun Türkiye’nin mevcut durumu, potansiyeli ve ihtiyaçları çerçevesinde geliştirildiği, ulusal kalkınma ve sosyal gelişmişlik düzeyi ile girişimciliğin ilişkili olduğu ve programın hazırlanmasında bu durumun göz önünde bulundurulduğu ifade edilmiştir. Programda öğrencilere girişimcilikle ilgili temel bilgilerin yanında daha da ağırlıklı olarak girişimci olabilmek için gerekli becerilerin kazandırılmasının esas alındığı ve ortaöğretim kurumuna devam eden bir öğrencinin iş fırsatlarını görebilmesi ve bu fırsatları yatırıma dönüştürebilmesine ilişkin ipuçlarının sunulduğu belirtilmiştir. Programda girişimcilik dersinin amaçları şu şekilde ifade edilmiştir (MEB (GDP), 2009):

- Temel ekonomi bilgisine sahip olmalarını,
- Girişimciliğin sosyal ve ekonomik hayat içindeki rolünü kavramalarını,
- Yenilik yapmanın ve araştırmacı olmanın önemini kavramalarını,
- Girişimcilikle ilgili temel kavramları tanımalarını,
- Girişimcilik türlerini fark etmelerini,
- Girişimcilikteki kaynakların nasıl bir araya getirileceğini fark etmelerini,
- Girişimciliği teşvik eden faktörleri tanımalarını,
- Genç girişimcileri bekleyen iş fırsatlarının farkında olmalarını,
- Bir iş fikri geliştirme ve projeye dönüştürülmesi sürecini kavramalarını,
- İş kurma sürecinin temel adımları ve iş plânı hazırlamada bilgi sahibi olmalarını,

- Kendi işini kurmanın avantaj ve dezavantajlarının farkında olmalarını,
- İş ahlakı, sosyal ve yasal sorumluluk bilinci kazanmalarını,
- İşletme kavramı, türleri ve fonksiyonları hakkında bilgi sahibi olmalarını,
- Girişimcileri destekleyen kurum ve kuruluşları tanımalarını sağlama olarak ifade edilmiştir.

Günümüzde girişimcilik dersi bir program dâhilinde sadece ortaöğretimde verilmektedir. 10, 11 ve 12. sınıflardan herhangi birinde haftada bir saat seçmeli olarak verilmesi planlanmış olan girişimcilik dersinin, 9. sınıflarda verilmesi erken olarak ifade edilmiştir (MEB, 2009). Oysaki Demolins girişimcilik eğitiminin küçük yaşlardan itibaren kazandırılması gereken bir beceri olduğunu ifade ederek, Anglosaksonlarda girişimcilik kültürünü gelişmesinde genç nesillerin üretim odaklı bir eğitime tabi tutulduklarının büyük bir etkisinin olduğunu belirtmiştir (Ata, 2015).

Girişimcilik eğitiminde dikkat edilmesi gereken noktalar öğretim programında şu şekilde yer almaktadır (MEB, 2009) :

- *“Girişimcilik, programda esas itibariyle ticari olarak ele alınmıştır. Ancak girişimciliğin sadece ticari boyutu yoktur. Sosyal yaşamda da pek çok girişimcilik örnekleri vardır. Sosyal girişimcilik, kurum içi girişimcilik, akademik girişimcilik, sanatsal girişimcilik, kadın girişimciliği ve kamu kurumlarında girişimcilik son yıllarda önemli gelişmeler gösteren yeni uygulama alanlarıdır. Dolayısıyla bu dersi yürüten öğretmenlerin zaman zaman öğrencileri bu alanlardaki girişimcilik becerilerini artırıcı etkinlikler düzenlemesinde büyük yarar vardır.*
- *Ülkelerin makro düzeyde gelişmesinin ve kalkınmasının ardında başarılı girişimcilik uygulamalarının oldukça önemli bir yeri vardır. Ülke düzeyinde girişimcilik ruhunun yeni jenerasyona aşılması amacıyla konulan bu dersin etkin bir şekilde işlenmesi ulusal pek çok faydayı da beraberinde getirecektir. Program uygulayıcılarının bu hususa özellikle dikkat etmesinde yarar vardır.*

- *Program, haftada “1” ders saati olarak uygulanacaktır. Bu 1 saatlik sürede girişimciliği tüm yönleriyle anlatmak ve aktarmak mümkün değildir. Bu ders öğrencilere bir anahtar olacaktır. Öğrenci ilgisi oranında kendini geliştirecektir. Girişimci olabileceğine dair kazanımlara sahip olması, bu dersin en temel amacıdır. Dolayısıyla girişimciliğin yani kendi işini kurmanın bir vatandaş olarak iyi bir alternatif olabileceği fikri öğrencilerde yerleşmiş olması bu programdan temel olarak beklenmektedir.*
- *Girişimcilik dersinin 10 veya 11. sınıfta okutulmasında fayda görülmektedir. 9. sınıfın bu ders için erken bir dönem olması ve 12. sınıfın ise öğrencilerin genellikle ÖSS sınavına yoğunlaştığı bir dönem olması nedeniyle 10 veya 11. sınıflar uygun görülmüştür. Okul yönetimlerinin bu hususu dikkate almasında yarar görülmektedir.*
- *Program, esas itibariyle girişimcilikle ilgili temel bilgiler sunmak ve öğrencilerde kazanımlarla sınırlı olmak kaydıyla girişimcilik becerilerini geliştirmek amacıyla hazırlanmıştır.*
- *Bu ders kapsamında etkinlikler esnasında öğrencilerin gruplandırılmasında büyük yarar vardır. Bazı ünitelerin grup bazında tartışılması, değerlendirilmesi ve sunulması gerekmektedir. Böylece girişimcilikle ilgili konular daha geniş bir perspektifle ele alınabilecektir.*
- *Öğretmen öğrenme-öğretme sürecinde çevre özelliklerini, öğrenci grubunun ilgilerini, ihtiyaçlarını, beklentilerini, hazırbulunuşluk düzeylerini ve dolayısıyla da ön bilgilerini dikkate almalıdır.*
- *Girişimcilik derslerinin, Ticaret Meslek Liseleri'nde yıllardır bu dersleri yürüten branş öğretmenleri tarafından yürütülmesinde yarar vardır. Bu anlamda eğer ilgili lisede ticaret branşında bir öğretmen bulunmuyorsa öncelikle Ticaret Meslek Liselerinden yardım istenmelidir.*

- *Dersin içeriği gereği derslerin işlenişi sırasında bölgede bulunan başarılı girişimcilerden ve üniversitelerin ilgili bölümlerinden destek alınmalıdır.*
- *Bu program diğer derslere oranla daha yüksek oranda dış bağlantıları gerektirdiğinden okul yönetimi bu konuda öğretmene yardımcı olmalıdır.*
- *Öğretmen, fotoğraf, film, internet ve diğer telekomünikasyon hizmetlerini imkânları ölçüsünde dersin bir parçası yapmalıdır. Gezi düzenleyemediği kurum ve kuruluşlara, sınıf içinde genel ağ yardımı ile sanal alan geziler düzenlenebilir. Görüşülmesinde yarar olan girişimcilerle bizzat görüşerek ve kamerayla kayıt ederek sınıf ortamında öğrencilere izlettirebilir. Başarılı girişimcilerin konuşmalarını mümkün olan ortamlarda kaydederek öğrencilere dinletebilir veya izletebilir.*
- *Öğretmen, okulun bulunduğu çevreye göre programdaki etkinlik örneklerini seçmeli ya da kendisi etkinlik hazırlamalıdır. Yeni etkinlikler tasarlanırken dersin amaçları, kazanımlar, farklı öğrenme stilleri ve zekâ türleri, öğrencilerin ilgi, yetenek ve ihtiyaçları göz önüne alınmalıdır.*
- *Girişimcilik dersinde öğretmenlerin öğrencileri girişimciliğe teşvik etmesi, sınıfa girişimcilikle ilgili örnekler getirmesi beklenmektedir. Özellikle başarılı girişimcilerin hayat hikâyeleri öğrencilere okutulmalıdır.*
- *Öğretmen, öğrencilerin davranışlarını şekillendiren kişi olarak, üst düzey analitik düşünme becerisini geliştirmeli, girişimcilik konusunda duyarlı olmalı, bilimsel çalışma alışkanlığı kazandırmalı, insanlara saygılı ve hoşgörülü olma yönünden örnek olmalıdır.*
- *Öğretmen, ünitenin yapısına uygun olan ölçme ve değerlendirme tekniklerini ve araçlarını seçmelidir. Öğretmen sadece öğrenme ürününü değil, öğrenme sürecini de değerlendirmelidir. Değerlendirmede geleneksel yöntemlerle alternatif değerlendirme yöntemlerini birlikte kullanmalıdır.”*

Yukarıda yer alan bilgilerden yola çıkarak programın olumlu yönlerini şu şekilde ifade etmek mümkündür: Öğretmenlerin öğrencileri girişimcilik becerisinin kazandırılması yönünde aktif tutmalarını sağlamayı amaçlaması; yazılı, görsel, film vs gibi materyallerin sınıfta kullanımını teşvik etmesi; meslek liselerinde girişimcilik derslerine uzman öğretmenlerin girmesi; girişimcilik becerisinin kazandırılması için örnek kişilerin hayat hikâyelerinin sınıfta okutup değerlendirilmesinin teşvik edilmesi; geleneksel yöntemlerin yansıra alternatif değerlendirme yöntemlerinin ve öğrenme sürecinin de değerlendirmeye dâhil edilmesi gerektiğini belirtmesi; girişimcilik becerisi kazandırılırken bireysel farklılıkların göz önünde bulundurulması gerektiğinin vurgulanması; etkinliklerin hazırlanmasında öğrencilerin ilgi, yetenek ve ihtiyaçlarının önemszenmesi oldukça değerli uygulamalardır.

Diğer taraftan programda yer alan eksikliklere değinilecek olursa girişimcilik becerisi MEB'in hemen hemen bütün programlarında öğretilmesi ve kazandırılması amaçlanan temel beceriler içerisinde yer almaktadır. Beceriler küçük yaşlardan itibaren bireylere kazandırılması gereken ve eğitim süresince desteklenerek geliştirilen yetenekler olarak kabul edilebilir. Bu çerçeveden bakıldığında MEB (2009) 'in girişimcilik programında yer alan "*girişimcilik dersinin 10 veya 11. sınıfta okutulmasında fayda görülmektedir. 9. sınıfın bu ders için erken bir dönem olması ve 12. sınıfın ise öğrencilerin genellikle ÖSS sınavına yoğunlaştığı bir dönem olması nedeniyle 10 veya 11. sınıflar uygun görülmüştür.*" ifadesi girişimcilik eğitiminin temel eğitim felsefesi ve kriterleriyle uyuşmamaktadır.

Girişimcilik eğitimi ile ilgili Girişimcilik Dersi Öğretim Programı'nın bir diğer tutarsızlığı da "*program, haftada "bir" ders saati olarak uygulanacaktır. Bu bir saatlik sürede girişimciliği tüm yönleriyle anlatmak ve aktarmak mümkün değildir. Bu ders öğrencilere anahtar olacaktır. Öğrenci ilgisi oranında kendini geliştirecektir.*" ifadesinde geçen ders saatidir. Girişimcilik ülkenin ekonomik kalkınmasında, istihdam ve iş çeşitliliğinin artmasında temel unsurdur. Dolayısıyla girişimcilerin çeşitli programlarla desteklendiği ülkemizde girişimcilerin sayılarının ve çeşitliliğinin artması hedeflenirken, girişimcilik dersi öğretim programının seçmeli ders olarak, haftada bir saat ve 10, 11 ve 12 sınıflarla sınırlandırılması bir diğer tutarsızlığın örneğidir.

Diğer taraftan girişimcilik eğitimi belirli bir ders veya program çerçevesinden çıkartılarak, özellikle ortaöğretimde özgün projelerle fikirlerini hayata geçirmek isteyen öğrencilere KOSGEP vb oluşumlarla destekler verilerek girişimci bireyleri genç yaşlardan itibaren yetiştirmek ve teşvik etmek önemlidir. Bu desteklerin ve uygulamaların programlarda yer alması girişimcilik becerisinin gelişimine önemli katkı sunacaktır.

Orta Öğretim Girişimcilik dersi öğretim programında yer alan ünitelerini “*Girişimcilik ve girişimciliğin önemi, girişimci ve başarılı girişimcilerin özellikleri, bir iş fikrinin projeye ve yatırıma dönüştürülmesi, işletmelerin fonksiyonları ve işletme türleri, girişimcilikteki gelişmeler ve genç girişimcilere öneriler*” oluşturmaktadır. Diğer taraftan konularla ilgili bazı başlıklar şunlardır: “*Ekonomi hakkında genel bilgiler, girişimciliğin tanımı, girişimcilikle ilgili temel kavramlar, girişimcilik türleri, girişimci kimdir?, girişimcilerin fonksiyonu, girişimcide olması gereken özellikler, iş fikri nedir?, iş fikri bulma, proje kavramı*”. Programda yer alan kazanımlarla ilgili örnekler ise aşağıda verilmiştir (MEB 2009):

- Girişimcilikle ilgili temel kavramları açıklar.
- Girişimcilik türlerini sıralar.
- Girişimcilikte gerekli kaynakları sıralar.
- Kendi işini kurmayla ilgili tasarılar geliştirir.
- Girişimcide bulunması gereken kişilik özelliklerini belirtir.
- Girişimcide bulunması gereken kişilik özellikleriyle kendi kişilik özelliklerini karşılaştırır.
- Girişimci kavramını açıklar.
- Girişimcide bulunması gereken sosyal becerileri örneklerle açıklar.
- Sosyal becerilerin kişilerarası iletişim kurmada ve girişimcilikteki önemini açıklar.
- Bireysel özelliklerini girişimcilik açısından değerlendirir.
- Başarılı ve başarısız girişimcilik örneklerini değerlendirir.

Bu kazanımlar ve programlar değerlendirildiğinde girişimcilik eğitiminin kuramsal olarak bir bütün halinde ve detaylı bir şekilde ele alınmadığı görülmektedir. Girişimcilik eğitimi konu (tema), beceri ve değer olarak bir bütün şekilde değerlendirilmelidir. Ancak konuların içerik olarak girişimcilik eğitimi çıktıları ile doğrudan ilişkili olması ve uygulanabilir bir çerçevede çocuklara sunulması oldukça önemlidir. Şuan hali hazırda girişimcilik dersi öğretim programı olarak sunulan programın hem ders sayısı, hem konu içerikleri, hem kullanılan yöntem ve teknikler, hem de beceri ve değerlerin uygulanabilirliği, açısından oldukça yetersiz olması girişimcilik becerisinin kazandırılmasında yetersiz kalacaktır.

Özellikle ilkokul ve ortaokul düzeyinde girişimcilik programının yer almaması, hatta bu programın yanı sıra girişimciliğin farklı derslerde farklı kazanımlarla öğretilmeye çalışılması girişimcilik eğitiminin uygulanmasında ve girişimcilik becerisinin kazandırılmasında farklı bir yöntem olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak girişimcilik becerisinin sosyal bilgiler dersinde kendine özgü öğrenme alanı ile bir bütün olarak ele alınması, çocuklardaki girişimcilik becerisinin gelişimini önemli ölçüde etkileyecektir. Bu noktadan hareketle yapılan çalışma girişimcilik eğitiminin öğrenme alanlarını ve bu öğrenme alanlarının alt konularını, değer ve becerilerin neler olduğunu bir bütün olarak yansıtması açısından oldukça önemlidir.

2.10. İlgili Literatür

Araştırmanın bu bölümünde ülkemizde ve dünyada sosyal bilgiler ve girişimcilik eğitimi alanında girişimcilik eğitimi, girişimcilik, sosyal bilgiler ve girişimcilik becerisi konularına yönelik yapılan araştırmalara yer verilmiştir. Aynı zamanda bu alandaki mevcut eğilimlerin hangi yönde olduğu ortaya konularak konunun derinliği ve yaygınlığı hakkında bilgi vermek ve bu alanda araştırma yapmak isteyenler için fikir oluşturmak amaçlanmıştır. Konularla ilgili alanyazındaki mevcut araştırmalar taranarak o alandaki eksiklikler ve ihtiyaçlar belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırmanın kapsamı dâhilinde Google Akademik, UNESDOC, ULAKBİM ve YÖK Ulusal Tez Merkezi; “Sosyal Bilgiler ve Girişimcilik Eğitimi”, “Sosyal Bilgiler ve Girişimcilik Becerisi” “Girişimcilik Eğitimi”, “Girişimcilik”, “İnovasyon”,

“Girişimcilik Becerisi”, Girişimcilik Eğitimi ve Etkinlikler”, “Etkinliklerle Girişimcilik Becerisinin Kazandırılması” anahtar kelimeleriyle taranmıştır. Elde edilen bulgular aşağıda yerli ve yabancı kaynaklar başlığı altında incelenmiştir:

2.10.1. Yurt dışı araştırmaları

Sosyal bilgiler eğitiminde girişimcilik becerisinin kazandırılmasında yararlanılan yabancı literatür ile ilgili örnekler şunlardır:

Fayolle, Jack, Lamine ve Chabaud’un 2016 yılında editörlüğünü yaptıkları “Entrepreneurial Process and Social Networks” isimli kitapta girişimci ağların birleşimi, girişimcilik yatırımı, girişimcilerin dinamik sosyal ağları, girişimcilerin sosyal ağları ve iş fırsatları, iş dünyası ve mesleki ağlar, kadın girişimciler, KOBİ ağlarında koordinasyon ilişkileri, girişimci firmaların rekabet gücü, yeni girişimcilerin sosyal ağ yapıları konularından bahsedilmiştir.

Hess’in 2016 yılında editörlüğünü yapmış olduğu “The Future of Educational Entrepreneurship” isimli çalışmada yeteneklerin geliştirilmesi, sermaye, yatırım, kalite kontrolü, gelecekte yaratıcı bir girişimci için okul, araç ve kurallardan bahsedilmiştir.

Fayolle ve Riot’un 2016 yılında editörlüğünü yapmış olduğu “Rethinking Entrepreneurship” isimli kitapta girişimciliğin multidisipliner doğasından ve bunu etkileyen kurumsal etmenlerden, girişimciliğin yeniden canlandırılmasında ekonominin rolünden, sosyal girişimcilikten, girişimcilik ile ilgili sorunlardan, girişimciliğin kalitesinin araştırılmasından bahsedilmiştir.

Ramadani, Gerguri ve Fayolle’nin 2015 yılında editörlüğünü yapmış olduğu “Female Entrepreneurship in Transition Economies” isimli kitapta kadın girişimciliği, kadın girişimcilerini motive eden faktörler, Avrupalı girişimcilerde yenilikçi aktivitenin cinsiyete dayalı belirleyici etkenlerinden, girişimcilikte cinsiyet eşitliği, Makedonya’da kadın girişimciler, Arnavutluk’ta kadın girişimciler, Polonyalı kadın girişimcilik vakaları, Şili’de kadın girişimciler konularından bahsedilmiştir.

Faylle, Kyrö ve Linan'ın (2015) editörlüğünü yaptığı “Developing, Shaping and Growing Entrepreneurship” isimli eserde girişimciliğin gelişmesinde eğitimin ve araştırmaların rolünden, girişimcilik eğitimi ile ilgili ölçme araçlarının oluşturulmasından, girişimcilik niyetlerinin ölçülmesinden, girişimcilik üzerine yapılan doktora çalışmaları ve araştırmalardan bahsedilmiştir.

Fayolle'nin 2014 yılında editörlüğünü yaptığı “Handbook of Research on Entrepreneurship” isimli çalışmada girişimcilik alanında nelere ihtiyaç duyulduğundan, girişimciliğin örgütlenmesinden, girişimcilik araştırmalarından, girişimcilikte teori, sanat ve uygulamalardan, girişimcilik yönelimlerinden, girişimciliğin finansmanından, kırsal işletmelerden bahsedilmiştir.

Valerio, Parton ve Robb'un (2014) “Entrepreneurship Education and Training Programs Around the World” isimli eserinde girişimciliğin geliştirilmesi, girişimcilik eğitimi ve girişimcilik eğitimi programına yönelik kavramsal çerçeve, girişimcilik eğitimi programının tasarım ve uygulaması, girişimcilik eğitime yönelik edebiyat incelemesi, girişimcilik eğitimi programının kavramsal çerçevesinden ve girişimcilik eğitimi programlarının türlerinden bahsedilmiştir.

Thomas ve Kelley'in 2011 yılında editörlüğünü yaptıkları “Entrepreneurship Education in Asia” isimli kitapta küresel girişimci eğitimi, girişimcilik eğitimi ve öğretimine küresel bir bakış, Çin'de girişimcilik eğitimi, mühendislik ve fen öğrencilerinin girişimcilik eğitimlerinin Çin ve ABD' de nasıl olduğuna yönelik karşılaştırma, Çin'de mühendislik ve fen öğrencilerine yönelik girişimcilik eğitimi programlarının geliştirilmesi, disiplinler arası yöntemle sosyal girişimciliğin geliştirilmesi, danışmanlık temelli girişimcilik eğitimi konularından bahsedilmiştir.

Weber tarafından 2011 yılında yazılan “Evaluating Entrepreneurship Education” isimli kitapta girişimciliğin tanımı, girişimciliğin sınıflandırılması, girişimcilik ile ilgili yapılan çalışmalar, girişimcilik yaklaşımları, girişimcilik eğitiminin değerlendirilmesi ile ilgili bilgilere yer verilmektedir.

Fayolle ve Matlay'ın 2010 yılında editörlüğünü yapmış oldukları “Handbook of Research on Social Entrepreneurship” isimli çalışmada sosyal girişimcilikten, hisse senetlerinden, sosyal girişimcilik ile ilgili kavramlardan, toplumsal fırsatların oluşmasından, Fransa’da sosyal girişimcilikten, Avrupa bölgelerindeki sürdürülebilir sınırlar ötesi girişimcilikten, sosyal girişimciliğin öneminden, sosyal, ticari ve kamusal girişimciliğin ilişkilerinden, sosyal girişimcilik bağlamında sosyal sermayenin desteklenmesinden, sosyal girişimciler ve kazanılan fırsatlardan, sosyal girişimcilikle ilgili araştırma sonuçlarından ve tavsiyelerden bahsedilmiştir.

Fayolle'nin (2007) editörlüğünü yaptığı “Handbook Research in Entrepreneurship Education” isimli eserde girişimcilik eğitiminden, girişimcilik eğitiminin öğrenme süresinin eğlenceli geçmesinin öneminden, girişimcilik eğitiminde yapılan araştırmaların yeni perspektiflerinden, girişimcilik eğitimi paradigmasının değişiminden, girişimcilik eğitimi modelinden, üniversitelerdeki girişimcilik becerisinin kazandırılmasından ve girişimcilik oryantasyonundan, girişimcilik öğretimi ile ilgili stratejilerden, girişimcilik ile ilgili vaka analizlerinden bahsedilmiştir.

Fayolle ve Klandt'ın (2006) editörlüğünü yaptığı “International Entrepreneurship Education” isimli eserde girişimcilik eğitimi alanındaki konuların ve yeniliklerin yanı sıra, girişimcilik eğitimi ve öğretiminden, girişimciliğin stratejilerinden, işletme okullarından, akademik girişimcilerin çoğalmasında için iş planı yarışmalarının girişimciliği nasıl etkilediğinden, girişimcilikte tutum, niyet ve davranışların rolünden ve girişimcilik eğitimindeki yeni yaklaşımlardan bahsedilmiştir.

Fayolle, Kyrö ve Ulijin'in 2005 yılında editörlüğünü yapmış olduğu “Entrepreneurship Research in Europe” isimli kitapta Avrupa’da girişimciliğin teorik ve kültür ekseninde tartışılmasından, girişimciliğin başlangıç süreçlerinin incelenmesinden ekonomide yeni firmaların ortaya çıkışı ve gelişmesinden, çok yönlü rekabetin yeni paradigmasından ve bunun Avrupa’daki girişimcilik araştırmalarına etkisinden, girişimcilik araştırmalarındaki metodolojinin mevcut durumundan, girişimsel başarının kökenlerinden bahsedilmiştir.

Courcoubetis ve Weber'in 2003 yılında yapmış oldukları "Princing Communication Networks" isimli çalışmada, fiyatlandırma, iletişim ağı oluşturma, piyasa özelliklerinin belirlenmesi, taşımacılık hizmetleri, internet hizmetleri, ekonomide temel kavramlar, talep, arz, pazar, tedarikçi sorunu, tüketici durumu, maliyet fiyatlandırması, rekabet modelleri, paketleme, güncel eğilimler, kaynaklar gibi konulardan bahsedilmiştir.

Hess'in 1911 yılında editörlüğünü yapmış olduğu "Educational Entrepreneurship" isimli çalışmada girişimcilik ve yeniden geliştirmenin ne olduğundan, risk kavramından, girişimcilik eğitiminin ne olduğundan, iş girişimciliğinden bahsedilmiştir.

Yabancı literatür kaynakların değerlendirilmesi detaylı olarak yurtiçi kaynaklarla birlikte değerlendirilmiş ve bu değerlendirme sonuçları Tablo 2.8'de, etkinliklerle ilgili kaynakçaların detaylı bilgileri ise Ek-1'de verilmiştir.

2.10.2. Yurt içi araştırmaları

Girişimcilik eğitimi ile ilgili yurt içindeki araştırmalar incelendiğinde elde edilen literatür ile ilgili bulgular şunlardır:

Deveci 2015 yılında "Çocuklara Girişimcilik Kazandırmada Sosyal Bilgilerin Rolü" isimli çalışmada, sosyal bilgilerde beceri eğitiminden, girişimciliğin tanımı, kapsamı ve özelliklerinden, sosyal bilgiler dersinin girişimcilik kazandırmadaki rolünden, girişimcilik kazandırmada probleme dayalı öğrenmeden, işbirliğine dayalı öğrenmeden, girişimcilik becerisinin kazandırılmasında yaşam öykülerinden bahsetmiştir.

Tarhan ve Kılıç'ın 2017 yılında "Sosyal Bilgiler Eğitimi'nde Girişimcilik Becerisinin Kazandırılmasına Yönelik Kullanılabilecek Kaynaklar Bibliyografyası" ve "Sosyal Bilgiler Eğitiminde Biyografilerle Girişimcilik Becerisinin Kazandırılmasına İlişkin Bir Envanter Çalışması" başlıklarıyla yapılan makale çalışmalarında girişimciliğin öneminden, girişimcilik becerisinin kazandırılmasında

kullanılabilecek kaynaklardan ve bu kaynakların içerik değerlendirilmesinden, biyografilerin girişimcilik becerisinin kazandırılmasında kullanımından, bahsedilmiştir.

Yukarıda yer alan çalışmaların dışın sosyal bilgiler alanında girişimcilik becerisi ile ilgili yapılan çalışmalar yok denecek kadar azdır. Bunun yanı sıra sosyal bilgiler eğitimi alanında girişimcilik becerisinin kazandırılmasına yönelik kullanılabilecek kaynaklar uluslararası kitaplar, ulusal kitaplar, ulusal makale ve tezler olmak üzere dört başlık altında toplanmıştır. Bu kapsamda kaynaklarla ilgili değerlendirmeler şunlardır:

Tablo 2.7. Girişimcilik ile yapılan ilgili lisansüstü çalışmalar

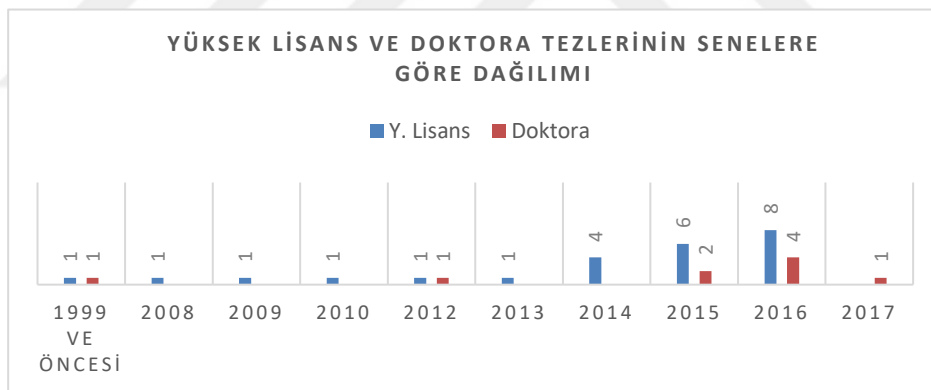
Ad Soyad	Çalışma Yılı	Çalışmanın Başlığı	Çalışmanın Türü	Çalışma Alanı
Belgin Torucu Koçak	1994	Eğitim Sürecinde, Grupla Danışma Uygulamalarının Gençlerin Girişimcilik Gelişimine Etkisi (Yenişehir Sağlık Meslek Lisesinde Deneysel Bir Uygulama)	Doktora	Eğitim Psikolojisi
Fevzi Apaydın	1999	Girişimcilik ve Başarılı Girişimcilik Uygulamaları	Yüksek Lisans	İşletme
Hakan Kuvan	2008	Örgün ve Yaygın Eğitimin Girişimciler Üzerindeki Etkileri (Malatyalı Girişimciler Üzerine Bir Uygulama)	Yüksek Lisans	Eğitim
Yasemin Aslan	2009	Türkiye'de Büyüme-Odaklı ve Yenilikçi Bir Girişimcilik Politika Çerçevesi Geliştirme ve Politika Açıklarının Belirlenmesi	Yüksek Lisans	Ekonomi
Elif Yüzüak	2010	Üniversitelerde Öğrenim Gören Kız Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimlerini Etkileyen Faktörler: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Biga İ. İ. B. F. Örneği	Yüksek Lisans	İşletme
Ayşe Fulya Karakaş	2012	İşletme ve Mühendislik Bölümü Öğrencilerinin Girişimcilik Eğiliminin Karşılaştırılması: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Örneği	Yüksek Lisans	İşletme

Seylan Mungan	2013	Kadın Girişimcilik Değerleri İle Kadın Girişimcilik Algısı Arasındaki İlişkide Girişimcilik Eğitimlerinin Rolü	Yüksek Lisans	İşletme
Osman Çelik	2014	Sosyal Bilgiler ve Sınıf Öğretmenliği Öğretmen Adaylarının Girişimcilik Bilgi ve Beceri Düzeyleri	Yüksek Lisans	Eğitim
Gül Nazik Bayram	2014	Girişimcilik Eğitiminin Girişimcilik Eğilimi Üzerine Etkisinin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma	Yüksek Lisans	İşletme
Sıdıka Arıkan	2014	Girişimciliğin Önündeki Engellerin ve Çözüm Önerilerinin Tespiti	Yüksek Lisans	Ekonomi
Oğuzhan İrengün	2014	Beş Faktör Kişilik Kuramının Sosyal Girişimcilik Yönelimine Etkisi ve Bir Alan Araştırması	Yüksek Lisans	İşletme
Eda Coşkun	2015	Gönüllü Kuruluşların Okul Öncesi Sosyal Girişimcilik Eğitimindeki Rolü	Yüksek Lisans	Sosyal Hizmetler
Zeynep Kavşur	2015	Sağlık Yönetimi Lisans Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma	Yüksek Lisans	Sağlık Kurumları Yönetimi
Nuriye İn	2015	1968-2012 Yılları Arasında 4. ve 5. Sınıf Sosyal Bilgiler Ders Kitaplarında Yer Alan Girişimcilik Becerilerinin İçerik Analizi	Yüksek Lisans	Eğitim
Cansu Çakır	2015	Girişimcilik Eğitiminin, Cinsiyetin ve Yaşın; Proaktiflik ve Duygusal Zeka İle Girişimcilik Eğilimini Arasındaki İlişkiye Moderatör Etkileri	Yüksek Lisans	İşletme
Muhammet Baş	2015	Türkiye'de Girişimci Üniversitenin Oluşturulmasına İlişkin Bir Model Önerisi ve Uygulanabilirliğinin Değerlendirilmesi	Doktora	Eğitim ve Öğretim
Mustafa Karaca	2015	Girişimciliği Belirleyen Kişilik Özellikleri	Doktora	İşletme
Oktay Kara	2015	Girişimciliği Oluşturan Yapısal Faktörler Kayserili Girişimciler Üzerine Bir Araştırma	Yüksek Lisans	İşletme
Leyla Ayşin Kahya	2016	Ortaokul ve Ortaöğretimde Girişimcilik Eğitimi	Yüksek Lisans	İşletme

İsa Deveci	2016	Fen Bilimleri Öğretim Programıyla (5-8) Bütünleştirilmiş Girişimcilik Eğitimi Modüllerinin Geliştirilmesi, Uygulanması ve Değerlendirilmesi	Doktora	Eğitim
Serdar Arcagök	2016	Dördüncü Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Bilgiler Dersindeki Özerklik Desteği Algılarının Motivasyon, Girişimcilik ve Yaratıcılık İle İlişkisi	Doktora	Eğitim
Pınar Özdemir	2016	Girişimci Üniversiteler ve Türkiye'de Girişimcilik Eğitimi	Doktora	İşletme
Hasan Güner	2016	Bir Destekleme Modeli Olarak Kosgeb Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi ve Yeni Girişimci Destek Programı Üzerine Bir Araştırma	Doktora	Çalışma Ekonomisi
Hasan Tarık Altuntaş	2016	Girişimcilik Destek Programlarının Aktif İstihdam Politikası Üzerindeki Etkinliği: Kosgeb Yeni Girişimcilik Programı Örneği ve Tr21 Analizi	Yüksek Lisans	Çalışma Ekonomisi
Ece Ekici	2016	Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimini Belirlemede Planlanmış Davranışlar Teorisi ve Girişimcilik Eğitiminin Rolü	Yüksek Lisans	Yönetim ve Organizasyon
Abdurrahman Günay	2016	Bilişim Alanında Değişik Kademelerde Eğitim Gören Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimlerinin Karşılaştırılması	Yüksek Lisans	Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri
Özkan Ataseven	2016	Türkiye ve Avrupa Birliği Ülkelerindeki İlkokul Öğrencilerinin Girişimcilik Yeterliliklerinin Karşılaştırılması	Yüksek Lisans	Eğitim
Recep Can Güdek	2016	Kadın Girişimcilerin Liderlik Özelliklerinin İncelenmesi: Ankara İli Uygulaması	Yüksek Lisans	İşletme
Aydan Tunçil Bölükbaş	2016	Kadınların Güçlendirilmesine Yönelik Girişimcilik Eğitim Programlarında Eğilimler, Sorunlar ve Olanaklar: Kagider Örneği	Yüksek Lisans	Eğitim Programları

Filiz Ekin	2016	Hemşirelik Öğrencilerinin Girişimcilik Hisleri ve Potansiyelleri İle Hemşirelik Eğitimindeki İnovasyona İlişkin Düşünceleri	Yüksek Lisans	Hemşirelik
Ahmet Taş	2016	Girişimcilik Eğitimi İle Girişimcilik Eğilimi Arasındaki İlişkinin Parametrik Tekniklerle Analizi: Abant İzzet Baysal Üniversitesi Örneği	Yüksek Lisans	Ekonomi
Şefik Özdemir	2017	Devlet ve Piyasa İki İlişkisinde Girişimcilik ve Türkiye'de Girişimcilik Eğitiminde Devletin Rolü	Doktora	İşletme

Tablo 2.7 incelendiğinde Türkiye’de “girişimcilik eğitimi” alanında yapılan lisansüstü çalışmalar 1994 yılından başlayarak günümüze kadar gelmiştir. Toplamda 33 adet lisansüstü çalışması yapılmıştır. Bu çalışmalardan 8 tanesi eğitim alanında yapılmış olup bu 8 çalışmadan bir tanesi doğrudan sosyal bilgilerle ilgilidir.



Şekil 2.5. Girişimcilik eğitimi ile ilgili senelere göre yapılan tez çalışmaları

Şekil 2.3’te Sosyal Bilgiler Eğitimi’nde girişimcilik becerisinin kazandırılmasına yönelik kullanılabilecek kaynaklar arasında yer alan yüksek lisans ve doktora tezleri yer almaktadır. Burada görüldüğü üzere yüksek lisans ve doktora tezlerinde son yıllarda önemli bir artışın olduğu gözlemlenmektedir. Sosyal Bilgiler Eğitimi alanında doğrudan girişimcilik eğitimi ile ilgili bir adet yüksek lisans çalışmasının dışında herhangi bir çalışmanın yapıldığı görülmemektedir.

2.10.3. Literatürün değerlendirilmesi

Tarhan ve Kılıç (2017) tarafından tez kapsamında yereli ve yabancı kaynakların bibliyografyasının oluşturulmasına yönelik bir çalışma yapılmıştır. Kaynaklar bibliyografyada hazırlanan numaraya göre kodlama yapılarak aşağıda yer alan tabloda değerlendirilmiştir. Bu kaynakların incelenmesi sonucunda elde edilen bulgular konularına göre değerlendirilmiş ve kullanım kolaylığı açısından aşağıda tabloda verilmiştir:

Tablo 2.8. Sosyal bilgiler eğitiminde girişimcilik becerisinin kazandırılmasına yönelik yerli ve yabancı kullanılabilir kaynaklar ile ilgili değerlendirme

Konu	Makaleler	Y. Lisans Tezleri	Dok. Tezleri	Kitaplar
Bilim Teknolojileri, İnovasyon, Girişimcilik	3, 15,	53, 54, 119,		115, 116, 121, 142,
Örgütsel Performans ve Girişimcilik	2, 8, 105,	128,		
Girişimcilik Eğilimi, Yönelimi	13, 16, 23, 25, 37, 76, 77, 88, 94, 144,	18, 138,	49	
Girişimcilik Eğitimi ve Girişimcilik	14, 26, 27, 46, 52, 91, 111,	11, 34, 50, 123,	109	4, 6, 10, 12, 19, 20, 21, 24, 29, 30, 32, 35, 38, 39, 42, 45, 48, 50, 56, 57, 58, 60, 62, 64, 65, 69, 71, 72, 73, 80, 81, 84, 90, 98, 99, 100, 101, 102, 108, 114, 120, 129, 130, 131, 132, 134, 140,
Girişimcilerin Özellikleri, Girişimcilik Tutkusu/Ruhu	127,	68,		55, 66, 67, 83, 113,
Girişimcilik Eğitiminin Tarihi				
Girişimciliğin Süreci ve Türleri	1, 28, 106, 112,	5, 133,		59, 61, 136,
Kadınların Girişimciliği	125,	31, 41, 104, 126,		95, 96,
Başarılı Girişimcilik Uygulamaları				
Bölgesel, Ekonomik Kalkınma ve Girişimcilik		40, 92, 143,		135,
Girişimci Örnekleri ve Örnek Girişimci Hikâyeleri				17, 74, 75, 79, 85, 89, 93, 103, 107, 110,

Öğretim Programları ve Girişimcilik Eğitimi	87, 145	33, 78, 122, 137,	44	43, 139,
Destek, Teşvik Programları ve Girişimcilik		9, 47,	70	
Ekonomi, Pazarlama ve Girişimcilik		22, 86, 124,	7	36, 63, 97, 117, 118,
Girişimcilik Eğitimi ve Sosyal Bilgiler Eğitimi				43,
Çocuklar ve Girişimcilik Eğitimi				82,

Tablo 2. 8’de çalışmalar konularına göre sınıflandırılmış ve ilgili kaynaklar listede yer alan numara sırasına göre verilmiştir. Toplamda 44 ulusal kitap 20 çeviri kitap, 17 uluslararası kitap, 35 tez, 29 makale olmak üzere 145 çalışma değerlendirilmiştir. Bu değerlendirme neticesinde kaynaklar konularına göre tasnif edilmiştir. Yapılan araştırmada çalışmaların içeriklerine göre:

- Bilim teknolojileri, inovasyon, girişimcilik
- Örgütsel performans ve girişimcilik
- Girişimcilik eğilimi, yönelimi
- Girişimcilik eğitimi ve girişimcilik
- Girişimcilerin özellikleri, girişimcilik tutkusu/ruhu
- Girişimcilik eğitiminin tarihi
- Girişimciliğin süreci ve türleri
- Kadınların girişimciliği
- Başarılı girişimcilik uygulamaları
- Bölgesel, ekonomik kalkınma ve girişimcilik
- Girişimci örnekleri ve örnek girişimci hikâyeleri
- Öğretim programları ve girişimcilik eğitimi
- Destek, teşvik programları ve girişimcilik
- Ekonomi, pazarlama ve girişimcilik
- Girişimcilik eğitimi ve sosyal bilgiler eğitimi
- Çocuklar ve girişimcilik eğitimi olmak üzere toplamda on altı konu belirlenmiştir.

Bu konular kitap çalışmaları üzerinden değerlendirildiğinde en fazla kitap çalışmasının sırasına göre “girişimcilik ve girişimcilik eğitimi”, “girişimci örnekleri ve örnek girişimci hikâyeleri”, “ekonomi, pazarlama ve girişimcilik”, “girişimcilerin özellikleri, girişimcilik tutkusu/ruhu”, “bilim teknolojileri, inovasyon, girişimcilik”, “girişimciliğin süreci ve türleri”, “kadınların girişimciliği” , “ğretim programları ve girişimcilik eğitimi”, “bölgesel, ekonomik kalkınma ve girişimcilik” “girişimcilik eğitimi ve sosyal bilgiler eğitimi” “ocuklar ve girişimcilik eğitimi” konularında yapıldığı görülmektedir.

Tez alışmaları ise “bilim teknolojileri, inovasyon, girişimcilik”, “girişimcilik eğilimi, yönelimi”, “girişimcilik eğitimi ve girişimcilik”, “kadınların girişimciliği”, “bölgesel, ekonomik kalkınma ve girişimcilik”, “ğretim programları ve girişimcilik eğitimi”, “ekonomi, pazarlama ve girişimcilik” konularında yoğunlaşmıştır.

Makalelerin genellikle “girişimcilik eğilimi, yönelimi”, “girişimcilik eğitimi ve girişimcilik”, “bilim teknolojileri, inovasyon, girişimcilik”, “kadınların girişimciliği”, “bölgesel, ekonomik kalkınma ve girişimcilik”, “ğretim programları ve girişimcilik eğitimi”, “ekonomi, pazarlama ve girişimcilik” konularında yazıldığı görülmektedir.

III. BÖLÜM

3. Yöntem

Bu bölümde araştırma modeli, eylem araştırması süreci, veri toplama/üretme araçları ve verilerin çözümlenmesi hakkında bilgiler verilmiştir.

3.1. Araştırma Modeli

Mevcut araştırma nitel araştırma yöntemlerinden eylem araştırması desenine göre yapılmıştır. Eylem araştırmasıyla ilgili alan yazında çeşitli tanımlamalarla karşılaşmak mümkündür. Bu tanımlardan hareketle eylem araştırmasının bir problemden yola çıkarak mevcut durumu daha iyi bir hale getirme çabası olarak açıklamak mümkündür. İlgili tanımları şu şekilde ifade etmek mümkündür:

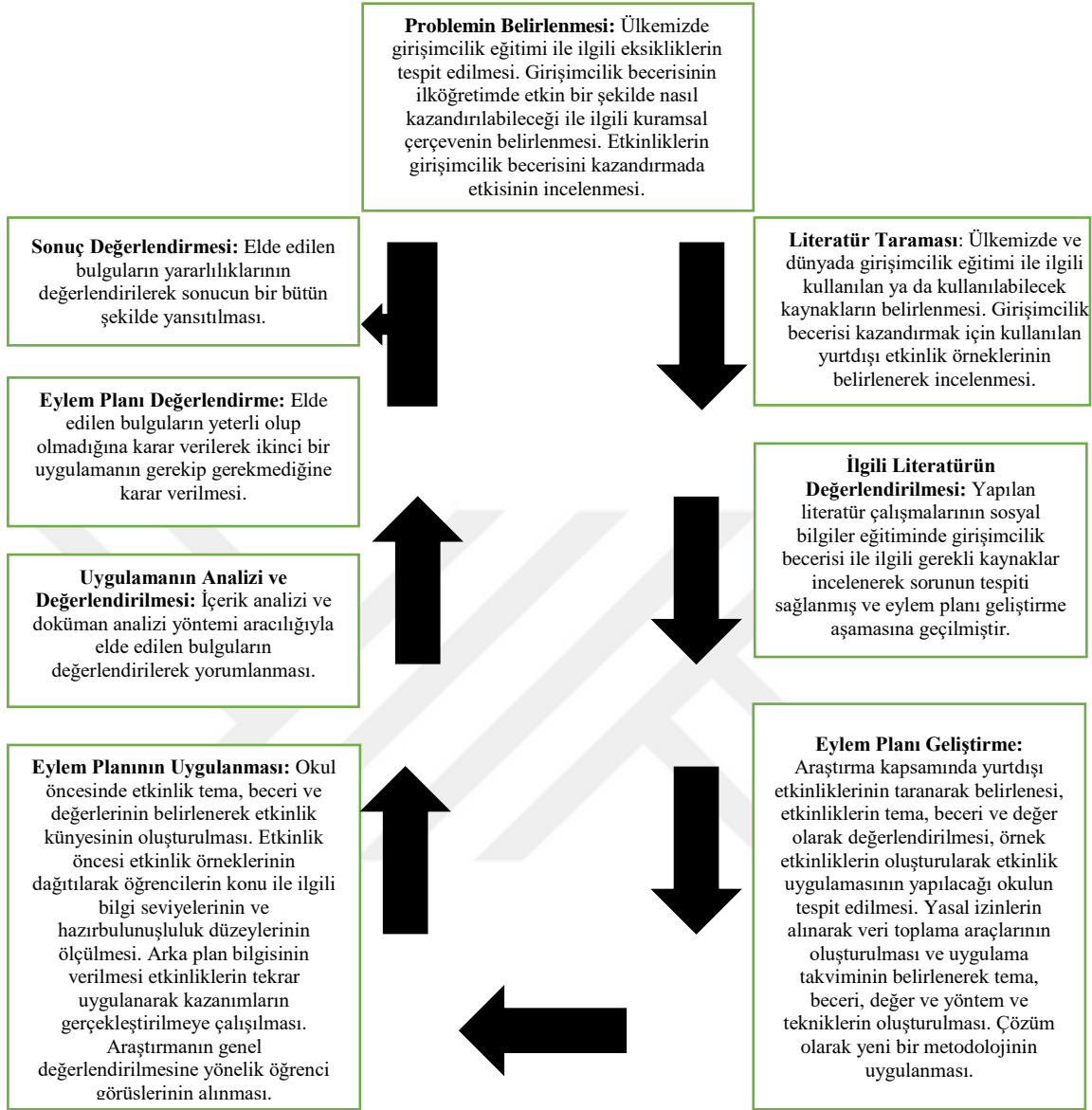
Eylem araştırmasını; uygulayıcı unsurların, yönetici ve denetçilerin işlerini daha iyi anlamalarına yardımcı olan bir araştırma tür (Glanz, 1999); sosyal durumun içindeki eylemin niteliğini geliştirmeyi amaçlayan sosyal bir durum çalışması (Ellioti 1991); bir grup insanın bir problemi tanımlaması, problemi çözmek için bir şeyler yapması, çabalarının ne kadar başarılı olduğunu görmesi, eğer sonuçtan tatmin olmazlarsa yeniden denemesi kısaca, yaparak ve yaşayarak öğrenmesi (O'Brien, 2003); uzman araştırmacıların yürütücülüğünde, uygulayıcıların ve probleme taraf olanların da katılmasıyla, var olan uygulamanın eleştirel bir değerlendirilmesini yaparak, durumu iyileştirmek için alınması gereken önlemleri belirlemeyi amaçlayan araştırmalar (Karasar, 1999) olarak tanımlamak mümkündür.

Yıldırım ve Şimşek (2013) ise eylem araştırmasını “*Bir okulda çalışan yönetici, öğretmen, eğitim uzmanı veya diğer tür kuruluşlarda çalışan mühendis, yönetici vb. gibi bizzat uygulamanın içinde olan bir uygulayıcının doğrudan kendisinin ya da bir araştırmacı ile birlikte gerçekleştirdiği ve uygulama sürecine ilişkin sorunların ortaya çıkarılması ya da hâlihazırda ortaya çıkmış bir sorunu anlama ve çözmeye yönelik*

sistematik veri toplama ve çözümlenmeyi içeren bir araştırma yaklaşımı” şeklinde tanımlanmışlardır. Eylem araştırması uygulama içerisinde bulunan bireylerin kendileri ile ilgili doğal ortamlarını gözlemleyebilme, mülakat, doküman analizi, görüşme gibi yöntemlerle verileri toplayabilmeye ve elde edilen verilerin yetersiz olması durumunda tekrar veri toplama kararlarının alınmasına olanak sağlamaktadır. Burada araştırmayı gerçekleştiren uygulayıcıda veri toplama işlevini görmektedir. Araştırmacının kendi görüşlerini nesnel bir şekilde aktarmasında bir sakınca görülmemektedir. Eylem araştırması ile ilgili yapılan araştırmalardan (Johnson, 2014; Yıldırım ve Şimşek, 2013) yararlanarak çalışmanın araştırma süreci şu aşamaları içermektedir.

3.2. Eylem Araştırması Süreci

Girişimcilik becerisinin günümüzde etkili bir şekilde kazandırılmaması probleminden yola çıkarak bu problemin çözümüne ilişkin uygulama alternatifleri düşünülmüştür. Tez izleme kurulunun danışman kurulu niteliğinde çalışabilir olması ve probleme yönelik çözüm yollarının karşılıklı değerlendirilme olasılığından dolayı eylem araştırması tercih edilmiştir. Problemin çözümüne yönelik etkinliklerin değerlendirilerek girişimcilik eğitiminin unsurları belirlenmiştir. Sonrasında bu unsurlardan yola çıkarak etkinlikler geliştirilmiştir. Etkinliklerle girişimcilik becerisinin sosyal bilgiler dersinde kazandırılması amaçlanmıştır. Etkinliklerin içerikleriyle ilgili gerekli değerlendirme ve tartışmalar yapıldıktan sonra etkinlik içerisinde yer alması istenilen kavram, kazanım, öğrenme çıktıları, beceri ve değerler belirlenmiştir. Uygulama 7. sınıf öğrencilerine sosyal bilgiler dersinde yapılmış ve bir ders saati içerisinde uygulanmıştır. Uygulama öncesinde etkinlik öğrencilere verilmiş, aynı etkinlik uygulama sonrasında tekrar yapılmıştır. Sonrasında iki etkinlik karşılaştırılmış ve bulgular değerlendirilmiştir. Süreç ile ilgili tablo aşağıda verilmiştir:



Şekil 3.1. Araştırmanın eylem araştırmasına ile ilgili süreçleri

Eylem araştırması süreci araştırmanın aşamalarına yönelik detaylı bilgilerin yer aldığı bölümden oluşmaktadır. Yukarıda yer alan şekil içerisinde verilen başlıklar hakkında detaylı bilgiler bu bölümde ilgililere sunulmuştur.

3.2.1. Problemin belirlenmesi

Ülkemizde girişimcilik eğitimi ve girişimcilik becerisinin kazandırılmasına yönelik çalışmalar oldukça yetersizdir. Özellikle sorumlu ve üreten bireylerin

yetiştirilmesinde sosyal bilgilerin rolü tartışılmaz bir gerçektir. Bu sebeple özellikle sosyal bilgiler alanında girişimcilik becerisine yönelik çalışmaların yok denecek kadar az olması araştırmanın probleminin çıkış noktasıdır. Bu noktadan hareketle ilköğretim kademesinde girişimcilik becerisine yönelik hem teorik hem de pratik uygulamaların yetersizliği sonucunda böyle bir çalışmanın yapılmasına lüzum görülmüştür. Dolayısıyla bu çalışma:

- Ülkemizde girişimcilik eğitiminin ilköğretim kademesinde planlı bir şekilde nasıl gerçekleştirilebileceği,
- Girişimcilik becerisinin etkin bir şekilde çocuklara nasıl kazandırılabilceği,
- Etkinliklerle girişimcilik becerisinin öğretilmesinin mümkün olup olmadığı,
- Yurt dışında girişimcilik eğitiminin nasıl gerçekleştirildiği,
- İlgili etkinliklerin değerlendirilmesiyle ülkemizde girişimcilik eğitiminin kuramsal çerçevesinin ve girişimcilik becerisinin kazandırılmasına yönelik etkinliklerin oluşturulması gerektiği ihtiyacından yola çıkarak oluşturulmuştur.

Mevcut araştırmanın sosyal bilgiler öğretmenlerine girişimcilik becerisinin etkinliklerle kazandırılması konusunda rehber olacağı varsayılarak literatür taranmış ve yabancı literatürde elde edilen etkinlikler değerlendirilerek tema, beceri, değer, yöntem ve tekniklerin belirlenmesi amaçlanmıştır.

3.2.2. Literatürün taranması ve yorumlanması

Yapılan çalışmada girişimcilik eğitimi ve girişimcilik becerisini kazandırmak için hazırlanan etkinlikler ile ilgili bu zamana kadarki dünyada ve Türkiye'deki mevcut durumun ne olduğuna dair anlayış geliştirme amaçlanmıştır. Diğer taraftan dünyada girişimcilik eğitimi ile ilgili, kitap, makale ve etkinlik örneklerinin incelenmesi ve Türkiye'de girişimcilik eğitimi ve girişimcilik alanında yapılan araştırmalara ulaşılarak bunların amaç, tür, yayınlanma yılı, araştırma deseni, veri toplama araçları, analiz teknikleri ve çalışma grubu açısından içerik analizi yapılmış ve mevcut araştırmaların

genel eğilimi ortaya konulmaya çalışılmıştır. Girişimcilik eğitiminin kapsamı ve kuramsal çerçevesi nedir? Dünyada girişimcilik becerisini geliştirmek için kullanılan etkinlikler nelerdir? Girişimcilik eğitiminin süreç, tema, beceri ve değerleri nelerdir? Dünyada girişimcilik eğitimi nasıl yapılmaktadır ve girişimcilik faaliyetleri nelerdir? Türkiye girişimcilik eğitiminin uygulaması nasıldır ve girişimcilik faaliyetleri nelerdir? sorularına yanıt aranmaya çalışılmıştır. Literatür taramasıyla ilgili geniş bilgi, ikinci bölümde ayrıntılı şekilde ele alınmıştır.

3.2.3. Eylem planı geliştirme/hazırlama süreci

Yapılan çalışmanın bu aşamasında literatür taraması sonucunda elde edilen bilgiler araştırmanın amaç ve alt amaçları (problem ve alt problemler) doğrultusunda oluşturulan çözüm planı kapsamında uygulama sürecini açıklamak için oluşturulmuştur.⁵ Girişimcilik becerisinin somutlaştırılması eylem sürecinin ilk aşamasını oluşturmuştur. Bu unsurlardan hareketle etkinlikler oluşturulmuş ve değerlendirilmiştir. Bu çalışmada tez izleme komitesi danışma kurulu görevini görmüştür. Eylem planı süreçlerini şu şekilde ifade etmek mümkündür:

- Literatürün taranması,
- Elde edilen bulguların analizi,
 - Temaların oluşturulması,
 - Becerilerin oluşturulması,
 - Değerlerin oluşturulması,
 - Yöntem ve teknikleri belirlenmesi,
- Yeni etkinliklerin oluşturulması,
- Etkinliklerin uygulanması,

⁵ Tez izleme komitesi üyelerinden Prof. Dr. Bahri Ata'nın önerisi ile metodolojik perspektif belirlenmiş ve eylem planı bu metodolojik anlayıştan yola çıkarak hazırlanmıştır. Bu yaklaşım yurt dışı literatür çalışmalarından, çalışma ve ders kitaplarında yer alan girişimcilik becerisi ile ilgili etkinliklerin değerlendirilmesi sonucunda girişimcilik becerisine yönelik tema (konu), beceri, değer, yöntem ve tekniklerin belirlenmesini içermektedir.

- Değerlendirme.

Araştırma Kapsamına Alınacak Konuların ve Etkinliklerin Seçimi: Amaç ve problemden yola çıkarak araştırmacı, ilk süreçte araştırma kapsamına alınacak girişimcilik eğitimi ile ilgili konuları belirlemek amacıyla girişimcilik eğitimi alanında yurtdışında yayınlanan, ders ve çalışma kitaplarında yer alan etkinliklerin listesini oluşturmaya çalışmıştır. Sonrasında UNESCO veri tabanından (UNESDOC) girişimcilik eğitimi ile ilgili dünyada yapılan çalışma örnekleri taranmış, Google arama motoru üzerinden girişimcilik eğitimi ile ilgili yurtdışı kitaplar tespit edilmiştir. Sonraki süreçte Türkiye’de girişimcilik eğitiminin kuramsal çerçevesinin oluşmasına katkı sağlayacak kitaplar listelenerek ilgili liste Abant İzzet Baysal Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projesi (BAP) olarak sunulmuş ve projenin kabulü ile kitaplar temin edilmiştir. Temin edilen kitaplar, makale ve çalışmalardan araştırmanın kuramsal çerçevesi yazılmıştır. Girişimcilik becerisini kazandırmak için uygulanan yurtdışı etkinliklerden (230 etkinlik) araştırmanın tema, beceri, değer ve girişimcilik becerisini kazandırmada kullanılacak yöntem-teknikler ilgili literatürün de yardımıyla oluşturulmuştur.

Etkinlik Geliştirme Süreci: Araştırmada ilgili konular belirlenip etkinlik örnekleri değerlendirildikten sonra girişimcilik eğitiminin tema, beceri ve değerleri oluşturulmuştur. Oluşturulan bu temaların alt temaları belirlenmiş ve alt temalarla birlikte o süreç içerisinde kazandırılması hedeflenen beceri ve değerler belirlenmiştir. Sonrasında bu tema, beceri ve değerler doğrultusunda etkinlik örnekleri geliştirilmiştir. Etkinlik örnekleri geliştirilirken yurtdışı etkinlik örneklerinden yararlanılmıştır. Etkinliklerin geliştirilmesi esnasında dil, kavram, açıklık, anlaşılabilirlik, konu alanına ve sosyal bilgilere özgü becerilere uygunluğuna dikkat edilmiştir. Aynı zamanda 7. sınıf öğrencilerinin seviyesine uygunluğu konusunda tez danışmanları, tez izleme komitesi üyeleri ve sosyal bilgiler eğitimcilerinden uzman görüşü alınmıştır. Araştırmacı, etkinliklerde geçen kavramların öğrencilerin seviyesine uygunluğunu uygulamalardan önce dersi veren sosyal bilgiler öğretmeni ile kontrol etmiştir.

Yasal İzinler Alınarak Uygulama Takviminin Tasarlanması: Abant İzzet Baysal Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulu Başkanlığı’ndan araştırmanın

uygulanması yönünde etik kurul raporu alındıktan sonra Bolu İli Milli Eğitim Müdürlüğü'nden yasal izinler alınmıştır (Ek-2). Araştırma sürecinin ayrıntıları okul idaresiyle paylaşılmıştır. Araştırma kapsamında yer alan girişimcilik eğitimine yönelik etkinlik uygulama takvimi tasarlanmıştır. Araştırmanın uygulama takvimi aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 3.1. Uygulama takvimi

Etkinlik Uygulama Tarihi	Etkinliğin Adı	Etkinlik Süresi	Sınıf
30.03.2017	İhtiyaç Analizim/Genç Girişimciler Kendi İşini Seçiyor	10 dk	7/A
06.04.2017	İhtiyaçlarım, Finans Kaynaklarım/Kaynak Haritam	10 dk	7/A
13.04.2017	Ürünümü Tasarlıyorum	10 dk	7/A
21.04.2017	Ürünümü Tanıtıyorum/Reklamımı Tasarlıyorum	10 dk	7/A
01.06.2017	İş Yerimi Tasarlıyorum, İşime Yer Arıyorum	10 dk	7/A

3.3. Eylem Planının Uygulanması

Uygulamalar 2017 yılı Mart ayının ikinci yarısı ile Haziran ayının ilk haftası arasında gerçekleştirilmiştir. Uygulamalara başlamadan önce 7/A sınıfı öğrencilerinin sosyal bilgiler dersine yönelik algı ve tutumlarını ortaya koymak, girişimcilik becerisine ilişkin bilişsel, duyuşsal ve sosyal özelliklerini anlamak, daha önce yaptıkları ders içi etkinliklerin niteliklerini belirlemek ve öğrencilerin farkındalıklarını saptamak amacıyla sosyal bilgiler öğretmeni ve bazı öğrencilerle görüşmeler yapılmıştır.

Araştırma sürecinde etkinlikler uygulanmadan önce araştırmanın işlenecek konu ile ilgili amaç, süreç ve uygulamalar hakkında öğrenciler bilgilendirilmiştir. Yukarıda belirlenen tarihlerde uygulamalar gerçekleştirilmiştir. Girişimcilik becerisini kazandırmaya yönelik etkinlikler yapılmadan önce, öğrencileri hem konu ile ilgili bilgilendirmek ve girişimciliğe yönelik farkındalık seviyelerini artırmak amacıyla

etkinlik öncesi girişimcilikle ilgili hikâye ve fıkralarından yararlanılmıştır. Sonrasında etkinlik uygulamalarına geçilmiştir. Uygulama sürecinin her aşamasında etkinliklerle veri toplama işlemi yapılmıştır. Araştırmanın genel bir değerlendirmesini yapmak amacıyla etkinlik sonucunda öğrencilerle genel bir görüşme yapılmıştır. Bu şekilde öğrencilerin araştırma süreci boyunca öğrendikleri, hissettikleri, düşündükleri vb. şeyleri kendi ağızlarından aktarmaları sağlanmıştır.

3.4. Çalışma Grubu

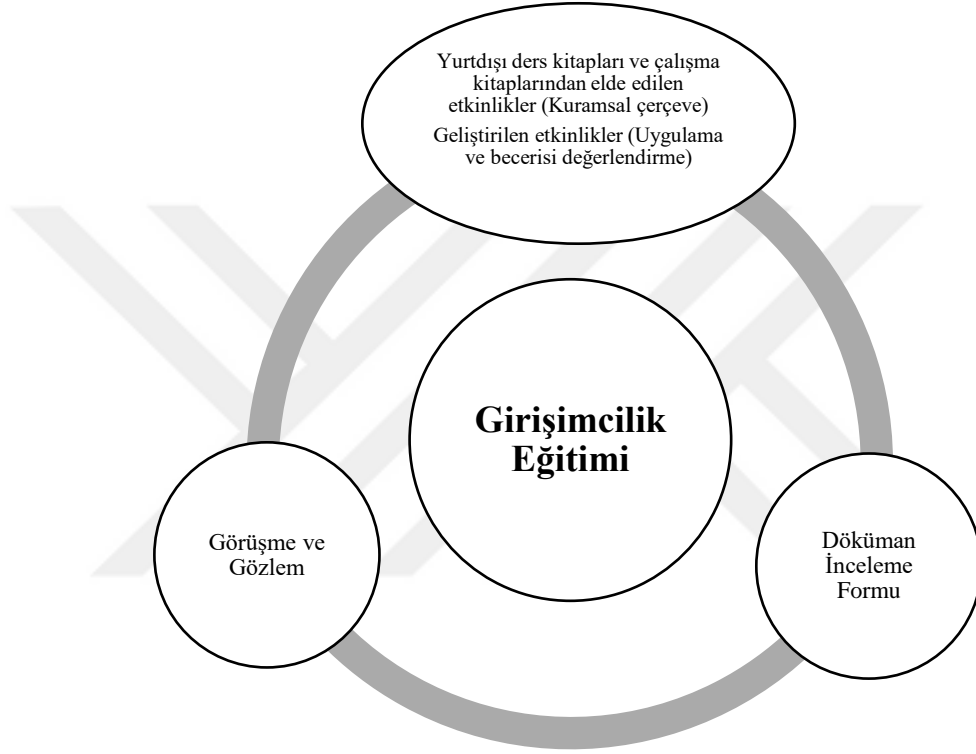
Araştırmada çalışma grubu olarak Bolu ili merkezinde yer alan Mehmet Akif Ortaokulu'nun 34 öğrencisi bulunan 7/A sınıfı seçilmiştir. Bu okulun seçilmesinde okul, öğretmen ve öğrencilerin kolay ulaşılabilir olması (kolay ulaşılabilir araçlı örneklem) önemli bir etken olmuştur. Okulun bulunduğu mahallenin sosyo-ekonomik düzeyine bakıldığında sosyal olarak her kesimden ailenin varlığı gözlemlenmiştir. Araştırma esnasında öğrencilerin sosyo-ekonomik düzeyleri araştırmanın kapsamının genişletilmemesi açısından dikkate alınmamıştır. Araştırmada uygulayıcıya ve öğrencilere maddi külfet getirmeyecek uygulamalar seçilerek, kazanımlar gerçekleştirilmeye çalışılmıştır. Araştırmacı uygulama süresince çalışma grubundaki öğrencilerin maddi açıdan herhangi sıkıntı yaşamamalarına özen göstermiştir.

Araştırmacı tarafından çalışma grubu olarak seçilen Bolu Mehmet Akif Ortaokulu'nun 7/A sınıfı öğrencilerinin aileleri ve okuldaki başarı durumları ile ilgili bilgiler öğrencilerin özelliklerini anlamak ve değerlendirmek adına önemli görülmüş, öğrencilerin sınıf ortamındaki durumlarını ve aile mesleklerini içeren tablo Ek-8'de verilmiştir.

3.5. Verilerin Toplanması

Bu çalışmanın asıl amacı öğrencilere girişimcilik becerisinin kazandırılmasını/geliştirilmesini sağlayarak girişimci ruhun oluşmasında onlara yardımcı olmaktır. Girişimciliğin toplum açısından önemini kavrayarak toplum ve birey için girişimcilik faaliyetlerinin önemli olduğunun farkına varmalarının sağlanması

amaçlanmıştır. Çalışmada girişimcilik eğitiminde öğrenme süreci daha çok yaşantıya dayalı ve duyuşsal alanı hedeflediği için standartlaştırılmış nicel ölçme araçları kullanılmayarak araştırmanın bütüncül yapısına uygun olduğu öngörülen nitel veri toplama araçları kullanılmıştır. Araştırma sürecinin bütün aşamalarında kullanılan veri toplama araçları aşağıda gösterilmiştir.



Şekil 3.2. Veri toplama araçları

Araştırmanın kuramsal çerçevesinin oluşturulmasında arama motorları üzerinden ve UNESDOC veri tabanından gerçekleştirilen “Entrepreneurship”, “Entrepreneurship Education”, “Entrepreneurship Activites”, “Entrepreneurship Education Activites”, “Entrepreneurship Education Handbook”, “Entrepreneurship Education Workbook”, “Entrepreneurship Education Worksheet” vb anahtar sözcüklerinin taranmasıyla elde edilen kitap, makale, etkinlik ve diğer çalışmalarla veriler oluşturulmaya çalışılmıştır. Tespit edilen ve önemli görülen kitaplar bilimsel araştırma projesi yapılarak temin edilmiştir. Detaylı bilgi literatür taramasında verilmiştir. Etkinliklerden veri toplama konusunda iki farklı şekilde yararlanılmıştır. Bunlardan birincisi girişimcilik eğitimi ile ilgili etkinliklerden kuramsal çerçevenin oluşturulması, ikincisi ise girişimcilik becerisini

geliştirmek için geliştirilen etkinliklerin uygulanmasıyla verilerin elde edilmesidir. Bu nedenle geliştirilen etkinlikler, öğrencilere araştırmanın amacı doğrultusunda kazandırılması beklenen girişimcilik becerisini ve girişimcilikle ilgili alt becerileri kazandırmanın yanı sıra veri toplama aracı olarak da kullanılmıştır.

3.6. Verilerin Analizi

Araştırma sürecinde verilerin çözümlenmesinde betimsel analiz ve içerik analizine başvurulmuştur. Alan yazının çözümlenmesinde betimsel analiz kullanılmıştır. Betimsel analiz daha çok kuramsal çerçevede tercih edilmiştir. Betimsel analizin tercih edilmesinde girişimcilik ile ilgili şu ana kadar çalışmaların nasıl yapıldığına yönelik bir çıkarımda bulunma düşüncesi etkili olmuştur. Bu sebeple betimsel analiz yoluyla veriler temalara göre özetlenmiş, yorumlanmış, alıntı ve konular arası ilişkilendirilmelerle ileriye yönelik tahminlerde bulunulmuştur.

İçerik analizi ise yurt dışı etkinliklerin içeriklerine yönelik değerlendirmeler için kullanılmıştır. Etkinlikler içeriklerine göre sınıflandırılmış ve etkinlikler içerisinden elde edilen bulgularla çalışmanın birinci alt amacına yönelik bulgulara ulaşılmış ve girişimcilik eğitiminin unsurları belirlenmiştir. Etkinliklerin içerikleri, gözlem ve görüşmeler yoluyla elde edilen veriler ise içerik analizi ile değerlendirilmiştir. İçerik analizi, bulguların düzenlenerek sınıflandırılması ve karşılaştırılarak kuramsal sonuçlara ulaşılması aşamalarını içeren bir nitel veri analizi yöntemidir (Cohen, Manion ve Morrison, 2007). İçerik analizindeki temel hedef, birbirine benzeyen verileri belirli kavramlar ve kategoriler dâhilinde bir araya getirerek bunları okuyucunun anlayabileceği bir şekilde düzenleyerek yorumlamaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Diğer taraftan etkinliklerde yer alan bulgular ise Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi öğretim üyesi iki uzman tarafından belirli kriterler doğrultusunda değerlendirilmiştir.

IV. BÖLÜM

4. Bulgular ve Yorumlar

4.1. Girişimcilik Eğitiminin Alt Unsurlarının Belirlenmesine Yönelik Bulgular

Tüm ülkelerin bugün üzerinde yoğunlaştığı en önemli konulardan birisi olarak tehditsel varlığını sürdüren işsizlik probleminin üstesinden gelinmesi durumudur. Dolayısıyla bu sorunun üstesinden gelmek için yeni iş mekânların ve iş kollarının oluşturulması, daha nitelikli, yetenekli insanların yetiştirilmesi, bireysel yeteneklerin geliştirilmesi için girişimci programlara yapılan yatırımların ön plana çıkartılması gerekmektedir. Başka bir ifadeyle küresel anlamda iş gücü piyasalarına yönelik katma değeri yüksek emek ve insan kaynağı arzını sağlayacak, bunun neticesinde rekabet avantajını yükseltecek, en iyi insan gücü ve insanların beyin gücünü ülkelerine çekecek yollara ihtiyaç duyulmaktadır.

Bu noktadan hareketle ülkemizde girişimcilik eğitimi ve girişimcilik sürecine dair yetenekli girişimciler yetiştirme adına bu çalışma oluşturulmuştur. Yabancı literatür araştırılarak incelenmiş ve sonuç olarak 236 adet etkinlik tespit edilmiş ve bu etkinlikler tema, beceri ve değerler çerçevesinde değerlendirilmiştir. Etkinliklerle ilgili kaynaklar Ek- 1’ de verilmiştir.

Tablo 4.1. Etkinliklerin değerlendirilmesi

Temalar	Bilgi (Konu)	Beceri	Değer	Tema İle İlgili Etkinlik Sayısı
İş Fikri	45	64	5	114
Finansman	15	19	-	34
Ürün Tasarımı ve Üretim	14	25	-	39
Tanıtım ve Pazarlama	7	17	-	24
Yatırım	5	17	3	25
Toplam Etkinlik	86	142	8	236

Tablo 4.1’de yer alan bilgilerde bakıldığında iş fikri teması ile ilgili bilgi içerikli 45 etkinlik, becerileri geliştirilmesine yönelik 64 etkinlik, değerleri içeren 5 etkinlik olduğu görülmüştür. En yoğun frekansa iş fikri temasında rastlanmaktadır. Bu frekans yoğunluğunun sebebini, girişimcilik eğitiminde girişimci özelliklerin ve girişimci ruhun iş fikir temasında kazandırılmak istenmesi ve bu aşamanın girişimcilik becerisini kazandırmada kritik bir öneme sahip olması ile açıklamak mümkündür. Finansman temasında finansman ile ilgili konulara yönelik 15 etkinlik finansman becerilerine yönelik 19 etkinlik ilişkilendirilmiştir. Finansman sürecinde değerler ile ilgili herhangi bir etkinliğe rastlanmamakla birlikte bu süreç içerisinde kazandırılacak değerler finansman teması içerisinde verilmiştir. Ürün tasarımı ve üretim temasında konu ile ilgili 14 etkinlik, beceri ile ilgili 25 etkinlik ilişkilendirilmiş ve bu temada ilgili etkinlikler içerisinde ürün tasarımı ve üretim değerleri ile ilgili bir bulguya rastlanmamıştır. Bu temada konu ile ilgili 7, beceri ile ilgili 17 tema ilişkilendirilmiş ve değer ile ilgili etkinliklere rastlanmamıştır. Yatırım teması frekansın en az olduğu tema olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu temada konu ile ilgili 5, beceri ile ilgili 17, değerlerle ilgili 3 tema ilişkilendirilmiştir.

4.1.1. Girişimcilik eğitiminde iş fikri teması ile ilgili alt temalar, beceri ve değerler

İş fikrini insanların herhangi bir işe başlamadan önce ne yapabileceğine ilişkin gerekli çabaların ve fikirlerin ürününü yansıtan bir süreç olarak değerlendirmek mümkündür. Chabaud ve Ngijol (2016) iş fikrini bir fırsat olarak değerlendirmişlerdir. Bu fırsatı ise girişimci bir varlık olarak insanın keşfedilen veya kazançlı bir şekilde analiz yoluyla ortaya konulan bir fikir olarak açıklamışlardır. İş fikrinin oluşmasında bireyin insanların ihtiyaçlarını dikkate alması gerekmektedir. Farklılaşan ihtiyaçlar bireye iş fikri konusunda önemli destek sağlamaktadır. Bu konuda özellikle Abraham H. Maslow’un insanların ihtiyaçlarını sınıflandırdığı kategorilerden yararlanmak fayda sağlayabilir. Maslow bireylerin ihtiyaçlarını fizyolojik ihtiyaçlar, güvenlik ihtiyacı, sosyal ihtiyaçlar, kendini gösterme ihtiyacı ve kendini tamamlama ihtiyacı olarak sınıflandırmıştır (Özdemir, 2015). Girişimcilik becerisinin ve girişimcilik ruhunun kazandırılmasında önemli bir yeri olan iş fikri temasıyla ilgili 114 etkinlik bulunmuştur. Bu etkinlikler alt temalar, beceri ve değerlerle ilişkilendirilmiştir.

Tablo 4.2. İş fikri teması ile ilgili etkinlik değerlendirmesi

Alt Temalar	Bilgi (Konu)	Beceri	Değer	Tema İle İlgili Etkinlik Sayısı
Çevremizdeki İnsanlardan Görüş Alarak İş Fikrini Oluşturma	7	14	1	22
Toplumun İhtiyaçlarını Belirleyerek İş Fikrini Oluşturma, (İhtiyaç Analizi)	3	6	2	11
Mekânın Avantajlarını Kullanmak İsteyerek İş Fikrini Oluşturma	7	10	-	17
İnsanlara Neye İlgi Duyduklarına Dair Sorular Yöneterek İş Fikrini Oluşturma (Soru Analizi)	9	11	-	20
Bireysel Becerilerimiz Doğrultusunda İş Fikrinin Oluşturma	19	23	2	44
Toplam Etkinlik	45	64	5	114

Tabloda 4.2’de yer alan etkinliklerden yola çıkarak iş fikri teması ile ilgili olarak elde edilen bulgular bilgi, beceri ve değer olarak üç ana başlık altında toplanmıştır. Bu süreçte çocuklara kazandırılması istenilen değerler etkinliklerin yanı sıra ilgili literatürler taranarak oluşturulmuştur.

4.1.1.1. İş fikri teması ile ilgili alt temalar

İş fikri teması ile ilgili etkinliklerden yola çıkarak iş fikri sürecinde bilginin öğrencilere aktarılması açısından alt temalar yani süreç ile ilgili konular oluşturulmuştur. Bu temalar şunlardır:

Çevredeki İnsanlardan Görüş Alarak İş Fikrini Oluşturma: Girişimci açısından davranışın şekillendiği ve bu davranışını yansıttığı çevre oldukça önemlidir. Toplumun en dinamik kesimini oluşturan girişimciler kültürel değişimlerden çok çabuk etkilenmektedirler. Ayakta kalabilmeleri için olayları yakından takip etme durumundadırlar. Yeni bir işletme kurma algısı kişinin kültürü, alt kültürü, ailesi, öğretmenleri ve arkadaşlarından etkilenmektedir. Bir şahsın başarılı bir şekilde işletme kurmasına değer veren bir çevre bunu önemsemeyen diğer bir çevreden daha fazla yenilikçi ve üreten bir toplumsal yapının oluşmasına katkı sağlayacaktır (Marangoz, 2016). İş fikrini şekillendirmek isteyen bireyler ilk olarak çevresindeki insanların

düşüncelerine başvururlar. Genellikle girişimci bireylere ve onların özelliklerine bakıldığında yakınlarında onların etkilendiği bireyleri ve fikirleri görmek mümkündür.

Neil Franklin isminde bir girişimci 17-18 yaşlarında başladığı iş hayatına dair bir anısını şu şekilde ifade etmektedir: “Gençken rehberlik şirketlerine bakıp en geniş reklam verenleri tercih ederdim. Çünkü onların daha başarılı olduklarını düşünürdüm. İş yerlerine girip değişik bir şey olarak ben ne yapabilirim diye düşünürdüm. Sonrasında üniversite eğitimim esnasında karşılaştığım bir adam bana para kazanmada farklı bir yöntem gösterdi. Kapı kapı dolaşarak bir duvar kâğıdı firması için çalışmaya başladım. Sonra her ev sahibine ne istediğini sorup verdikleri önerileri dinleyerek bir danışmanlık firması oluşturabileceğimi fark ettim. Her öneri 25 sterlin değerindeydi, böylece bir ev sahibiyle on dakika konuşup “Evinizde ne gibi yenilikler düşünüyorsunuz?” diyerek 100 sterlin kazanabiliyordum (Thackray, 2004). Bu durumdan yola çıkarak ifade edilmesi gereken en önemli noktalardan biri de girişimciliğin çevresel insan faktörleri tarafından olumlu yada olumsuz etkilenmesidir. Çevrede fikir alışverişinde bulunan insanların tutumları girişimci ruhunu olumlu yönde destekleyebileceği gibi olumsuz yönde de etkileyebilmektedir. Örneğin: girişimci fikrini yansıtan bir bireye verilen “Bırak kardeşim risk alma” “Bunu bir tek sen mi düşündün yapılmıyorsa vardır bir sebebi “ vb. gibi ifadelerle tepki verilmesi o bireydeki girişimci ruhu negatif yönde etkileyebilmektedir. Bu sebeple girişimci fikrini oluşturmak için çevresindeki insanlardan görüş almak isteyen birey olabildiğince seçici davranmalı doğru kişileri bulmalıdır.

Girişim sürecinde yaşanan olumsuz yaşantılar, kötü deneyimler diğer girişimcilere örnek oluşturmaktadır. Özellikle başarılı girişimciler bu tecrübelerden yararlanarak müşterilere, toplumun ihtiyaçlarına ve doğru ürüne ait bilgilere ulaşabilirler. Kesin bir belirsizlikle karşı karşıya olan girişimciler girişimde bulunacağı iş ile ilgili en doğru ve karlı iş modelini bulmayı hedefleyerek bu arayışı gerçekleştirmek zorundadırlar. Dolayısıyla çevresel faktörlerden yararlanılması zor veya imkânsız bir iş için girişimci kendisinin doğrudan içerisinde bulunduğu ortamda, iyi bir değerlendirmeye, riskleri en aza indirmeye, başarı şansını yükseltmek için dramatik örneklerden kaçınarak farklı bir yol haritasına ve bunu gerçekleştirecek yeteneklere ihtiyaç duymaktadır (Blank, 2012).

Toplumun İhtiyaçlarını Belirleyerek İş Fikrini Oluşturmak (İhtiyaç Analizi):

Girişimcilik faaliyet alanı itibariyle hangi alanda yapılırsa yapılsın sosyal ihtiyaçlarla doğrudan ilişkilidir. Sosyal sorunlar küreselleşmenin etkisiyle toplum yapısındaki değişiklikler doğrultusunda farklılaşmaktadır. Özellikle küresel etki sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçişle birlikte toplumlarda sosyal, ekonomik ve siyasi açıdan değişim yaşanmaktadır. Şehirleşmenin getirdiği farklı ihtiyaçlar, siyasi ve ekonomik faktörlerin getirdiği yenilikler, farklı uygulama veya politikalar girişimci açısından bu değişiklikleri sürekli takip etmeyi ve farklılaşan ihtiyaçlara yönelmeyi gerektirmektedir (Marangoz, 2016). Bu sebeple toplumun ihtiyaçlarını tespit etmek ve iş fikrini toplumun ihtiyaçlarına göre şekillendirmek girişimcilik fikrinin oluşmasında önemli bir kaynak olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunun için ihtiyaç analizinin yapılması bireylerin iş fikirlerinin oluşmasına yarar sağlayacaktır. Yukarıda belirtildiği üzere bu ihtiyaçların kategorisel bir şekilde belirlenmesinde Maslow'un ihtiyaç teorisi kullanılabilir. Bireyler iş fikirlerinin oluşmasında toplumun hangi ihtiyacına yönelik bir girişimde bulunacağını tespit etmeli ve kendini bu alanda yetiştirmelidir. Bu duruma en güzel örnek: Juliana Galvin ve Liz Meston isimli girişimciler fikirleriyle ilgili bir anılarında bildircin yumurtası satmaktan tutun da dokumacılığa kadar birçok iş fikrinin akıllarına geldiğini fakat 1990 yılında eski perdelerini satmak isteyip satacak birini bulamadıklarında ikinci el perde mağazasına ihtiyacın olduğunu fark ettiklerini ve "The Curtain Exchange" isimli iş yerini kurduklarını belirtmişlerdir (Thackray, 2004).

İş fikri sürecinde toplum ihtiyaçlarının belirlenmesi, pazarın tepkilerinin izlenmesi, yeni lokasyonlara dair toplumun yönelimleri, sloganların (reklamların) etkisi, satış performans takibi, sosyal sorumluluk ve çevre projeleri ile toplum içerisindeki yönelimin belirlenmesi, üniversiteler, danışmanlık hizmetleri, araştırma merkezleri, sosyal ve sivil oluşumlar, dernekler, işverenler, mesleki, sektörel ve iş dünyası organizasyonları ile iş birliğinin geliştirilmesi dünya ve Türkiye'ye dair ekonomi, ticaret, teknoloji kapsamında olup bitenlerin takibi ve bunları anlamaya yönelik bir çabanın oluşturulması, ön görüleri belirlenerek stratejik planların geliştirilmesiyle, ihtiyaçların belirlenerek çözüme ilişkin bilgi transferinin yapılması, iş fikrine yönelik düşüncenin oluşmasında önemli bir kaynak olarak karşımıza çıkmaktadır (Büyükuslu, 2015).

Mekânın Avantajlarını Kullanma Düşüncesi İle İş Fikrinin Oluşması: Girişimcilik fikri olan ve bunu hayata geçirmeyi düşünen bireylerin imkânları uygulanabilirlik konusunda fayda sağladığı gibi iş fikrinin belirlenmesinde de önemli rol oynar. Örneğin şehir içerisinde merkezi bir konumda caddede yer alan bir dükkâna sahip bireyler iş fikirlerini o dükkân üzerinden şekillendirirken, arsa, ev, eşya vb bir imkâna sahip olan bireyler de bunlar doğrultusunda iş fikrini oluşturabilir. Zira mekânların iş fikri üzerindeki etkileri önemsenemeyecek kadar fazladır.

İnsanlara Neye İlgi Duyduklarına Dair Sorular Yöneltilerek İş Fikrinin Oluşması: İş fikrinin oluşmasında kullanılabilir bir diğer yöntem ise insanların ilgi ve odak noktalarını belirlemek için sorular sormaktır. Bir mahallede insanların ilgileri doğrultusunda soru analizinin yapılarak bir işletmenin açılması buna örnek olarak verilebilir.

Bireysel Beceriler Doğrultusunda İş Fikrinin Oluşması: Şüphesiz ki girişimcilikte bireysel beceriler oldukça önemlidir. Bireyler kendi yeterlilikleri ve becerileri doğrultusunda iş fikirlerini oluşturabilir ve bu yoldan ilerleyebilirler. Çünkü iş becerisi ve tecrübesi girişimciliği sosyal, becerisel ve üretim değerleri açısından önemli bir faktördür.

4.1.1.2. İş fikri sürecinde kazanılması gereken beceriler

Girişimciliğin ilk aşamalarında olan iş fikrinin içerisinde önemli beceriler yer almaktadır. İncelenen etkinliklerden elde edilen bulgularda iş fikrini geliştirmek için kullanılan becerileri şu şekilde sıralamak mümkündür:

İş Fikrini İfade Etme Becerisi: Girişimci faaliyetin ilk aşaması iş fikridir. İş fikri bireylerin düşünceleri ve hayalleri çerçevesinde şekillenir. Belirli bir noktadan sonra bireylerde mevcut durumun değerlendirilmesi neticesinde artık bir iş yapmalıyım, bu fırsatı değerlendirmeliyim ya da hayalimi gerçekleştirmek için girişimde bulunmalıyım düşüncelerinin ürünü olarak şekillenmeye başlar ve kendisine zemin oluşturur. Bu aşamada bireylerin algıları da önemlidir. Bu dönemde algılarda önemli bir farkındalık ve

seçicilik oluşur. Karşılaşılan durumlar, olaylar, insanlar, programlar ya da yaşanan herhangi bir olay iş fikri için bir kısıtlıyı oluşturabilir. İş fikrini oluşturmak için bazı tekniklerden de yararlanılabilir. Bu teknikler arasında en çok kullanılan yöntemler beyin fırtınası ve swot analizidir. Beyin fırtınası konu ile ilgili olan yapıcı katkılarda bulunabilecek bireylerin kendi düşüncelerini herhangi bir etki ve baskı altında kalmadan ifade etmeleriyle fikir çeşitliliğinin sağlanmasıdır. Swot analizi ise bireysel özelliklerin farkına varılarak becerilerin kişisel olarak olumlu ve olumsuz yönlerinin tespit edilmesiyle bir çıkarımda bulunma işidir. Girişimcilik becerisinin geliştirilmesinde bir alt beceri olarak öğrencilerin iş fikrini bilmeleri ve iş fikirlerinin nasıl oluşabileceğini görmeleri, girişimcilik becerisini kazandırma adına önemli bir kazanım oluşturacaktır.

Fırsatları Görme Becerisi: Fırsatları görme girişimcilik eğitiminde en önemli becerilerden birisidir. Çünkü girişimcilerin en önemli özellikleri arasında fırsatları görme ve değerlendirme bulunmaktadır. Kimsenin fark edemediğini fark eden ve ele geçen fırsatı cesaretli bir şekilde risk alarak değerlendiren bireyler girişimcilerdir. Öğrenciler açısından girişimciliği destekleyecek fırsatların farkındalığını oluşturmak ve fırsatları görebilmelerini sağlamak adına bu becerinin kazandırılması girişimciliğin en önemli alt becerilerinden birisini oluşturmaktadır.

İş Planı Becerisi: İş planı hayata geçirilmesi tasarlanan ya da var olan işin geliştirilebilmesi için hazırlanan bir rapordur. Bu planın içerisinde işletmenin içerisinde dâhil olan hizmet, ürün ve finansal kaynaklar yer alabilir. İş planı çoğu zaman standart bir fizibilite çalışması olarak düşünülse de aslında bu kavramdan çok daha farklıdır. Yeni kurulacak veya mevcut işletmeler için hazırlanan iş planı gelecekte işletmelerin başarılı olabilmeleri ve finansal açıdan varlıklarını koruyabilmeleri için oldukça önemlidir. En basit şekliyle iş planını şu an yapılan veya gelecekte yapılması planlanan işin sürdürülebilir bir başarıyla ilerlemesini ve bu süreçte karşılaşılabilecek zorluklara hazırlıklı olmayı sağlayacak ve rehberlik ederek hayatımızı şekillendirme avantajını sunacaktır. İlköğretim aşamasında öğrenim görmekte olan çocuklara hayallerindeki işi kurmalarındaki zorlukların neler olabileceğinin ve bu zorluklara karşı alacakları tedbirlerin beceri olarak kazandırılması oldukça önemlidir. Bu sebeple iş planı becerisi iş fikri süreci içerisinde yer alan ve kazandırılması amaçlanan önemli becerilerden birisidir.

İş Yeri Tasarım Becerisi: İş yerinin tasarlanması iş sahibinin daima önem verdiği konuların başında gelmektedir. Burada sorulması gereken en önemli soru “İyi bir işyeri tasarımı nasıl yapılır?” sorusudur. İş yerlerinin iyi bir şekilde tasarlanması için kaliteli ve dikkat çekici bir görünüme sahip olması gerekmektedir. Müşteriler ortamın zarafetine ve estetik görünümüne önem verirler. Zira kullanım açısından da kullanılan malzemenin kaliteli olması, kullanım süresi ve kullanım memnuniyeti açısından oldukça önemlidir. Bir iş yerini tasarlarken iş yerlerine yönelik sistemler kullanılabilir. Örneğin, ofis bölme sistemleri bunlara örnek olarak verilebilir. Cam bölmeler, panel bölmeler, özel alanlar toplantı salonları veya iş yerinin özelliğine göre farklı tasarımlar gerçekleştirilebilir. İş yerinin tasarlanmasında bir diğer önemli noktada konumun belirlenmesidir. Zira işinize en uygun konumun tercih edilmesi verim açısından önemlidir. Öğrencilere iş yerlerinin tasarımına yönelik becerinin kazandırılması onların çevrelerindeki iş yerlerinin tasarımı, konumu ve işlevi açısından farkındalık sağlayacak ve girişimcilik ile ilgili düşüncelerin gelişmesine katkıda bulunacaktır.

Tahminde Bulunma Becerisi: Tahminde bulunma; geleceği düşünme ve fütüristik düşünme olarak da ifade edilebilir. Tahminde bulunma girişimcilerin kurmayı planladıkları veya mevcut işlerinin gelecekte nasıl bir konumda olabileceğini düşünerek gerekli olanakları arttırmalarını, yatırım yapmalarını, önlem almalarını ve benzeri aktiviteleri içermektedir. Gelecekteki muhtemel olayların ve bunların sonuçlarının kestirilmesi bireylere hazırlıklı olma ve dengeli büyümede yardımcı olur. Geçmişte yaşanan tecrübelerden yararlanmak yani çıkarımda bulunmak gelecek hakkındaki tahminlerde önemli bir destek unsurudur. Öğrencilerde fütüristik düşünme becerisinin geliştirilmesi gelecek algısının oluşmasında ve tedbirli davranış geliştirmede önemli bir özellik olarak onların yaşantılarına etki edecek ve girişimcilik özelliklerine katkı sağlayacaktır.

Farklılığı Anlama Becerisi/Değişikliği Görme Becerisi: Farklılık ifadesi herhangi bir olayın ya da durumun diğerlerinde olmayan ayırt edici özelliklerini ifade ederken değişiklik ise o anda veya süreç içerisinde meydana gelen değişikliği ifade etmektedir. Girişimci bireyler iş süreci içerisinde en önemli faaliyetlerden birisi olarak gerek iş, gerek

toplum ve gerekse teknolojiye meydana gelen değişim ve farklılıkların farkına vararak bu sürece ayak uydurmak durumundadır. Öğrencilerin girişimcilik becerilerinin geliştirilmesinde bu farklılıkların ve değişimin beceri olarak kazandırılması onların iş fikirlerinin şekillenmesinde önemli bir değere sahiptir.

Yaratıcı Düşünme Becerisi: Yaratıcılık tüm insanlarda olan bir özelliktir. Girişimcilik becerisinin geliştirilmesinde yaratıcılık en önemli alt becerilerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle girişimciliğin bütün süreçlerinde yer alan bu beceri yaşamın ortaya çıkardığı sorunları yorumlamaya ve bu sorunlara uygun çözümler oluşturmak için farklı ve özgün formlar oluşturmaya katkı sunmaktadır. Yaratıcılık ifadesi sorunlar, aksaklık, uyumsuzluk ya da güçlüğü tanımlama ve tahminlerde bulunularak özgün faaliyetler ortaya koyma olarak kullanılabilir.

Yenilikçi Düşünme Becerisi: Girişimcilik becerisinin alt becerilerinden birisi de yenilikçi düşünmedir. Girişimci bireylerin teknolojik ve sosyal değişmelerin ötesinde yeniliğe açık olmaları ve sürekli yeni fikirler üreterek yeni bir ürün ve bakış açısını ortaya koymaları gerekmektedir. Girişimcilik becerisi ile ilgili yabancı etkinliklerde başarılı bir girişimci olmanın anahtarı, yenilikçi düşünme olarak ifade edilmiştir. “İster yeni bir ürün veya süreç icat edin, ister mevcut ürünleri veya hizmetleri pazarlamak için daha iyi bir yol bulmak amacıyla yaratıcılıktan yararlanın ama mucit gibi düşünmeyi öğrenin” ifadeleri etkinliklerde bu becerinin nasıl kazandırılmaya çalışıldığını ve önemini açıkça göstermektedir.

Problem Çözme Becerisi: Öğrencinin yaşamında karşısına çıkabilecek problemleri çözmek için gerekli olan beceriyi kapsayan problem çözme becerisi, bireylerde iş fikrinin oluşmasına olumlu yönde etki sağlamaktadır. Toplum içerisinde herhangi bir problemden yola çıkarak bu probleme çözüm sağlama isteği insanlara farklı kapılar açabilir ve farklı bir girişime sevk edebilir. Problemin çözülmesi için belirli aşamaların takip edilmesi gerekmektedir. Burada asıl amaç girişimcilik becerisini destekleyecek ve bir problem üzerinden iş fikrini oluşturacak öğrencilerin yaşamlarında karşılarına çıkacak problemleri çözmek ve iş fikrine dönüştürmek için gerekli olan beceriyi kazandırmaktır. Bundan yola çıkarak girişimcilik becerisinin bir alt becerisi olan

problem çözme becerisi, problemin köklerinin bulunması, problemi uygun şekilde çözmek için plânlama yapma, işlemler sırasında çalışmaların gözlenmesi, gerektiğinde stratejilerin ve plânların değiştirilmesi, yöntemlerin sınanması, çözüm aşamasında elde edilen bilgilerin değerlendirilmesi, çözüme ulaşıncaya kadar çözümün anlamlılığının ve işe yararlılığının değerlendirilmesi, yeni problemlerin fark edilmesi süreçlerini içerir.

İş Birliği Becerisi: İş birliği, iş fikri sürecinde bireyin düşüncesinin şekillenmesi açısından oldukça önemlidir. Birey bilgilerini diğer bilgi sahibi olan bireylerle paylaşarak etkileşimi artırır ve farklı açılardan değerlendirme yapmış olur. Farklı fırsatların farkına varır. Bu sayede kendi başına yapabileceğinden çok daha fazlasını çevresindekilerle birlikte yapmış olur. İş birliğinde bireyler yüz yüze destekleyici bir şekilde etkileşimde bulunurlar, cesaret ve övgü ile psikolojik desteklerini verdikleri girişimcinin öz güvenini arttırmaları. Eksikliklerini kapatıp farklı olanaklar sunarlar. Birbirlerinin başarılı olmalarına katkı sağlarlar. İş fikrinin oluşması için iş birliği yapan bireyler arasındaki etkileşim arttıkça akranlara karşı sorumluluk, birbirlerine yardımcı olma, eksiklikleri giderme, farklı bakış açılarına sahip olma iletişim kurabilme gibi özelliklere sahip olurlar. Öğrencilerin iş birliği becerisini kazanması girişimciliğin en önemli unsurlarından olan birlikte hareket etme, grup ve personelin yönetimi gibi konularda da katkı sağlayarak iş fikrinden itibaren yatırım sürecine kadar girişimciye yardımcı olur. Dolayısıyla girişimci bir bireyin sahip olması gereken en önemli becerilerden birisi de iş birliği becerisi olarak karşımıza çıkar.

4.1.1.3. İş fikri sürecinde kazanılması gereken değerler

İş Fikri sürecinde öğrencilere kazandırılmak istenen değerleri sabırlı olma, öz güven sahibi olma, vatansever olma, çalışkan olma, sorumluluk sahibi olma, birlikte hareket etme olarak sıralamak ve ifade etmek mümkündür. Bu değer aşağıda kapsamlı bir şekilde ele alınmıştır:

Sabırlı Olma: Sabırlı olma iş fikri sürecinde bireylerin sahip olması gereken en önemli değerlerden birisidir. Çeşitli iş fikirlerinin insanın düşüncesinde yer bulduğu ve bir kararsızlığın söz konusu olduğu durumlarda bireyler iradelerini ortaya koyarak sabır

göstermeli ve amaçlarına ulaşana kadar bu fikirlerini desteklemelidirler. Sabır, iş fikrinin gerçekleşmesi için bütün olumsuzluklara ve zorluklara karşı çaba göstermek veya iş fikrinin gerçekleşmemesi durumunda ezilmişlik ve yılgınlık göstermeden ayakta durarak alternatif iş fikirlerinin oluşmasına çalışmaktır.

Öz Güven Sahibi Olma: Bireyin kendi özelliklerinden memnun olması, kendisi ve çevresiyle barışık olması olarak ifade edilen öz güven aktif olmayı, kendine güvenmeyi, kendinden şüphe etmemeyi ve sevilmeyi kapsamaktadır. İş fikrinin oluşum aşamasında kişinin özgüven sahibi olması onun başarı olasılığını arttırmaktadır. Bireysel motivasyonunu önemli ölçüde etkilemekte ve iş fikrinin hayata geçirilmesinde önemli bir etken olmaktadır. Bu nedenle girişimcilerin en belirgin özelliklerinden birisi de yapabilirim motivasyonu sağlan öz güven duygusudur. Bunun bir değer olarak kazandırılması girişimcilik becerisinin geliştirilmesinde önemli bir etkidir.

Vatansever Olma: Vatanseverlik bir bireyin ülkesine duyduğu bağlılık, sevgi ve muhabbet olarak ifade edilebilir. Özellikle milletin ve vatanının refahı için bir şeyler yapmaya çalışan girişimciler katma değer olarak bir şeyi üretmeyi hedeflemeliler ve bunu amaçlarken vatanın gelişmişliği, vatana, devlete hizmet olarak da görmeliler. İş fikrinin oluşumu aşamasında bu fikrin hayata geçmesi ülke adına nasıl bir katkı sağlar düşüncesi bir girişimcinin sahip olması gereken en önemli değerlerden birisidir. Çünkü ülkenin gelişimi o ülke için idealist düşünen ve üreten insanlar ile doğru orantılıdır.

Çalışkan Olma: Başarıya ulaşmanın en önemli sırrı çalışkan olmaktır. Her insan hayatta başarı elde etmek istiyorsa istediği şey ölçüsünde çalışmak çaba göstermek zorundadır. Çalışmak, bir şeyleri üretebilmektir. İş fikri sürecinde bu fikrin hayata geçirilmesi için gereken emek sarf edilmeden ve çaba gösterilmeden amaca ulaşılmaz. Öğrencilerin iş fikri sürecinde kazanmaları gereken değerler arasında çalışkan olmak önemli bir yer tutmaktadır.

Sorumluluk Sahibi Olma: Sorumluluğu bireysel ve sosyal sorumluluk olmak üzere iki kategoride değerlendirmek mümkündür. Sorumluluk bireysel olarak ele alındığında kişisel boyutta görevlerin en iyi şekilde yerine getirilmesini gerektirirken, sosyal

sorumluluk ise topluma karşı olan görevleri yerine getirmeyi amaçlamaktadır. İş fikri sürecinde bireyler fikirlerini oluştururken bireysel ve sosyal yükümlülükleri doğrultusunda hareket etmelidirler. Kendileri için farkındalık geliştirmiş bireyler başkaları için de bu farkındalığı geliştirir, çevrelerindeki sosyal, ekonomik ve kültürel konulara yönelik etik ve duyarlı davranışlar gösterirler. Bu davranışlarıyla birey öncelikle bulunduğu çevreye, daha sonra da topluma ve tüm insanlığa iyilik yapmış ve sorumluluklarını yerine getirmiş olur. Sosyal sorumluluk davranışı bireyler için hayırseverlik, empati kurabilme, yaşam felsefesi oluşturabilme, bir gruba ait olma gibi beceri ve değerler ile de beslenir. Çünkü bireysel sorumluluklar iş fikrinin pratik aşamaya dökülmesinde gerekli iken, sosyal sorumluk bilinci ve hassasiyeti bu fikrin toplum içerisinde bulunduğu yeri ve önemi ifade etmektedir. Bu sebeple sorumluluk sahibi olmak girişimciler için kazanılması istenen önemli bir değerdir.

Birlikte Hareket Etme: İş fikri sürecinde sahip olunması gereken değerlerden bir diğeri de birlikte hareket etmedir. İş fikrinin oluşum aşamasında birlikte hareket etme başkalarının yardımlarından, tecrübelerinden faydalanarak olabildiğince kapsamlı düşünmeyi ve faaliyete başlamayı gerektirmektedir. Bir girişimcinin sahip olması gereken birlikte hareket etme değeri öğrencilerin sosyal olarak bir şeyleri daha kolay ve yapıcı şekilde halledebilmelerini sağlamaktadır.

4.1.2. Girişimcilik eğitiminde finansman teması ile ilgili alt temalar beceri ve değerler

Finansman süreci girişimcilik becerisinin kazandırılmasında ikinci bir süreç (aşama) olarak karşımıza çıkmaktadır. Finans kavramını “genel olarak işletmenin para ve kredi konularıyla ilgili faaliyetlerini düzenleme veya yönetme sistemi, gerçek ya da tüzel kişilere parasal kaynak sağlama, bir işletmenin kuruluşu için gerekli parayı temin ederek ilk kuruluş sermayesini oluşturma biçiminde tanımlanmaktadır. Finansman aynı kökten hareketle bir işletmeye ihtiyaç duyduğu parayı sağlama faaliyetidir (Küçük, 2015) İş fikrini oluşturan bireyler, fikirlerini hayata geçirmek için finansmana ihtiyaç duymaktadırlar. Finansal durum iş fikrinin hayata geçirilmesi için en önemli faktörlerden birisidir. Bu sebeple girişimcilik eğitiminin ikinci teması finansman olarak belirlenmiştir.

Bu kısımda etkinliklerden yola çıkarak finans süreci konu, beceri ve değer olarak açıklanmaya çalışılmış ve elde edilen bulgular aşağıda sunulmuştur.

Tablo 4.3. Finansman temasıyla ilgili etkinliklerin değerlendirilmesi

Alt Temalar	Bilgi (Konu)	Beceri	Değer	Tema İle İlgili Etkinlik Sayısı
Maliyetin Hesaplanması	4	6		10
Kaynak ve Destek Finansmanı	5	4		9
Satış Finansmanı	4	6		10
Kar ve Risk Finansmanı	2	3		5
Toplam Etkinlik	15	19	-	34

Tablo 4.3'te yer alan etkinliklerden hareketle finansman teması ile ilgili olarak elde edilen bulgular bilgi, beceri ve değer olarak üç ana başlık altında toplanmıştır. Finansman temasında değerlerle ilgili becerilere rastlanmamıştır. Ancak bu süreç içerisinde öğretilmesi gereken değerler literatürden belirlenerek değerler başlığı altında verilmiştir.

4.1.2.1. Finansman temasının alt temaları

Finansman teması ile ilgili etkinliklerden yola çıkarak finansman sürecinde bilginin öğrencilere aktarılması açısından alt temalar, yani süreç ile ilgili konular oluşturulmuştur. Bu temalar şunlardır:

Maliyetin Hesaplanması: Girişimcilik eğitiminin en önemli sürecini (aşamasını) oluşturan finansman süreci içerisinde ilk aşama maliyetin hesaplanması olarak ifade edilebilir. Her birey iş fikrini hayata geçirmek için bu işin gelir ve giderini hesaplayarak kendisine ne kadar maliyetin çıkacağını hesaplamak durumundadır. Etkinlikler incelendiğinde maliyetin hesaplanması için bir prototipin oluşturulması gerektiği, ilk örnek (prototip) oluşumunda hangi materyallerin kullanılacağı ve bu materyallerin ücretlerinin neler olacağı, işçilerin masraflarının, üretim ve pazarlama sürecindeki yol masraflarının da hesaplanması gerektiği edinilen bulgular arasındadır. Bu maliyet hesaplamalarında girişimciliğin yapılacağı alan ile ilgili yazılım ücretleri, ofis ücretleri (internet, elektrik vb), internet, reklam, tanıtım, ulaşım araçları, personelin eğitimi, araba

yakıt ve bakımları, enflasyon ve faiz oranları da dikkat edilmesi gerekenler arasında yer almaktadır.

Kaynak ve Destek Finansmanı: Girişimcilik eğitiminde iş fikrinin hayata geçirilmesi için finansman kaynağı ve bu süreçte gerekli paranın nereden temin edilebileceği ile ilgili bireylerin bilgilendirilmesi oldukça önemlidir. Bu konu ile ilgili detaylı bilgilere finansman desteği veren kurum ve kuruluşların yer aldığı “Girişimcilik faaliyetlerini destekleyen kurum ve kuruluşlar” başlığında ulaşmak mümkündür.

Satış Finansmanı: Satış finansmanı girişimcilik eğitiminde değerlendirilmesi ve ele alınması gereken konulardan bir diğeridir. Satış ve pazarlama olanaklarının iyileştirilmesi için yapılması gerekenler bir işin hayata geçirilmesi kadar işin sürekliliği açısından da önem taşımaktadır. Girişimciler finansman desteğini aldıktan sonra kurdukları işte devamlılığı ve verimliliği sağlamak adına satış finansmanı yapmalıdırlar. Satış finansmanı üretilen mevcut ürünün satış sürecindeki getirisini ve maliyetini ifade etmektedir. Bu sebeple girişimciler ürünün satış maliyetini çeşitli fonlardan karşılayabilirler. Örneğin; finansman desteği kısmında açıklanan KOSGEB’in Genel Destek Programı küçük ve orta dereceli işletmelerin gelişmesi için 30.000 TL kadar yurtiçi fuar desteği, 10.000 TL ye kadar yurt dışı iş gezisi desteği, 15.000 TL ye kadar tanıtım desteği sunarak girişimcilerin satış finansmanına katkı sağlamaktadır.

Satış finansmanında ürünlerin satışının, reklamının ve pazarının oluşturulmasında finansal desteği tamamladıktan sonra üzerinde durulması gereken bir diğer konu ise, bu ürünlerin satış masraflarını minimum masrafla en iyi tanıtıma yönelik olarak danışmanlık şirketlerinden alacakları destektir. Çünkü satış finansmanı siparişin alınması ile üretilen veya bir başka yerden temin edilecek olan malların sevkiyatına kadar olan süreç içerisinde işletmenin gerekli sermayesinin karşılanmasını da ifade etmektedir. Bu finansman özellikle işini yeni kuran girişimciler için oldukça önem arz etmektedir (Küçük, 2015).

Satış finansmanının son aşamasında reklam, tanıtım ve satışlardan elde edilen gelirlerin şirket ve işletme adına devamlılığının sağlanması için doğru kullanımı ve değerlendirilmesi yer almaktadır. Bu noktada işletmenin dâhil olduğu birlik ve

kooperatifler ihracat ve yurt dışı pazarına açılmada işletmelere yardımcı olabilmektedir. Diğer taraftan elde edilen gelirlerin doğru bir şekilde değerlendirilmesi, pazarlama ve satış konularında nitelikli personelin oluşturulması ve yatırımların bu noktada değerlendirilmesi, üretim kalitesine ve pazara yönelik alt yapı çalışmalarında şirketin dikkatli büyümesi için nitelikli olarak yapılması oldukça önemlidir.

Kar ve Risk Finansmanı: Kar ve risk finansmanı işletmelerde kar ve zarar bağlamında paranın yönlendirilmesini ve riskin kontrol altına alınmasını amaçlamaktadır. Risk sermayesi esas olarak dinamik, yaratıcı ancak finansal gücü yeterli olmayan girişimcilerin yatırım fikirlerini gerçekleştirmelerine imkân tanıyan bir finansmandır. Risk finansmanını riski göze alan girişimci tarafından sahip olunan finansmanın yeniden oluşturulacak veya büyüme hedefi olan işletmenin hedefini gerçekleştirebilmesi için gerekli yatırımları yapabilmesi durumu olarak açıklamak mümkündür. Bu işletmeler genellikle ya küçük işletmelerdir ya da orta derecelidir (Küçük, 2015). Bu durumda ana sermayedeki riski azaltmak için destek programlarında yararlanılması, maliyet hesabının ve satış finansmanının işlevsel bir şekilde yapılması kar ve risk finansmanını doğrudan etkileyen etmenlerin başında yer almaktadır.

4.1.2.2. Finansman sürecinde kazanılması gereken beceriler

Girişimcilik eğitiminin ikinci süreci olarak belirlenen finansman aşamasında etkinliklerden yararlanılarak oluşturulan ve bu süreç içerisinde kazandırılması hedeflenen beceriler şunlardır:

Finansman Desteğinin Farkındalığı Becerisi: Finans ve finansman kavramı girişimci açısından iş fikrinin hayata geçirileceği gerekli sermayenin teminini ifade etmektedir. Yukarıda kaynak ve destek finansmanı konusunda açıklandığı üzere bu paranın temini için başvurulacak çeşitli yöntemler, yollar, kurum ve kuruluşlar bulunmaktadır. Bu noktadan hareketle finansman desteğinin farkındalığı becerisini çocukların hayalini kurdukları iş fikirlerini hayata dönüştürmeleri için başvuru kaynaklarını ve başvuru yollarını öğrenme yeteneği olarak ifade etmek mümkündür. Bu sayede küçük yaştan itibaren çocuklara hayalini kurdukları işlerin olumsuzluklarını değil

bu hayali gerçekleştirmelerini sağlayacak olanakların varlığı verilmiş olacaktır. İlgili etkinlikler incelendiğinde finansman desteği ile ilgili becerinin kazandırılması için etkinlik içeriklerinin ihtiyaçları ve bu ihtiyaçların nasıl temin edileceğine yönelik kaynakların belirlenmesini içermektedir.

Gelir ve Gideri Kontrol Etme Becerisi: Gelir herhangi bir şekilde belli zamanlarda belli kaynaklardan gelen parayı ifade ederken, gider ise çeşitli yollarla bu paranın harcanması durumu olarak açıklanabilir. Dolayısıyla girişimden kasıt kârdır. İşletmeler kâra geçmesi ve girişimciye kazanç sağlaması için açılır. Bu sebeple gelir ve giderin kontrol edilmesi gerekmektedir. Aksi takdirde kazanç sağlanamaz ve iflas durumunun gerçekleşme riski artar. Bu sebeple girişimcilik eğitiminin bir diğer beceresi de “gelir ve gideri kontrol etme” olarak belirlenmiştir. Bu beceriyi mevcut durumlarda girişimde bulunacak olan ve bireyin düzenli ya da düzensiz bir şekilde kendisine ulaşan paranın, çeşitli ihtiyaçlar doğrultusunda yaptığı harcama arasındaki kar ve zarar dengesinin fark edilmesi olarak açıklamak mümkündür. Bu durum ödeme ve tahsilat arasındaki denge durumunun farkındalığı yeteneğinin kazandırılması olarak da açıklanabilir.

Maliyeti Hesaplama Becerisi: Üretilen ve üretilecek olan mal ve hizmetlerin birim olarak maliyetlerinin ölçülmesine ve stok değerlerini hesaplayarak geleceğe yönelik planların yapılmasına maliyet hesabı denilmektedir. Girişimcilerin kuracağı veya kurmuş olduğu işletmelerle ilgili maliyetin hesaplanması fiyat politikalarının belirlenmesinde ve geleceğe yönelik temkinli adımların atılmasında oldukça önemli bir rol oynamaktadır. Günlük ihtiyaçların karşılanması için kullanılan bütün malların kullanıma hazır hale gelmeleri için bir maliyet bedeli vardır. Mal veya hizmet üretenler maliyet elemanlarını bilmedikleri veya eksik bildikleri zaman işletmelerinin devam etmesi zorlaşır. Bir müddet yüksek karlar elde edebilirlerse de zaman içinde iflas etme olasılıkları artar.

Hammadde, yardımcı maddeler, işçilik, genel giderler, bakım ve onarım giderleri vs unsurlar maliyeti etkileyen faktörler olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu unsurlar girişim öncesi ve üretim esnasında dikkatli bir şekilde hesaba tabi tutulmalıdır.

İhtiyaç Analizi Becerisi: Girişimcilerin çalışmak istedikleri alanla ilgili olarak ihtiyaçlarının neler olduğunu belirlemeleri ve bu ihtiyaçlar doğrultusunda maliyeti hesaplamaları gerekmektedir. Bu ihtiyaçlar kurulmak istenen şirketin kurumsal amaçları doğrultusunda ve iş tanımı çerçevesinde mevcut durum değerlendirilerek yapılabilir. İş sürecinin iyi analiz edilmesi ve bu süreç içerisinde personelin alması gereken eğitim ihtiyacının da göz ardı edilmemesi gerekmektedir.

Pazar Analizi Becerisi: Pazar ve pazarlama kavramları sadece bir satış eyleminden ibaret değildir. Bu süreç üretimden önce yapılan pazar araştırmaları ile başlar ve satış sonrası hizmetlerle devam eder. Dolayısıyla bu süreç sistematik bir şekilde ilerler. Pazarlama sistemi, işletmenin temel işlevlerinden birisi olarak pazarda ihtiyaç duyulan ürünlerin belirlenmesini ve bunların müşteri beklentilerine cevap verecek bir şekilde üretilmesini üretilen bu malların müşteri beklentileri doğrultusunda fiyatlandırılmasını ve dağıtımını içermektedir. Bütün bunlar göz önüne alındığında üretilmesi gereken hizmet ya da ürünün pazar analizi yapılarak finansal olarak değerlendirilmesi gerekmektedir (Küçük, 2015). Bu noktadan hareketle pazar analizi becerisini, üretilmesi hedeflenen ürünün veya hizmetin pazarının varlığının tespit edilmesi, üretilmesi, fiyatlandırılması, pazarlanması ve satış sonrası hizmet durumu tahmin analizinin yapılması olarak ifade etmek mümkündür.

Kaynak Analizi Becerisi: İş fikrinin hayata geçirilmesi için finansman kaynağının temin edilmesi ve kaynakların verimli kullanılması oldukça önemlidir. Finansman kaynaklarını işletmelerin yatırımlarını ve faaliyetlerini finanse etmek için ihtiyaç duydukları fonları temin ettikleri yerler olarak ifade etmek mümkündür. Bir işletme ihtiyaç duyduğu fonları finansal kurum ve kuruluşlardan, sermaye piyasasından, kendi öz kaynaklarından (miras, nakit birikim, emlak satışı vs.) sağlayabilir. Kaynak analizi becerisini iş fikrini hayata geçirecek sermayenin temin edilmesi için gerekli kaynakların neler olduğunu bilme ve aynı zamanda kaynakları sınıflandırma yeteneği olarak ifade edilebilir.

4.1.2.3. Finansman sürecinde kazanılması gereken değerler

Cömert Olma: Cömert kavramı sözlükte parasını ve malını düşünmeden, tereddüt etmeden ihtiyacı olanlara vermeyi, ya da insanlarla paylaşmayı ifade etmektedir (TDK, 2017) Finansman sürecinde, öğrencilerin kazanması gereken değerler arasında cömertliğin yer alması onları toplumsal olarak sorumlu ve yapıcı bir çevreye sahip olmaları noktasında yönlendirmektedir.

Yardımsaver Olma: Özellikle toplumsal değerlerimizden en önemli kavramlardan birisi olan yardım severlik kavramı, insan, çalışan ve işveren arasındaki ilişkinin olumlu bir şekilde düzenlenebilmesi ve hümanist bir şekilde insanlara değer verildiğinin ifade edilmesi açısından oldukça önemlidir.

Sorumluluk Sahibi Olma: Girişimcinin iş hayatında farklı farklı sorumlulukları bulunmaktadır. Finansman süreci, kaynak tedarik süreci, iş yerinin açılması gerekse işyeri açıkladıktan sonraki görevlerin itinalı bir şekilde yerine getirilmesinde ayrı ayrı sorumluluklar bulunmaktadır. Girişimci bu sorumluluklarının farkına varmalı ve sorumlulukları doğrultusunda hareket etmelidir.

Sabırlı Olma: Girişimci iş fikrini hayata geçirirken birçok zorluklarla karşı karşıya kalacaktır. Finansal zorluklar, alt yapı zorlukları, personel veya hammadde sorunları gibi birçok sıkıntıyı göğüslemek durumunda kalacaktır. Bu süreç içerisinde sabırlı olması ve iradesini kuvvetli tutması gerekmektedir.

Öz Güven Sahibi Olma: Finans sürecinin zorluğu ve insanlar arası ilişkilerinden kaynaklanan olumsuzluklar hayal kırıklıklarına neden olabilir. Girişimcilikte en önemli unsur cesaret ve kendine güvendir. Bu sebeple girişimci bütün olumsuzlukları baştan tahmin edebilmeli ve hazırlıklı olmalıdır. Her zaman kendisine ve becerilerine güvenerek yoluna devam etmelidir. Kendine güvenen girişimciler olumsuz şartlardan fırsatlar çıkarabilmektedirler.

Verdiği Sözde Durma: Finansal süreç içerisinde kazandırılması gereken en önemli değerlerden birisidir. Çünkü girişimci finansman kaynağını kendi öz sermayesi yoksa borç ile (nakdi ve kredi borçları) temin yoluna gidecektir. Borçların taahhüt edilen zamanda verilmemesi güven eksikliğine sebep olabileceği gibi aynı zamanda hesapların aksamasına ve gelir gider dengesinin bozulmasına neden olabilir.

Dürüst Olma: Dürüstlük içtenlik, doğruluk, açıklık, doğrudandık gibi kişilik özelliklerine sahip olmaya işaret eder. Yalan, hile, düzenbazlık gibi olumsuz eylemleri değil, doğruluk ve gerçekçilik gibi olumlu eylemleri içerir. Güvenilirlik, içtenlik, kibarlık, insafıllık ve adalet gibi erdemleri de beraberinde getirir. Girişimciler için dürüstlük çevre oluşumu ve iş hayatının kalitesi açısından oldukça önemlidir. Çünkü dürüstlük kavramı üretim, dağıtım ve satışların sürekliliğinde işletmeye olumlu katkılar sunmaktadır. Aynı zamanda finansal süreçlerde hem satıcı hem alıcı tarafından güven ortamının oluşmasında dürüstlük kavramı oldukça etkilidir.

4.1.3. Girişimcilik eğitiminde ürün tasarımı ve üretim teması ile ilgili alt temalar beceri ve değerler

Ürün tasarımı ve üretim süreci girişimcilik becerisinin kazandırılmasında üçüncü süreç (aşama) olarak karşımıza çıkmaktadır. Ürün tasarımı ve üretim süreci iş fikrini hayata geçirmek için finansman desteği sağlandıktan sonra ürünün tasarımı ve prototipine yönelik çalışmaları kapsamaktadır. Ürünün insanların ihtiyaçlarına yönelik, kullanışlı, pratik, dikkat çekici ve estetik tasarımının yapılması rekabet açısından oldukça önemlidir. Bu sebeple tasarım sürecinin ardından prototipinin üretilerek insanlara sunulması ve geri dönütlerin en iyi şekilde analiz edilmesi girişim sürecinin sağlıklı ilerlemesi açısından son derece önemlidir. Buna göre ürünün prototipi oluşturulduktan sonra geri bildirimler olumlu bir şekilde olursa seri üretime geçilir. Ancak ürünün üretim sürecinde hayat dönemleri bulunmaktadır. Bu dönemler geliştirme, giriş, büyüme, olgunluk ve düşüş olarak sınıflandırılabilir (Küçük, 2015).

Bu sebeple ürün tasarımı ve üretim girişimcilik eğitiminin üçüncü teması olarak belirlenmiştir. Bu kısımda etkinliklerden yola çıkarak ürün tasarımı ve üretim süreci

konu, beceri ve değer olarak açıklanmaya çalışılmıştır. Elde edilen bulgular aşağıda sunulmuştur:

Tablo 4.4. Ürün tasarımı ve üretim temasıyla ilgili etkinliklerin değerlendirilmesi

Alt Temalar	Bilgi (Konu)	Beceri	Değer	Tema İle İlgili Etkinlik Sayısı
Ürün Talep (Pazar) Araştırması	3	8	-	11
Ürün Tasarımı	4	15	-	19
Üretimin Gerçekleştirilmesi/Ürün Prototipinin Oluşturulması	7	2	-	9
Toplam Etkinlik	14	25	-	39

Tablo 4.4'te yer alan etkinliklerden hareketle ürün tasarımı ve üretim teması ile ilgili olarak elde edilen bulgular bilgi (konu/tema), beceri ve değer olarak üç ana başlık altında toplanmıştır. Ürün tasarımı ve üretim temasında yurt dışı etkinlikler içerisinde değerlerle ilgili bir bulguya rastlanılmamıştır. Ancak bu süreç içerisinde öğretilmesi gereken değerler literatürden belirlenerek değerler başlığı altında verilmiştir.

4.1.3.1. Ürün tasarımı ve üretim teması ile ilgili alt temalar

Ürün tasarımı ve üretim teması ile ilgili etkinliklerden yola çıkarak bu süreçle ilgili alt temalar oluşturulmuş ve bu temalar ile ilgili elde edilen bulgular aşağıda verilmiştir:

Ürün Talep (Pazar) Araştırması: Bu tema finansman desteği sağlanan fikrin toplum tarafından benimsenip benimsenmeyeceği ve bu araştırmaların nasıl yapılması gerektiği ile ilgili bilgileri içermektedir. Özellikle üretilmesi hedeflenen ürünün toplumda nasıl bir destek bulacağını, hatta destek bulup bulmayacağını öğrenmek bir girişimci için oldukça önemlidir. Pazar araştırması müşterilerin alışkanlıklarını ve ilgilerini öğrenmeyi sağlayan süreç olarak ifade edilebilir. Bu süreçte istatistiksel veriler kullanılabileceği gibi girişimci bizzat görüşme formu, anket, yüz yüze görüşme, telefonla görüşme, internet üzerinden görüşme vb. yöntemleri de kullanarak kendi verilerini oluşturabilir. Bu sebeple girişimcinin kendisine yönelteceği “Benim ürünüm talep görür mü? Üretilen ürünü hangi kitleye göre üretmeliyim? Ürüne toplumun hangi kesimi rağbet gösterir? Pazar

araştırması nedir? İnsanların tüketim alışkanlıkları, tercihleri ve ürüne yönelik yaklaşımları neler olabilir?” sorular girişimciyi üretimi ile ilgi olarak doğrudan pazar araştırmasına yönlendirmektedir. Bu süreç içerisinde girişimci üretimi hedefe dönük ve doğru bir şekilde yönlendirerek eksikliklerini kapatacak ve hedef kitlesini belirleyecektir. Bu araştırma aynı zamanda hata payını azaltacağı için risk faktörünü de olumlu yönde etkileyecektir.

Pazar araştırması girişimcinin müşterileri anlamasını sağlayarak, müşterilerin nelere ihtiyaç duyduğunu, hangi alanlarda ve nasıl harcamalarda bulunduğunu, tercihlerinin neler olduğunu, hangi mesaj, reklam ve tanıtımlardan etkilendiklerini, hizmet olarak nasıl bir beklenti içerisinde olduklarını, pazar büyüklüğünü, müşterilerin nasıl bir tasarıma önem verdiğini anlamasına yardımcı olacaktır.

Ürün Tasarımı: “Tasarım” sözcüğünün sanatsal anlamda iki tanımı bulunmaktadır: Birinci tanımında “kompozisyon ya da sanatsal düzenleme”, diye açıklayabileceğimiz tasarımı “estetik, özgün ve işlevsel bir ürünün, kompozisyon bir resmin, heykelin ya da afişin sanatsal olarak düzenlenmesi” şeklinde tanımlamak da mümkündür. Dolayısıyla tasarımda çeşitli öğelerin dengeli ve estetik bir biçimde iki boyutlu bir yüzeye yerleştirilmesi ile resim, ürün ya da afiş düzenlenmiş tasarımı gerçekleştirilmiş olur. Böylece eser tasarlama aşamasından tasarım aşamasına geçmiş olur. Heykel, seramik ve endüstriyel tasarım gibi üç boyutlu sanatsal çalışmalarda da çeşitli öğelerin belirli ilkelere göre birleştirilmesi ile tasarım gerçekleşmiş olur. Bir estetik, özgün ve işlevsel ürün olarak tasarım ise her gün kullanılan gözlük, saat, elbise, bardak, tabak, televizyon ve otomobil gibi nesnelerin ilk desenleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu noktadan hareketle tasarım belirli öğeler etrafında şekillendirilmektedir. Bu öğeleri simetri, tekrar, bütünlük, geçiş ve ikincillik oluşturma, çizgi, şekil, alan, boyut, doku, renk şeklinde ifade etmek mümkündür. Ürün tasarımı ile ilgili etkinlik uygulaması bu öğeler etrafında değerlendirilmiştir (Özsoy ve Ayaydın, 2016). Çizgiler ayırma ve birleştirme işlevi görmekte, şekiller belirli bir yüzey üzerindeki biçimleri tanımlamakta, alanlar kapalı ve boş alan olarak yüzeyi nitelemekte, boyut tasarımın ölçüsünü ifade etmekte, doku ise görselin dikkat çekici ve gerçekçi görünmesini sağlamaktadır.

Ürünün tasarımı kullanım, estetik, kalite vb gibi özelliklerle birlikte geliştirildiğinde önemli ölçüde kabul görmektedir. Ürün talep araştırması sonucunda girişimci hedeflediği ürünü müşterilerden gelen talep ve istekler doğrultusunda geliştirip şekillendirmeli ve tasarımını oluşturmalıdır. Büyük markalar da birçok ürünün başarısız olacağını bilmekte ama çok sayıda ürün geliştirerek en azından birkaçının tutmasını ve diğerlerinin zararını karşıladıktan sonra şirketi kâra geçirmeyi beklemektedir. Ancak bütün olanaklarını hayalindeki işine odaklamış bir girişimcinin bu şansı olmayabilir. Bu nedenle her bir adımını temkinli ve faydacı bir şekilde atmak zorundadır. Özellikle e-ticaret sitelerinin, orta ve küçük ölçekli firmaların ve sektöre yeni giren girişimcilerin binlerce lirayı heba edecek lüksü olmayabilir. Bu nedenle girişimci ürün tasarlamadan önce hedefinin ne olduğunu, satmayı planladığı ürün sayısını, tahmini toplam gelirini, kâr sağlamak için ne kadar satış yapması gerektiğini, ürün talebinden elde edilen sonuçlar doğrultusunda tüketicilerin ihtiyaçlarının ve ilgilerinin neler olduğunu dikkate alarak tasarımını gerçekleştirmek durumundadır. Ürün tasarımının bir başka önemli noktasında rakiplerin belirlenmesi ve varsa rakiplere göre farklılığın belirlenmesi durumudur. Ürün rakip ürünlerden farklı ve kullanışlı bir şekilde tasarlanması ve ürün-fiyat performansı kriterlerinin doğru bir şekilde oluşturulması ürünün pazarda yer bulmasını kolaylaştıracaktır.

Üretimin Gerçekleştirilmesi/Ürün Prototipinin Oluşturulması: Ürün tasarımı ve üretim temasının sonunda ürünün, ürün talebine yönelik araştırmalar sonucunda elde edilen bulgulardan yola çıkarak tasarım işlemlerinin yapılıp prototipinin üretime geçilmektedir. Bu süreçte artık ürünün fikir olarak finansmanı sağlanmış, belirlenen kriterler ve destekler doğrultusunda tasarımı yapılmış ve ürünün gerçekleştirilme safhasına geçilmiştir. Bunun için gerekli olan şey uygulama planının yapılmasıdır. Bu süreç yatırım süreci ile birlikte başlamaktadır. İş fikrinin oluşmasını sağlayan kriterlerden yola çıkarak yatırım faaliyetleri gerçekleştirilmekte, finansal kaynaklar kullanılmaya başlanmaktadır. Gerekli ekipman, işyeri, personel, teçhizat alımları yapılmakta ve ürünün tasarımı prototip olarak üretilerek örnek ürünler piyasaya sunulmaktadır. Bu aşamada ürün talep (pazar) araştırması sağlıklı bir şekilde yapılmış ve öneriler doğrultusunda ürün tasarlanmış ise olumlu dönütlerle karşılaşılma oranı yüksektir. Ürünün talep görmesi halinde seri üretime geçiş süreci başlayacaktır. Ürünün gerçekleştirilme sürecinde aynı

ürünün farklı versiyonlarının üretimi ve ulaşılabilecek maksimum kişiye ulaşılarak ürün bilgilendirilmesinin yapılması ve ön siparişlerin alınması ve ürünün tanıtımının yapılması (açılış organizasyonu) oldukça önemlidir.

4.1.3.2. Ürün tasarımı ve üretim sürecinde kazandırılması gereken beceriler

Girişimcilik sürecinde ürün tasarımı ve üretim teması ile ilgili alt temalar incelendiğinde bu temaların içerisinde kazandırılması gereken becerilerin varlığı etkinliklerde gözlemlenmiştir. Ürün tasarımı ve üretim temasında yer alan ve kazandırılması amaçlanan becerilerle ilgili bulgular aşağıda verilmiştir:

Ürünün Tasarımı Becerisi: Yeni bir girişimde en önemli unsurlardan biri, potansiyel müşterilere markayı anlatacak bir tasarımdır. Müşteriler ilk defa gördükleri bir markanın önce ismiyle ve logosuyla daha sonra markanın ürün ya da hizmetlerinde kullanılan tasarım ile ilgilenirler. İnsanlar denemedikleri yeni markanın kaliteli ve güvenilir olduğuna, markanın tasarımını gördükleri andan itibaren seçici bir şekilde karar verirler. Bu durumda marka tasarımının önemini ortaya koymaktadır. Bu noktadan hareketle ürün tasarım becerisini, ürünü insanlara en iyi şekilde anlatabilecek ve ürünün farklı özelliklerini yansıtacak bir görsellikle sunulmasının farkındalığı ve bunu uygulayacak yetenek olarak ifade etmek mümkündür.

Ürün Kalitesinin Tespiti ve Ürün Tanıtım Becerisi: Ürün kalitesi üretilen ürünün kendi cinsinden diğer ürünler kıyaslandığında olumlu ya da olumsuz yönde etkileşimini ifade etmektedir. Girişimcinin ürettiği ürün ya da hizmetin kalitesini gerek hizmet olarak gerekse performans, değer, işlev veya görsellik olarak kendi ürününü farklı kılacak özellikleri denetlemesi gerekmektedir. Bu özellikleri insanların anlayabileceği kısa ve anlaşılır bir şekilde tanıtılmalı ve kalitesini ifade etmelidir. Bu noktadan hareketle ürün kalitesinin tespiti ve ürün tanıtımı becerisini, üretilen hizmet ya da ürünü kendi değerindeki ürünlerle karşılaştırılmasının yapılabilmesi ve ayırıcı özelliklerin belirlenerek bu özellikleri insanlara en anlamlı şekilde anlatılması yeteneği olarak ifade etmek mümkündür.

Etkinlikler incelendiğinde ürünün tanıtımı ve kalite tespitinin performans, dayanıklılık, estetik ve fiyat kriterleri doğrultusunda, ürünün performans özellikleri ve farklılıkları, dayanıklılığının nasıl olduğu, estetik olarak görünüşü ve kullanım kolaylığı, fiyatının diğer rakipleriyle karşılaştırılarak ideal bir şekilde ifade edilmesiyle ürün tanımını ve kalitesini oluşturma yeteneğinin çocuklara kazandırılması amaçlamıştır. Bu sayede çocuklar ürünlerini ve ürünlerinin kalitesini tanımlamayı öğrenmiş ve bu beceriyi kazanmış olacaklardır. Etkinliklerde ürünün tanımlanması ile ilgili olarak nerede, nasıl ve ne şekilde sunulacağı, servis ve hizmet olanaklarının neler olacağı ile ilgilide uygulamalar yer almaktadır.

Broşür Tasarımı Becerisi: Broşür; bir şirketi, kurumu, hizmeti vb. tanıtmak amaçlı hazırlanan, açıklayıcı kısa metinlerin olduğu, fotoğrafların bulunduğu, dikkat çekici ve akılda kalıcı unsurlara sahip tanıtıcı bir materyaldir. Firma kendini, ürettiği ürünü ya da verdiği hizmeti tanıtmak, reklamını yapmak amacı ile broşür hazırlamakta ve tanıtımdan haberdar olması istenen kitleye dağıtmaktadır. Bu dağıtma işlemi posta ile olabileceği gibi elden de olabilmektedir. Dolayısıyla broşür tasarımı becerisini üretilen ürünü ve işyerini tanıtmak için görsellik ve dikkat çekici kısa metinlerden yararlanarak hazırlanan materyallerin kullanımının farkındalığı, bu materyallerin nasıl hazırlanabileceği konusunda yetenek kazanma durumu olarak açıklamak mümkündür.

Logo Tasarım Becerisi: Logo, bir şirket, kurum ve ya ürünün adının simgesel olarak özelliğini yansıtan biçimi olarak ifade edilebilir. Logonun dikkat çekici, akılda kalan ve yaratıcı olması gerekmektedir. Logo tasarlarken dikkat etmeniz gereken detaylar; logo özgün ve mantıklı olmalıdır, müşteriyi çekmelidir. Logo tasarlama süreciniz ne kadar uzun ve uğraştırıcı olsa bile çıkan sonucun karmaşıklıktan uzak ve anlaşılır olması, unutulmaz, kalıcı, çok yönlü ve marka kimliğine uygun olması gerekmektedir. Bu sebeple çocuklara nasıl logo tasarlayacakları ve logo tasarlarken nelere dikkat edilmeleri gerektiği anlatılmalıdır. Ancak tasarım, çizim genellikle bireysel kavramlarla ilgili olduğu için tasarım çalışması yaparken her tasarımcının kendine özgü geliştirdiği bir tasarım sürecini unutmamak gerekir. Ama genel olarak logo tasarlarken yapılacak işin, hizmetin veya ürünün bilgisine sahip olunmalı, müşterilerin görüşleri alınmalı, tasarıma ilham olabilecek kaynaklar araştırılmalı, kurgusu oluşturularak

çizimlere başlanmalıdır. Alternatif çizim denemeleri yapılarak logo seçenekleri değerlendirilmelidir. Bu konuda müşterilere başvurulabilir ve onlardan gelen düzeltme, öneri veya geliştirme fikirleriyle logo oluşturulabilir. Bu noktadan hareketle logo tasarlama beceresini işyerine, hizmete veya ürüne ait bilgilerin özgün bir simgesinin farkındalığı ve bu simgeyi tasarlayarak oluşturabilme yeteneği olarak ifade etmek mümkündür.

Reklam Tasarımı Becerisi: Reklam, hedef kitlelere, belirlenmiş amaçlarla üretilen ürün ve hizmet özelliklerinin, verilmek istenilen mesajlarla sunulması olarak ifade edilebilir. Bu noktada reklamdan beklenen şey hedef kitleleri etkileyerek, tanıttıkları hizmet ya da ürünün benimsenmesinin sağlanmasıdır. Bu sebeple girişimci istediği sonuca ulaşabilmek amacıyla etkili tasarımlar yapmalı ya da yaptırmalıdır. Aynı logo tasarımında olduğu gibi reklam tasarımı da uzun bir saha, ürün ve hizmet araştırması gerektirmektedir. Dolayısıyla toplumsal analizlerin kullanılması reklam tasarımında oldukça önemlidir. Toplumun, eğilimleri, tercihleri, özelemleri, beğenileri ve beklentileri reklam ile doğrudan ilişkilidir. Bu sebeple girişimci, toplum bilimleri olan sosyoloji, psikoloji, antropoloji vb. bilim dallarının da çıktılarından yararlanabilir.

Sonuç olarak girişimci reklam tasarımı yaparken, önüne koyduğu göstergeleri dikkatle incelemeli ve karşılaştırmalar yapmalıdır. Bu göstergeler ışığında vermek istediği mesajları biçimlendirmeli, farklılaştırmalı, çarpıcı hale getirerek insanların ilgisini çekmeye çalışmalıdır. Reklamlarda en belirgin özellik toplum tarafından beğenilen ve sevilen bir oyuncu, sanatçı, etkileyici bir görselle ve çarpıcı bir sloganla pekiştirilmesidir. Bütün bu özellikler, tanıtımı yapılacak ürün veya hizmetle veya markanın kendisiyle özdeşim kurulabilecek şekilde harmanlanmaktadır. Reklam tasarımları televizyon, radyo, eşantıyon malzemeler, afişler vb. şekillerde yapılabilir. Bu sebeple reklam önceliklerine dikkat edilmelidir (örneğin radyo reklamında görselliğin bir önemi olmayacaktır). Bu bilgilerden yola çıkarak reklam tasarım becerisini, girişimcinin iş yeri, ürünü veya hizmeti ile ilgi hedef kitlelere, belirlenmiş amaçlarla, ürün ve hizmet özelliklerini, vermek istediği mesajları çeşitli vasıtalarla, (TV, radyo, broşür, afiş, gazete vb.) sunulmasının farkındalığı ve yeteneği olarak açıklamak mümkündür.

4.1.3.3. Ürün tasarımı ve üretim sürecinde kazandırılması gereken değerler

Ürün tasarımı ve üretim aşamasında öğrencilere verilmesi gereken değerler aşağıda sunulmuştur:

Çalışkan Olma: Belirli bir konuda gayret gösterme ve çaba sarf etme şeklinde ifade edilen çalışkanlık, girişimci bireylerin en belirgin özelliklerinden birisidir. İş ve üretim için sürekli aktif durumda olunması araştırma ve yeniliklerin peşinden koşarak iş yerinin, üretilen ürünün ve hizmetin sürekli geliştirilmesi gerekmektedir.

Kişisel Kontrol (Öz Kontrol): Daha önemli bir amaca ulaşabilmek için kişinin tepkilerini, davranışlarını veya başka amaca yönelme eğilimini denetleyip kısıtlaması olarak açıklanan kişisel kontrol, girişimcilik eğitiminde girişimcinin işyeri, ürünü veya hizmeti ile ilgili herhangi bir olumsuzluk yaşadığında, özellikle de bu durum beklenmedik bir anda gerçekleştiğinde ani kararlardan kaçınarak kendini kontrol edip, duygusal düşüncelerden kendisini arındırarak sağlıklı düşünmesine ve doğru kararlar almasına yardımcı olacaktır. Özellikle ürünün tasarım ve üretim aşamasında bu değer olabildiğince önemlidir. Çünkü tasarlanan ürünün ve gerçekleştirilmiş prototipin hem hazırlık safhası hem de pazar aşamasında girişimci adına zorlukların yaşanması olasıdır.

Duyarlı Olma (Tarihe, Çevreye ve İnsana): Kültürel değerler bir milleti millet yapan unsurdur. Bir topluluğun millet olma süreci içerisinde bulunan bütün unsurlar birleşerek kültürel değerleri oluşturur. Kültürel değerler bir milletin var olmasına, o milletin geleceğe taşınmasına, benliğini kaybetmemesine ve kültürel devamlılığın sağlanmasına katkı sağlamaktadır. İnsana, çevreye, tarihsel ve kültürel değerlerine sahip çıkmayan girişimcilerin sürdürülebilir bir şekilde işletmelerini devam ettirmeleri mümkün değildir. Çünkü girişimcinin müşteri kitlesini toplum oluşturmaktadır. Toplumda kendi değerlerine karşı bir girişimciyi, ürünü veya hizmeti kabul etmeyecektir. Bu yüzden her girişimci insani, çevresel, tarihsel ve kültürel değerlerine hayatı boyunca sahip çıkmalıdır. Bu nedenle girişimci üreteceği ürün veya hizmetin hem tasarımında, hem logosunda hem de özelliklerinde toplumun kültürel değerlerine karşı bir içeriğe sahip olmamasına özen göstermelidir.

Sevgili Olma (Millet Sevgisi, Bayrak Sevgisi): Bir işletme girişimi, ürün-hizmetin oluşturulabilmesi için insanların bir arada bulunduğu bir düzene ihtiyaç vardır. Bu düzen devlet olarak ifade edilebilir. Devletler bir kara parçası üzerinde, belirli bir kanun ve milli değerlerle kurulmaktadır. Vatandaşlarda bu devlete tabi olup işletmelerini devletin kanunları doğrultusunda gerçekleştirmektedirler. Bu sebeple devlete, bayrağa ve vatana karşı kendini borçlu bilip bu sevgi ile milli üretime, milletine ve insanlığa hizmette bulunan girişimciler belirli bir değer yakalamaktadırlar. Girişimin belirli bir ülkü ile birleştirilmesi girişimciye ruh ve dayanma gücü verecektir. Örneğin: milli girişimlerin öncüleri Vecihi Hürkuş, Nuri Demirağ, İzzet Baysal gibi insanlar girişimlerinde milli duygularla hareket edip bunu vatanlarına karşı bir hizmet olarak görmüşler ve hedeflerini gerçekleştirmek için büyük çaba sarf etmişlerdir. Nuri Demirağ'ın ilk girişiminin "Türk Zaferi" adını verdiği sigara kâğıdının üretimi olması da bunun göstergesidir.

4.1.4. Girişimcilik eğitiminde tanıtım ve pazarlama teması ile ilgili alt tema, beceri ve değerler

Tanıtım ve pazarlama süreci girişimcilik becerisinin kazandırılmasında dördüncü süreç (aşama) olarak belirlenmiştir. Ürünün prototipinin gerçekleştirilmesiyle birlikte başlayan bu süreç ürünün özelliklerinden yola çıkarak pazara tanıtılması, nakliyesi ve satış işlemlerine kadar teferruatlı bir aşamadır. Girişimi yapılan ve gerçekleştirilen ürünün ya da hizmetin insanların ilgi ve ihtiyaçları doğrultusunda dikkat çekici bir şekilde tanıtımının ve pazarlamasının yapılması gerekmektedir. Bu sebeple tanıtım ve pazarlama süreci en az iş fikri, finansman ve ürünün gerçekleştirilmesi kadar önemlidir. Yapılan iş ne kadar güzel ve kullanışlı olursa olsun tanıtılmadıktan ve kullanım alanı genişletilmedikten sonra girişim başarısızlığa uğrayacaktır.

Bu kısımda etkinliklerden yola çıkarak tanıtım ve pazarlama süreci konu, beceri ve değer olarak aşağıdaki tabloda görselleştirilmiştir.

Tablo 4.5. Tanıtım ve pazarlama temasıyla ilgili etkinliklerin değerlendirilmesi

Alt Temalar	Bilgi (Konu)	Beceri	Değer	Tema İle İlgili Etkinlik Sayısı
Pazar ve Pazarlama Stratejisi	3	8	-	11
Ürün Kalitesi ve Ayırt Edici Özelliklerinin Tanıtımı	2	5	-	7
Reklam ve Promosyon	2	4	-	6
Toplam Etkinlik	7	17	-	24

Tablo 4.5’te yer alan etkinliklerden hareketle tanıtım ve pazarlama teması ile ilgili olarak elde edilen bulgular bilgi (konu/tema), beceri ve değer olarak üç ana başlık altında toplanmıştır. Ürün tasarımı ve üretim temasında değerlerle ilgili etkinliklere rastlanmamıştır. Ancak bu süreç içerisinde öğretilmesi gereken değerler literatürden belirlenerek değerler başlığı altında verilmiştir.

4.1.4.1. Tanıtım ve pazarlama teması ile ilgili alt temalar

Tanıtım ve pazarlama teması ile ilgili etkinliklerden yola çıkarak oluşturulan alt temalar ve bu temalar ile ilgili elde edilen bulgular aşağıda verilmiştir:

Pazar ve Pazarlama Stratejisi: Alıcıların ve satıcıların karşılıklı etkileşim-iletişim içerisinde buldukları, ürünlerini ya da hizmetlerini satışa sundukları ve ekonomik hareketliliğin olduğu ortamlar pazar olarak ifade edilmektedir. Pazarlama ise ürün ve hizmetlerin üreticilerden tüketicilere ulaşmasına kadar geçen süreçteki faaliyetleri kapsamaktadır. Ürün tasarımı ve üretim temasında pazar araştırmasından bahsedilmiştir. Pazar araştırması çoğu kaynakta pazarlama konusu içerisinde yer almıştır. Ancak girişimcilik eğitiminde ürün tasarımı ve prototipinin geliştirmesi açısından pazar analizinin ürün tasarımı ve üretim kısmında verilmesi uygun görülmüştür. Bu noktadan hareketle pazarı tanıyan, pazarlamanın ne olduğunu bilen ve pazar analizi-araştırmasını yapan girişimci pazara yönelik stratejiler geliştirmek durumundadır. Girişimci pazar stratejisini “moda, müşteri ilgi ve ihtiyaçları, tüketici tipolojileri (fiyata göre alışveriş yapan tüketici, markaya göre alışveriş yapan tüketici vb.), piyasa analizi, pazar özellikleri, rakipler, kataloglar ve fiyat listesi (karşılaştırmalı), sesli, görüntülü ve yazılı medya organlarını” dikkate alarak oluşturmalıdır. Burada amaç, üretilen ürünün ve hizmetin en iyi şekilde doğru müşterilere ulaştırılmasıdır. Pazar stratejisinin en önemli unsurlardan

biriside pazarlama personelinin yetenekli ve çalışkan olmasıdır. Girişimci, belirli bir pazardaki tüm tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılayamayacağını, ya da pazarda şuana kadar var olan rakiplerini bir anda yakalayamayacağını farkında olmalı, çeşitli ihtiyaçları olan pek çok müşterinin varlığını bilerek tüm alıcılar yerine pazarın belirli bir bölümünü seçip enerjisini doğru yönde harcamalıdır. Bu nedenle girişimci pazarı iyi analiz etmeli ve rekabet üstünlüğüne sahip olduğu bölümleri belirleyerek hedef pazarını oluşturmalıdır. Pazarlama stratejileri hem tüketicilerin ihtiyaçlarına hem de rakiplerin stratejilerine uyum sağlamalıdır (Özdemir, 2015).

Pazar ve pazarlama sürecinin en önemli unsurundan birisi de pazar planının oluşturulması ve uygulanmasıdır. Pazarlama planı şu sorulara cevap aranarak oluşturulmaktadır. Aslında bu yöntem 5N1K yöntemi olarak da bilinmektedir: Ne yapılacak? Nasıl yapılacak? Ne zaman yapılacak? Nerede yapılacak? Ne kadar yapılacak? Kim yapacak? Özellikle pazar planında girişimci tarafından üretilen ürün ya da hizmetin hedef pazara sunulmadan önce değişkenlerin (ülkedeki yıllık nüfus artışı, teknoloji ve bu artışın senin ürün ya da hizmetini ne kadar etkileyeceği, dış pazarlardan gelecek talebin olup olmayacağı, geçmiş yıllarda rakip firmaların satış istatistikleri, rakip firmaların pazara hâkim olmak için yaptığı uygulamalar, ekonomik hareketlilik (faiz, döviz, enflasyon, ihracat, ithalat, vergi politikaları vb.) dikkatle değerlendirilmesi gerekmektedir (Özdemir, 2015).

Ürün Kalitesi ve Ayırt Edici Özelliklerinin Tanıtımı: Üretilen ürün ya da hizmetin pazarda yer bulabilmesi onun rakiplerine göre sağladığı yararlar, avantajlara bağlıdır. Ürünün özellikleri üretim aşamasında yapılan ürün talep (pazar) araştırması ile geliştirilerek sunulacağından ürünün sahip olduğu özelliklerin neler olduğu müşterilere olabildiğince doğru bir şekilde anlatılması gerekmektedir. Bu durum iki aşamadan oluşmaktadır. İlk aşama ürünün kalitesi-özelliklerinin belirlenmesi, ikinci aşama ise ürünün sahip olduğu özelliklerin müşterilere tanıtılmasıdır.

Reklam ve Promosyon: Aynı ihtiyaca yönelik mal veya hizmetlerin çoğalması sonucunda tüketicilerin satın alma kararlarını etkilemek için ürün ve hizmete ait satışa dönük tanıtıcı bilgilendirmeler reklam olarak ifade edilmektedir (Güz, 2000). Promosyon

ise tüketiciyi hızlı bir şekilde satın almaya yönlendiren pazarlama araçları olarak ifade edilebilir. İndirimler, örnek ürünler, kuponlar, hediyeler, ürünlerin ambalajları, fuarlar ve sergiler, fiyat-miktar avantajları promosyonlara örnek olarak gösterilebilir. Promosyonlarda amaç, tüketicinin hızlı bir karar alarak satın alma eğilimine girmesini sağlamaktır. Bir diğer amaç ise daha fazlasını satın almaya teşvik etmektir. Bu sebeple promosyonlar tüketicilerin anlık satın alma güdülerini harekete geçirerek işlevlerini yerine getirirler (Yalman ve Aytekin, 2014).

4.1.4.2. Tanıtım ve pazarlama sürecinde kazanılması gereken beceriler

Girişimciliğin tanıtım ve pazarlama temasının içerisinde yer alan alt temalarla birlikte kazandırılması gereken becerilerin varlığı etkinliklerde gözlemlenmiştir. Tanıtım ve pazarlama temasında yer alan ve kazandırılması amaçlanan becerilerle ilgili bulgular aşağıda verilmiştir:

Güzel Konuşma ve Müşterilerle Etkili İletişim Kurma Becerisi: Güzel konuşma ve müşterilerle etkili iletişim kurabilme becerisi girişimcinin bireysel özellikleri arasında da yer almaktadır. İnsanlar değer görmedikleri ve ilgi görmedikleri kişilerle irtibata geçmekten hoşlanmazlar. Bu nedenle girişimcilikte bireysel ilişkiler olabildiğince önemlidir. Güzel konuşma ve müşteri ile etkili iletişim kurma becerisini, girişimcinin üretmiş olduğu ürün ya da hizmeti pazarlaya bilmesi için, müşterilerle en doğru şekliyle iletişim kurması, kendini ifade edebilmesi ve ürününü tanıtmaya yeteneği olarak ifade etmek mümkündür.

Pazarlama Planı Oluşturma Becerisi: Pazarlama planı oluşturma becerisini bu bilgiler ışığında ürünün satışına yönelik pazar, müşteri, ürün, personel ve zaman ile ilgili planları yapabilme ve uygulayabilme yeteneği olarak ifade etmek mümkündür. pazarlama planının nasıl oluşturulacağı ile ilgili detaylı bilgi pazar ve pazar stratejisi temasında verilmiştir. Pazarlama planının oluşturulmasında 5N1K yönteminin (Ne yapılacak? Nasıl yapılacak? Ne zaman yapılacak? Nerede yapılacak? Ne kadar yapılacak? Kim yapacak?) kullanılmasının bu beceriyi kazandırmada büyük kolaylık sağlayacağı düşünülmüştür. Pazar planı oluşturma becerisi aynı zamanda karmaşık düşünmeyi de gerektirmektedir.

Çünkü girişimci tarafından üretilen ürün ya da hizmeti hedef pazara sunulmadan önce pazarın genişliği, kimlerin bu ürünü kullanacağı, nüfus artışının ya da eksilmesinin ürünü ya da hizmeti ne kadar etkileyeceği, dış pazarlardan talep olup olmayacağı, geçmiş yıllarda rakip firmaların satış istatistikleri, rakip firmaların pazara hâkim olmak için yaptığı uygulamalar, ekonomik hareketliliklerin (faiz, döviz, enflasyon, ihracat, ithalat, vergi politikaları vb.) takibi ve değerlendirilmesi gibi birçok faktörün dikkate alınması gerekmektedir.

Pazarı Tanımlama Becerisi: Pazarı tanımlama becerisini, pazarın tanımını yaparak, özelliklerini ifade etme ve kendi hedef pazarını oluşturacak bilgiye sahip olma yeteneği olarak ifade etmek mümkündür. Girişimci üreteceği hizmet yada ürünün piyasada nasıl yer bulacağı ile ilgili tahminler yürütmelidir. Bunu pazar araştırması ile kuvvetlendirmeli ve eksikliklerini gidermelidir. Pazar alıcıların ve satıcıların karşılıklı etkileşim-iletişim içerisinde buldukları yer olarak ifade edilmiştir. Bu noktadan hareketle girişimci pazarı tanımalı ve pazar analizi-araştırması yapmalıdır. Girişimci hitap edeceği pazarı tanımlayarak bu pazarın özelliklerini bilmelidir. Girişimci üretilen ürün ve hizmetin sağlıklı bir şekilde doğru müşterilere ulaştırılmasını hedeflemelidir.

Ürünü Tanımlama ve Tanıtma Becerisi: Geliştirilen ürünün pazardaki rakip ürünlerden farkının belirlenmesi oldukça önemlidir. Burada müşteriler neden benim ürünümü tercih etmeliler? sorusunun cevabını girişimci kendisine vermeli ve bu çerçevede ürününü pazarlamadan önce tanımlamalıdır. Bu tanımlama ürünün pazarlama planının oluşturulmasında ve pazarlama stratejisinin belirlenmesinde önemlidir. Diğer taraftan tanıtımı yapılan ve ayırt edici özellikleri belirlenen ürünün müşterilere anlatılması ve müşterilerin ikna edilmesi için girişimci çaba göstermelidir. Ürünü tanımlama ve tanıtma becerisi gerçekleştirilen ürünün rakiplerinden ayırt edici özelliklerinin belirlenerek bunu çeşitli yollarla müşterileri bilgilendirme ve ikna etme yeteneği olarak ifade edilebilir.

Reklam Tasarımı Becerisi: Reklam ve promosyon temasında reklamın tanımı aynı ihtiyaca yönelik mal veya hizmetlerin çoğalmasında tüketicilerin satın alma kararlarını etkilemek için ürün ve hizmete ait satışa dönük tanıtıcı bilgilendirmeler (Güz,

2000) şeklinde ifade edilmiştir. Buradan hareketle reklamlar ürünleri pazarda rakipleri karşısında avantajlı hale getirme çabasının bir sonucudur ve sürecin kaçınılmaz bir parçasıdır. Bu sebeple girişimcinin kendi reklamlarını tasarlayabilmesi, yaratıcı yeteneklerini kullanabilmesi oldukça önemlidir. Ancak bireylerin ürünleri hakkında reklam hazırlayabilmesi için ürün, toplum, ekonomi, ilgi ve ihtiyaç alanlarında yeterli bilgiye sahip olması gerekmektedir. Bu bilgiler ışığında reklam tasarım becerisi üretilmesi hedeflenen ya da üretilen ürün veya hizmetin tanıtıcı özelliklerinin çeşitli materyaller kullanılarak özgün, dikkat çekici, etkileyici, kısa ve anlamlı bir şekilde ifade edilmesi olarak tanımlanabilir.

Promosyonları Belirleyebilme Becerisi: Promosyon; müşteriye üretilen ürün ile ilgili olarak hızlı bir karar verme sürecine sokmak için yapılan indirim, örnek ürün hediyesi, kupon, farklı hediyeler, ürün paketi, fuar, çekiliş ve sergi olarak ifade edilebilir. Burada amaç müşterilerin ilgisini çekebilmek ve onlara daha fazla alışveriş yaptırabilmektir. Bir alana bir bedava, bir alana ikincisinde yüzde elli indirim ifadeleri promosyonlara günlük hayatımızda gösterilebilecek en yakın örneklerdir. Bu sebeple girişimcinin ürününü pazarlamasında promosyonları nasıl kullanacağını bilmesi gerekmektedir. Promosyon belirleme becerisini girişimci tarafından üretilen ürün yada hizmetin daha çekici hale getirilebilmesi için müşterinin dikkat ve ilgisini çekecek araçları seçebilme ve kullanabilme yeteneği olarak ifade etmek mümkündür.

4.1.4.3. Tanıtım ve pazarlama sürecinde kazanılması gereken değerler

Girişimcilik eğitiminde tanıtım ve pazarlama sürecinde incelenen etkinliklerde değerlere rastlanmamıştır. Ancak bu süreçte öğretilmesi planlanan değerler aşağıda sunulmuştur:

Çalışkan Olma: Çalışkan olma değerini tanıtım ve pazarlama süreci içerisinde de ele almak mümkündür. Belirli bir konuda gayret gösterme, çaba sarf etme şeklinde ifade edilen çalışkanlık girişimci bireylerin en belirgin özelliklerinden birisidir. Başarıya ulaşmanın en önemli sırrı çalışkan olmaktır. Her bir insan hayatta başarı elde etmek istiyorsa istediği şey ölçüsünde çalışmak çaba göstermek zorundadır. Çalışma bir şeyleri

üretebilmektir. Tanıtım ve pazarlama sürecinde ürün veya hizmeti maksimum derecede kişiye ulaştırmak ve tanıtmak için gereken emek sarf edilmeden ve çaba gösterilmeden amaca ulaşmak mümkün değildir.

Güvenilir Olma: Bu değer tanıtım ve pazarlama ile doğrudan ilişkili olduğu için önemli görülmektedir. Çekinme ve kuşku duymadan inanma ve bağlanma duygusu, itimat etme (TDK, 2017) şeklinde açıklanan güven kelimesi girişimcinin ticaret hayatında sahip olması gereken en önemli değerdir. Personel, müşteri ve ticari ilişkilerin gerçekleştirildiği iş dünyası tarafından girişimciye güven duyulması onun başarısına katkı sağlayacaktır. Tanıtım ve pazarlama sürecinde firmanın, girişimcinin güvenilirliği ürünün pazarda kabul görmesi açısından oldukça önemlidir.

Öz Güven Sahibi Olma: Tanıtım ve pazarlama konusunda kişinin kendine güvenmesi, çekimser durmaması iletişim açısından oldukça önemlidir. Bireyin kendi özelliklerinden memnun olması, kendisi ve çevresiyle barışık olması olarak ifade edilen öz güven, aktif olmayı, kendine güvenmeyi, kendinden şüphe etmemeyi ve sevilmeyi karşılamaktadır. Üretilen ürün veya hizmetin tanıtımı esnasında girişimcinin özgüven sahibi olması onun güvenilirliğini ve başarılabilirliğini arttırmaktadır. Aynı zamanda öz güven girişimcinin bireysel motivasyonunu önemli ölçüde etkilemekte ve pazarlama planının uygulanmasında önemli bir etken olmaktadır.

4.1.5. Girişimcilik eğitiminde yatırım teması ile ilgili alt temalar, beceri ve değerler

Yatırım süreci girişimcilik becerisinin kazandırılmasında bir başka (aşama) olarak belirlenmiştir. Bu süreç girişimcinin finansmanı temin ettiği andan itibaren ürün veya hizmet için yapılan bütün faaliyetleri kapsar. Yatırım kelimesi, parayı, gelir getirici, taşınır veya taşınmaz bir mal için kullanma, mevduat, yatırım; milli ekonominin veya bir ticaret kuruluşunun üretim ve hizmet gücünü artırıcı nitelikte olan aktif değerlerine yapılan yeni eklemeler; bir çıkar veya kazanç sağlamak için yapılan davranış olarak ifade edilmektedir (TDK, 2017). Bu noktadan hareketle yatırım süreci finansmanın temin edildiği andan itibaren iş fikrini gerçekleştirmek isteyen girişiminin hedefi doğrultusunda gerçekleştirdiği bütün faaliyetleri kapsamaktadır.

Bu süreçte etkinliklerden yola çıkarak yatırım temasına ait konu, beceri ve değerlerle ilişkilendirilen etkinlikler aşağıdaki tabloda görselleştirilmiştir.

Tablo 4.6. Yatırım temasıyla ilgili etkinliklerin değerlendirilmesi

Alt Temalar	Bilgi (Konu)	Beceri	Değer	Tema İle İlgili Etkinlik Sayısı
İş Yeri	1	2		3
İş Yatırımı ve Yönetimi	1	3	1	5
AR-GE Yatırımları	1	3		4
Mesleki Yatırımlar (Müşteri, Personel, Kişisel Gelişim)	3	8	2	13
Toplam Etkinlik	6	16	3	25

Yukarıdaki tablo 4.6’da yer alan etkinliklerden hareketle yatırım teması ile ilgili olarak elde edilen bulgular bilgi (konu/tema), beceri ve değer olarak üç ana başlık altında toplanmıştır. Yatırım temasında değerlerle ilgili üç etkinliğe rastlanmıştır. Ancak bu süreç içerisinde öğretilebilecek değerler literatürden taranarak değerler başlığı altında verilmiştir.

4.1.5.1. Yatırım teması ile ilgili alt temalar

Yatırım teması ile ilgili etkinliklerden yola çıkarak yatırım sürecinde öğrencilere hangi bilgilerin kazandırılacağı ile ilgili oluşturulmuş alt temalar aşağıda sunulmuştur:

İş Yeri: Girişimci için en önemli konulardan birisi iş yeridir. İş yerinin tespit edilmesi ve iş yerinin konumu, yapılan işin verimi açısından oldukça önemlidir. Girişimciler açısından gerçekleştirilmesi hedeflenen girişimler, belirli bir yerde ve ekonomik düşüncelerine en yakın ortamda tesis edilmek durumundadırlar. Girişimcinin en önemli amaçlarından birisi, gerçekleştirmek istediği ürün ya da hizmete en uygun ortamın belirlenmesidir. İş yeri, hayata geçirilecek olan bir fikrin somut bir şekilde üretime dönüştürülmesine olanak sağlayan ve gerçekleştirme sürecinin oluşması için bütün özellikleri bünyesinde barındıran girişimciye kâr sağlayacak alan, mekân, saha olarak ifade edilebilir. Bir iş yeri tespitinin yapılmasında, ulaşım, müşteriler, pazar, hammadde vs durumlar olabildiğince dikkatli bir şekilde değerlendirilmelidir.

Özellikle günümüzdeki tüketici profili, nitelikli, uygun fiyatlı ve istediği anda ulaşabildiği veya kendisine ulaştırılan mal ve hizmetleri tercih etmektedirler. Tüketicilerin bu beklentilerini karşılamak için iş yeri sahipleri çeşitli yöntemler (internet alışverişlerinde aynı gün kargo, kapıya teslimat, beğenilmediğinde anında iade vb) denemekte ve müşteriye memnun etmek için çabalamaktadırlar. Bu sebeple işletmenin nerede kurulacağına karar verilirken hedeflenen müşteri kitlesinin beklentileri göz ardı edilmemelidir. Çünkü iş yerinin seçimi aynı alanda ürün ve hizmet sunan rakiplere karşı avantajlı duruma geçilmesini sağlayabilir. Bunların yanı sıra işletmenin yeri ile ilgili hammadde temini, pazarlama, nakliye maliyetleri, ulaşım, iletişim ve altyapı sorunları gibi birçok alanda karşılaşılabilecek olumsuzluklara hazırlıklı olunmalıdır. Çünkü bu konularda karşılaşılan herhangi bir sıkıntı maliyeti arttıracaktır. Maliyetin artması ürün veya hizmete yansıtacak ve böylece pazarda rakiplere karşı dezavantajlı bir durum oluşacaktır (Akyüz ve Soba 2013).

İş Yatırımı ve Yönetimi: Girişimci adına bir çıkar veya kazanç sağlamak için yapılan her türlü faaliyet yatırım olarak kabul edilebilir (TDK, 2017). Bu nedenle girişimcinin iş yerinin tespiti, açılması, ürün ve hizmeti gerçekleştirmek için her türlü ekipman, teçhizat, personel, araç-gereçlerin alımı, tasarım, üretim ve pazarlama süreçlerinin tamamlanması için yaptığı faaliyetlerin tümü yatırım olarak kabul edilebilir. Araştırma, hammadde, üretim ve dağıtım (pazarlama) süreçlerinin oluşturulup ürünün gerçekleştirilmiş olması ve üretilen ürün ya da hizmetin hedeflenen kitleye istenilen şekilde ulaştırılması girişimcinin bütün yatırım süreçlerini başarılı bir şekilde yönettiğini gösteren en önemli delildir.

İşyerinin yönetiminde çeşitli unsurlar bulunmaktadır. Bu unsurları işletme yönetimi, planlama, organizasyon, koordinasyon, denetim, personel ve müşteri ilişkileri olarak ifade etmek mümkündür. İşletme yönetimi, çalışanların iş birliği yapmalarını sağlama ve onları bir amaç doğrultusunda yönlendirme faaliyetleri olarak açıklanabilir. Planlama ise, gerçekleştirilen ürün veya hizmetin hedeflendiği şekilde üretimi ve pazarlanması için işlerin nasıl yapılması ve devam etmesi gerektiği, iş süreçlerini, görev tanımını, zamanını, süresini ve bunların kimler tarafından nasıl yapılacağını gösteren

süreç çizelgesi şeklinde ifade edilebilir. Planlama girişimci için önemli bir yönetim unsurudur. Bu unsurun etkinliklerdeki karşılığı ağ oluşturma şeklinde karşımıza çıkmaktadır. Koordinasyon hammadde sürecinden pazarlama sürecine kadar bütün işlerin ve kişilerin uyum içerisinde çalışmasını kapsamaktadır. Girişimci açısından bu koordinasyonun sağlanması işletmenin sürekliliği ve verimliliği açısından oldukça önemlidir. Denetim işletmenin amaçlar ve belirlenen plan doğrultusunda çalışıp çalışmadığını kontrol eden unsurdur. Personel ve müşteri ilişkileri ise şirket veya kurumdan kuruma farklılık göstermekle birlikte genellikle resmi ve resmi olmayan ilişkiler olarak ikiye ayrılır. Resmi ilişkiler ticaret, kurum, kuruluş, şirket sahibi personel ilişkileri (görev tanımı) şeklinde olabilir. Resmi olmayan sosyal ilişkiler ise bireyler arası diyaloglar olarak ifade edilebilir. Girişimci, yönetici ve lider kavramlarını bünyesinde barındıran ve liderlik yönü ağır basan kişidir. Bireyler arası ilişkiler girişimcinin iletişim becerisi ile doğrudan ilişkilidir. Bu sebeple personel ve müşteri ilişkilerini en sağlıklı şekilde ilerletmek girişimcinin sorumluluğu altındadır (Göksu, 2017).

AR-GE (Araştırma Geliştirme): Girişimci açısından en önemli yatırım kanallarından birisi de işletmesi ile ilgili araştırma ve geliştirme olanaklarını arttırmaktadır. Özgün bir ürün ve hizmetle rakip pazarda varlığını amaçlayan ve bunu gerçekleştiren girişimci sürekli değişen teknoloji ve pazar koşulları karşısında güçsüz kalmamak için AR-GE çalışmalarına önem vermek zorundadır. AR-GE'yi; gerçekleştirilen bir ürünün daha etkin ve hesaplı bir şekilde üretilmesi ya da hiç üretilmemiş ve ileride üretilmesi planlanan ürün ile ilgili, hedef pazarda öncü olmak amacıyla herhangi bir alanda araştırmaya kaynak ayırma durumu olarak açıklamak mümkündür. AR-GE faaliyetlerinde hedef yeni bir ürün geliştirmek veya geliştirilmesine bilimsel altyapı sağlamaktır. AR-GE, özel çalışma gerektiren, kamu, özel sektör ve üniversitelerde yapılabilen özel bir faaliyettir. AR-GE, adından da tam olarak anlaşıldığı gibi araştırmayı, henüz bulunmamış bulmayı ve sonra da bilgiyi veya ürünü geliştirmeyi veya yenilemeyi içermektedir. AR-GE faaliyetleri kısaca insan, kültür ve toplumun bilgisinden yola çıkarak bilimsel faaliyetlerin yardımıyla yeni uygulamalar tasarlamak üzere sistematik bir temelde yürütülen yaratıcı çalışmalar olarak ifade edilebilir. AR-GE faaliyetleri temel araştırma, uygulamalı araştırma ve deneysel araştırma olmak üzere üç farklı süreçte gerçekleşebilmektedir. Temel araştırma, öncelikle olgu ve gözlemlenebilir

olayların temellerine ait yeni bilgiler elde etmek için yürütülen deneysel veya teorik çalışmaları; uygulamalı araştırma, özgün bir ürüne veya hizmete yönelik çalışmaları; deneysel araştırma ise, araştırmadan ya da pratik deneyimden elde edilen mevcut bilgiden yararlanarak yeni malzemeler, yeni ürünler ya da cihazlar üretmeye; yeni süreçler, sistemler ve hizmetler tesis etmeye ya da halen üretilmiş veya kurulmuş olanları önemli ölçüde geliştirmeye yönelmiş sistemli çalışmaları kapsamaktadır (Erkek, 2011).

Girişimci özellikle gerçekleştireceği ürün veya hizmet ile ilgili prototipin oluşturulması sürecinde AR-GE yatırımlarına başlamakta, seri üretime geçtikten sonra bir ekiple bu ürün veya hizmetinin geliştirilmesine yönelik çalışmalarda bulunmaktadır. Çünkü müşterilerin ihtiyaçlarına yönelen her bir yenilik ve kolaylık ürünün satılabilirliğini arttıracak ve rakip pazarda kendine yer bulacaktır.

Mesleki Yatırımlar (Müşteri, Personel, Kişisel Gelişim): Girişimci girişimde bulunduğu alanda kendini sürekli olarak geliştirmelidir. O alanda yeterliliğini kazanmak için yatırım öncesi kurslara, eğitimlere yönelerek hayata geçirmek istediği iş fikrinin mesleki tecrübelerini kazanmalıdır. Aynı zamanda üretim sürecinde hizmet içi eğitimle personelinin ürün hakkında tecrübe sahibi olmasına yardımcı olmalıdır. Özellikle de girişimde bulunulan alan daha önce hiç kimse tarafından yapılmamış ise veya örnekleri yurt dışında ise personel eğitiminin önemi daha da artmaktadır. Girişimci müşterilerini kazanmak için profesyonel anlamda yatırımda bulunmalıdır. Müşterilerine aidiyetlik hissettirecek uygulamalara yönelmelidir. Örneğin, internet satışlarında abonelik indirimleri, müşteri kayıtları, müşteri kartları, promosyonlar vb yatırımlarla müşteri devamlılığını sağlamaya çalışmalıdır.

4.1.5.2. Yatırım sürecinde kazanılması gereken beceriler

Girişimciliğin yatırım temasının içerisinde yer alan alt temalarla birlikte kazandırılması gereken beceriler etkinliklerden yola çıkarak hazırlanmıştır. Yatırım temasında yer alan ve kazandırılması amaçlanan becerilerle ilgili bulgular aşağıda verilmiştir:

Yönetim Becerisi: Yönetim belirli bir amaca ulaşmak adına insanlara iş yaptırma, organize etme, iş birliğini ve koordinasyonu sağlama faaliyeti olarak açıklanabilir. Yönetici kavramı ise yönetme erkini (gücünü) elinde bulundurma yetkisi olan kişi olarak ifade edilebilir (TDK, 2017). Yönetim becerisini, girişimcinin ürün veya hizmetini gerçekleştirmesini sağlayan iş yeri ile ilgili görevlerini ve sorumluluğunu bilmesi, çalışanlarını örgütleyebilmesi, çalışanların görev dağılımını yaprak, iş yerinde iş birliği ve koordinasyonu sağlayabilme yeteneği olarak ifade etmek mümkündür.

Ağ Oluşturma Becerisi: Ağ oluşturma becerisi girişimcinin en önemli özelliklerinden birisidir. Ağ oluşturma becerisi ürün ya da hizmetin daha fazla kişiye ulaştırılabilmesi ve iş dünyasında, iş sahipleri, çalışanlar, müşterilerle bağlantı kurabilme adına internet araçlarını kullanma yeteneği olarak ifade edilebilir. Girişimcilerin, etkili iletişim tekniklerini ve kanallarını öğrendikten sonra iş ağlarını sistematik bir şekilde genişletmeleri, işlerini büyütmeleri için ihtiyaç duydukları müşteri ve yatırımcılarla görüşme motivasyonlarını arttırmaları gerekmektedir. Özellikle küçük yaştan itibaren geleceğe yönelik bazı hayaller kuran ve hangi işlerin kendisi için uygun olacağını düşünen girişimciler önlerine gelen fırsatları değerlendirerek rakiplerini geçebilirler. Bu da girişimcinin kariyerinin şekillenmesinde önemli bir etki oluşturur. Girişimciler açısından önemli bir pazarlama fırsatı ve iletişim aracı olarak değerlendirilebilecek unsurlardan birisi de sosyal ağlardır. Sosyal ağların milyonlarca insan tarafından, yoğun bir şekilde kullanılıyor olması, bu ağların iş çıkarları için kullanımını da oldukça cazip hale getirmiştir. Daha profesyonel kitlelere yani iş dünyasına hitap edecek olan sosyal iş ağı uygulamaları da girişimciler tarafından ürün ve hizmetlerini tanıtmak için kullanılmaktadır. Sosyal ağ teknolojilerinin giderek gelişmesi ve insanlar tarafından çok ciddi boyutlarda kullanılır hale gelmesi, bu teknolojilerin popüler kültürün bir parçası olmasına sebep olmuştur. Sosyal ağ uygulamalarının, iş hedeflerine yönelik şimdiye kadar bilinen kullanımı, müşterilere ulaşmanın bir yolu olarak pazarlama amacıyla kullanılmasıdır. Ağlar ticari bir mesaj yayınlama ya da müşteriler ile bağlantıda olmak için kullanıldıkları gibi, çalışanların ve ağda bulunan diğer paydaşların birbirleriyle olan bağlantılarını sağlamak amacıyla da kullanılmaktadır. Sosyal ağları, şirketler, girişimciler, potansiyel müşteriler, çalışanlar vb gibi iş dünyasının aktif çalışanları oluşturmaktadır (Acar vd, 2014)

Problem Tanımlama ve Çözme Becerisi: Problem tanımlama ve çözme becerisini, girişimcinin üretim sürecinde karşılaştığı rahatsızlık durumunun farkına varması ve bu rahatsızlığı ortadan kaldırmak için alternatif çözüm yolları oluşturarak bunları uygulama yeteneği olarak açıklamak mümkündür. Hedeflenen girişimin gerçekleştirilmesi için geçen süreç içerisinde girişimci birçok olumsuzlukla karşı karşıya kalacaktır. Bu nedenle girişimcilik eğitiminde sorunların tanımlanması ve tanımlanan sorunlara uygun çözüm önerilerinin geliştirilip uygulanması, hedefe ulaşma açısından önem taşımaktadır. Problem çözme becerisi için öncelikle problemin tanımlanması gerekmektedir. Problem kişiyi rahatsız eden bir durumun gerçekleşmesi ve rahatsızlığın farkına varılması olarak tanımlanabilir. Problemin oluştuğunun farkına varan girişimci ikinci aşamada problemin ne olduğunu ve bu rahatsızlığın kaynağını bulmaya çalışır. Problemin kaynakları belirlenir ve problemin tanımlayıcı özellikleri açıklanmaya çalışılır. Üçüncü aşamada ise tanımlı, kaynağı ve özellikleri açıklanan probleme alternatif çözüm yolları bulunur. Son aşamada ise alternatif çözüm yollarından en ideali veya bir kaçını deneyerek problem ortadan kaldırılmaya çalışılır (Gelbal, 1991).

4.1.5.3. Yatırım sürecinde kazanılması gereken değerler

Yatırım teması ve yatırımın alt temalarında kazandırılması istenilen değerler etkinliklerden ve literatürden taranarak ifade edilmeye çalışılmıştır. Elde edilen bulgular şunlardır:

Vicdanlı Olma: Vicdanlı olma girişimcinin özellikle çalışanlarına karşı sahip olması gereken en önemli değerlerden birisidir. Fazla para kazanma hırsı bazen insanları bencilleştirmektedir. Bu durum ise beraberinde hak ihlallerine sebep olmaktadır.

Hoşgörülü Olma: Hoşgörü kavramı her şeyi anlayışla karşılayarak olabildiği kadar hoş görme durumu, müsamaha, tolerans olarak ifade edilmektedir (TDK, 2017). Girişimcilerin sahip olması gereken bir diğer değer ise çalışanlarına, çevresine, müşterilerine karşı hoşgörülü olmasıdır. Hoşgörü kavramı ve “hoşgörülü” tabiri toplum açısından bir kabulün, olgunluğun ve ideal insanın göstergesidir. Bu sebeple girişimcinin

çevresinde ve iş dünyasında hoşgörölü olması önemli bir yer tutar. Örneğın herhangi bir iş adamının toplumun bir ögesine, kişisine ya da değerine karşı hoşgörüsüz yaklaşımının toplum tarafından medya aracılığıyla duyulması müşterilerin ani tepkisiyle o ürün veya hizmetten uzaklaşılmasına sebep olabilmektedir. Bu sebeple hoşgörölü hem toplum adına hem de girişimci adına önemli bir değer olarak kabul edilmelidir.

Merhametli Olma: Merhamet bir kimsenin veya bir başka canlıının karşılaştığı kötü durumdan dolayı duyulan üzüntü, acıma olarak ifade edilmektedir (TDK, 2017). Merhametli olma aynı zamanda olası kötü durumlar gerçekleşmeden iyi davranışlarda bulunma olarak da açıklanabilir. Girişimcinin çalışanlarına, çevresine ve müşterilerine karşı merhametli olması onun karakter sahibi birisi olduğunu göstermektedir.

4.2. Girişimcilik Becerisinin Kazandırılması İçin Etkinliklerin Hazırlanması, Uygulanması ve Değerlendirilmesine Yönelik Bulgular

Sosyal bilgiler dersinde girişimcilik becerisinin kazandırılması için etkinliklerin yöntem kısmında verilen bilgiler doğrultusunda geliştirilmesi hedeflenmiştir. Etkinliklerin geliştirilmesinde sınıfın mevcut durumu, materyallerin ulaşılabilirliği, uygulamaların öğrenci düzeyine uygunluğu, branş öğretmeni ve uzmanların görüşleri dikkate alınmıştır. Etkinlik geliştirme sürecinde araştırma da ilgili konular belirlenip ve etkinlik örnekleri değerlendirildikten sonra girişimcilik eğitiminin tema, beceri ve değerleri oluşturulmuştur. Ana temaların alt temaları belirlenmiş, bu süreç içerisinde kazandırılması hedeflenen beceri ve değerler oluşturulmuştur. Sonrasında bu tema, beceri ve değerler doğrultusunda etkinlik örnekleri geliştirilmiştir. Etkinlik örnekleri geliştirilirken yurtdışı etkinlik örneklerinden yararlanılmıştır. Etkinliklerin geliştirilmesi esnasında dil, kavram, açıklık, anlaşılabilirlik, konu alanına ve sosyal bilgilere özgü becerilerin uygunluğuna dikkat edilmiştir. Aynı zamanda 7. sınıf öğrencilerinin seviyesine uygunluğu konusunda; tez danışmanları, tez izleme komitesi üyeleri ve sosyal bilgiler eğitimcilerinden uzman görüşü alınmıştır. Araştırımcı, etkinliklerde geçen kavramların öğrencilerin seviyesine uygunluğunu uygulamalardan önce dersi veren sosyal bilgiler öğretmeni ile kontrol etmiştir. Etkinlikler girişimcilik becerisinin kazanımları doğrultusunda geliştirilmiştir. Etkinliklerde etkinlik başlığı, etkinliğin konusu, etkinlik süresi, etkinlik kazanımı ve alt kazanımları, beceri ve değerler, etkinlik süreci, öğrenme çıktılarına yer verilmiştir. Etkinlik içerisindeki çalışma kâğıtları ise konularla doğrudan ilişkili olarak öğrencilerin seviyelerine göre hazırlanmıştır. İlk etkinlikte öğrencilerin resim ve tasarıma yönelik ilgileri fark edilmiş ve düşüncelerini daha iyi ifade edebilmeleri açısından sonraki süreçte tasarım etkinliklerinin sayısı artırılmıştır. Tasarımla ilgili değerlendirmeler ürün tasarımı ve üretim bölümünde ele alınan kriterler doğrultusunda ve Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi öğretim üyesi iki uzmanın görüşleri çerçevesinde değerlendirilmiştir.

Sosyal bilgiler derslerinde (haftada iki ders saati) girişimcilik becerisini kazandırmak için yabancı literatürün taranması sonucu 230 etkinlik içeriğinden yararlanılarak geliştirilen etkinlikler girişimcilik eğitiminin temalarını, beceri ve değerlerini oluşturmuştur. Bu doğrultuda geliştirilen etkinlikler; “iş fikri” ana teması içerisinde, “toplumun ihtiyaçlarını belirleyerek iş fikrini oluşturma (ihtiyaç analizi)”, “bireysel becerilerimiz doğrultusunda iş fikrinin oluşturma” alt temalarında; finansman temasında “kaynak ve destek finansmanı” alt temasında; ürün tasarımı ve üretim temasında “ürün tasarımı” alt temasında; tanıtım ve pazarlama temasında “reklam ve promosyon” alt temasında; yatırım temasında ise “iş yeri” alt temasında uygulanmıştır. Elde edilen bulgular beş alt başlık altında verilmiştir.

4.2.1. İş fikri teması ile ilgili etkinliklerin geliştirilmesi, uygulaması ve değerlendirmesi

İş fikri temasıyla ilgili etkinlikler “toplumun ihtiyaçlarını belirleyerek iş fikrini oluşturmak (ihtiyaç analizi)” alt teması örneğinde “ihtiyaç analizim” başlığıyla uygulanmıştır. Etkinlikte iş fikri ve ihtiyaç analizi hakkında bilgilendirme yapılmış, etkinlik yoluyla girişimciliğin alt becerileri olarak belirlenen ihtiyacı fark etme, farklılığı anlama, iş fikrini ifade etme, değişikliği fark etme, geleceği düşünme, problem çözme, iş birliği becerileri ve çalışkan olma, sorumluluk sahibi olma, öz güven sahibi olma, birlikte hareket etme değerleri kazandırılmaya çalışılmıştır. Etkinlik süresi 10 dakika ile sınırlı tutulmuş ve kazanımlar “iş fikrini (girişimci mesleğini) ifade eder, o işi neden seçtiğini açıklar, iş fikri ile ilgili ihtiyaçları fark eder, iş fikrini etkileyecek sosyal ve çevresel etmenleri ifade eder” şeklinde belirlenmiştir. Etkinlik ile bireysel ve toplumsal ihtiyaçlardan yola çıkarak iş fikrini oluşturmayı ve iş fikrine katkı sağlayacak çevresel ve sosyal etmenlerin kazandırılması amaçlanmıştır. Etkinlikte öğrenme çıktıları “öğrenciler bireysel ve toplumsal ihtiyaçlar hakkında bilgi sahibi olur, iş fikri tanımını öğrenerek iş fikirlerini ifade edebilir.” şeklinde belirlenmiştir. Uygulanan etkinlik örneği ve değerlendirmesi aşağıda sunulmuştur. Hedeflenen kazanımlar doğrultusunda etkinlik sonucunda elde edilen bulgular şunlardır: (Etkinlik örnekleri için bkz. Ek-3)

1. Kazanım: İş fikri temasında “İş fikrini (girişimci mesleğini) ifade eder.” kazanımına yönelik elde edilen bulgular şunlardır:

Tablo 4.7. Girişimcilik fikirlerine yönelik etkinlik öncesi ve sonrası bulgular

Etkinlik Öncesi		Etkinlik Sonrası	
Meslekler	Frekans	Meslekler	Frekans
Bilgi yok	6	Sevdiğim ve becerebildiğim bir iş	1
İş kurmak istemiyorum	3	Başkalarına faydalı bir iş	1
Sevdiğim ve becerebildiğim bir iş.	1	Kafe	1
Başkalarına faydalı bir iş	1	Oyun tasarımı ve pazarlama	3
Kafe	1	Çikolata Fabrikası	1
Hayvan Otel	1	Moda evi	1
İyi amaçlı iş	1	İlaç Fabrikası	1
Moda evi	1	Butik	1
Doktorluk	3	Otel işletmeciliği	1
Butik	1	Yazılım geliştirmek	1
Fotoğrafçı	1	İç mimarlık	1
Hastane işletmesi	1	Yağ fabrikası/Yağ fabrikatörlüğü	1
İç mimarlık/Mimarlık	3	Fotoğrafçı	1
Yağ fabrikası	3	Teknoloji üreten bir fabrika	1
Sigortacı	1	Meyve suyu fabrikası	1
Yazılım geliştirmek	1	Resim evi/Sanat evi	1
Çikolata İşletmesi	1	İş fikri belirtilmemiş	1
Horoz dövüşü	1	Resim kursu	1
Nakliye ve hafriyat şirketi	1	Kendi tasarım arabalarımla ve özel tırlarımla hafriyat şirketi	1
Bireysel günlük uçak	1	Uçak tasarımı ve lojistik	1
Hayvan barınağı	1	Tıpla ilgili bir iş	1
Silah fabrikası	1	Hayvan barınağı	1
Ağaçları ve çevreyi koruma işi	1	Su işletmesi	1
İnsanlara spor yaptırma işi	1	Pamuklu kıyafet üretimi	1
Genetik mühendisi	1	Kozmetik firması	1
Öğretmenlik	2	Bilgisayar	1
Meyve suyu fabrikası	1	Kozmetik firması	1
Avukat	1	Ayakkabı fabrikası	1
Büfe	1	Piyano kursu	1
Basketbol oyuncusu	1	Basketbolcu	1
Sahaflık	1	Takıcı	1
Toplam (Girişimci Meslek)	45 (23)	Çikolatalı süt fabrikası	1
		Hayvanlar için bakım yeri	1
		Pamuk fabrikası	1
		Pastane	1
		Basketbol oyuncusu	1

Bilgisayar	1
Toplam	39

Tablo 4.7’de elde edilen bulgulardan yola çıkarak şu bilgileri ifade etmek mümkündür:

Girişimcilik eğitiminde “iş fikri” ile ilgili arka plan bilgisi verilmeden önce çocukların girişimcilik mesleklerini “resim öğretmenliği, doktorluk, avukat, öğretmenlik, genetik mühendisi vb.” gibi girişimci meslekler sınıfına dâhil edilmeyen kavramlar üzerinden açıklamaya çalıştıkları görülmektedir. Bu bulguların frekansı 10 olarak belirlenmiştir. Diğer taraftan 6 frekansta meslek bilgisi verilmezken iş kurmak istemeyenlerin sayısı 3 olarak bulgulara yansımıştır. Girişimci mesleğini doğrudan ifade edemeyenlerin frekansı 3 olarak belirlenmiştir. Bu bulgulardan yola çıkarak girişimcilik ile ilgili iş fikrine ve meslek bilgisine sahip olmayanların frekansı 22 olarak tespit edilmiştir. Sınıf mevcudununun 34 olduğu bilgisinden yola çıkarak 45 frekansı bize gösteriyor ki girişimcilik mesleklerini ifade edenler de birden fazla meslek söylemişlerdir. Etkinlik öncesinde girişimci mesleklerini ifade edenlerin frekansı 23 olarak tespit edilmiştir.

Etkinlik uygulaması sonucunda girişimci mesleklerini doğrudan ifade edemeyen çocukların frekansı 2 olarak tespit edilmiştir. Bu da etkinlik öncesi iki çocuğun görüşlerinde herhangi bir değişimin olmadığı izlenimini vermiştir. Bu iki frekans haricinde sınıfın diğer üyelerinin girişimcilik ile ilgili fikirlerinin oluştuğu ve elde edilen 39 frekanstan yola çıkarak fikirlerin netlik kazanıp hemen hemen her bir çocuğun girişimcilik ile ilgili bir mesleğe yöneldiği belirlenmiştir. Meslek türlerine bakıldığında ise doğrudan girişimcilikle ilgili mesleklerin ifade edildiği görülmektedir.

Etkinlik bulgularında bazı girişimci mesleklerin etkinlik sonrasında varlığı görülmektedir. Ancak bulgular bize gösteriyor ki girişimci meslek bilgisine sahip olan çocuklar mesleklerini etkinlik sonrasında daha kapsamlı ifade etmişlerdir. Örneğin: Ö1, etkinlik öncesi neden o işi seçtiğini “*Elektronik alan ihtiyaçları, yeni yazılım, yeni oyunlar eğlenceli.*” ifadesiyle açıklarken etkinlik sonrasında ise “*Daha fazla eğlenceye, daha iyi oyunlara, daha kaliteli oyunlara ihtiyacımız var.*” ifadesini kullanmıştır. Bu

açıklamada Ö1 etkinlik öncesinde elektronik ihtiyaçlarından, yeni bir yazılım yapacağından oyunların eğlenceli olmasından dolayı bu mesleği seçtiğini ifade etmiş, etkinlik sonrasında ise daha fazla eğlenmenin, daha iyi ve kaliteli oyunların yapılabileceğini ve buna ihtiyacın varlığını ifade ederek var olan girişimcilik düşüncesini geliştirmiştir. Diğer taraftan Ö8'in etkinlik öncesinde seçtiği mesleği ve nedenini *“Doktorluk: Benim ekipmana; müşterilerimin saygı ve hizmete”* şeklinde girişimcilik içerisinde yer almayan bir mesleği ifade ederken etkinlik sonrasında *“İlaç Fabrikası: Müşterilerim benden zararsız, kaliteli, diğerlerinden farklı bir mal ister, ihtiyacım fabrika hammadde, alışveriş yapabileceğim diğer şirketler ve müşteriler”* ifadelerini kullanarak doktorluk fikrini sağlık alanında gerçekleştirilebilecek girişimci bir mesleğe dönüştürdüğü görülmektedir. Yine elde edilen bulgularda iş kurmak istemeyen bir öğrencinin (Ö13) etkinlik öncesindeki *“İş kurmak istemiyorum. Mimar ya da mühendis olacağım için iş kurmayacağım.”* ifadesi, etkinlik sonrasında *“Teknoloji üreten bir fabrika: teknolojik her şeye ihtiyacım var.”* şeklinde ifade edilmiştir. Bu bulgular bize etkinliklerin çocukların girişimcilik ile ilgili iş fikirlerinin oluşmasında, değişmesinde ve netleşmesinde etkili olduğunu göstermektedir. Bulgular doğrultusunda etkinliğin *“İş fikrini (girişimci mesleğini) ifade eder.”* kazanımını gerçekleştirdiğini söylemek mümkündür.

2. Kazanım: İş fikri temasında “O işi neden seçtiğini açıklar.” kazanımına yönelik elde edilen bulgular şunlardır:

Tablo 4.8. Etkinlik öncesi ve etkinlik sonrası çocukların iş seçim nedenleri ile ilgili bulgular

Etkinlik Öncesi		Etkinlik Sonrası	
İş seçimi nedenleri	Frekans	İş seçimi nedenleri	Frekans
İş kurmak istemiyorum	3	İş kurmak istemiyorum	1
Neden belirtilmemiş	24	Neden belirtilmemiş	3
Sempati	1	Aile etkileşimi	2
Maddi kazanç	1	İlgi ve istek	6
Yetenek	1	Eğilim	5
Öz güven	1	Sempati	17
Eğilim	1	Gözlem ve farkındalık	6
Aile etkileşimi	1	Yetenek	9

Toplam	33	Maddi kazanç	17
		Benlik(Daha iyisi olma)	1
		Öz güven	1
		Tanınma	1
		Toplam	69

Çocuklardan etkinlik öncesinde kendilerini iş fikirlerine yönelten sebepleri açıklamaları istenmiştir. Tablo 4.8’ den hareketle etkinlik öncesinde toplamda 31 frekans elde edilmiştir. Bu 33 frekans içerisinde iş fikri oluşturma nedeni olarak “*sempati, maddi kazanç, yetenek, özgüven, eğilim, aile etkileşimi*” gibi bulgulara rastlanmıştır. Ancak iş seçim nedenini açıklamayan çocukların frekansı 24, iş kurmak istemeyen çocukların frekansı ise 3 olarak tespit edilmiştir.

Etkinlik sonrasında iş fikirlerini neden tercih ettiklerine yönelik açıklamada bulunan çocukların frekansı 69 olarak tespit edilmiştir. Neden belirtmeyenlerin frekansı 3, iş kurmak istemeyenlerin frekansı 1 olarak belirlenmiştir. Bu da gösteriyor ki neden açıklamayanların sayısında 24 frekanstan 3 frekansa, iş kurmak istemeyenlerin sayısında ise 3 frekanstan 1 frekansa önemli bir gelişme olmuştur. Toplam frekans arasındaki fark göz önüne alındığında ise çocukların birden fazla neden ifade ettiği anlaşılmıştır. Elde edilen bulgularda Ö19 etkinlik öncesinde neden belirtmemiş “*iş kurmak istemiyorum*” ifadesini kullanarak bunu açıklamak istememiştir. Etkinlik sonunda ise “*Meyve suyu fabrikası: her sabah içilecek lezzetli bir meyve suyu*” ifadesiyle, her sabah lezzetli bir meyve suyu içebilmek için meyve suyu fabrikası kuracağını açıklamıştır. Diğer taraftan Ö8 etkinlik öncesinde iş seçimi ile ilgili herhangi bir bilgi vermezken etkinlik sonrasında “*Spor mağazası (Okçuluk). Çünkü ekipmanlara sahibim zaten ok atıyorum. Okçuluk antrenörü olmak istiyorum. Zevk alıyorum.*” cümlesiyle sevdiği ve yeteneği olduğu için okçuluk ile ilgili spor mağazası açacağını ifade ederek yeteneklerinin farkına varmış ve bunu girişimcilik alanında kullanabileceğini açıklamıştır. Ö6 ise etkinlik öncesinde “*Oyun Yapımcılığı: Oyun yapımcılığı daha kârlı*” ifadesini kullanarak neden bu işi seçtiğini açıklamış etkinlik sonrasında ise “*Çikolatalı süt fabrikası: En karlı iş olacaktır diye düşünüyorum eğlenecek ve belki de dünyanın en iyisi olacağım. Bu da bana ekonomik açıdan çok karlı olur. Çikolatalı süt fabrikasını seçtim çünkü, benim çikolatalı sütlerimde zararsız bir madde olacak insanları mutlu edecek.*” ifadesinde bulunarak iş

fikrini daha fazla kazanç, bireysel ilgi ve insanların ihtiyaçları doğrultusunda değiştirerek açıklamaya çalışmıştır. Bu durum bize etkinliklerin çocuklarda girişimcilik fikirlerini seçme nedenlerini açıklaya yardımcı olduğunu ve bu beceriyi kazandıklarını, ilgi, ihtiyaç vb etkenler doğrultusunda girişimciliğe ilişkin düşüncelerini değiştirdiklerini ve geliştirdiklerini göstermiştir. Bu nedenle girişimcilik eğitiminin “iş fikri” teması ile ilgili uygulanan etkinliğin “O işi neden seçtiğini açıklar.” kazanımını gerçekleştirdiğini ifade etmek mümkündür.

3. Kazanım: İş fikri temasında “İş fikri ile ilgili ihtiyaçları fark eder.” kazanımına yönelik etkinliklerde elde edilen bulgular şunlardır:

Tablo 4.9. Etkinlik öncesi ve sonrası iş fikrine yönelik ihtiyaçlar ile ilgili bulgular

Etkinlik Öncesi		Etkinlik Sonrası	
İş fikrine yönelik ihtiyaçların belirlenmesi	Frekans	İş fikrine yönelik ihtiyaçların belirlenmesi	Frekans
Yer (Şirket)	1	Sağlıklı, kaliteli ve özgün bir ürün	8
		İş kurmak istemiyorum	1
Maliyet	1	Yetenek ve ilgi	3
Araç-Gereç, Hammadde	7	Ekipman (Araç-Gereç)	8
Finansman	2	Hammadde	3
İlgi	1	Hayal gücüne	1
Tanınma	1	Pazar oluşturma	3
Özgünlük	2	Müşteriye	2
Personel	3	Müşteri memnuniyeti ve müşteri ihtiyaçlarının karşılanması	7
Müşteri	2	Girişimcilik belgesi	1
Bilgi	1	Emeğin karşılığı	1
Bilgin yok	6	İşin sağlık mutluluk ve huzur vermesine	1
İş kurmak istemiyorum	3	Yeni şeyler öğrenmeye	1
Saygı	1	Personel	2
Hizmet	1	Yer	2
Toplam	32	Özgün iş yeri	3
		Finansman	2
		Teknoloji	1
		Başarılı olma/Çalışmaya	1
		Toplam	51

Tablo 4.9’da verilen bilgilerden yola çıkarak çocuklar etkinlik öncesinde iş fikirleri ile ilgili ihtiyaçları “*yer (şirket), maliyet, araç-gereç, hammadde, finansman, ilgi, tanınma, özgünlük, personel, müşteri, bilgi, saygı, hizmet*” olarak ifade etmişlerdir. Toplam frekans 32 olarak tespit edilmiştir. Ancak ihtiyaçlarla ilgili bilginin yok açıklamasında bulunanların frekansı 6, iş kurmak istemeyenlerin frekansı ise 3’tür. Sonuç olarak iş fikri ihtiyaçları ile ilgili 21 frekans değeri elde edilmiştir.

Etkinlik sonrasında toplam 51 frekans değerine ulaşılmıştır. İş kurmak istemiyorum ifadesinde frekans değeri 1 olarak tespit edilmiştir. Herhangi bir ihtiyaç ile ilgili açıklama yapmak istemeyen çocukların frekansı etkinlik öncesinde 6 iken etkinlik sonrasında herhangi bir frekansa rastlanmamıştır. İş fikrinin gerçekleştirilmesiyle ilgili bulgulara bakıldığında “*Sağlıklı, kaliteli ve özgün bir ürün, hayal gücü, pazar oluşturma, müşteri memnuniyeti ve müşteri ihtiyaçlarının karşılanması, girişimcilik belgesi, yeni şeyler öğrenmeye, özgün iş yeri*” gibi girişimcilik becerisinin önemli bulgularının çocuklar tarafından kazanıldığı gözlemlenmiştir. Etkinliklerle ilgili bulgular incelendiğinde Ö17 kodlu çocuğun etkinlik öncesinde “*tanınmak*” olarak belirttiği ihtiyacın etkinlik sonrasında “*profesyonel fotoğraf makinesi, tatil köyleri, gezebilme imkânı, girişimcilik belgesi, bana özgü iş yeri*” olarak ifade edildiği görülmüş ve ifadelerde ki gelişim bulgularına yansımıştır. Ö29 etkinlik öncesinde ihtiyaç ile ilgili herhangi bir ifade bulmazken, etkinlikten sonra “*ihtiyacım gerekli olan hammadde müşterinin beğenebileceği bir ürün.*” şeklinde iş fikri ihtiyacı ile ilgili ifade bulunmuştur. Ö31 ise etkinlik öncesinde silah fabrikası açacağını ve ihtiyaçlarının ise “*roketatarlar, el bombaları, makineli tüfekler, mayınlar*” olduğunu ifade etmiş, etkinlik sonrasında iş fikrini “*su işletmesi*” olarak değiştirerek ihtiyaçlarını “*insanların ihtiyaçlarını karşılayacak el değmemiş doğal kaynak suyu, temiz su*” olarak ifade etmiştir. Bu bulgular bize gösteriyor ki çocukların iş fikirlerine yönelik ihtiyaçlarının belirlenmesinde, geliştirilmesinde ve değiştirilmesinde etkinlikler önemli bir rol oynamaktadır. Etkinliklerle “*iş fikri*” teması içerisinde geliştirilen etkinliğin “*İş fikri ile ilgili ihtiyaçları fark eder*” kazanımı gerçekleştirdiğini ifade etmek mümkündür.

4. Kazanım: İş fikri temasında “İş fikrini etkileyecek sosyal ve çevresel etmenleri ifade eder.” kazanımına yönelik etkinliklerde elde edilen bulgular şunlardır:

Tablo 4.10. Etkinlik öncesi ve sonrası iş fikrini etkileyen sosyal ve çevresel etmenlere yönelik bulgular

Etkinlik Öncesi		Etkinlik Sonrası	
İş fikrini etkileyen sosyal ve çevresel etmenler	Frekans	İş fikrini etkileyen sosyal ve çevresel etmenler	Frekans
Teknolojik paylaşımlar	1	Teknolojik gelişmeler	1
Aile	2	Aile	18
Çevremdeki insanlar	6	Çevremdeki insanlar	8
İnsanların ilgi ve ihtiyaçları	2	İnsanların İlgi ve İhtiyaçları	6
Bilgi yok	9	Sosyal yaşantılar	1
İnsanların tecrübesi	1	Gözlemler	1
İş ortamının cazibesi	1	Doğal ortam ve şartlar	10
Finansman	1	İş yeri ve çevresi	6
Beceri, ilgi ve yetenekler	1	Ekipman (araç-gereç)	2
İşletmenin yeri	1	Hammadde temini	9
İş kurmak istemiyorum	1	Rakip işletmeler	2
Doğal ortam ve şartlar	2	Finansman	1
Toplam	28	Sevgi, saygı ve hoşgörü durumu	1
		İletişim	3
		Öz güven	1
		Tanınma	1
		İş kurmak istemiyorum	1
		Toplam	72

Yukarıda yer alan bulgulardan yola çıkarak çocukların etkinlik öncesinde girişimci iş fikirlerini etkileyen sosyal ve çevresel etmenleri “*teknolojik paylaşımlar, aile, çevredeki insanlar, insanların ilgi ve ihtiyaçları, insanların tecrübesi, iş ortamının cazibesi, finansman, beceri, ilgi ve yetenekler, işletmenin yeri, doğal ortam ve şartlar*” temalarıyla ifade ettikleri görülmektedir. Bilgi vermeyen çocukların frekansı 9 iken iş kurmak istemiyorum ifadesini kullanan çocukların frekansı 1 olarak tespit edilmiştir. Etkinlik öncesinde iş fikrini etkileyen sosyal ve çevresel etmenlere yönelik frekans değeri toplamda 28 olarak belirlenmiştir. Ancak bilgi vermeyen ve iş kurmak istemeyen öğrenci frekansları dikkate alınmadığında bu frekans değeri 18’e kadar düşmüştür.

Etkinlik sonrasında iş fikrini etkileyen sosyal ve çevresel faktörlerin frekans değeri toplamda 72 olarak tespit edilmiştir. Bilgi yok diyen çocukların etkinlikten sonra

açıklamalarda bulunduğu, sadece bir kişinin iş kurmak istemiyorum cevabını verdiği görülmektedir. Etkinlikler içerisinde yer alan bulgularda Ö15 etkinlik öncesinde bilgi vermezken, etkinlik sonrasında “*Ailem ve arkadaşlarım, insanların müziğe olan ilgileri etkiler.*” ifadesini kullanmıştır. Ö14 ise etkinlik öncesinde “*insanlar*” ifadesini kullanırken, etkinlik sonrasında “*Ailem, arkadaşlarım tanıdıklarımın destek alırım. İklim hammadde ve yeterli alan.*” olarak iş fikrini etkileyen etmenleri çeşitlendirmiş ve detaylandırmıştır. Ö12 etkinlik öncesinde bilgi vermezken etkinlik sonrasında “*Babamın, annem, kardeşlerim ve arkadaşlarım, Antalya ve Bodrum gibi yerler*” ifadeleri ile iş fikrini etkileyen etmenleri açıklamaya çalışmıştır. Ö2 etkinlik öncesinde “*Teknoloji sayesinde konuşmalar ve paylaşımlar artar buda benim iş fikrimi etkiler.*” ifadesini kullanırken etkinlik sonrasında “*Ailem, arkadaşlarım, sosyal hayatım, gördüklerim, doğal koşullar, iklim, teknolojinin gelişimi*” ifadesiyle iş fikrini etkileyen etmenleri daha kapsamlı ve detaylı bir şekilde açıklamıştır. Özellikle etkinlik öncesinde yer alan “teknolojik paylaşımlar” esinlenme ve farkındalık ile ilgili iken etkinlik sonrasındaki “teknolojinin gelişmesi” bir amaç ve faaliyetin göstergesi olup girişimci ruhun oluşmasının en önemli bulgularından birisi olmuştur. Etkinlik sonrasında ulaşılan “*Rakip işletmeler, sevgi, saygı ve hoşgörü durumu, iletişim, öz güven, tanınma*” gibi bulgular etkinlik sonrasında çocuklar tarafından ifade edilmiş, diğer ortak bulgularda ise frekans değerleri önemli oranda artmıştır. Bu durumdan hareketle çocuklardaki farkındalığın ve bilginin arttığını ifade etmek mümkündür. Diğer taraftan bu bulgular iş fikri süreci içerisinde “İş fikrini etkileyecek sosyal ve çevresel etmenleri ifade eder.” kazanımının etkinlik tarafından çocuklara kazandırılabilceğini göstermesi açısından oldukça önemlidir.

Becerilerin kazandırılması ilgili etkinliklerde yer alan öğrenci ifadeleri şunlardır: İhtiyacı fark etme becerisi ile ilgili Ö2 kodlu çocuğun “*Daha fazla eğlenceye, daha iyi oyunlara, daha kaliteli oyunlara ihtiyacımız var.*” ifadesi ve Ö4 kodlu çocuğun “*Yapılar çoğalmaya başladığı için iç mimarlığa ihtiyaç olur, resim çizmeyi seviyorum ve resimlerle ilgili becerilerim var ekipman ve kar durumu da benim için yeterli*” ifadesi çocukların ihtiyacı fark etme becerileri ile ilgili bulgulara örnek olarak verilebilir. Farklılığı anlama becerisi ile ilgili Ö9 kodlu öğrencinin etkinlik öncesinde iş fikrini “*Doktorluk*” olarak belirtmesi ve etkinlik sonunda ise “*İlaç Fabrikası: Müşterilerim*

benden zararsız, kaliteli, diğerlerinden farklı bir mal ister, benim ihtiyacım ise fabrika hammadde, alışveriş yapabileceğim diğer şirketler ve müşterilerdir.” ifadelerini kullanarak doktorluğun girişimcilik olmadığının farkına varması ve ilaç fabrikası açma şeklinde fikrini değiştirmesi, farklılığı anlama ile ilgili bulgulardan birisidir. İş fikrini ifade etme becerisi ile ilgili olarak Ö12 “*Otel işletmeciliği: rahatlık, sağlık, mutluluk, huzur ve eğlence*” şeklinde yaptığı açıklama ile iş fikrini ifade etmeye çalışmıştır. Değişikliği fark etme becerisinin kazandırılmasına yönelik bulgulardan birisi Ö2 kodlu çocuğun “*Ailem, arkadaşlarım, sosyal hayatım, gördüklerim, doğal koşullar, iklim, teknolojinin gelişimi iş fikrimi etkiler.*” şeklindeki ifadeleridir. Geleceği düşünme becerisi ile ilgili Ö4 “*Yapılar çoğalmaya başladığı için iç mimarlığa ihtiyaç olur...*” ve Ö30 “*Çok karlı bir iş çünkü herkes onu ister...*”, ifadeleriyle geleceği düşünerek iş fikrini oluşturduklarını ifade etmişlerdir. Problem çözme becerisine yönelik Ö6 kodlu öğrencinin “*...Çikolatalı süt fabrikasını seçtim çünkü benim çikolatalı sütlerimde zararsız bir madde olacak insanları mutlu edecek.*” ifadesi mutsuz insanlara bir çözüm yolu olarak iş fikrini geliştirdiğini göstermektedir. İş birliği becerisi ile ilgili Ö16 kodlu öğrencinin “*Ailem ve iş ortaklarım iş fikrimi etkiler...*” ifadesi ortaklı bir iş düşünebileceğini ve Ö12 kodlu öğrencinin “*Babamın, annemin, kardeşlerim ve arkadaşlarımdan etkilenirim*” ifadeleri aynı zamanda herhangi bir durumda birlikte hareket ettikleri insanları nitelemektedir. Bu bilgilerden yola çıkarak etkinliğin hedeflenen becerileri geliştirdiği ifade edilebilir.

Değerlerin kazandırılması ilgili etkinliklerde yer alan öğrenci ifadeleri şunlardır: Çalışkan olma değeriyle ilgili bulgular incelendiğinde Ö22 “*...para kazanmam lazım, bunun içinde insanların benden alışveriş yapması lazım, insanların alışveriş yapması içinde benim başarılı olmam lazım...*” ; Ö18 “*... Çünkü basketbol oynuyorum. Bolu Belediye Kulübü'nde point guardım. NBA'ya transfer olursam iyi para alırım ve ün şöhretim olur...*”; Ö6 “*Çikolatalı süt fabrikası en karlı iş olacaktır diye düşünüyorum çünkü en çok bunda eğlenecek ve belki de dünyanın en iyisi olacağım...*” gibi ifadeler çocukların hedefleri ve azimleri ile ilgili bulgulardır. Sorumluluk sahibi olma değerinin kazandırılmasına Ö27 “*Hayvanlara bakım yeri, çünkü hayvanlara yardım etmeyi seviyorum.*” ve Ö15 “*Başkalarına faydalı bir iş: Müşterilerim mutlu olması, yeni şeyler öğrenmek, hak edilen karşılığın alınması*” ifadeleri örnek olarak gösterilebilir. Öz güven

sahibi olma ile ilgili değerin kazandırılmasına ise Ö22 “*İnsanların beni sevmesi, saygı duyması iş fikrimi etkiler. Nasıl olsa başkanlık seçiminde de düşünceleri mantıklı ve sevilen insan seçilir.*” ifadeleri örnek olarak verilebilir. Birlikte hareket etme değerinin kazandırılmasıyla ilgili olarak Ö14 kodlu öğrencinin “*Ailem, arkadaşlarım tanıdıklarımın destek alırım.*” ve Ö9 “*Annem, babam ve akrabalarım iş fikrimi etkileyebilirler.*” ifadeleri örnek olarak verilebilir. Bu noktadan hareketle etkinliklerin iş fikri teması ile ilgili olarak hedeflenen değerleri gerçekleştirildiğini söylemek mümkündür.

4.2.2. Finansman teması ile ilgili etkinliklerin geliştirilmesi, uygulaması ve değerlendirmesi

Finansman temasıyla ilgili etkinlikler “*Kaynak ve Destek Finansmanı*” alt teması örneğinde “*Para ile ilgili ihtiyaçlarım, finans kaynaklarım*” etkinliği ile uygulanmıştır. Etkinlikte kaynak ve destek finansmanı hakkında bilgilendirme yapılmış ve para ile ilgili ihtiyaçların neler olabileceği sorulmuştur. Kazandırılması amaçlanan alt beceriler “*Finansman desteğinin farkındalığı, gelir ve gider kontrolü, kaynak analizi*” olarak belirlenmiştir. Kazandırılması gereken değerler ise “*İnsana ve çevreye karşı duyarlı olma, çalışkan olma, öz güven sahibi olma*” olarak belirtilmiştir. Hedeflenen kazanımlar “*Para ile ilgili ihtiyaçların farkına varır. İş fikrini hayata geçirecek finansman kaynaklarını bilir.*” olarak; öğrenme çıktıları ise “*Öğrenciler iş fikirlerini hayata geçirecek finansal beceri ve değerleri kazanarak farklı kaynakları ve bu kaynakları temin etmek için gerekli yöntemleri ifade edebilir.*” şeklinde belirtilmiştir. Süre 10 dakika olup etkinliğin anahtar sorusu “*Finans ve finansal kaynak nedir?*” olarak belirlenmiş ve etkinlik süreci ifade edilmiştir. Etkinlik uygulaması sonucunda elde edilen bulgular kazanımlar doğrultusunda açıklanmaya çalışılmıştır. (Etkinlik örnekleri için bkz. Ek-4).

1. Kazanım: Finansman temasında “*Para ile ilgili ihtiyaçların farkına varır.*” kazanımına yönelik etkinliklerde elde edilen bulgular şunlardır:

Tablo 4.11. Finansman temasında para ile alınabilecek ihtiyaçlar ile ilgili etkinlik öncesi ve sonrası bulgular

Etkinlik öncesi para ile ilgili ihtiyaçlar	Frekans	Etkinlik sonrası para ile ilgili ihtiyaçlar	Frekans
Bilmiyorum/Anlamadım/B elirtilmemiş	17	Bilmiyorum/Anlamadım/ Belirtilmemiş	-
Ekipman (Araç-Gereç)	6	Makinalar/Teknolojik aletler	19
İş Yeri	5	Ekipman (Araç-Gereç)	21
Sermaye	5	Hammadde	18
Hammadde	3	Tamir ve Onarım Ücreti	5
Ulaşım giderleri	2	Personel giderleri	22
Bankalarla anlaşma	1	SGK Giderleri	1
Personel giderleri	3	Ulaşım giderleri	22
Kira giderleri	2	Kira Gideri	16
Yazılım ücreti	1	Dekor Giderleri	11
Toplam	45	Yemek Giderleri	1
		İş Yeri	15
		Faturalar	13
		Yazılım ücreti	7
		Reklam ücretleri	1
		Su	2
		Elektrik	1
		İnternet	1
		Çimento	1
		Beton	1
		Gübre	1
		Tohum	1
		Güvenlik	1
		Toplam	181

Tablo 4.11’de etkinlik öncesinde finansman sürecinde çocukların iş fikirlerini gerçekleştirmek için parayı nasıl kullanabilecekleri, para ile hangi ihtiyaçları nereden ve nasıl temin edebileceklerine yönelik sorulara verilen cevaplar yer almaktadır. Etkinlik öncesinde paranın kullanımını ve para ile satın alınabilecek ihtiyaçlara hakkında bilgisi olmayan veya açıklamada bulunmak istemeyen çocukların frekansı 17 olarak tespit edilmiştir. Etkinlik öncesinde “*Ekipman (araç-gereç), iş yeri, sermaye, hammadde, ulaşım giderleri, bankalarla anlaşma, personel giderleri, kira giderleri, yazılım ücreti*” temalarında toplamda 45 frekansa ulaşılmıştır. Bilmiyorum ifadesini kullanan ve açıklamada bulunmayan çocukların frekans değeri çıkartıldığında 28 frekans değerine ulaşılmaktadır.

Etkinlik sonrasında toplamda 181 frekans değeri tespit edilmiştir. Bilmiyorum diyen, açıklamada bulanmayan çocukların frekansına rastlanmamıştır. Bu da bize gösteriyor ki para ile ilgili ihtiyaçların belirlenmesinde bütün çocuklar düşüncelerini ifade etmişlerdir. Hatta frekans değerinin 181 gibi bir çoğunlukta olması çocukların açıklamalarında birden çok faktörü ifade ettiklerinin önemli bir göstergesidir. Etkinlik sonucunda çocukların finansman desteklerini sağlayabilecekleri kurum, kuruluş ve programları ifade etmeleri önemli bir kazanımdır. Etkinlik sonrasında “*Makineler/teknolojik aletler, ekipman (araç-gereç), hammadde, tamir ve onarım ücreti, personel giderleri, SGK giderleri, ulaşım giderleri, kira gideri, dekor giderleri, yemek giderleri, iş yeri, faturalar, yazılım ücreti, reklam ücretleri, su, elektrik, internet, çimento, beton, gübre, tohum, güvenlik*” temalara ulaşılmıştır. Özellikle makineler ve teknolojik giderler, SGK giderleri, faturalar, tamir ve onarım giderleri, reklam ücretleri, çimento gibi açıklamalar çocukların konu ile ilgili ihtiyaçları detaylandırdıklarının ve çeşitlendirdiklerinin en önemli göstergelerindedir. “*Ekipman (Araç-Gereç), Hammadde, Personel giderleri, Ulaşım giderleri, Kira gideri*” temalarındaki frekans artışı ise fark edilebilir derecededir. Diğer taraftan dekor giderleri olarak ifade edilen frekans değerinde 11 frekans ise iş yerlerinin iş fikriyle doğru orantılı olarak estetik görünümünün öneminin fark edildiğini göstermektedir. Etkinliklerde bakıldığında Ö21 etkinlik öncesinde “*Anlamadım.*” ifadesini kullanırken, etkinlik sonrasında “*Ekipman, dekor, hammadde, ulaşım, işçi, arsa, kira*”; Ö25 ise etkinlik öncesinde “*Ne dolduracağımı bilmiyorum.*” ifadesini kullanırken etkinlik sonrasında “*Ekipman, hammadde, makine, ulaşım*”; Ö17 etkinlik öncesinde “*Bilmiyorum, anlamadım.*” ifadelerini kullanırken etkinlik sonrasında “*Ekipman, çalışan, yapacağım iş ile ilgili sunumlar hazırlamalıyız, elektrik, su faturaları, ulaşım, gerekli malzemeler, tanıtım için broşür, boya badana dekorasyonu, hammadde, makinalar, arsa ve binalar.*” ifadelerini kullanmışlardır. Ö3 etkinlik öncesinde “*Yazılım parası, yer parası, kira parası*” ifadelerini kullanırken etkinlik sonrasında “*Kira, personel, teknolojik aletler, servis, malzemeler, yazılım*”; Ö7 etkinlik öncesinde “*işçiler için para, hammadde için para, dükkân için para*” ifadelerini kullanırken, etkinlik sonrasında “*Kira, hammadde, personel, ulaşım, yazılım, makine, bina*” ifadelerini kullanmıştır. Bu bulgular etkinliklerin girişimcilik eğitiminin bir süreci, girişimcilik becerisinin bir alt becerisi olarak ifade edilen finansman süreci ile bilgisi olmayan çocuklarda bilgi ve becerinin

kazandırılabilirliğini, var olanlarda ise geliştirilebildiğini göstermektedir. Sonuç olarak bulgulardan hareketle finansman temasında “Para ile ilgili ihtiyaçların farkına varır.” kazanımına yönelik etkinlik uygulamasının finansman süreci içerisinde hedeflenen kazanımı gerçekleştirdiğini ifade etmek mümkündür.

2. Kazanım: Finansman temasında “İş fikrini hayata geçirecek finansman kaynaklarını bilir.” kazanımına yönelik etkinliklerde elde edilen bulgular şunlardır:

Tablo 4.12. Finansman temasında finansman kaynakları ile ilgili etkinlik öncesi ve sonrası bulgular

Etkinlik öncesi finans kaynaklarım	Frekans	Etkinlik sonrası finansman kaynaklarım	Frekans
Bankalar	6	Belediye	1
Ailem ve yakınlarım	8	Banka	26
Bilmiyorum/Anlamadım/Belirtilmemiş	12	Şansla kazanılan para	15
Sermayem	2	Aile ve Çevre	24
Ofislerden	1	Maden	1
Borç	2	Ev kirası	2
Altın	1	Gayrimenkul satımı	9
Diğer	3	KOSGEB	20
Miras	3	Kurum ve kuruluşlar	11
Toplam	38	Miras	20
		Sermayem	14
		Sponsor	1
		Borç	3
		Vakıf	1
		Değerli madenler	1
		İş-kur	1
		Belediye	1
		Reklam gelirleri	1
		Diğer	2
		Toplam	154

Yukarı yer alan bilgilerden yola çıkarak etkinlik öncesinde finansman kaynakları ile ilgili frekansların toplamı 38 olarak tespit edilmiştir. Ancak bilmiyorum, anlamadım ifadesinde bulunan veya herhangi bir açıklama yapmayan çocukların frekansı 12’dir. Bu sebeple etkinlik öncesinde çocuklar iş fikirlerini gerçekleştirmek için temin etmeleri gereken paranın kaynağını “*Bankalar, ailem ve yakınlarım, sermayem, ofislerden, borç, altın, diğer, miras*” olmak üzere toplamda 8 temada 26 frekansla ifade etmişlerdir.

Etkinlik sonrasında tespit edilen toplam frekans sayısı 154 olup bilmiyorum, anlamadım veya açıklamada bulunmayan çocukların frekansına rastlanmamıştır. Frekanslar arasındaki fark çocukların birden fazla kaynak gösterdiğinin en önemli göstergesidir. Arka plan bilgisi verildikten sonra yapılan etkinliklerde elde edilen bulgularda çocukların iş fikirlerini gerçekleştirmeleri için finansman desteğini bulabilecekleri kaynaklarla ilgili “*Belediye, banka, şansla kazanılan para, aile ve çevre, maden, ev kirası, gayrimenkul satımı, KOSGEB, kurum ve kuruluşlar, miras, sermayem, sponsor, borç, vakıf, değerli madenler, iş-kur, belediye, reklam gelirleri, diğer*” olmak üzere toplamda 19 tema tespit edilmiştir. Bu frekans değeri etkinlik öncesine göre iki katından fazladır. Bulgularda “*Gayrimenkul satımı, KOSGEB, Kurum ve kuruluşlar, Reklam gelirleri*” gibi temaların çıkması ve bu temalardaki frekans yoğunlukları girişimcilik becerisinin geliştiğini gösteren önemli göstergelerdir. Diğer taraftan etkinlik öncesi ifade edilen “*Bankalar, ailem ve yakınlarım, sermayem, ofislerden, borç, altın, diğer, miras*” gibi temalarda etkinlik sonrasında çok yoğun frekanslar tespit edilmiştir. Örneğin, miras etkinlik öncesinde 3 iken etkinlik sonrasında 20; banka etkinlik öncesinde 6 etkinlik sonrasında 26 olarak görülmektedir. Etkinliklerde elde edilen bulgulara bakıldığında Ö29 etkinlik öncesinde “*Bir şey anlamadım bilmiyorum*” ifadesini kullanırken etkinlik sonrasında “*KOSGEB, baba, banka, şansla kazanılan para, miras*”; Ö20 etkinlik öncesinde “*Ben bunu hiç anlamadım*” ifadesini kullanırken etkinlik sonrasında “*KOSGEB, banka, arsa, kira, şansla kazanılan para*”; Ö32 etkinlik öncesinde herhangi bir ifadede bulunmaz iken etkinlik sonrasında “*Tanıdıklar, miras, KOSGEB, banka, baba, kendi imkânlarım, diğer kuruluşlar, şans eseri kazanılan para*” olarak ifadelerini değiştirmişlerdir. Diğer taraftan etkinlik öncesinde Ö9 “*Banka, borç*” ifadesini kullanırken etkinlik sonrasında “*Banka, kendi imkânlarımız, şans eseri kazanılan para, birikim, miras, KOSGEB, diğer yardımcı kuruluşlar, tanıdıklardan borç*”; Ö24 ise etkinlikten önce “*Banka, bir şey bulamadım.*” ifadesini kullanırken etkinlikten sonra “*KOSGEB, banka, miras, tanıdıklar, şans eseri kazanılan para, kendi imkânlarımız, gayrimenkul satarak, diğer kaynaklar*” ifadelerini kullanmışlardır. Bu bilgiler etkinlikten önce bilgisi olmayan öğrencilerin bilgi ve beceri kazandığı, bilgisi olanların ise bu bilgilerini detaylandırıp çeşitlendirdiğini göstermektedir. Bu bulgulardan hareketle finansman temasında “*İş fikrini hayata geçirecek finansman kaynaklarını*

bilir.” kazanımına yönelik etkinliğin finansman süreci içerisinde hedeflenen kazanımı gerçekleştirdiğini söylemek mümkündür.

Becerilerin kazandırılması ile ilgili etkinliklerde yer alan öğrenci ifadeleri şunlardır: Finansman desteğinin farkındalığı becerisiyle ilgili olarak elde edilen bulgularda Ö5 etkinlik öncesinde finansman kaynağı ile ilgili herhangi bir açıklamada bulunmaz iken “etkinlik sonrasında *“Baba, banka, miras, arkadaş”*; Ö20 etkinlik öncesinde herhangi bir açıklamada bulunmaz iken, etkinlik sonrasında *“KOSGEB, baba, arsa, kira, şans eseri kazanılan para”*; Ö29 etkinlik öncesinde *“Bir şey anlamadım. Bilmiyorum”* ifadesinde bulunurken, etkinlik sonrasında *“KOSGEB, baba, zengin arkadaşlar, banka, miras”* gibi ifadeler kullanmışlardır. Bu bulgular çocuklarda oluşan finansman desteklerinin, kaynaklarının becerisine yönelik önemli bulgulardır. Gelir ve gider kontrolü becerisi ile ilgili bulgular şunlardır: Ö16 parayı nasıl temin edeceği ile ilgili *“Bankalar, miras, şans oyunları, ailemizden gelen, satılan gayrimenkuller, KOSGEB, yakın çevre, diğer..”* açıklamasında bulunurken para ile ilgili harcamalarını da *“makinelere, hammadde, ulaşım, bozulan eşyalar, işçi ücreti, işçinin SGK’sı, personel servisi, kira”* olarak ifade etmiştir; Ö32 ise paranın temini ile ilgili kaynakları *“tanıdıklar, banka, miras, KOSGEB, baba, kendi imkanlarımız, diğer kuruluşlar, şans eseri kazanılan para”* olarak ifade ederken para ile ilgili harcamalarını ise *“teknolojik aletler, hammadde, kira, faturalar, bina, personel, araç-gereç, boya”* olarak ifade etmiştir. Bu bilgiler çocukların etkinlikler yoluyla paranın temini ve giderleri ile ilgili beceriyi kazandıklarını göstermektedir. Kaynak analizi becerisi ile ilgili bulgulara bakıldığında Ö17 etkinlik öncesinde iş fikri için gerekli paranın temini ile ilgili *“Bilmiyorum, anlamadım”* ifadesini kullanırken etkinlik sonrasında *“İş-Kur, KOSGEB, belediye, banka, reklam firmalarından, dekorasyon şirketlerinden, akraba, aile, arkadaş, borç para, miras”* ifadelerini kullanmış ve paranın nasıl temin edileceği ile ilgili kaynakları açıklamıştır. Ö9 etkinlik öncesinde iş fikri ile ilgili paranın kaynağı olarak *“banka, borç”* ifadesini kullanırken etkinlik sonrasında *“Banka, kendi imkânlarımız, şans eseri kazanılan para, birikim, miras, KOSGEB, diğer yardımcı kuruluşlar, tanıdıklardan borç”* ifadelerini kullanarak para kaynaklarını çeşitlendirerek açıklamıştır. Bu noktadan hareketle etkinliklerin finansman teması ile ilgili olarak hedeflenen becerileri gerçekleştirildiğini söylemek mümkündür.

Değerlerin kazandırılması ile ilgili etkinliklerde yer alan öğrenci ifadeleri şunlardır: İnsana ve çevreye duyarlı olma değeri ile ilgili bulgulara Ö9 etkinlik öncesinde ihtiyaçlarını “*kira dükkân için, ekipmanlar için*” şeklinde ifade ederken etkinlik sonrasında “*...personel servisi...*” ifadesini kullanmıştır; Ö16 etkinlik öncesinde herhangi bir ihtiyaç belirtmezken etkinlik sonrasında “*...işçi ücreti, işçinin SGK’sı...*” ifadesini kullanmıştır; Ö24 etkinlik öncesinde “*anlamadım*” ifadesini kullanırken etkinlik sonrasında ihtiyaç olarak “*...servis...*” ifadesini kullanmıştır. Ö3 etkinlik öncesinde “*yazılım parası, yer parası, kira parası*” ifadesini kullanırken etkinlikten sonra “*...servis...*” ifadesini kullanmıştır. Bu bulgular çocukların işçilerin maaşını, sosyal güvencelerini, ulaşım imkânlarını düşünerek insana karşı duyarlı olma değerini kazandıklarını göstermektedir. Çevre duyarlılığı ile ilgili Ö31 kodlu öğrencinin etkinlik öncesinde silah fabrikası açacağını belirterek “*roketatarlar, el bombaları, makineli tüfekler, mayınlar*” etkinlik sonrasında iş fikrini “su işletmesi” olarak değiştirip “*insanların ihtiyaçlarını karşılayacak el değmemiş doğal kaynak suyu, temiz su*” şeklindeki ifadesinden başka herhangi bir bulguya rastlanmamıştır. Çalışkan olma değeri ile ilgili bulgulara Ö3’ün etkinlik öncesinde “*yazılım parası, yer parası, kira parası*” şeklindeki ifadesinin yerine etkinlik sonunda “*...yazılımdan kazanacağım...*”; Ö17’nin etkinlik öncesinde “*bilmiyorum anlamadım*” ifadelerinin yerine etkinlik sonrasındaki “*...yapacağım iş ile ilgili sunumlar hazırlayacağım...*” ifadeleri örnek olarak gösterilebilir. Öz güven sahibi olma değeri ile ilgili bulgulara ise Ö3 “*...kazandığım iş yeri parası...*” Ö27’nin “*...kendi imkânımla kazandığım para...*” Ö24’ün “*...kendi imkânlarımızla...*”; Ö9’un “*...kendi imkânlarımızla...*” ifadeleri örnek olarak gösterilebilir. Bu noktadan hareketle etkinliklerin finansman teması ile ilgili olarak hedeflenen değerleri gerçekleştirildiğini söylemek mümkündür.

4.2.3. Ürün tasarımı ve üretim teması ile ilgili etkinliklerin geliştirilmesi, uygulaması ve değerlendirilmesi

Ürün tasarımı ve üretim temasıyla ilgili etkinlikler “*Ürün Tasarımı*” alt teması örneğinde “*Ürün Tasarımım*” etkinliği ile uygulanmıştır. Etkinlikten önce uygulanan etkinlik örneği ürün tasarımı, ürün, üretim konuları ile ilgili arka plan bilgisi verildikten sonra tekrar uygulanmıştır. Bu etkinliğin amacı öğrencilerin iş fikirlerini gerçekleştirmek

için ürünleri ile ilgili düşünme sağlanması ve fikrin somutlaştırılarak tasarım becerilerini geliştirmektir. Etkinlikte kazandırılması amaçlanan alt beceriler “*Ürün tasarımı becerisi, logo tasarımı becerisi, ürün kalitesinin farkındalığı becerisi*” olarak belirlenmiştir. Kazandırılması gereken değerler ise “*Duyarlı olma (tarihe, çevreye ve insana)*” olarak belirlenmiştir. Hedeflenen kazanımlar “*İş fikri doğrultusunda üreteceği ürünü tasarlayabilir. Üreteceği ürünün özelliklerini tasarımında ifade edebilir.*” şeklinde oluşturulmuştur. Etkinliğin öğrenme çıktıları “*Öğrenciler iş fikirleri doğrultusunda ürünlerinin prototipini tasarlayarak tasarım becerisi hakkında bilgi, beceri ve değerleri kazanırlar.*” şeklinde ifade edilmiştir. Etkinlik süresi 10 dakika olup etkinliğin anahtar sorusu “*Ürün ve üretim nedir? Ürün tasarımı ne demektir?*” olarak belirlenmiş ve etkinlik süreci ifade edilmiştir. Etkinlik uygulaması sonucunda elde edilen bulgular kazanımlar doğrultusunda açıklanmaya çalışılmıştır. (Etkinlik örnekleri için bkz. Ek-5).

Etkinlik değerlendirmesine geçmeden önce değerlendirme kriterlerine yönelik tanıtıcı bilgilerin ifade edilmesinde fayda görülmektedir. Bu noktadan hareketle tasarım sözcüğünün sanatsal anlamda iki tanımı bulunmaktadır: Birinci tanımında “Kompozisyon ya da sanatsal düzenleme” diye açıklayabileceğimiz tasarımı ikinci tanımında “Estetik, özgün ve işlevsel ürün. Kompozisyon bir resmin, heykelin ya da afişin sanatsal olarak düzenlenmesi” şeklinde tanımlamak mümkündür. Dolayısıyla tasarımda çeşitli öğelerin dengeli ve estetik bir biçimde iki boyutlu bir yüzeye yerleştirilmesi ile resim, ürünün ya da afiş düzenlenmiş; tasarımı gerçekleştirilmiş olur. Böylece eser tasarlama aşamasından, tasarım aşamasına geçilir. Heykel, seramik ve endüstriyel tasarım gibi üç boyutlu sanatsal çalışmalarda da çeşitli öğelerin belirli ilkelere göre birleştirilmesi ile tasarım gerçekleşmiş olur. Bir estetik, özgün ve işlevsel ürün olarak tasarım ise her gün beğenerek kullandığımız gözlük, saat, elbise, bardak, tabak, televizyon ve otomobil gibi nesnelerin ilk desenleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu noktadan hareketle tasarım belirli öğeler etrafında şekillendirilmektedir. Bu öğeleri simetri, tekrar, bütünlük, geçiş ve ikincillik oluşturma, çizgi, şekil, alan, boyut, doku, renk şeklinde ifade etmek mümkündür. Çizgiler ayırma ve birleştirme işlevi görmekte, şekiller belirli bir yüzey üzerindeki biçimleri tanımlamakta, alanlar kapalı ve boş alan olarak yüzeyi nitelenmekte, boyut tasarımın ölçüsünü ifade etmekte, doku ise görselin dikkat

çekici ve gerçekçi görünmesini sağlamaktadır (Özsoy ve Ayaydın 2016). Ürün tasarımı ile ilgili etkinlik uygulaması bu öğeler etrafında değerlendirmiştir.

1.Kazanım: Ürün tasarımı ve üretim temasında “İş fikri doğrultusunda üreteceği ürünü tasarlayabilir.” kazanımına yönelik etkinliklerde elde edilen bulgular şunlardır:

Tablo 4.13. İş fikri doğrultusunda ürün tasarımına yönelik bulgular

Tasarım Öğeleri/Kriterleri	Etkinlik öncesi frekans değeri	Etkinlik sonrası frekans değeri
Bulamadım/Bilmiyorum/Anlamadım	13	-
Şekil	20	33
Çizgi	20	33
Simetri	20	33
Bütünlük	20	33
Alan	20	33
Doku	20	33
Renk	4	14
Detay	13	33
Geliştirme	-	33
Taklit tasarım	11	6
Özgün tasarım	9	27
Toplam	170	311

Tablo 4.13’te yer alan bilgilerden yola çıkarak ürün tasarımı ve üretim temasında ürün tasarımı temasında geliştirilen etkinlik uygulamasında “*Bulamadım/bilmiyorum/anlamadım, şekil, çizgi, simetri, bütünlük, alan, doku, renk, detay, taklit tasarım, özgün tasarım*” olmak üzere 12 kriter belirlenmiştir. Bu kriterlerde elde edilen toplam frekans sayısı 170 olup “*Bulamadım/Bilmiyorum/Anlamadım*” şeklinde tasarımda bulunmayan frekans sayısı 13 tür. Etkinlik öncesinde öğrencilerin tasarımları incelendiğinde “*Şekil, Çizgi, Simetri, Bütünlük, Alan ve Doku*” kriterlerinde başarılı oldukları ve bu kriterlerin etkinlik öncesinde ve sonrasındaki değerlerinin aynı olduğu gözlemlenmiştir.

Etkinlik sonrasında elde edilen frekans toplamı 311 olarak tespit edilmiştir. Burada frekans değerlerinin artmasındaki en önemli etken etkinlik öncesinde “*Bulamadım/Bilmiyorum/Anlamadım*” şeklinde tasarımda bulunmayan öğrenci frekans sayısının 13 iken, etkinlik sonrasında herhangi bir bulguya rastlanmamış olmasıdır. Bütün

öğrenciler tasarım yapmıştır. Bu durum aynı zamanda öğrencilerin resim ile düşüncelerini daha iyi ifade edebildiklerinin önemli bir kanıtı olarak bulgulara yansımıştır. Diğer taraftan etkinlik sonrasında “*geliştirme*” kriteri konulmuş ve etkinlik öncesinde tasarlanan öğelerin geliştirilip geliştirilmediği kontrol edilmiştir. Geliştirme kriterinin 33 çıkması bütün öğrencilerin etkinlikten sonra tasarımlarında farklılık olduğunu ve tasarımlarını geliştirdiklerini göstermektedir. Diğer taraftan etkinlik sonrasında farkı gözlemlenen önemli bir kriter ise detaylandırmadır. Detay kriteri etkinlik öncesinde 13 çıkarken etkinlik sonrasında 33 çıkmıştır. Bu da çocukların etkinlik sonrasında tasarladıkları ürünlerle ilgili daha detaylı çizimler yaptığını göstermektedir. Etkinlik öncesinde renklendirme ile ilgili bulgu 4 iken etkinlikten sonra 14 olarak tespit edilmiş, tasarımının görselliğini arttıran çocukların sayısı dört kata yakın artış göstermiştir. Tasarımın en önemli kriteri olan özgünlükte etkinlik öncesi frekans 9 iken ve 13 çocuk herhangi bir tasarımda bulunmamışken etkinlik sonrasında bu değer 27 olarak tespit edilmiştir. Özgün tasarımda bulunan çocukların sayısı 3 kata yakın artış göstermiştir.

Etkinlik örneklerinde elde edilen bulgulara bakılacak olursa Ö23 etkinlik öncesinde “*çizecek bir şey bulamadım*” ifadesini kullanırken etkinlik sonrasında ucundan ateş çıkan, üzerinde artı ve eski ikonlarının yer aldığı bir kalem şekli çizmiştir. Ö33 de etkinlik öncesinde “*çizecek bir şey bulamadım*” ifadesini kullanırken etkinlik sonrasında üzerinde ses dalgaları, kafası kare şeklinde, yüz şekli, kolları, elleri ve ayakları çizilen robotun elinde kalem yer alan bir tasarımda bulunmuştur. Robotuna “Kelbir 500” ismini vermiştir. Ö31 etkinlik öncesinde “*Bir şey anladıysam Arap olayım*” ifadesini kullanırken etkinlik sonrasında üzerinde saksı içerisinde yer alan çiçek tablosu bulunan dikey ve yatay çizgilerle şekillendirilmiş, ölçüleri belirtilmiş bir çikolata tasarımı yapmıştır. Ö23 ise etkinlik öncesinde “*Bilmiyorum*” ifadesini kullanmış etkinlikten sonra boğaz kısmı şekillendirilmiş, yanından taşların sallandığı, topuk kısmının belirtildiği bir ayakkabı tasarımı yapmıştır. Ö7 etkinlikten önce renkli su topları tasarlanmış etkinlikten sonra ise bu su toplarının içerisinde ve etrafının görselliğini artırarak detaylandırmış ve geliştirmiştir. Ö9 ise etkinlikten önce bir hap tasarımı yapmış renklendirme kullanmış, etkinlikten sonra ise içerik ve şekil olarak açıklamalara da yer vererek tasarımını geliştirmiş daha fazla renk ve şekil kullanarak düzenlemiştir. Ö24 ise etkinlikten önce detaylarını ve şeklini belirttiği bir saat tasarlamış, etkinlikten sonra da bu fikrini

değiştirerek uçabilen ve yürüyebilen tır olarak değiştirmiştir. Tırın dorse kısmına jet motoru çizimi yapmış, lastik, kabin cam, merdiven gibi detaylar kullanarak tasarımını hem değiştirmiş hem de geliştirmiştir. Aynı zamanda bu bulgular özgün tasarımlara örnektir. Ö18 etkinlikten önce “*spalding*” basketbol topunun tasarımını çizmiş ve topa “*spalding Tr 724*” adını vermiş etkinlik sonrasında ise bu top tasarımını renklendirme, şekil ve yazı içerikleriyle detaylandırarak geliştirmiştir. Aynı zamanda bu bulgu taklit tasarımlara örnek olarak verilebilir. Sonuç olarak etkinliklerin sonucunda öğrencilerin ürün tasarımı ile ilgili bilgi ve yetenekleri kazanarak ve geliştirerek ürünlerini gerçekleştirdiklerini ifade etmek mümkündür.

Reklam tasarımı ile ilgili etkinliklerin değerlendirilmesi Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Eğitim Fakültesi Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü’nde görev yapmakta olan iki akademik personel tarafından değerlendirilmiştir. Değerlendirmede denge, hiyerarşi, örüntü, ritim, mekan, oran-orantı, vurgu, hareket, uyum, kontrast, özgünlük, kompozisyon ve yaratıcılık kriterleri göz önünde bulundurularak değerlendirme 5 üzerinden puanlanarak yapılmıştır. Uzman görüşlerinin yer aldığı değerlendirme sonuçları Tablo 4.14’de verilmiştir.

Tablo 4.14. Ürün tasarımı ile ilgili uzman değerlendirmesine yönelik bulgular

Öğrenci	Etkinlik Öncesi Uzman Değerlendirmesi		Ortalama	Etkinlik Sonrası Uzman Değerlendirmesi		Ortalama
	Uzman 1	Uzman 2		Uzman 1	Uzman 2	
	Ö2	3		2	2,5	
Ö3	3	4	3,5	4	5	4,5
Ö4	3	2	2,5	3	4	3,5
Ö5	3	4	3,5	4	5	4,5
Ö6	0	2	1	4	4	4
Ö7	5	3	4	5	5	5
Ö8	0	0	0	3	2	3
Ö9	5	4	4,5	5	5	5
Ö10	0	0	0	4	3	3,5
Ö11	1	1	1	5	2	3,5
Ö12	5	4	4,5	5	5	5
Ö13	0	0	0	1	1	1
Ö14	0	0	0	5	5	5
Ö15	1	1	1	2	2	2
Ö16	2	2	2	3	4	3,5
Ö17	0	0	0	5	4	4,5
Ö18	3	1	2	3	3	3

Ö19	1	1	1	4	4	4
Ö20	1	1	1	3	1	2
Ö21	0	0	0	1	2	1,5
Ö22	0	1	0,5	1	3	2
Ö23	0	0	0	2	2	2
Ö24	5	3	4	5	4	4,5
Ö25	0	0	0	1	2	1,5
Ö26	4	3	3,5	4	3	3,5
Ö27	1	1	1	4	3	3,5
Ö28	2	2	2	2	3	2,5
Ö30	0	0	0	4	5	4,5
Ö31	2	3	2,5	3	3	3
Ö33	5	4	4,5	5	5	5
Ö34	1	1	1	2	3	2,5
Ö35	3	3	3	3	4	3,5
Toplam			56			110,5

Tablo 4.14’de yer alan bulgulardan hareketle öğrencilerin ürün tasarımına yönelik becerilerinde neredeyse yüzde yüz başarıya ulaşılmıştır. Etkinlik öncesi yapılan değerlendirmelerin ortalaması 56 iken etkinlik sonrası uzamaların yaptığı değerlendirmenin ortalaması 110.5 olarak görülmektedir.

2.Kazanım: Ürün tasarımı ve üretim temasında “Üreteceği ürünün özelliklerini tasarımında ifade edebilir.” kazanımına yönelik etkinliklerde elde edilen bulgular şunlardır:

Tablo 4.15. Üretilmesi planlanan ürünün özelliklerinin tasarımda belirtilmesine yönelik bulgular

Tasarım Öğeleri/Kriterleri	Etkinlik öncesinde frekans değeri	Etkinlik sonrasında frekans değeri
Belirtilmemiş	10	8
Ürün ismi	3	19
Ürün logosu	1	4
Ürün açıklaması	10	25
Tasarım ve açıklama uyumluluğu	10	25
Taklit açıklama	2	3
Özgün açıklama	8	22
Toplam	44	106
Tasarım yapan çocuk sayısı	10	33

Tablo 4.15’deki bilgilerden yola çıkarak etkinlik öncesinde ürünlerinin tasarımını yapanlar “Ürün ismi, ürün logosu, ürün açıklaması, tasarım ve açıklama uyumluluğu,

taklit açıklama, özgün açıklama” kriterlerinde değerlendirme yapılmıştır. Etkinlik öncesinde tasarımda bulunan 10 kişi tasarımıyla ilgili herhangi bir açıklamada bulunmamıştır. Ürün isminde 3 frekans, ürün logosunda 1 frekans, ürün tasarımının açıklanmasında 10, ürün açıklamasının tasarım ile uyumluluğunda ise 10 frekans tespit edilmiştir. Buradan çocukların çizmiş oldukları tasarımlara uygun açıklamalar yaptığı sonucuna ulaşmak mümkündür. Açıklamalar incelendiğinde bu açıklamalarda taklit frekans sayısı 2 özgün açıklama frekansı ise 8 olarak tespit edilmiştir.

Etkinlik sonrasında tasarımda bulunan çocukların frekansı 33 olarak tespit edilmiştir. Tasarımı gerçekleştiren çocuklardan açıklamada bulunmayanların frekansı 8 olarak görülmektedir. Ürün ismini belirten çocukların etkinlikten sonraki frekansı 19 olarak, ürün logosu tasarlayanların frekansı 4, tasarladıkları ürünlerle ilgili açıklamada bulunanların frekansı ise 25 olarak tespit edilmiştir. Açıklamalarını tasarım ile uyumlu bir şekilde yazan çocukların frekansı ise 25’tir. Etkinlik öncesinde ve sonrasında çocuklar tasarladıkları ürünlere ilişkin uygun açıklamalarda bulunmuşlardır. Ancak bu sayının etkinlik sonrasında iki katından fazla arttığı görülmektedir. Elde edilen bulgularda taklit açıklamaların sayısı 3 özgün açıklamaların sayısı ise 22 olarak tespit edilmiştir.

Ürün tasarımı ve üretim temasına yönelik *“Üreteceği ürünün özelliklerini tasarımında ifade edebilir.”* kazanımı doğrultusunda elde edilen bulgulara bakıldığında: Ö33 etkinlik öncesinde tasarımı ile ilgili herhangi bir açıklamada bulunmazken etkinlik sonrasında *“şekil değiştiren ayakkabı: yani ayakkabıda bir ayar olacak o ayarı istediğimiz zaman ayarladığımızda babet ayakkabı ya da istediğimiz bir tür ayakkabı olabilecek”*; Ö6 etkinlik öncesinde tasarımıyla ilgili herhangi bir açıklamada bulunmazken, etkinlik sonrasında *“ Hersey’s çikolatalı süt: bu çikolatalı süt en leziz Hersey’s çikolatalarıyla yapılmıştır.”* şeklinde tasarımlarını özgün şekilde yaparak tasarımları doğrultusunda ürünlerinin açıklamalarına yer vermişlerdir. Diğer taraftan Ö24 etkinlik öncesinde *“düğmeye basınca kollarınızı açtığınız zaman ceket üstünüze otomatikman gelecek”* ifadesini kullanırken etkinlik sonrasında tasarımı renklendirerek ve düğme sayısını çoğaltarak tasarımı geliştirmiş ve *“ koyu yeşil düğme: üstteki tuşa basınca ceket üstünüze gelecek; açık yeşil düğme: ortaya basınca kravatınız otomatik olarak bağlanacak gömleğe; siyah düğme: alta basınca fermuar kapanacak bi daha*

basınca açılacak” şeklinde tasarımı ile ilgili açıklamalarını detaylandırmış, çeşitlendirmiş ve geliştirmiştir. Ö21 etkinlik öncesinde “*anlamadım*” ifadesini kullanarak tasarım yapmamışken, etkinlik sonrasında ise gerçekleştirdiği tasarımına altında çiçek resmi olan “*Munso*” logosunu ve tasarımının iç ve dış görünüşlerini çizmiş ve tasarımına isim vermiş, ancak herhangi bir açıklamada bulunmamıştır. Bu bulgular ışığında çocukların etkinlikler sonucunda tasarım ile ilgili bilgi ve becerilerini arttırdıklarını ve tasarımlarına yönelik uygun açıklamalarda bulunarak, logo ve isim belirlediklerini söylemek mümkündür.

Tablo 4.16. İş fikri doğrultusunda etkinlik sonrasında gerçekleştirilen ürün tasarımlarının konuları

Ürün tasarımı ile ilgili konular	Frekans
Zeytinyağı	1
Gözlük	1
İlaç (Protein, vitamin ve mineral içerikli)	1
Sağlık çipi (Kan pıhtılaştırıcı)	1
Sağlıklı ve katkılı su topu	1
Simülatör	1
Bireysel günlük helikopter	1
Teknolojik su damacanası	1
Elbise	2
Hesap makinesi	1
Şeker	1
Teknolojik kalem	3
Şekil değiştiren ayakkabı	1
Hayal odası oyunu	1
Teknolojik duşa kabin	1
Karanlıkta parlayan küpe	1
Robot	1
Dokunmatik klavye	1
Çikolata/Çikolatalı süt	3
Resim tablosu	1
Su damacanası (klasik)	1
Top	2
Bilgisayar	2
Ayakkabı	1
Makarna	1
Meyve suyu	1
Renkli yumurta	1
Teknolojik ceket	2
Yürüyen ve uçan tır	1
Toplam	37

Tablo 4.16'daki verilerden yola çıkarak tasarlanan ürünlerin teknoloji, gıda, giyim, oyun, ulaşım ve sağlık alanında olduğu görülmektedir. Aynı zamanda frekans değerlerine bakıldığında sınıf mevcudununun 34 olduğu göz önünde bulundurulacak olursa hemen hemen her bir öğrencinin farklı bir ürün tasarımı çizdiğini ifade etmek mümkündür.

Becerilerin kazandırılması ilgili etkinliklerde yer alan öğrenci ifadeleri şunlardır: Ürün tasarımı becerisi ile ilgili etkinlik bulgularına bakıldığında Ö17 etkinlik öncesinde *“çizecek bir şey bulamadım”* ifadesini kullanmış, etkinlikten sonra ise turuncu, mor, kırmızı ve yeşil renkte yumurtalar tasarlayarak *“...bunların her rengini yapıp satmak istiyorum”* ifadesini kullanmıştır; Ö24 ise etkinlik öncesinde otomatik ceket tasarımını tek tuşlu olarak tasarlamış, etkinlikten sonra ise bu ceketini 4 tuşlu ve fonksiyonlu tasarlayarak renkli kalemlerle görselleştirmiştir. Ö14 etkinlik öncesinde *“çizecek bir şey bulamadım”* ifadesinde bulunurken etkinlik sonrasında üzerinde turuncu, kırmızı ve yeşil tuşların bulunduğu, kırmızı tuşa basınca kendini tamir eden, yeşil tuşa basınca, kendini temizleyen, turuncu tuşa basınca istenilen şeyi yazan ismini ise *“süper kalem”* verdiği tasarımını gerçekleştirmiştir. Bu bulgular ürün tasarımı becerisinin etkinliklerle kazanılabileceğine dair önemli bulgulardır. Logo tasarımı becerisiyle ilgili olarak etkinlik sonucunda 4 frekans bulgusuna ulaşılmıştır. Bu değer düşük olması etkinliklerin logo tasarım becerisine yönelik yetersizliği olarak algılanabileceği gibi öğrencilerin ürün tasarımına ve açıklamalarına odaklanarak logo ile ilgili detayı kaçırmış olabilecekleri düşüncesini de akla getirmektedir. Etkinlik bulgularında etkinlik öncesi tasarımlarında logo bilgisine yer veremeyen çocukların etkinlikten sonra; Ö16 ürün logosunu *“Zeytsan üç yıldız”*, Ö28 *“Game X (renkli harflerle)”* Ö24 ise *“iki gülen yüz”*, Ö21 ise *“Munso yazısının altına çiçek”* çizerek logo tasarımlarını gerçekleştirdikleri görülmektedir. Bu bulgular aslında etkinliklerle bu becerinin kazandırılabilceğini göstermektedir. Ürün kalitesinin farkındalığı becerisi ile ilgili olarak Ö6 etkinlikte önce *“Hersey's”* ismini verdiği çikolatalı süt ürününü tasarlamış ama hiçbir açıklamada bulunmamıştır. Etkinlik sonrasında ise *“Bu çikolatalı süt en leziz Hersey's çikolatalarıyla yapılmıştır”* ifadesini kullanmış ve ürün kalitesine yönelik açıklamada bulunmuştur. Ö9 etkinlik öncesinde tasarım açıklamaların ürünün kalitesine yönelik herhangi bir açıklamada bulunmazken etkinlikten sonra *“Ben insanlar için diğer haplardan çok daha farklı daha faydalı bir ilaç tasarladım”* açıklamasında bulunarak kendi ürününün diğerlerinden daha kaliteli

olduğunu ifade etmiştir. Ö19 ise etkinlik öncesinde “*anladım desem yalan olur*” açıklamasında bulunurken etkinlik sonrasında “*En lezzetli meyvelere bulma, tarifi en iyi şekilde hazırlama, lezzetli meyve suyu*” ifadeleriyle tasarladığı ürünün kalitesine ait açıklamalar yapmıştır. Bu noktadan hareketle etkinliklerin ürün tasarımı ve üretim teması ile ilgili olarak hedeflenen becerileri gerçekleştirildiğini söylemek mümkündür.

Değerlerin kazandırılması ilgili etkinliklerde yer alan öğrenci ifadeleri şunlardır: Duyarlı Olma (Tarihe, çevreye ve insana) değeri ile ilgili bulgulara etkinlik öncesinde rastlanmamıştır. Etkinlik sonrasında ise Ö7’nin tasarımıyla ilgili yapmış olduğu “*kanın pıhtılaşmasını sağlayan, kan pulcuğu üreten küçük çip, her bir yaprağı bir kişinin kan akışını durdurabilecek güce sahip*” şeklindeki ifadeleri; Ö9’un “*Ben insanlar için diğer haplardan çok daha faydalı bir ilaç tasarladım*” ifadesi; Ö29’in “*Bu gözlük baş ağrıtmıyor, zamanla gözdeki bozukluğu yok ediyor, kimyasal madde barındırmıyor, ücreti devlet tarafından karşılanmıyor*” şeklindeki ifadesi; Ö16’nın “*Doğal zeytin yağı*” ifadeleri çocukların duyarlılıkları ile ilgili değerlere sahip olduklarına yönelik önemli bulgulardır. Bu noktadan hareketle etkinliklerin ürün tasarımı ve üretim teması ile ilgili olarak hedeflenen değeri gerçekleştirdiğini söylemek mümkündür.

4.2.4. Tanıtım ve pazarlama teması ile ilgili etkinliklerin geliştirilmesi, uygulaması ve değerlendirmesi

Tanıtım ve pazarlama temasıyla ilgili etkinlikler “Ürün kalitesi ve ayırt edici özelliklerinin tanıtımı, reklam ve promosyon” alt temaları örneğinde “Ürünümü tanıtıyorum, reklam tasarlıyorum” etkinlikleri ile uygulanmıştır. Etkinlikten önce uygulanan etkinlik örneği iş fikri doğrultusunda üretilmesi planlanan ve prototipi oluşturulan ürünün ayırt edici özelliklerinin ifade edilmesinin, müşteri kitlesinin belirlenmesinin ve reklamının nasıl yapılacağı ile ilgili arka plan bilgisi verildikten sonra etkinlik uygulamasına geçilmiştir. Bu etkinliğin amacı girişimcilik eğitiminin en önemli konularından birisini oluşturan “Tanıtım, Pazarlama ve Reklam” ile ilgili gerekli bilgi beceri ve değerleri kazandırmaktır. Etkinlikte kazandırılması amaçlanan alt beceriler “Ürünü tanımlama ve tanıma becerisi, reklam tasarımı becerisi” olarak belirlenmiştir. Kazandırılması gereken değerler ise “Öz güven sahibi olma, dikkat çekici olma” olarak

belirlenmiştir. Hedeflenen kazanımlar “*Hedef pazarını belirler. Ürünlerinin ayırt edici özelliklerini tanıtır. Ürünü ile ilgili reklam tasarımı yapar.*” şeklinde belirlenmiştir. Etkinliğin öğrenme çıktıları “*Öğrenciler iş fikirleri doğrultusunda tasarımını yaptıkları ve prototipini ürettikleri ürünlerin tanıtımı, reklamı ve pazarlaması hakkında bilgi, beceri ve değerleri kazanırlar.*” şeklinde belirlenmiştir. Etkinlik süresi 10 dakika olup etkinliğin anahtar sorusu “*Tanıtım, pazarlama, reklam nedir? Ürünlerimizin reklamını ve tanıtımını yapmak için neler yapılabilir?*” olarak belirlenmiş ve etkinlik süreci ifade edilmiştir. Etkinlik uygulaması sonucunda elde edilen bulgular kazanımlar doğrultusunda açıklanmaya çalışılmıştır. (Etkinlik örnekleri için bkz. Ek-6).

1.Kazanım: Ürün tasarımı ve üretim temasında “Hedef pazarını belirler” kazanımına yönelik etkinliklerde elde edilen bulgular şunlardır:

Tablo 4.17. Hedef pazarla ilgili bulgular

Etkinlik öncesi hedef pazar	Frekans	Etkinlik sonrası hedef pazar	Frekans
Herkes	4	Market	5
Bilmiyorum	10	Bakkal	3
Yakın çevrem	4	Restoran	5
Türkiye	1	Kantin	3
Çocuklar	3	Okullar	2
Yetişkinler	1	Üniversiteler	1
Yaşlılar	1	Çocuklar	5
Marketler	1	Gençler	2
Otobüsler	1	Engelliler	1
Uçaklar	1	Yaşlılar	2
Toplam	27	Esnaflar	4
		Yetişkinler	2
		Pastane	2
		Fast-Food	1
		Seyyar satıcı	1
		Herkes	4
		Yolcular	1
		Toplam	44

Tablo 4.17’de yer alan bulgular doğrultusunda etkinlik öncesinde çocukların hedef pazarlarını belirlemesine yönelik elde edilen bilgilerde “*Herkes, yakın çevrem, Türkiye, çocuklar, yetişkinler, yaşlılar, marketler, otobüsler, uçaklar*” olmak üzere 9 temaya rastlanmıştır. Toplamda 27 frekans elde edilmiştir. Herhangi bir açıklamada bulunmayan ve bilmiyorum cevabını veren çocukların frekansı 10 olarak tespit edilmiştir.

Etkinlik sonrasında toplamda 44 frekans elde edilmiş olup bilmiyorum açıklamasında bulunan ya da herhangi bir açıklama yapmak istemeyen çocukların frekansına rastlanmamıştır. Elde edilen bulgularda “*Market, bakkal, restoran, kantin, okullar, üniversiteler, çocuklar, gençler, engelliler, yaşlılar, esnaflar, yetişkinler, pastane, fastfood, seyyar satıcı, herkes, yolcular*” olmak üzere 17 temaya ulaşılmış ve çocuklar hedef pazarlarını bu on temada ifade etmeye çalışmışlardır. Etkinliklerde hedef pazarla ilgili olarak Ö24 “*ehliyeti olan herkes*”; Ö27 “*her yaş gurubu bu ürünü alabilir, market sahiplerine satılır, uçak yolcuları için satılır, uzun otobüs yolcuları için satılır*”; Ö6 ise “*kantin, pastane, restoranlar, fastfood, seyyar satıcılar*”; Ö21 “*çocuklar, yetişkinler, kantinci, esnaf*”; Ö26 “*Ürünüm daha çok engelli veya yaşlılara uygun şekilde yapılmıştır. Daha çok bu kişilere yöneliktir. Ancak esnaflarda kullanabilir. 5 yaşından küçük çocuklara uygun değildir...*” ifadelerine yer vererek hedef pazarlarını ifade etmeye çalışmışlardır.

2.Kazanım: Ürün tasarımı ve üretim temasında “Ürünlerinin ayırt edici özelliklerini tanıtır.” kazanımına yönelik etkinliklerde elde edilen bulgular şunlardır:

Tablo 4.18. Ürünlerin ayırt edici özellikleri ile ilgili bulgular

Etkinlik öncesi ürünün ayırt edici özellikleri	Frekans	Etkinlik sonrası ayırt edici özellikleri	Frekans
Bilmiyorum	13	Bir ürünün farklı konsepti	7
Kaliteli olacak	5	Dayanıklı olacak	4
Ucuz olacak	6	Kişileştirilebilir tasarımlar	2
Yenilebilir paket	1	Çok amaçlı	6
Farklı tatlar birleştirilecek	1	Kapıda teslim	1
Toplam	26	Ucuz	10
		Pratiklik	1
		Kullanım rahatlığı	4
		Eğlenceli	1
		Kalite	7
		Toplam	38

Tablo 4.18’de pazarlama ve tanıtım temasında ürünün ayırt edici özellikleri ile ilgili çocukların verdikleri cevaplar yer almaktadır. Bu bilgilerden yola çıkarak etkinlik öncesinde bilmiyorum ifadesinde bulunan ya da açıklama yapmak istemeyenlerin frekansı 13 olarak görülmektedir. Etkinlik öncesinde ürün özellikleri ise “*Kaliteli olacak,*

ucuz olacak, yenilebilir paket, farklı tatlar birleştirilecek” şeklinde toplamda 4 temada ifade edilmeye çalışılmıştır. Etkinlik öncesindeki ürün özellikleri kalite ve ucuzluk temalarında yoğunlaşmıştır. Bu da çocukların sosyal hayatta kaliteli malzemelere az para vermek istemeleriyle ilgili olabilir.

Etkinlik sonrasında toplamda 38 frekansa ulaşılmış olup bilmiyorum ya da açıklamada bulunmak istemiyorum diyen çocukların frekansına rastlanmamıştır. Bu etkinliğin etkililiği açısından oldukça önemli bir bulgudur. Diğer taraftan etkinlik öncesinde 4 olarak tespit edilen ürünlerin ayırt edici özellikleri etkinlik sonrasında 10 tema şeklinde karşımıza çıkmıştır. Yani çocuklar bilgilerini ve becerilerini arttırmış ve ifadelerini zenginleştirmişlerdir. Etkinliklerde çocuklar: Ö6 “*çocuk menüsü, lahmacunda bol malzeme, lahmacunda büyük boy, lahmacunda orta boy*”; Ö7 “*Ürünün dış kısmı tüketilebilecek, suyu işlemden geçmemiş ve doğal olacak, dış kısmına istenirse tat verilebilecek, pahalı olmayacak ve günlük ihtiyaçları karşılayacak*”; Ö24 “*otomatik sürüş modu üstün özellik, 18 yaş üstü herkes kullanabilir, bütün fazla işi olanlar için ideal bir alettir. Bu alet hem rahat olur. Parçası diğer dorselerden büyüktür çok mal taşır.*”; Ö4 “*küçük kolluklar: benim ürünüm ne kadar kullanırsak kullanalım fazla dayanıklıdır, bu yüzden kolay kolay patlamaz. En az 50 kullanımdan sonra aşınmaya başlar. Kişiselleştirilebilir, yanında boyalar ve desenli çıkartmalar vardır*” ifadeleriyle ürünlerinin ayırt edici özelliklerini açıklamaya çalışmışlardır.

3.Kazanım: Ürün tasarımı ve üretim temasında “Ürünü ile ilgili reklam tasarımı yapar” kazanımına yönelik etkinliklerde elde edilen bulgular şunlardır:

Tablo 4.19. Reklam tasarımı ile ilgili bulgular

Tasarım Öğeleri/Kriterleri	Etkinlik öncesinde frekans değeri	Etkinlik sonrasında frekans değeri
Belirtilmemiş	13	-
Reklam ismi	6	25
Reklam logosu	2	25
Reklam açıklaması	6	25
Tasarım ve açıklama uyumluluğu	3	25
Slogan	3	25
Ücret	-	2
Renk	4	25
Şekil	9	25

Simetri	9	25
Bütünlük	7	25
Toplam	62	225

Tablo 4.19’da yer alan bilgilerden yola çıkarak etkinlik öncesinde ürünlerin reklamına yönelik yapılan tasarımda kriterler “*Reklam ismi, reklam logosu, reklam açıklaması, tasarım ve açıklama uyumluluğu, slogan, ücret, renk, şekil, simetri, bütünlük*” olarak belirlenmiş, etkinlik öncesi ve sonrası bulgular bu kriterler doğrultusunda değerlendirilmiştir. Etkinlik öncesinde elde edilen frekans değeri toplam da 62 olarak tespit edilmiştir. Ancak herhangi bir açıklamada bulunmayan ya da bilmiyorum ifadesini kullanan öğrencilerin frekansı 13 olarak düşünüldüğünde bu sayı 49 olarak karşımıza çıkmaktadır. Etkinlik öncesinde bilmiyorum, anlamadım şeklinde ifadede bulunan ya da herhangi bir açıklama belirtmeyen çocukların frekansı 13 iken etkinlik sonrasında böyle bir frekans değeri ile karşılaşılmamış, bütün çocuklar ürünleri ile ilgili reklam tasarımında bulunmuşlardır. Etkinlik sonrasındaki toplam frekans değeri 225 olarak belirlenmiştir. Etkinliğe katılan öğrenci sayısı 25 olup hemen hemen herkes reklam tasarım kriterlerini (ücret kriteri hariç) kullanmışlardır. İlgili bulgularda Ö14 etkinlik öncesinde “*bilmiyorum*” ifadesini kullanırken etkinlik sonrasında dikdörtgen şeklinde tasarladığı logo içerisinde kendi yazan ismini verdiği kalemini renkli bir şekilde çizmiş, fonksiyon tuşlarını koyarak “*yazı yazarken yorulduunuz mu tek çare bu kalem*” sloganını kullanmıştır; Ö9 etkinlik öncesinde herhangi bir açıklamada bulunmazken etkinlik sonrasında yağ, protein, karbonhidrat, vitamin, mineral şeklinde renklendirerek, 5 ayrı alana ayırıp çizdiği şekle sağlıklı hap ismini vermiş, ürününün logosunu insan ve çiçeklerden oluşturmuş, sloganını “*en doğal en sağlıklı*”, “*sağlıklı hap sağlıklı vücut*” şeklinde ifade ederek, “*bu bir hap, fakat bildiğimiz haplar gibi değil yani bunu hasta olunca içmiyoruz. Bunu düzenli bir şekilde günlük hatta haftada bir kullanıyoruz. Bu bizim vücut ihtiyacımızın enerjisini dengeliyor ve sağlığa zararsız olduğu kanıtlanmıştır. Düzenli kullanımı önemlidir.*” ifadeleriyle açıklamaya çalışmıştır; Ö24 etkinlik öncesinde “*gelin taşıyalım usta şoförlerimizle eşyalarınız kırılmaz! Rıdvan lojistik Tel.....*” ifadesini kullanırken, etkinlik sonrasında tır şeklinin renkli kalemlerle çizildiği isminin “*Ribo2000*” olarak belirtildiği, “*özel tasarım tırımızla güvenli, dikkatli yolculukla ürününüze hiçbir zarar gelmez (her bir kelime alt alta ve çapraz şekilde yazılmış)*” açıklamasıyla, kiralık ve

satılık ücretlerin belirtildiği, “*devir teknoloji devri*” sloganını kullandığı ve logosunu da oval bir şekil içerisinde “*r*” şeklinde tasarladığı görülmektedir. Bu bilgilerden yola çıkarak etkinliklerin çocukların reklamlarını tasarlamalarında oldukça etkili olduğunu ifade etmek mümkündür.

Becerilerin kazandırılması ilgili etkinliklerde yer alan öğrenci ifadeleri şunlardır: Ürünü tanımlama ve tanıtmaya becerisi ile ilgili bulgulara bakıldığında Ö24’ün etkinlik öncesinde “*gelin taşıyalım usta şoförlerimizle eşyalarınız kırılmaz! Rıdvan lojistik Tel.....*” ifadesini, etkinlik sonrasında tır şeklinin renkli kalemle çizildiği isminin “*Ribo2000*” olarak belirtildiği, “*özel tasarım tırımızla güvenli dikkatli, yolculukla ürününüze hiçbir zarar gelmez (her bir kelimenin alt alta ve çapraz şekilde yazılmış)*” açıklaması; Ö32’nin etkinlikten önce herhangi bir açıklamada bulunmaz iken etkinlikten sonra “*Lal çikolata sütleri, bir adet mutluluk*”, “*Büyüme için lal çikolata sütleri için!*”, “*Türkiye’nin en güzel, en taze, en iyi lezzeti*” ifadelerini kullanması, Ö6 ise etkinlikten önce açıklamada bulunmadığı, etkinlikten sonra ise “*Her Moo sütleri, Çikolatalı sütler mutlu yüzler*” ifadelerini kullanmışlar ürünleri ile ilgili tanıtım yaparak bilgi ve becerilerini geliştirdiklerini göstermişlerdir. Reklam tasarımı becerisi ile ilgili olarak Ö15 etkinlikten önce herhangi bir açıklamada bulunmamış, etkinlikten sonra ise “*Termos*” adını verdiği sloganının ise “*Kendi termosunuzu kendiniz tasarlayın.*” olarak belirlediği renkli bir şekilde çizilen termos şekliyle reklamını tasarlamıştır. Ö4 ise etkinlikten önce dondurma şeklini çizerek herhangi bir açıklamada bulunmamış, etkinlikten sonra ise üzerinde siyah askılı bir elbise ile mavi bir kot pantolon bulunan bir kız resmi çizerek, “*Azra Modaevi (şekilli ve renkli yazılar)*” şeklinde isim ve logosunu tasarlamış sloganlarını ise “*Yaz mı geldi? Yaz için birebir Jean, etek ve şorttan sıkıldınız mı? Terletmez.*” olarak ifade etmiştir. Ö16 ise etkinlik öncesinde bir kutu içerisinde “*Kâğıt kutuda zeytinler*” şeklinde ifade bulunurken etkinlik sonrasında, bir şişe şeklinin çizildiği ve ürün isminin şişe üzerinde “*Zeysan*” olarak yer aldığı, sloganının “*Türkiye’nin doğal yağı Zeysan*” olarak belirtildiği ve logonun ise zeytin şeklinde ortasında zeysan yazısı ile renkli tasarlandığı görülmektedir. Bu bulgulardan yola çıkarak etkinliklerin reklam tasarımı becerisini kazandırdığını ifade etmek mümkündür.

Değerlerin kazandırılması ile ilgili etkinliklerde yer alan öğrenci ifadeleri şunlardır: Öz güven sahibi olma ile ilgili örnek bulgulara Ö19'un "...üstün özellik"; Ö9'un "En doğal en sağlıklı"; Ö24'ün "Bizde çok var, devir teknoloji devri"; Ö21'in "...eğer sizde ağzınızın tadını biliyorsanız sizde Mel Chocolate'i tercih edin." ifadelerinde rastlamak mümkündür. Dikkat çekici olma değeri ile ilgili örnek bulgulara ise Ö32'nin mavi büyük harflerle yazdığı "lal çikolata sütleri" farklı bir renk kullanarak "Büyüme için lal çikolata sütleri için!" şeklinde tasarladığı sloganı; Ö9'un renkli kalemlerle tasarladığı, hap şeklinde çiçek ve insan figürlerinden oluşturduğu logosu, büyük harflerle yazdığı "Sağlıklı Hap" ismi ve başka bir renkle tasarladığı "en doğal en sağlıklı" sloganında rastlanmaktadır. Bu bulgulardan yola çıkarak etkinliklerin hedeflenen değerleri kazandırmada etkili olduklarını ifade etmek mümkündür.

Reklam tasarımı ile ilgili etkinliklerin değerlendirilmesi Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Eğitim Fakültesi Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü'nde görev yapmakta olan iki akademik personel tarafından değerlendirilmiştir. Değerlendirmede denge, hiyerarşi, örüntü, ritim, mekan, oran-orantı, vurgu, hareket, uyum, kontrast, özgünlük, kompozisyon ve yaratıcılık kriterleri göz önünde bulundurularak değerlendirme 5 üzerinden puanlanarak yapılmıştır. Uzman görüşlerinin yer aldığı değerlendirme sonuçları Tablo 4.20'da verilmiştir.

Tablo 4.20. Reklam tasarımı ile ilgili uzman değerlendirmesine yönelik bulgular

Öğrenci	Etkinlik Öncesi Uzman Değerlendirmesi		Ortalama	Etkinlik Sonrası Uzman Değerlendirmesi		Ortalama
	Uzman 1	Uzman 2		Uzman 1	Uzman 2	
	Ö3	3		3	3	
Ö4	3	3	3	2	3	2,5
Ö6	2	2	2	3	3	3
Ö9	0	0	0	5	5	5
Ö10	0	0	0	4	2	3
Ö13	2	3	2,5	3	3	3
Ö14	0	0	0	4	4	4
Ö15	0	0	0	2	2	2
Ö17	0	0	0	1	2	1,5
Ö21	0	0	0	2	3	2,5
Ö24	2	1	3	3	3	3
Ö25	0	0	0	3	3	3
Ö27	0	0	0	1	3	2
Ö30	4	4	4	3	4	3,5

Ö32	0	0	0	1	2	1,5
Toplam			17,5			44

Tablo 4.20’de yer alan bulgulardan hareketle öğrencilerin reklam tasarımına yönelik becerilerinde neredeyse yüzde yüzün üzerinde başarıya ulaşılmıştır. Etkinlik öncesi uzamaların değerlendirmelerinin ortalaması 17,5 iken etkinlik sonrasında bu ortalama 44 olarak görülmektedir.

4.3.5. Yatırım teması ile ilgili etkinliklerin geliştirilmesi, uygulaması ve değerlendirmesi

Yatırım temasıyla ilgili etkinlikler “İş Yeri” alt teması örneğinde “İş yerimi tasarlıyorum, işime yer arıyorum” etkinlikleri ile uygulanmıştır. Etkinlikten önce uygulanan etkinlik örneği iş fikri doğrultusunda üretilmesi planlanan ve prototipi oluşturulan ürünün özellikleri doğrultusunda amaca uygun bir şekilde iş yerinin tespit edilmesi ve kurulması ile ilgili, konum, fiziki şartlar, üretim ve pazarlama unsurlarına da yer verilerek ifade edilen arka plan bilgisinden sonra etkinlik uygulamasına geçilmiştir. Bu etkinliğin amacı yatırım konularından birisini oluşturan iş yeri temasından yola çıkarak girişimciliğin alt becerilerini kazandırmaktır. Etkinlikte kazandırılması amaçlanan alt beceriler “*Çalışan yönetme becerisi, personel iletişimi ve tanıma becerisi, problem çözme becerisi, yönetim becerisi, ağ oluşturma becerisi, avantaj ve dezavantajları değerlendirme becerisi*” olarak belirlenmiştir. Kazandırılması gereken değerler ise “*Adaletli olma, çalışkan olma, güvenilir olma, öz güven sahibi olma, güler yüzlü olma, dikkat çekici olma*” olarak belirlenmiştir. Hedeflenen kazanımlar “*İş yeri konumu ile ilgili tasarım yapar. İş yeri tespiti için alanın avantajını değerlendirir. İş yeri tespiti için alanın dezavantajlarını değerlendirir.*” şeklinde belirlenmiştir. Etkinliğin öğrenme çıktılarını “*Öğrenciler iş fikirleri doğrultusunda tasarımını yaptıkları ve prototipini ürettikleri ürünlerini tanıtım reklam ve pazarlama imkânlarını da göz önünde bulundurarak üretebilecekleri iş yerini tespit edip ifade edebilirler.*” şeklinde belirlenmiştir. Etkinlik süresi 10 dakika olup etkinliğin anahtar sorusu “*En ideal iş yeri nasıl olmalıdır? İş fikrinize en uygun iş yeri neresi olabilir?*” olarak belirlenmiş ve etkinlik süreci ifade edilmiştir. Etkinlik uygulaması sonucunda elde edilen bulgular kazanımlar doğrultusunda açıklanmaya çalışılmıştır. (Etkinlik örnekleri için bkz. Ek-7).

1.Kazanım: Ürün tasarımı ve üretim temasında “İş yeri konumu ile ilgili tasarım yapar.” kazanımına yönelik etkinliklerde elde edilen bulgular şunlardır:

Tablo 4.21. İş yeri konumunun tasarımı ile ilgili bulgular

Tasarım Öğeleri/Kriterleri	Etkinlik öncesinde frekans değeri	Etkinlik sonrasında frekans değeri
Belirtilmemiş	7	-
İş yeri ismi	1	12
Bina tasarımı	3	13
Konum çizimi	-	11
Amaca uygun iş yeri konumu	1	10
Renk	-	8
Şekil	4	13
Simetri	4	13
Bütünlük	2	13
Geliştirme	-	13
Toplam	22	106

Tablo 4.21’de yer alan bulgulardan yola çıkarak öğrencilerin iş yerlerinin konumu ile ilgili ifadelerinin “*İş yeri ismi, bina tasarımı, konum çizimi, amaca uygun iş yeri konumu, renk, şekil, simetri, bütünlük*” kriterleri doğrultusunda ölçülmeye çalışılmıştır. Etkinlik öncesinde iş yerinin konumunu ifade eden öğrencilerle ilgili toplam frekans değeri 22 olarak tespit edilmiştir. Ancak iş yeri konumunu anlamadım, bilmiyorum ifadelerini kullanarak açıklama yapmayan çocukların frekansının 7 olduğu göz önünde bulundurulursa bu sayının 15 düştüğü görülmektedir.

Etkinlik sonrasında belirtilen kriterlerde tasarımda bulunmayan çocuk frekansına rastlanmamış her bir çocuk iş fikri ile ilgili bir iş yeri tasarımı yapmıştır. İş yeri tasarımı ile ilgili frekans değeri etkinlik sonrasında 106 olarak tespit edilmiştir. Bu durum her bir çocuğun birden fazla tasarım ögesine yer vererek tasarımlarını gerçekleştirdiğinin bir kanıtıdır. Özellikle etkinlikten önceki bulgularda konum frekansının olmaması ve etkinlikten sonra bu frekans değerinin 13 olarak tespit edilmesi çocukların tasarımlarında konuma yer vererek bu bilgi ve yeteneği kazanmalarının en önemli göstergesidir. Bulgularda ulaşılan bir diğer önemli bilgi ise çocukların iş yerleri ile ilgili konumlarının iş fikrine uygun olarak (amaca uygun konum) tasarımlarıdır. Etkinliklerde iş yeri tasarımı ile ilgili bulgular incelendiğinde Ö20 etkinlikten önce birer kapı ile belirttiği kırtasiye, okul, bakkal, şekilleri, etkinlikten sonra dağ şeklinin (renkli) içerisine kömür

taşıma sisteminin konularak kömür fabrikası ismini verilerek değiştirilmiştir. Ö25 ise etkinlik öncesinde “bilmiyorum” ifadesini kullanmış, etkinlikten sonra “Se-Kay Otomotiv” ismini verdiği bahçesinde araç parkının bulunduğu, irtibat telefonu ve internet sitesinin yer aldığı bir iş yeri tasarımı gerçekleştirmiştir. Ö16 ise etkinlik öncesinde bir kare içerisinde ofis yazısını yazmış, etkinlik sonrasında ise adına Zeysan ismini verdiği bir fabrika tasarımı yaparak yanına zeytin ağaçlarından oluşan zeytin korusu, tır, meyve deposu, meyve ağaçları çizerek yol güzergâhlarını belirtmiştir. Şehir merkezi çizmiş ve buradaki bakkalları tasarlamıştır. Ö17 ise etkinlikten önce “bir şey bulamadım” ifadesine yer verirken, etkinlikten sonra renkli kalemlerle “EL-İP” ismini verdiği ve ortasında iş yerinin logosunun olduğu bir bina tasarlamış; binanın önüne süs havuzu ve ağaç çizerek tasarımını detaylandırmıştır. İş yerinin konumunu lise, ilkokul, ortaokul, üniversite, internet kafe, kırtasiye ile çevrelemiş ve ortaya bir otopark alanı çizmiştir. Bu binalar arasındaki yol güzergâhlarını çizerek tasarımını tamamlamıştır. Ö27 etkinlikten önce siyah kurşun kalemle ofis içerisinde bir masa sandalye, lamba ve kitaplık tasarlamıştır. Etkinlikten sonra ise “Çikolata Dükkânı” adını verdiği iş yerini üç yolun kesişim noktasına konumlandırmış hemen yanına çocuk parkı ve okul çizmiştir. Okulun yanına hayvan mağazası ve kırtasiye çizmiş, yolun karşı tarafına butik, restoran, spor salonu, hastane, eczane, kasap, cami çizerek tasarımını tamamlamıştır. Tasarımında renkli kalem kullanmıştır. Bu bulgulardan yola çıkarak etkinliklerin çocukların iş yeri tasarımlarında etkili olduğunu ifade etmek mümkündür.

2.Kazanım: Yatırım temasında “İş yeri tespiti için alanın avantaj değerlendirir.” kazanımına yönelik etkinliklerde elde edilen bulgular şunlardır:

Tablo 4.22. Avantajlı iş yerinin özellikleri ile ilgili bulgular

Etkinlik öncesi avantajlı iş yerinin özellikleri	Frekans	Etkinlik sonrası avantajlı iş yerinin özellikleri	Frekans
Müşteri potansiyeli olan	7	Talep edilen (iyi bir konum)	12
Fiziki yeterliliği olan	3	Hammaddeye yakın olan	21
Gelişmiş bir şehir içinde bulunan	2	Alternatifsiz olan	21
Alternatifsiz olan	2	Ulaşımı kolay olan	18
Dekorasyonlu olan,	1	Müşteri potansiyeli olan	15
Bilmiyorum/anlamadım/açıklama yok	7	Fiziki yeterliliği olan	13
Kurumlara yakın olan	1	Okula yakın olan	1
Güvenli olan	1	Erişilebilir olan	2
Yenilik içeren	1	Üretim tesisine yakın olan	1

Hammaddeye yakınlık olan,	8	Dekorasyonlu olan	6
Ulaşım kolaylığı olan	5	Finansal değeri fazla olan	3
Talep edilen	2	Amacıma uygun olan	11
Yeterli (Geniş) alanı olan	4	Altyapısı elverişli olan	4
Erişilebilir olan	1	Varlıklı (zengin) bölgede bulunan	1
Toplam	45	Herkese hitap eden	2
		Şehir dışında olan	1
		Güvenli olan	1
		Yenilik içeren	1
		Satın alınılabilir olan	1
		Şehir merkezinde bulunan	3
		İşlevsel olan	3
		Toplam	141

Tablo 4.22’de yer alan bulgular doğrultusunda iş yeri ile ilgili alanın avantajlarını değerlendirme ile ilgili etkinlik öncesinde toplam 45 frekans tespit edilmiştir. Bilmiyorum, anlamadım şeklinde ifadede bulunan ya da açıklama yapmayan çocukların frekans değeri ise 7’dir. Etkinlik öncesinde iş yerinin avantajları ile ilgili olarak “*Müşteri potansiyeli olan, fiziki yeterliliği olan, gelişmiş bir şehir içinde bulunan, alternatifsiz olan, dekorasyonlu olan, kurumlara yakın olan, güvenli olan, yenilik içeren, hammaddeye yakınlık olan, ulaşım kolaylığı olan, talep edilen, yeterli (geniş) alanı olan, erişilebilir olan*” olmak üzere 13 avantajlı özellik tespit edilmiştir.

Etkinlik sonrasında ise toplamda 141 frekans tespit edilmiş olup bilmiyorum, anlamadım ifadesinde bulunan veya açıklama yapmayan çocukların frekansına rastlanmamıştır. Etkinlik sonrasında avantajlı iş yeri özelliklerinde 21 özellik tespit edilmiştir. Bu özellikler “*Talep edilen (iyi bir konum), hammaddeye yakın olan, alternatifsiz olan, ulaşımı kolay olan, müşteri potansiyeli olan, fiziki yeterliliği olan, okula yakın olan, erişilebilir olan, üretim tesisine yakın olan, dekorasyonlu olan, finansal değeri fazla olan, amacıma uygun olan, altyapısı elverişli olan, varlıklı (zengin) bölgede bulunan, herkese hitap eden, şehir dışında olan, güvenli olan, yenilik içeren, satın alınılabilir olan, şehir merkezinde bulunan, işlevsel olan*” iş yeri olarak ifade edilmiştir. İş yerinin hammaddeye yakın olması, alternatifsiz olması, müşteri potansiyelinin olması, ulaşımı kolay olması, fiziki yeterliliği olması ve talep edilen bir yer olması en avantajlı özellikler olarak karşımıza çıkmaktadır. Konu ile ilgili etkinlik örneklerinde Ö10 etkinlik öncesinde “*İdeal bir yer engebeli vb. yer olmaması*” ifadesini kullanırken etkinlik sonrasında “*Talep olması, hammaddeye yakın olması, alternatif yerlerin bulunmaması,*

ulaşım, işlek yer, engebeli olmaması, okula yakın olması” açıklamasında bulunmuştur. Ö18 etkinlik öncesinde “*Gelişmiş bir şehir, aynı tarzda dükkânlar olmayan bir yer, güzel bir mekân*” ifadesini kullanırken etkinlikten sonra “*Ulaşım olanakları, iyi mekân, finansal değer, iyi konum, hammaddeye yakınlık, amaç, işlev, talep, iyi arazi, dekorasyon, elektrik, su, doğalgaz*” açıklamasında bulunarak ifadelerini çeşitlendirmiş, geliştirmiş ve detaylandırmıştır. Ö19 etkinlik öncesinde “*Hiç bir şey bulamadım*” ifadesini kullanırken etkinlik sonrasında avantajlı iş yerinin özellikleri ile ilgili düşüncelerini “*hammaddeye olan yakınlık, şehrin merkezinin içinde olması, ulaşım imkânı, seçtiğim bölgede aynı işlevde olmayan iş yeri, kaliteli madde olması*” şeklinde açıklamıştır. Bu bulgulardan yola çıkarak etkinliklerin iş yeri ile ilgili avantajlı özellikleri çocuklara kazandırmada etkili olduğunu söylemek mümkündür.

2.Kazanım: Yatırım temasında “İş yeri tespiti için alanın dezavantajları değerlendirir.” kazanımına yönelik etkinliklerde elde edilen bulgular şunlardır:

Tablo 4.23. Avantajlı olmayan iş yerinin özellikleri ile ilgili bulgular

Etkinlik öncesi avantajlı olmayan iş yerinin özellikleri	Frekans	Etkinlik sonrası avantajlı olmayan iş yerinin özellikleri	Frekans
Müşteri potansiyeli olmayan	4	Müşteri potansiyeli olmayan yer	12
Şehir dışında olan	1	Talep edilmeyen yer	8
Ulaşım kolaylığı olmayan	6	Hammaddeye uzak olan yer	21
Talep edilmeyen	1	Alternatif iş yerlerinin bulunduğu yer	21
Bilmiyorum	11	Ulaşımın kolay olmadığı yer	20
Fiziki yetersizliği olan	5	Fiziki yetersizliği olan yer	9
Hammaddeye uzak olan	6	Nüfusun az olduğu yer	1
Alternatif iş yerlerinin bulunduğu yer	1	Şehrin içinde olan yer	2
Toplam	35	Dekorasyon yetersizliği olan	5
		Amaca uygun olmayan yer	7
		Altyapı yetersizliği olan yer	2
		Güvenli olmayan yer	1
		Şehir dışında olan yer	1
		Kalitesiz malzeme kullanılan yer	1
		Erişilebilir olmayan yer	2
		Toplam	114

Tablo 4.23’de yer alan bulgular doğrultusunda avantajlı olmayan iş yeri özellikleri ile ilgili toplam frekans değeri etkinlik öncesinde 35 olarak tespit edilmiştir. Avantajlı olmayan iş yeri özellikleri etkinlik öncesinde “*Müşteri potansiyeli olmayan,*

şehir dışında olan, ulaşım kolaylığı olmayan, talep edilmeyen, fiziki yetersizliği olan, hammaddeye uzak olan, alternatif iş yerlerinin bulunduğu yer” olarak ifade edilmiştir. Bunun yanı sıra bilmiyorum, anlamadım ifadesini kullanan veya herhangi bir açıklamada bulunmayan çocukların frekansı ise 11 olarak görülmektedir. Sonuç olarak etkinlik öncesinde avantajlı olmayan iş yeri ile ilgili özellikleri ifade eden çocukların frekansı 24 olarak belirlenmiştir.

Etkinlik sonrasında ise tespit edilen toplam frekans değeri 114 olup bilmiyorum, anlamadım ifadesini kullanan veya herhangi bir açıklamada bulunmayan çocukların frekansına rastlanmamıştır. Etkinlik öncesinde 7 özellik belirtilmişken etkinlikten sonra ifade edilen özellik sayısı 15’dir. Çocuklar iş yeri kurulamayacak bölgenin özelliklerini *“Müşteri potansiyeli olmayan yer, talep edilmeyen yer, hammaddeye uzak olan yer, alternatif iş yerlerinin bulunduğu yer, ulaşımın kolay olmadığı yer, fiziki yetersizliği olan yer, nüfusun az olduğu yer, şehrin içinde olan yer, dekorasyon yetersizliği olan, amaca uygun olmayan yer, altyapı yetersizliği olan yer, güvenli olmayan yer, şehir dışında olan yer, kalitesiz malzeme kullanılan yer, erişilebilir olmayan yer”* şeklinde açıklamışlardır. En fazla frekans değeri hammaddeye uzaklık, alternatif işletmelerin yer aldığı, ulaşımın zor olduğu ve müşteri potansiyelinin az olduğu yerler olarak tespit edilmiştir. Konu ile ilgili etkinlik bulgularına bakıldığında Ö27 etkinlik öncesinde herhangi bir açıklamada bulunmaz iken, etkinlik sonrasında *“Ulaşım uzak olması, alternatif yerlerin bulunması bölgede satış yapılmayacak talebin olmadığı yer”* ifadesini kullanarak iş yeri için avantajı olmayan bölgenin özelliklerini açıklamaya çalışmıştır. Ö13 ise etkinlik öncesinde *“Ulaşımın kötü olması”* ifadesinde bulunurken, etkinlik sonrasında *“Ulaşım olmaması, hammaddeye yakın olmaması, o bölgedeki müşterilerin ihtiyaç olduğu yer olmaması, mağazanın istenen havayı katmaması, alternatif yerlerin bulunması”* açıklamasında bulunarak ifadelerini çeşitlendirmiş, detaylandırmış ve geliştirmiştir. Ö23 etkinlik öncesinde *“Hemen ulaşulamayan karışık bir yer”* olması ifadesinde bulunurken etkinlikten sonra *“Hammaddeye uzak olması, insanların talep etmemesi, ulaşımın uzak olması, işlem görmemesi”* şeklinde açıklama yaparak düşüncelerini çeşitlendirmiştir. Bu noktadan hareketle etkinliklerin iş yerleri ile ilgili avantajı olmayan yerin özelliklerini kazandırma konusunda etkili bir yöntem olduğunu ifade etmek mümkündür.

Becerilerin kazandırılması ilgili etkinliklerde yer alan öğrenci ifadeleri şunlardır: Avantaj ve dezavantajları değerlendirme becerisi ile ilgili bulgulara Ö30'un "*avantajlı olmayan iş yeri: hammaddeye uzaklık, alternatif yerin olması, orada talebin olmaması, oranın kendi havasının yapacağımız işe uygun olmaması/avantajlı olan iş yeri: hammaddeye yakınlık, alternatifinin olmaması, orada talebin olması, oranın kendi havasının yapacağımız işe uygun olması*" ifadeleri; Ö17 "*avantajlı olmayan iş yerinin özellikleri: her yere uzak olması, açtığımız iş yerinden o bölgede başkalarının da açması, köylere fabrika yapmak, hammaddeye uzaklık, depreme birinci derecede yakın olan yerlerde olması/avantajlı olan iş yerinin özellikleri: etrafındaki güzellikler, merkeze yakınlık, her il ve ilçeden ulaşılabilir, açtığımız iş yerinden o bölgede bulunmaması, hammaddeye yakınlık, depreme dayanıklı olması, dekorasyon, iş yerinin güzelliği, insanların ihtiyaçlarının olduğu bölgeler*" ifadesi; Ö3 avantajlı olmayan iş yerinin özellikleri ile ilgili "*dağlık yerler, deprem görmüş, ulaşım uzaklığı, hammaddeye uzaklık, talep edilmemesi, tehlikeli, sağlıksız, eski, fakir olması, beğenilmemesi, satın alınamayacak bir yer olması, hizmet yetersizliği/ avantajlı olan iş yerinin özellikleri: Talep, alternatif yer bulunmaması, işlem, ulaşım yakınlığı, hammaddeye yakınlık, tehlikesiz, sağlıklı, yeni, zengin olması, satın alınabilecek bir yer olması, hizmetlerin yeterli olması*" şeklindeki ifadeleri etkinliklerin çocukların iş yerinin avantaj ve dezavantajlarını değerlendirme becerilerini geliştirdiklerini göstermektedir.

Değerlerin kazandırılması ile ilgili etkinliklerde yer alan öğrenci ifadeleri şunlardır: Çalışkan olma değeri ile ilgili bulgulara "*İş yeri tasarımı*" ile ilgili yapılan etkinliklerin bulgularında rastlamak mümkündür. Çalışkan olma girişimcilik eğitiminin en önemli değerlerinden birisidir. Nitekim çalışkanlık değeri ile ilgili bütün süreçlerde çocuklar bir şey ifade etmiştir. Çocukların iş fikirlerini hayata geçirmek için yaptıkları tasarımlar ve iş yerlerinin etrafındaki alanların iş fikri doğrultusunda şekillendirilmesi onların çalışkanlık değerlerinin en önemli bulgularıdır. Ö2 etkinlik öncesinde herhangi bir açıklamada bulunmazken etkinlik sonrasında, hayalindeki hastaneyi bir kavşak noktasına şekillendirmiş, karşısına otopark, eczane, şehir merkezi çizerek bunu ifade etmeye çalışmıştır. Ö16 ise etkinlik öncesinde iki kare içerisinde ofis çizmiş etkinlik sonrasında ise, şekiller çizerek fabrikasını, fabrikanın karşısındaki zeytinliği, meyve bahçesini, kamyonları, şehir merkezindeki bakkalları bağlantı yollarını çizerek yapacağı

işlerin tasarımını gerçekleştirmiştir. Bu bulgular çocukların çalışkanlık değerini kazındıklarına yönelik bulgular olarak ifade edilebilir.



4.4. Girişimcilik Becerisinin Geliştirilmesine Yönelik Kullanılabilecek Öğretim Yöntem ve Tekniklere Yönelik Bulgular

Girişimcilik becerisinin kazandırılmasında yurtdışı (236) etkinlik örneklerinden yola çıkarak sınıf içinde ve sınıf dışında yararlanılabilecek yöntem ve teknikler ile ilgili bulgular aşağıda verilmiştir. Etkinlik örnekleri için etkinlik kaynakları Ek-1’de verilmiştir.

Tablo 4.24. Girişimcilik becerisinin kazandırılması sürecinde kullanılabilecek yöntem ve teknikler

Yöntemler	Frekans
Sunum (Tanıtma –tanımlama)	23
Gözlem	18
Örnek olay	1
Proje	3
Teknikler	
Tasarım (Ürün, reklam, afiş, broşür, logo, ürün paketi, personel kartı vb.)	17
Oyun	4
Girişimci konferansları	4
Senaryo yazımı(bir günlük iş senaryosu)	3
Röportaj (girişimci, müşteri vb.)	3
Anket	2
Film izleme	1
Fütürist düşünme	1
Girişimci mektupları	1
Girişimci hikâyeleri	1
İş simülasyonu	1
Kelime tamamlama	1
Girişimcilik fuarı	1
Tanıtım kampanyası	1
Ünlü girişimci sözleri	1
Toplam	87

Tablo 4.24’de yer alan bilgiler doğrultusunda 230 yurtdışı etkinlik incelemesinde tespit edilen yöntemler genellikle tanıtım, tanım ve iş fikrini ifade ettirmek için çocukları daha aktif bir şekilde sürece dâhil olmalarını sağlamak amacıyla en fazla tercih edilen yöntem sunum yöntemi olarak tespit edilmiştir. Diğer taraftan çocukların çevrelerine, doğaya, teknolojiye, girişimcilere karşı sürekli bir gözlem içerisinde olmaları yönünde etkinlik uygulamaları yapılmış, bu sayede çocukların farkındalık kazanmaları ve fırsatları görmeleri sağlanmıştır. Proje yöntemi ise girişimcilik becerisinde girişimci faaliyetlerin

bir plan ve program dâhilinde yapılması için öğrencileri iş fikirlerini proje olarak yansıtmaları amaçlanarak kullanılmıştır. Örnek olay yönteminde ise girişimci örneklerinde yola çıkarak çocukların motive olmaları sağlanmış ve yaşanmış gerçek olay örnekleriyle becerileri, farkındalıkları, bilgileri arttırılmaya çalışılmıştır.

Girişimcilik becerisini kazandırmak için kullanılan tekniklere bakıldığında bu tekniklerde en büyük frekans değeri tasarım tekniğinde vardır. Tasarım özellikle küçük yaştan itibaren çocukların hayallerini, düşüncelerini, hedeflerini somut bir şekilde görselleştirerek anlattıkları en iyi araç olarak kabul edilebilir. Bu nedenle etkinliklerde çocuklara antetli kağıt, logo, iş yeri, broşür, reklam, ürün, afiş, ürün paketi, personel kartı gibi farklı kategorilerde tasarımlar yaptırılarak girişimciliğe yönelik becerilerinin geliştirilmesi amaçlanmıştır. Oyunlar ise teknikler arasında ikinci frekans yoğunluğuna sahip bir değer olarak karşımıza çıkmaktadır. Online girişimcilik oyunları, iş yönetimi ile ilgili oyunlar, sınıfta ve sokakta limonata standı uygulaması vb. gibi oyunlarla sanal dünyaya ve teknolojiye ilgi gösteren çocukların bu sayede girişimcilik becerilerini kazanmaları amaçlanmıştır ve oyunlar girişimcilik becerisini kazandırmada araç olarak kullanılmıştır. Senaryo yazımı tekniği ile öğrencilerden girişimcilikle ilgili günlük ve geleceğe yönelik faaliyetlerini düşünerek bu düşüncelerini senaryolaştırmaları istenmiştir. Bu şekilde çocukların sıkıcı olmayan, hayallerini kendi bireysel ifadeleri ile zenginleştirerek sunabildikleri bir araç olarak senaryolar kullanılmıştır. Etkinliklerde elde edilen bulgulara yansıyan bir diğer teknik ise röportaj tekniğidir. Çocuklardan girişimcilerle röportaj yaparak girişimcilik ile ilgili gerçekleştirilmiş hayallerden ve hedeflerden yola çıkarak beceri kazanmaları, girişimci özelliklerini öğrenmeleri, müşterilerle röportaj yaparak da müşteri ihtiyaçlarının ve beklentilerinin neler olduğuna yönelik becerileri kazanmaları amaçlanmıştır. Anket tekniği çocukların hedef pazarı, müşteri özelliklerini, ilgi ve ihtiyaçları ile ilgili bilgilere ulaşmak için kullanılmıştır. Girişimcilik becerisini kazandırmada girişimci kişilerin biyografilerini içeren filmlerin izletilmesi; çocuklardan gelecekteki girişimcilik meslekleri ve girişim alanlarıyla ilgili fütürist düşünmelerinin istenmesi; girişimcilerin mektuplarından yola çıkarak çocukların girişimcilerle ilgili bilgi sahibi olmalarının amaçlanması; girişimcilerin hikayeleri ile girişimci ruhlarının harekete geçirilerek hayallerin gerçekleştirilebileceğinin ifade edilmesi ve gerçek hikayelerin girişimcilik ruhunu olumlu yönde güdülemesinin

sağlanması, hedeflerini şekillendirerek, çalışma azmini teşvik etmesi; iş simülasyonları ile iş ve iş yeri süreçlerinin öğretilmeye çalışılması; girişimcilik ile ilgili önemli kelime ve kavramların kelime tamamlama ile kazandırılması; girişimcilik fuarı ile öğrencilerin ilgilerinin girişimcilik yönünde yönlendirilmesi, dikkatlerini çekebilecek alanlar oluşturulması; tanıtım kampanyaları düzenleyerek tanıtım ve pazarlama alanındaki becerilerinin geliştirilmeye çalışılması; girişimcilerin sözleri ile bilgilerinin arttırılarak yeteneklerinin farkındalığı sağlanması ve becerilerinin geliştirilmesi hedeflenmiştir.



V. BÖLÜM

Bu bölümde yapılan çalışmaya ait bulgular tartışılmış, sonuç değerlendirilmesinde bulunulmuş ve alan yazımına katkı sağlayacak öneriler verilmiştir.

5.1. Tartışma

Bu araştırmanın amacı, girişimcilik eğitiminin kuramsal çerçevesinin ve alt unsurlarının belirlenerek, ilköğretim 7. sınıf sosyal bilgiler dersinde öğrencilerin girişimcilik becerisinin kazandırılmasında etkinliklerin ne kadar etkili olduğunu tespit etmektir. Bu amaç doğrultusunda girişimcilik becerisini kazandırmaya yönelik etkinlikleri içeren yurt dışındaki çalışma kâğıtları, çalışma kitapları incelenmiş ve bu etkinlikler içerik analizi ile değerlendirilmeye tabi tutulmuştur. Elde edilen bulgularla tema, beceri ve değerler oluşturulmuştur, etkinlikler geliştirilmiş ve uygulanmıştır. Bu başlıkta araştırmamız doğrultusunda elde edilen bulguların diğer araştırmalarla karşılaştırılması yapılmış, çalışma kısa bir değerlendirilmeye tabi tutulmuştur.

Hjorth ve Johannisson (2007), girişimcilik eğitimi sadece neyin yapılacağını öğretildiği süreç olarak değil aynı zamanda yeni şeylerin nasıl yapılacağını da öğreten bir süreç olarak tanımlamıştır. Yapılan çalışma da bu bulguyu destekler nitelikte sonuçlar elde edilmiştir. Bireyler girişimcilik süreçlerini öğrenmişler ve bu süreçler doğrultusunda yeni ürünler geliştirmişlerdir.

Weber (2011) girişimcilikle ilgili bir mesleğe sahip ebeveynleri olan, aileleri serbest mesleklerle uğraşan ya da girişimcilik kursuna katılmış, girişimcilik dersi almış olan bireylerin girişimcilik yeteneklerini daha kolay geliştirerek kendilerini ve fikirlerini düzenli bir şekilde ifade ettiklerini belirtmektedir. Bu çalışmada elde edilen bulgular da aileler ilgili bilgiler verilmiş ancak aile mesleklerinin girişimcilik becerisinin kazandırılmasındaki etkisi araştırılmamıştır. Ancak girişimcilik ile ilgili süreçlerin öncesine ait etkinliklerle bu süreçlerle ilgili arka plan bilgisinin ve etkinliklerin yapıldığı süreç sonundaki bulgular karşılaştırıldığında elde edilen bilgiler Weber'in girişimcilik

kursuna giden ve girişimcilik dersi alan öğrencilerin diğerlerine göre girişimcilik becerilerindeki yeterliği açısından birbirlerini destekler niteliktedir.

Girişimcilik eğitimi ABD ve Kanada’da 20. yüzyılın sonlarında, Hollanda’da 2000, İngiltere’de 2004 yılında vermeye başlanmış, ülkemizde ise ilk girişimcilik dersi orta öğretim programı 2009 yılında hazırlanmıştır. Girişimcilik eğitimi ülkelerin ekonomisi bakımından bireylerin yetişmesi adına oldukça önemlidir. Günümüzde belediyelerin, bankaların, KOSGEB vb. gibi kurum ve kuruluşların oldukça ciddi destek verdikleri halde girişimcilik faaliyetlerinin sayısı olabildiğince azdır. Türkiye’de 2017 yılında açıklanan verileri göre 2015 yılında işveren girişimci doğumu %13.1, 2013 verilerine göre işveren girişimlerin ölümü ise 11.2’dir (TÜİK, 2017) . Karadeniz (2014) bireylerin yeni bir işe başlamalarını etkileyen faktörlerden birisini başarısızlık korkusu olarak ifade etmiş Türkiye’de 18-64 yaş arasındaki yetişkin nüfusun, 2013 yılında %33,20’si yeni bir iş kurarken başarısızlık korkusunun kendilerini engellediklerini ifade ederken, bu oran 2014 yılında %36,39’a çıktığını söylemiştir. Dolayısıyla, kişilerin bir önceki yıla göre risk alma konusunda daha temkinli davrandıklarını açıklamıştır. Yapılan çalışma da elde edilen ilk veriler bu bulguyu doğrular niteliktedir. Örneğin iş fikrini ifade etmeye yönelik etkinliklerde öğrencilerden 9’u iş kurmak istemiyorum ifadesini kullanmış ve iş fikri ile ilgili toplam 23 frekans değeri bulunmuştur. Etkinlik sonrasında ise bu frekans değeri 39 olarak belirlenmiştir. Bu sonuçtan yola çıkarak bireylerde girişimcilik becerisinin geliştirilmesi küçük yaşlarda daha kolay olduğu, zamanla bu becerinin kazanılmasının zorlaşarak insanların risk faktörüne yönelik korkularının arttığı söylenebilir. Bu nedenle ülkemizde girişimcilik faaliyetlerinin azlığı ile ilköğretimde girişimcilik eğitiminin yetersizliği arasında doğrudan ilişki olduğu düşünülmektedir.

Günümüzde Türkiye’de eğitimin ilköğretim ve ortaokul kademesinde girişimcilik eğitimi programı yer almamaktadır. Girişimcilik becerisi farklı dersler aracılığıyla, belirli öğrenme alanlarında ve yetersiz kazanımlarla öğretilmeye çalışılmaktadır. Orta öğretim kademesinde 9. 10, 11 ve 12. sınıflarda seçmeli ders olarak yer alan “Girişimcilik Dersi” meslek liselerinde zorunlu olarak öğretilmektedir. Türkiye’de 2009 yılında “Girişimcilik Dersi Öğretim Programı” talim ve terbiye kurulu tarafından yayınlanmıştır. Girişimcilik dersi bir program dâhilinde sadece ortaöğretimde verilmektedir. 10, 11 ve 12. sınıflardan

herhangi birinde hafta bir saat seçmeli olarak verilmesi planlanmış olan girişimcilik dersinin 9. sınıflarda verilmesi erken olarak ifade edilmiştir. Girişimcilik becerisinin MEB'in hemen hemen bütün programlarında öğretilmesi ve kazandırılması amaçlanan temel beceriler içerisinde yer almasına rağmen bu uygulama girişimcilik eğitiminin temel eğitim felsefesi ve kriterleriyle uyuşmamaktadır.

Girişimcilik Dersi Öğretim Programı'nın bir diğer tutarsızlığı da *“Program, haftada “1” ders saati olarak uygulanacaktır. Bu 1 saatlik sürede girişimciliği tüm yönleriyle anlatmak ve aktarmak mümkün değildir. Bu ders öğrencilere bir anahtar olacaktır. Öğrenci ilgisi oranında kendini geliştirecektir.”* ifadesinde geçen ders saatidir. Girişimcilik bir ülkenin ekonomik kalkınmasında, istihdam ve iş çeşitliliğinin artmasında temel unsurdur. Dolayısıyla girişimcilerin çeşitli programlarla desteklendiği ülkemizde girişimcilerin sayılarının ve çeşitliliğinin artması hedeflenirken, girişimcilik dersi öğretim programının seçmeli ders olarak ve hafta da bir saat, 10,11 ve 12 sınıflarla sınırlandırılması bir diğer tutarsızlığın örneğidir. Sonuç olarak program girişimcilik becerisini kazandırmak için hedeflenen içeriğe sahip görünmemektedir.

Ülkemizde sosyal bilgiler, fen ve teknoloji, matematik derslerinin ortak becerileri arasında girişimcilik becerisi de yer almaktadır. İlkokul öğretim programlarında girişimcilik becerisi matematik dersinde 1. ve 2. sınıflarda “Ölçme” öğrenme alanında, paralarımızı tanıyarak kazanımıyla; 4. sınıfta ise “Sayılar” öğrenme alanında, doğal sayılarla bölme işlemini gerektiren problemleri çözer ve kurar kazanımında; fen ve teknoloji dersinde ise “Madde ve değişim, maddeyi tanıyalım” öğrenme alanında, doğal, işlenmiş ve yapay tüketim kazanımıyla girişimcilik becerisi kazandırılmaya çalışılmıştır. Sosyal bilgiler dersinde girişimcilik becerisi 6. Sınıfta “Üretim, dağıtım ve tüketim” öğrenme alanında “Ülkemizin kaynaklarıyla ekonomik faaliyetlerini ilişkilendirerek, bunların ülke ekonomisindeki yerini ve önemini değerlendirir. İlgi duyduğu mesleklerin gerektirdiği eğitim, beceri ve kişilik özelliklerini araştırır. Nitelikli insan gücünün Türkiye ekonomisinin gelişmesindeki rolünü değerlendirir.” kazanımları doğrultusunda geliştirilmeye çalışıldığı görülmektedir. Diğer tafranda 7. Sınıf ta ise “Birey ve toplum” öğrenme alanında “İnsanlar arasında kurulan olumlu ilişkilerde iletişimin önemini fark eder. İnsanlar arası etkileşimde kitle iletişim araçlarının rolünü tartışır.” kazanımlarıyla

geliştirilmesi amaçlanmıştır. Ancak bulgular kısmında girişimcilik becerisinin kazandırılmasında girişimcilik becerisine ait unsurlar (tema, beceri ve değer), etkinlikler ve yöntem-teknikler açısından ders kitapları ve kazanımların yetersiz kaldığı görülmektedir. Çünkü elde edilen bulgularda çocukların ilgisine yönelik tasarım etkinlikleri üzerinden bir çıkarıma varılacak olursa örneğin reklam tasarımına yönelik etkinliklerde çocukların başarısı 17,5 frekans seviyesinden 44 frekansına ulaşmıştır ki bu da %100'ün üzerinde bir başarının göstergesidir. Dolayısıyla öğretim programlarının özellikle de sosyal bilgiler dersi öğretim programının girişimcilik eğitimi açısından düzenlenmesi oldukça önemli görünmektedir.

Girişimcilik eğitimi süreci ile ilgili Tutar ve Altınkaynak (2014) iş kurma sürecinin ilk aşamasını “iş kurma motivasyonu” ikinci aşamasını ise “iş fikri” olarak ifade etmiştir. Buna karşı yapılan çalışmada girişimcilik eğitiminin süreçleri “İş fikri, finansman, ürün tasarımı- üretim, tanıtım-pazarlama ve yatırım” olmak üzere beş tema içerisinde verilmiştir. Her bir tema bilgi, beceri, değer, alt kazanım, öğrenme çıktısını içeren etkinlikler oluşturularak öğretilmeye çalışılmıştır. Özellikle girişimcilik ile ilgili çalışmalar incelendiğinde iş fikri süreci, yaratıcılık ve bir işin başlama noktasını ifade etmesinden dolayı önemli görülmüştür. Girişimciliğe ait unsurların çıkarımının yapıldığı 236 etkinliğin değerlendirilmesinde girişimcilik motivasyonuna dair kapsamlı bir etkinlik kümesinin olmadığı gözlemlenmiş, iş fikrinin ise 114 etkinlikte varlığı görülmüştür. Bu sebeple iş fikri teması girişimcilik eğitimi sürecinin ilk aşaması olarak belirlenmiştir. Diğer taraftan Tutar ve Altınkaynak (2014) öğrencileri başarılı bir girişimciliğe iten unsurları kişinin yetenek ve ustalık düzeyine bağlanmıştır. Yapılan çalışmada ise bireylerin sempatileri, gözlemleri sonucunda eksikliğini fark ettiği şeyler, ailesinin mesleği, ihtiyaçlarına göre yaratıcı ürünleri tasarlama isteklerinin de girişimcilik fikrinin hayata geçirilmesi ve başarılı bir girişimcilik adına önemli bulgular arasında yer aldığı düşünülmektedir.

Küçük (2015) ise iş fikri kaynaklarını girişimcinin kendisinin iş fikrini geliştirmesi, uzman görüşleri, kişisel ihtiyaçlar, taklit ve benzetim, piyasanın geri bildirimleri olarak ifade etmiştir. Uygulamalar sonucunda öğrencilerin ise iş fikirlerini

genellik kendilerinin geliştirdikleri, taklit ve benzetim yoluyla tasarladıkları gözlemlenmiştir.

Kawasaki (2007) girişimcinin finansman kaynağını fon, melek yatırımcılar ve girişim sermayesi olmak üzere üç temel unsurda değerlendirmiştir. Çalışma sonucunda elde edilen bulgularda öğrenciler ise finansman kaynaklarını aile, şans, fon, banka, devlet destekleri, brikim sermayesi vb olarak ifade etmiştir. Bu bilgiler Kawasaki'nin girişim sermayesi ve fon bulgularıyla doğru orantılı bir şekilde değerlendirilebilir. Kawasaki reklam ve tanıtımı girişimcilik sürecinde önemsemiş ve tanıtım-pazarlama olmadan girişimcinin başarılı olmayacağını savunmuştur. Sunum ve tanıtımın kısa ve etkili bir şekilde hazırlanmasını ifade etmiştir. Yapılan çalışmada tanıtım-pazarlama temasının bulguları değerlendirildiğinde bireylerin kısa etkili, görsele önem veren bulguların yer aldığı çizim ve tasarımları Kawasaki'nin bulgularıyla örtüşmektedir.

Deveci (2015) girişimci çocukların özelliklerini üreten, sorgulayan, yaratıcı, hayal gücüne sahip bireyler olarak tanımlamıştır. Yapılan çalışmada ise çocukların üretmek veya geliştirmek istedikleri ürünlerini tasarlamaları kendilerine özgü üretim düşüncelerinden yola çıkarak ve hayal gücünü kullanarak bu tasarımları gerçekleştirmeleri bu bulguyu destekler nitelikte görülmektedir. Bunun yansısı Deveci (2015) sosyal bilgiler dersleri konularının girişimcilik ile ilişkilendirilmesini, girişimcilik ile ilgili beceri ve değerlerin öğrencilere kazandırılması gerektiğini, ders içi ve ders dışı etkinliklerin düzenlenerek sosyal bilgiler dersinin girişimcilik becerisini kazandırmadaki rolüne değinmiş ve bunları bulgular arasında göstermiştir. Yapılan çalışmada sosyal bilgiler dersi girişimcilik becerisinin kazandırılmasında ideal bir araç olarak kullanılabileceği vurgulanmış, girişimcilik süreci içerisinde geliştirilen ve uygulanan etkinliklerin sonucunda elde edilen bulgular ise sosyal bilgiler dersinde bu becerinin kazandırılmasının mümkün olduğunu ispat etmiştir. Bu nedenle Deveci'nin elde ettiği bulgularla yapılan çalışmadaki bulguların birbirini desteklediği görülmektedir.

Girişimci bireylerin sahip olması gereken becerileri MEB (2005), girişimci bireylerin sahip olması gereken becerileri girişimcilik becerisi sürecinde bir girişimcinin sahip olması gereken becerileri, sorumluluk, yaratıcı düşünme, iletişim kurma, hayal kurma,

risk alma; Akyürek Ç. ve Şahin Ç. (2013) ise başarıma ihtiyacı, kontrol, risk alma, belirsizliği yönetebilme, kendine güvenme, yenilikçi ve yaratıcı olma; Bozkurt ve Alparslan (2013), yenilikçi olma, risk alabilme, değişim odaklı olma, duygusal zekâya sahip olma, fırsatlara odaklanabilme, yaratıcı olma, gelişmiş iletişim becerisine sahip olma, proaktif olma, yüksek başarı güdüsüne sahip olma, kararlarında ısrarcı olma, kendine güvenme, başarıma ihtiyacının yüksekliği, iyi iletişim kurabilme, problemleri kolaylıkla çözebilme, uzun süre çalışabilme, davranış ve kararlarında azimli olma, büyüme tutkusuna sahip olma, güvenilir olma şeklinde tanımlamışlardır. Elde edilen bulgularda bu beceri ve değerlere rastlanmış ancak bunlardan farklı olarak beceri ve değerler ayrı ayrı ele alınmıştır. Bu becerilerden farklı olarak iş fikrini ifade etme becerisi, fırsatları görme becerisi, iş planı hazırlama becerisi, iş yeri tasarım becerisi, ürün tasarımı, logo ve reklam tasarımı, promosyon hazırlayabilme becerisi, tahminde bulunma, farklılığı ve değişikliği anlama becerileri gibi beceriler geliştirilmiş, değerleri içerisine ise vatan, millet ve bayrak sevgisi, cömertlik, hoşgörülü olma vb gibi değer dahil edilmiştir.

Demirel ve Tikici (2004), girişimcilik eğilimleri yüksek olan bireyleri yaparak yaşayarak öğrenmeyi ezber içerikli programlara tercih eden bireyler olarak tanımlamıştır. Yapılan çalışmada buna ait herhangi bir bulguya rastlanmamakla birlikte bireylerin uçan tır, büyüdü asa, otomatik ceket-gömlek, kendi yazan kalem vb. sıra dışı tasarımlarda buldukları görülmektedir.

Yapılan çalışmada yurt dışı etkinliklerin analiz edilmesinde değerle ilgili çok az bulgulara rastlanmıştır. Ancak toplumsal olarak girişimciliğin tarihsel, kültürel, psikolojik ve sosyolojik yönlerinin olduğunu bilmek önemlidir. Bu nedenle evrensel bir girişimcilik kültürünün yanı sıra toplumların ve kültürlerinde farklı girişimcilik özelliklerinin varlığı bir gerçektir. Türk milleti olarak köklü bir medeniyete sahibiz. Örneğin; ahilik kültürü girişimciliğinde içerisinde önemli bir konum ve değere sahiptir. Bu nedenle milli kültürümüze ait değerler çalışmanın içerisine dâhil edilmiş etkinliklerle bu değerler kazandırılmaya çalışılmıştır. Ancak girişimcilik ve değerler konusunda yapılan çalışmanın eksiklikleri bulunakla beraber bu konunun kapsamlı bir şekilde ele alınmasının özellikle milli girişimcilik adına önem taşıdığını ifade etmek mümkündür. Dolayısıyla bu araştırmanın girişimcilik becerisi ile doğrudan ilişkili olan değerler eğitimi,

sosyoloji, psikoloji gibi alanlarla ilişkilendirilmesi açısından yetersiz olduğu düşünülmektedir.

Girişimcilik eğitiminde en önemli tartışmalar “girişimcilik ruhu, girişimcilik tutkusu, girişimcilik becerisi” kavramları arasında yaşanmaktadır. Belen ve Demirkaya (2012) girişimcileri diğer insanlardan farklı kılan en önemli unsuru girişimcilik ruhu olarak açıklamış ve girişimci ruhun doğuştan olabileceği gibi sonradan da kazanılabileceğini ifade etmiştir. Diğer taraftan Doğaner (2014) girişimcilik tutkusunu bir takım zorluklarla baş etme her şeye rağmen hedefine ulaşma arzusu olarak açıklamış ve bunu girişimcilerin vasfı olarak belirtmiştir. Yapılan araştırma elde edilen bulgularda girişimciliğin sempati, ilgi, yetenekler doğrultusunda geliştirilebilecek bir beceri olarak ifade etmek mümkündür. Çünkü her beceri ilgiyi ilgi ise merakı doğurmaktadır. Merak girişimci için motivasyon kaynağıdır. Motivasyon becerinin geliştirilmesinde önemli bir etkidir. Girişimcilik becerisinin geliştirilmesinde kullanılan tekniklerden, girişimci konferansları, iş simülasyonları, tasarım uygulamaları, röportajlar öğrencilerdeki bu motivasyonu geliştirmeye yönelik uygulamalar olarak değerlendirilebilir. Bu nedenle girişimcilik eğitiminde değerlendirmesi zor olan soyut kavramlardan ziyade ölçülebilir, şekillenebilir, değiştirilip geliştirilebilir yeteneklere, somut faaliyetlere odaklanıp girişimciliği beceri olarak kabul etmek yapıcı bir ifade olacaktır.

5.2. Sonuç ve Öneriler

Bu bölüm sonuç ve öneriler olmak üzere iki başlık altında ele alınmıştır. Sonuç kısmında araştırmada elde edilen bulgular kuramsal çerçevede verilen bilgilerden yola çıkarak değerlendirilmiştir. Öneriler kısmında ise çalışmanın sonuçları doğrultusunda öneriler geliştirilmiştir.

5.2.1. Sonuçlar

Birinci alt amaca (Girişimcilik eğitiminin unsurları nasıl oluşturulabilir? Hangi unsurlar girişimcilik eğitiminde önemlidir?) yönelik sonuçlar:

Yapılan çalışmada yabancı literatürden elde edilen 236 etkinlik incelenmiş ve bu etkinlikler doğrultusunda tema (konu), beceri ve değerler oluşturulmuştur. Girişimcilik eğitiminin bu süreçleri “İş fikri, finansman, ürün ve üretim, tanıtım ve pazarlama ve yatırım” olmak üzere beş tema içerisinde verilmiştir. Her bir tema için bilgi, beceri, değer, alt kazanım, öğrenme çıktısını içeren etkinlikler örnek bir konu üzerinden gerçekleştirilmiştir.

- İş fikri teması ile ilgili alt temalar “Çevredeki insanlardan görüş alarak iş fikrini oluşturma, toplumun ihtiyaçlarını belirleyerek iş fikrini oluşturmak, (ihtiyaç analizi), mekânın avantajlarını kullanma düşüncesi ile iş fikrinin oluşması, insanlara neye ilgi duyduklarına dair sorular yöneltilerek iş fikrinin oluşması, bireysel becerilerimiz doğrultusunda iş fikrinin oluşması” olarak belirlenmiştir.
- İş fikri sürecinde kazandırılması gereken beceriler ise “İş fikrini ifade etme becerisi, fırsatları görme becerisi, iş planı becerisi, iş yeri tasarım becerisi, tahminde bulunma becerisi, farklılığı anlama becerisi/değişikliği görme becerisi, yaratıcı düşünme becerisi, yenilikçi düşünme becerisi, problem çözme becerisi, iş birliği becerisi” şeklinde ifade edilmiştir.

- İş fikri sürecinde kazandırılacak değer de “*sabırlı olma, öz güven sahibi olma, vatansever olma, çalışkan olma, sorumluluk sahibi olma, birlikte hareket etme*” olarak açıklanmıştır.
- Finansman teması ile ilgili alt temalar “*Maliyetin hesaplanması, kaynak ve destek finansmanı, satış finansmanı, kar ve risk finansmanı*” olarak belirlenmiştir.
- Finansman sürecinde kazandırılması gereken beceriler ise “*Finansman desteğinin farkındalığı becerisi, gelir ve gideri kontrol etme becerisi, maliyeti hesaplama becerisi, ihtiyaç analizi becerisi, pazar analizi becerisi, kaynak analizi becerisi*” şeklinde ifade edilmiştir.
- Finansman sürecinde kazandırılacak değerler de “*Cömert olma, yardım sever olma, sorumluluk sahibi olma, sabırlı olma, öz güven sahibi olma, verdiği sözde durma, dürüst olma*” olarak açıklanmıştır.
- Ürün tasarımı ve üretim teması ile ilgili alt temalar “*ürün talep (pazar) araştırması, ürün tasarımı, üretimin gerçekleştirilmesi/ürün prototipinin oluşturulması olarak*” olarak belirlenmiştir.
- Ürün tasarımı ve üretim sürecinde kazandırılması gereken beceriler ise “*ürünün tasarımı becerisi, ürün kalitesinin tespiti ve ürün tanıtım becerisi, broşür tasarımı becerisi, logo tasarım becerisi, reklam tasarımı becerisi*” şeklinde ifade edilmiştir.
- Ürün tasarımı ve üretim sürecinde kazandırılacak değerler de “*Çalışkan olma, kişisel kontrol (öz kontrol), duyarlı olma (tarihe, çevreye ve insana), sevgili olma (millet sevgisi, bayrak sevgisi),*” olarak açıklanmıştır.
- Tanıtım ve pazarlama teması ile ilgili alt temalar “*Pazar ve pazarlama stratejisi, ürün kalitesi ve ayırt edici özelliklerinin tanıtımı, reklam ve promosyon*” olarak belirlenmiştir.

- Tanıtım ve pazarlama sürecinde kazandırılması gereken beceriler ise “*Güzel konuşma ve müşterilerle etkili iletişim kurma becerisi, pazarlama planı oluşturma becerisi, pazarı tanımlama becerisi, ürünü tanımlama ve tanıtma becerisi, reklam tasarımı becerisi, promosyonları belirleyebilme becerisi*” şeklinde ifade edilmiştir.
- Tanıtım ve pazarlama sürecinde kazandırılacak değerler de “*Çalışkan olma, güvenilir olma, öz güven sahibi olma*” olarak açıklanmıştır.
- Yatırım teması ile ilgili alt temalar “*İş yeri, iş yatırımı ve yönetimi, ar-ge (araştırma geliştirme, mesleki yatırımlar (müşteri, personel, kişisel gelişim)*” olarak belirlenmiştir.
- Yatırım sürecinde kazandırılması gereken beceriler ise “*Yönetim becerisi, ağ oluşturma becerisi, problem tanımlama ve çözme becerisi*” şeklinde ifade edilmiştir.
- Yatırım sürecinde kazandırılacak değerler de “*Kişisel kontrol (öz kontrol), vicdanlı olma, yardım sever olma, hoşgörülü olma, merhametli olma, çalışkan olma*” olarak açıklanmıştır.

İkinci alt amaca (Girişimcilik becerisini kazandırmak için hazırlanan etkinliklerin girişimcilik beceresini geliştirmeye etkisi nedir?) yönelik sonuçlar:

Yapılan çalışmada girişimcilik eğitiminin süreçlerine (İş fikri, finansman, ürün ve üretim, tanıtım-pazarlama ve yatırım) ait alt temalardan bir tema seçilmiş ve bu temadan hareketle kazanım, bilgi, beceri, değer, öğrenim çıktısı, anahtar soruları ve çalışma yapıklarını içeren etkinlikler geliştirilmiş ve uygulanmıştır.

- İş fikri temasıyla ilgili etkinlikler “*Toplumun ihtiyaçlarını belirleyerek iş fikrini oluşturmak, (İhtiyaç analizi)*” alt teması örneğinde “*İhtiyaç analizim*” başlığıyla uygulanmıştır. Etkinlikte iş fikri ve ihtiyaç analizi hakkında bilgilendirme yapılmış, etkinlik yoluyla girişimciliğin alt becerileri olarak belirlenen “*ihtiyacı fark etme, farklılığı anlama, iş fikrini ifade etme, değişikliği fark etme, geleceği düşünme, problem çözme, iş birliği*” becerileri ve “*Çalışkan olma, sorumluluk sahibi olma, öz güven, birlikte hareket etme*” değerleri kazandırılmaya çalışılmıştır. Etkinlik süresi 10 dk ile sınırlı tutulmuş ve kazanımlar “*İş fikrini (girişimci mesleğini) ifade eder. Neden o işi seçtiğini açıklar? İş fikri ile ilgili ihtiyaçları fark eder. İş fikrini etkileyecek sosyal ve çevresel etmenleri ifade eder.*” şeklinde belirlenmiştir. Etkinlik ile bireysel ve toplumsal ihtiyaçlardan yola çıkarak iş fikrini oluşturmayı ve iş fikrine katkı sağlayacak çevresel ve sosyal etmenlerin kazandırılmasını amaçlamıştır. Yapılan değerlendirmeler neticesinde elde edilen bulgular kazanımların gerçekleştirildiğini göstermiştir.
- Finansman temasıyla ilgili etkinlikler “*Kaynak ve destek finansmanı*” alt teması örneğinde “*Para ile ilgili ihtiyaçlarım, finans kaynaklarım*” etkinliği ile uygulanmıştır. Etkinlikte kaynak ve destek finansmanı hakkında bilgilendirme yapılmış ve para ile ilgili ihtiyaçların neler olabileceği sorulmuştur. Etkinlikte kazandırılması amaçlanan alt beceriler “*finansman desteğinin farkındalığı, gelir ve gider kontrolü, kaynak analizi*” olarak belirlenmiştir. Kazandırılması gereken değerler ise “*İnsana ve çevreye duyarlı olma, çalışkan olma, öz güven sahibi olma.*” olarak belirlenmiştir. Hedeflenen kazanımlar “*Para ile ilgili ihtiyaçların farkına varır. İş fikrini hayata geçirecek finansman kaynaklarını bilir.*” şeklinde belirlenmiştir. Etkinliğin öğrenme çıktılarını “*Öğrenciler iş fikirlerini hayata geçirecek finansal beceri ve değerleri kazanarak farklı kaynakları ve bu kaynakları temin etmek için gerekli yöntemleri ifade edebilir.*” şeklinde belirlenmiştir. Etkinlik süresi 10 dakika olup etkinliğin anahtar sorusu “*Finans ve finansal kaynak nedir?*” olarak belirlenmiştir. Etkinlik değerlendirmeleri sonrasında elde edilen bulgular sonucunda kazanım, beceri ve değerlerin gerçekleştirildiği görülmüştür.

- Ürün tasarımı ve üretim temasıyla ilgili etkinlikler “*Ürün Tasarımı*” alt teması örneğinde “*Ürün Tasarımım*” etkinliği ile uygulanmıştır. Etkinlikten önce uygulanan etkinlik örneği ürün tasarımı, ürün, üretim konuları ile ilgili arka plan bilgisi verildikten sonra tekrar uygulanmıştır. Bu etkinliğin amacı öğrencilerin iş fikirlerini gerçekleştirmek için ürünleri ile ilgili düşünme sağlanması ve fikrin somutlaştırılarak tasarım becerilerini geliştirmek olmuştur. Etkinlikte kazandırılması amaçlanan alt beceriler “*Ürün tasarımı becerisi, logo tasarımı becerisi, ürün kalitesinin farkındalığı becerisi*”; kazandırılması gereken değerler ise “*Duyarlı olma (Tarihe, çevreye ve insana)*” olarak belirlenmiştir. Hedeflenen kazanımlar “*İş fikri doğrultusunda üreteceği ürünü tasarlayabilir. Üreteceği ürünün özelliklerini tasarımında ifade edebilir.*”; öğrenme çıktıları ise “*Öğrenciler iş fikirleri doğrultusunda ürünlerinin prototipini tasarlayarak tasarım becerisi hakkında bilgi, beceri ve değerleri kazanırlar.*” şeklinde oluşturulmuştur. Uygulama sonucunda yapılan değerlendirmelerde öğrenme çıktılarının, bilgi, beceri, değer ve kazanımların öğrenciler tarafından gerçekleştirildiği görülmüştür.
- Tanıtım ve pazarlama temasıyla ilgili etkinlikler “*Ürün kalitesi ve ayırt edici özelliklerinin tanıtımı, reklam ve promosyon*” alt temaları örneğinde “*Ürünümü tanıtıyorum, reklam tasarlıyorum*” etkinlikleri ile uygulanmıştır. Etkinlikte kazandırılması amaçlanan alt beceriler “*Ürünü tanımlama ve tanıtma becerisi, reklam tasarımı becerisi*” olarak belirlenmiştir. Kazandırılması gereken değerler “*Öz güven sahibi olma, dikkat çekici olma*”; hedeflenen kazanımlar ise “*Hedef pazarını belirler. Ürünlerinin ayırt edici özelliklerini tanıtır. Ürünü ile ilgili reklam tasarımı yapar*” şeklinde oluşturulmuştur. Etkinliğin öğrenme çıktıları “*Öğrenciler iş fikirleri doğrultusunda tasarımını yaptıkları ve prototipini ürettikleri ürünlerini tanıtım reklam ve pazarlama hakkında bilgi, beceri ve değerleri kazanırlar.*” olarak ifade edilmiştir. Elde edilen bulgularda etkinliklerle kazandırılması beklenen bilgi, beceri, değer ve öğrenme çıktılarının öğrenciler tarafından gerçekleştirildiği gözlemlenmiştir.

- Yatırım temasıyla ilgili etkinlikler “İş Yeri” alt teması örneğinde “İş yerimi tasarlıyorum, işime yer arıyorum” etkinlikleri ile uygulanmıştır. Bu etkinliğin amacı yatırım konularından birisini oluşturan iş yeri temasından yola çıkarak girişimciliğin alt becerilerini kazandırmaktır. Etkinlikte kazandırılması amaçlanan alt beceriler “Çalışan yönetme becerisi, personel iletişimi ve tanıma becerisi, problem çözme becerisi, yönetim becerisi, ağ oluşturma becerisi, avantaj ve dezavantajları değerlendirme becerisi” olarak; kazandırılması gereken değerler ise “Adaletli olma, çalışkan olma, güvenilir olma, öz güven sahibi olma, güler yüzlü olma, dikkat çekici olma” olarak belirlenmiştir. Hedeflenen kazanımlar “İş yeri konumu ile ilgili tasarım yapar. İş yeri tespiti için alanın avantajını değerlendirir. İş yeri tespiti için alanın dezavantajlarını değerlendirir.” olarak; etkinliğin öğrenme çıktıları ise “Öğrenciler iş fikirleri doğrultusunda tasarımını yaptıkları ve prototipini ürettikleri ürünlerini tanıtım reklam ve pazarlama imkânlarını da göz önünde bulundurarak üretebilecekleri iş yerini tespit edip ifade edebilirler” şeklinde oluşturulmuştur. Etkinlik süresi 10 dakika olup etkinliğin anahtar sorusu “En ideal iş yeri nasıl olmalıdır? İş fikrinize en uygun iş yeri neresi olabilir?” olarak belirlenmiş ve etkinlik süreci ifade edilmiştir. Etkinliğin değerlendirilmesi sonucunda elde edilen bulgular hedeflenen bilgi, beceri, değer ve öğrenme çıktılarının öğrenciler tarafından gerçekleştirildiğini göstermektedir.

Üçüncü alt amaca (Girişimcilik becerisini kazandırmak için hangi öğretim, yöntem ve teknikler kullanılabilir?) yönelik sonuçlar:

Yapılan çalışmada girişimcilik becerisinin kazandırılması sürecinde kullanılacak yöntem ve teknikler 236 etkinliğin içerik analizine tutulması sonucunda belirlenmiştir.

- Tespit edilen yöntemler genellikle tanıtım, tanım ve iş fikrini ifade ettirmek için çocukları daha aktif bir şekilde sürece dâhil olmalarını sağlamak amacıyla en fazla tercih edilen yöntem sunum yöntemi olarak tespit edilmiştir. Diğer taraftan çocukların çevrelerine, doğaya, teknolojiye, girişimcilere karşı sürekli bir gözlem

içerisinde olmaları yönünde etkinlik uygulamaları yapılmış bu sayede çocukların farkındalık kazanmaları ve fırsatları görmeleri sağlanmıştır. Proje yöntemi ise girişimcilik becerisinde girişimci faaliyetlerin bir plan ve program dâhilinde yapılması için iş fikirlerini proje olarak yansıtılmaları amaçlanarak kullanılmıştır. Örnek olay yönteminde ise girişimci örneklerinde yola çıkarak çocukların motive olmaları sağlanmış ve yaşanmış gerçek olay örnekleriyle becerileri, farkındalıkları, bilgileri arttırılmaya çalışılmıştır.

- Girişimcilik becerisini kazandırmak için kullanılan tekniklere bakıldığında bu tekniklerde en büyük frekans değeri tasarım tekniğinde görülmüştür. Tasarım özellikle küçük yaştan itibaren çocukların hayallerini, düşüncelerini, deflerini somut bir şekilde görselleştirerek anlattıkları en iyi araç olarak kabul edilebilir. Bu nedenle etkinliklerde çocuklara antetli kağıt, logo, iş yeri, broşür, reklam, ürün, afiş, ürün paketi, personel kartı gibi farklı kategorilerde tasarımlar yaptırılarak girişimciliğe yönelik becerilerinin geliştirilmesi amaçlanmıştır. Oyunlar ise teknikler arasında ikinci frekans yoğunluğuna sahip bir değer olarak karşımıza çıkmaktadır. Online girişimcilik oyunları, iş yönetimi ile ilgili oyunlar, sınıfta ve sokakta limonata standı uygulaması vb. gibi oyunlarla sanal dünyaya ve teknolojiye ilgi gösteren çocukların bu sayede girişimcilik becerilerini kazanmaları amaçlanmış ve oyunlar girişimcilik becerisini kazandırmada araç olarak kullanılmıştır. Senaryo yazımı tekniği ile öğrencilerden girişimcilikle ilgili günlük ve geleceğe yönelik faaliyetlerini düşünerek bu düşüncelerini senaryolaştırmaları istenmiştir. Bu şekilde çocukların sıkıcı olmayan, hayallerini kendi bireysel ifadeleri ile zenginleştirerek sunabildikleri bir araç olarak senaryolar kullanılmıştır. Etkinliklerde elde edilen bulgulara yansıyan bir diğer teknik ise röportaj tekniğidir. Çocuklardan girişimcilerle röportaj yaparak girişimcilik ile ilgili gerçekleştirilmiş hayallerden ve hedeflerden yola çıkarak beceri kazanmaları, girişimci özelliklerini öğrenmeleri, müşterilerle röportaj yaparak ta müşteri ihtiyaçlarının ve beklentilerinin neler olduğuna yönelik becerileri kazanmaları amaçlanmıştır. Anket tekniği çocukların hedef pazarı, müşteri özelliklerini, ilgi ve ihtiyaçları ile ilgili bilgilere ulaşmak için kullanılmıştır. Girişimcilik becerisini kazandırmada girişimci kişilerin

biyografilerini içeren filmlerin izletilmesi; çocuklardan gelecekteki girişimcilik meslekleri ve girişim alanlarıyla ilgili fütürist düşüncelerinin istenmesi; girişimcilerin mektuplarından yola çıkarak çocukların girişimcilerle ilgili bilgi sahibi olmalarının amaçlanması; girişimcilerin hikayeleri ile girişimci ruhlarının harekete geçirilerek hayallerin gerçekleştirilebileceğinin ifade edilmesi ve gerçek hikayelerin girişimcilik ruhunu olumlu yönde güdülemesinin sağlanması, hedeflerini şekillendirerek, çalışma azmini teşvik etmesi; iş simülasyonları ile iş ve iş yeri süreçlerinin öğretilmeye çalışılması; girişimcilik ile ilgili önemli kelime ve kavramların kelime tamamlama ile kazandırılması; girişimcilik fuarı ile öğrencilerin ilgilerinin girişimcilik yönünde yönlendirilmesi, dikkatlerini çekebilecek alanlar oluşturulması; tanıtım kampanyaları düzenleyerek tanıtım ve pazarlama alanındaki becerilerinin geliştirilmeye çalışılması; girişimcilerin sözleri ile bilgilerinin artırılarak yeteneklerinin farkındalığı sağlanması ve becerilerinin geliştirilmesi hedeflenmiştir.

5.2.2. Öneriler

Girişimcilik eğitimi çok yönlü ve kapsamlı bir alandır. Bu sebeple yapılan çalışmanın alan yazındaki önemli bir boşluğu doldurduğu düşünülmektedir. Ancak girişimcilik eğitiminin daha detaylı çalışmalarla zenginleştirilmesi gerekmektedir. Araştırma sırasında eksikliği fark edilen ve yapıldığı takdirde alan yazına önemli bir katkı sağlayacak olan çalışmalara yönelik öneriler aşağıda belirtilmiştir:

- Yapılan çalışmalarda girişimcilik, girişimcilik becerisi ve girişimcilik eğitimi ile ilgili Türkiye’de alan yazımındaki kitaplar ve araştırmalar taranmış olup bunların detaylı incelemesi literatür kısmında yapılmıştır. Bu noktadan hareketle ülkemizdeki mevcut eserlerin varlığı yaklaşık 100 kadardır. Alan yazımı konusunda “girişimcilik eğitimi” ile ilgili pedagojik bir şekilde doğrudan yapılan çalışmalar yok denecek kadar azdır. Bu sebeple girişimciliğin pedagojik olarak ele alınıp çocuklara kazandırılmasına yönelik çalışmaların teşvik edilmesi ve artırılması önemli görülmektedir.

- Girişimcilik becerisinin kazandırılmasına yönelik uygulanan yöntem, kazanım, konu, beceri ve değerlerin yetersiz olduğu gözlemlenmiş ilgili programlarda beceri, değer, kazanım ve tema ile ilgili gerekli düzenlemelerin yapılmasının gerekliliği önemli görülmüştür.
- Ülkemizin gelişimi ve üreten bir neslin oluşması için girişimcilik becerisinin alt becerilerine, değer, yöntem ve tekniklerine yönelik detaylı çalışmaların yapılmasının alan yazımına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.
- Girişimcilikte aile etkisi, kültür ve çevre etkileşimi, girişimciliğin sosyoloji ve psikoloji ile ilişkilendirilmesine yönelik çalışmalar alan yazımına katkı sağlayabilir.
- Girişimcilik eğitime yönelik örnek öğretim planının ilkökul kademesinde hazırlanması oldukça önemli görülmektedir.
- Öğretmenlerin girişimcilik becerisini kazandırmaları esnasında kullanabileceği etkinliklere yönelik çalışmalar alanda önemli bir açığın kapatılmasına yardımcı olacaktır.
- Girişimcilik becerisi ile ilgili karikatür, çizgi roman, çizgi film çalışmalarının yapılması faydalı olacaktır.
- Girişimcilik eğitimi ile ilgili gerekli materyalleri ve dokümanları içeren internet sitesinin hazırlanması öğretmenler ve öğrenciler açısından faydalı olacaktır.
- Araştırmada girişimcilik becerisinin kazandırılmasında kullanılan yöntem ve teknikler arasında oyunların önemli bir yeri olduğu tespit edilmiştir. Günümüzde çocukların teknolojiye ilgileri oldukça fazladır. Doğdukları andan itibaren algı dünyaları içerisinde yer alan teknolojik aletler çocukların ilgilerini çekmekte ve ilerleyen zamanlarda olabildiğince teknoloji ile vakit geçirmeyi sevmektedirler. Bu sebeple çocukların ilgileri doğrultusunda geliştirilebilecek oyunların

geliştirilmesi yaygınlaştırılması ve oyunlarla girişimcilik becerisi kazandırılması mümkündür.

- Çalışmada değinilen girişimcilik becerisinin kazandırılmasına yönelik bir diğer araç ise girişimci öyküleridir. Özellikle yerel, millî girişimcilerin hayatlarının hikâye kitapları şeklinde çocuklara sunulması oldukça önemlidir. Diğer taraftan girişimcilik becerisinin kazandırılmasına yönelik yaratıcı bir şekilde dünyadaki ve Türkiye’deki girişimcilerin biyografilerinden yola çıkarak dijital girişimci hikâyelerinin oluşturulması da girişimcilik eğitiminin kazanımları açısından oldukça faydalı olacaktır.
- Ülkemiz girişimcilik eğitimi ile ilgili “Türkiye’nin girişimcileri” vb. başlıklarla yerel girişimci biyografilerini içeren ansiklopedik bir çalışma yapılırsa girişimcilik eğitiminin yerel unsurlarının belirlenmesi ve özellikle Türk milletinin girişimci değerleri ve becerilerinin tespit edilmesi açısından oldukça faydalı olacaktır.
- Girişimcilik eğitimi üreten ve sorumluluk sahibi bireylerin sayısını arttırmayı hedeflemektedir. Özellikle üretim ve tüketim dengesizliğinin önemli ölçüde dengesizleştiği ülkemizde girişimci sayılarının artmasında girişimcilik eğitiminin önemli bir yeri bulunmaktadır. Yapılan araştırma sırasında girişimcilik eğitiminin beceri ve değerlerine yönelik çalışmaların oldukça az olduğu gözlemlenmiştir. Bu nedenle girişimcilik becerisine yönelik çalışmaların artırılması oldukça önemlidir.
- Girişimcilik eğitimi çocukların beceri ve değerleri kazanmaları açısından uygulamalı bir şekilde farklı yöntem ve tekniklerle zenginleştirilerek verilmelidir.
- Yapılan araştırmada girişimcilik becerisine özgün farklı yöntemlerin varlığı tespit edilmiştir. İş simülasyonları, girişimci konuşmaları, tanıtıcı iş yeri gezileri, röportaj, iş yeri anketi, girişimcilik beceresine yönelik oyunlar, iş yeri gezileri vb. okul dışı faaliyetlerle girişimcilik beceresine yönelik etkinliklerin kazanımlar çerçevesinde uygulanması oldukça önemli görülmektedir.

- Çalışmada “Girişimcilik eğitimi veren kurum ve kuruluşlar” başlığıyla ele alınan kısımda girişimcilik becerisinin kazandırılmasında ve girişimcilik faaliyetlerinin artmasında girişimcilik eğitiminin önemine değinilmiştir. Girişimcilik eğitimi sürecinde okulların KOSGEP, TÜBİTAK, belediyeler, diğer kurum ve kuruluşlar ile iş birliği içerisinde bilgi, tecrübe ve çocukların farkındalıklarını arttırmak için yardımcı uygulamalarla desteklenmeleri önemli görülmektedir.



KAYNAKÇA

- Acar, S. ve Gürsoy, H. (2014). İlişkisel Toplumda Sosyal İş Ağlarının Kariyer Gelişimi Açısından Önemi: LinkedIn Örneği, *Electronic Journal of Vocational Colleges*, (Bürokon Özel Sayısı), s: 17-38.
- Açıkgöz, K. Ü. (2006). Aktif Öğrenme Uygulamaları. *İlköğretim Eğitimci Dergisi*, 2, s: 21-35.
- Akyürek, Ç. ve Şahin, Ç. (2013) İlkokul Öğretmenlerinin Girişimcilik Becerisine İlişkin Görüşlerinin Değerlendirilmesi. *EKEV Akademi Dergisi*, 17(57), s:51-68.
- Akyüz, Y. ve Soba, M. (2013) Electre Yöntemiyle Tekstil Sektöründe Optimal Kuruluş Yeri Seçimi: Uşak İli Örneği. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, Cilt 9, Sayı 19, s: 185-198.
- Alberti, F., Sciascia S. and Poli A. (2004), “*Entrepreneurship Education: Notes On An Ongoing Debate*”, 14th Annual Int. Ent. Conference, İtalya: University Of Napoli FedericoI, 4-7 July.
- Anderson, A. R. (2016) “The Economic Reification of Entrepreneurship: Re-Engaging With the Social”, *Rethinking Entrepreneurship* (Ed: A. Fayolle ve P. Riot, s:44), New York: Routledge Published.
- Aşkın, A. Nehir, S. ve Vural S. Ö. (2011) Tarihsel Süreçte Girişimcilik Kavramı ve Gelişimi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 6 (2), s:55-72
- Ata, B. (2006). Sosyal Bilgiler Öğretim Programı, C. Öztürk (Ed.) *Hayat Bilgisi ve Sosyal Bilgiler Öğretimi (71-83)*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Ata, B. (Ed.) (2013) *Zihin, Ahlak ve Beden Eğitimi*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Ata, B. (Ed.) (2015) *Anglo-Saksonların Üstünlüğünün Sebepleri Nelerdir?* Ankara: Pegem Akademi Yayınları.

- Balaban, Ö. ve Özdemir, Y. (2008), “Girişimcilik Eğitiminin Girişimcilik Eğilimi Üzerindeki Etkisi: Sakarya Üniversitesi İİBF Örneği”, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 3 (2), s: 133–147, (<http://girisim.comu.edu.tr/dergi/1/ eskisyilr/3in2.htm> 11.09.2017 tarihinde indirildi.)
- Balan, S. M. (2014). Methods And Means Used In Teaching Entrepreneurship In High School Can Improve Entrepreneurial Skills. *International Journal of Management*, 5 (7), s: 51-6.
- Belen E. ve Demirkaya T. (2012). *Girişimciliğin Altın Kuralları*, Optimist Yayınları, İstanbul.
- Berglund, K. and Skoglund, A. (2016) “Social Entrepreneurship: to Defend Society from Itself”, *Rethinking Entrepreneurship* (Ed: A. Fayolle ve P. Riot, s:57), New York: Routledge Published.
- Bingölbali, E. ve Özmantar M. F. (2009). *İlköğretimde Karşılaşılan Matematiksel Zorluklar ve Çözüm Önerileri. Etkinlik Tasarımı ve Temel Tasarım Prensipleri* (313-344). Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Blank, S. and Dorf, B. (2012). *Girişimcinin El Kitabı*, (Çeviri: Ahmet Usta), İstanbul: Boyut Yayınları.
- Blank, S. and Dorf, B. (2012) *Girişimcinin El Kitabı*. İstanbul: Boyut yayınları.
- Blenker, P., Dreisler, P and Faergeman, H. M. (2006) Learning and Teaching Entrepreneurship: Dilemmas, Reflections and Strategies. *International Entrepreneurship Education* (Ed. A. Fayolle ve H. Klandt s:21), Massachusetts: Edward Elgar Publishing.
- Bozkurt, Ç. Ö. (2011) *Başarılı Girişimciler ve Öğretim Üyelerinden Öneriler*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Bozkurt, Ö. ve Erdurur, K. (2013). Girişimci Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimindeki Etkisi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8(2), s:33-56.

- Büyük, Ö. (2014). *Girişimcilik Üzerine Notlar*. İstanbul: Paradigma Kitabevi Yayınları.
- Büyükuslu, A. R. (2015) *İnovasyon ve Girişimcilik*. İstanbul: Derin Yayınları.
- Chabaud, D. and Ngijol, J. (2016) “Entrepreneurs’ social networks and formation of business opportunities: an exploratory study”, *Entrepreneurial process and social networks*. (Ed. A. Fayolle vd s:80) Cheltenham: Elgar Publishing.
- Chell, E. Haworth, J. and Brearley, S. (1991). *The Entrepreneurial Personality: Concepts, Cases And Categories*, London: Routledge Publishing.
- Cohen, L., Manion, L., and Morrison, K. (2007). *Research Methods in Education* (6th ed.). New York: Routledge Publishing.
- Çakırcı, M. A. (2006) *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi*. Bursa: Ekin Kitabevi Yayınları
- Çetinkaya, Bozkurt, Ö. (2011). *Dünyada ve Türkiye’de Girişimcilik Eğitimi: Başarılı Girişimciler ve Öğretim Üyelerinden Öneriler*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Çetinkaya, Bozkurt Ö. ve Alparslan A. M. (2013). Girişimcilerde Bulunması Gereken Özellikler İle Girişimcilik Eğitimi: Girişimci ve Öğrenci Görüşleri, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi* 8(1), s: 7-28.
- Çubukçu, Z. ve Girmen, P. (2008). Öğretmenlerin Sınıf Yönetimi Becerilerine İlişkin Görüşleri. *Bilgi Dergisi*, 1(44), s: 123-142.
- Dana, L. P. (2001). “The Education and Training Of Entrepreneurs In Asia.” *Education And Training* 43(8/9), s: 405-415.
- Demirel, E. T. ve Tikici, M. (2004) Kültürün girişimciliğe etkileri. *Fırat Üniversitesi Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları Dergisi*.2 (3), s:49-58
- Deveci, H. (2015). *Çocuklara Girişimcilik Kazandırmada Sosyal Bilgilerin Rolü*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Doğaner, E. A. (2014). *Girişimcilik Okulu*, Kuraldışı Yayıncılık, İstanbul.

- Elliot, J. (1991), Action Research for Educational Change. Open University Press. Buckingham.
- Erdem, F. (2001). Girişimcilerde Risk Alma Eğilimi ve Belirsizliğe Tolerans İlişkisine Kültürel Yaklaşım. *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, (2), s:43-61.
- Erkek, D. (2011). *ARGE, İnovasyon ve Türkiye*. ([Http://Geka.Gov.Tr/Dosyalar/O_19v5e6jpd10591tg915tg11tt1kav8.Pdf](http://Geka.Gov.Tr/Dosyalar/O_19v5e6jpd10591tg915tg11tt1kav8.Pdf)). (9.12.2017 Tarihinde indirilmiştir.)
- Esen, A., ve Çonkar, K. (1999). *Orta Anadolu (Konya, Kayseri, Sivas ve Tokat) Girişimcilerinin Sosyo-Ekonomik Özellikleri, İşletmecilik Anlayışları ve Beklentileri Araştırması*. Konya: Konya Ticaret Odası Yayınları, (18).
- Etemand, H. (2004). International Enterprenurship As a Dynamic Adaptive System. *Journal of International Entrepreneurship*, 2(1-2), s: 5-59.
- Fayolle, A., Gailly, B and Lassas-Clerc, N. (2006),"Assessing The İmpact Of Entrepreneurship Education Programmes: A New Methodology".*Journal Of European Industrial Training*, 30 (9), s:701- 720.
- Fayolle, A., Kyrö, P. and Ulijin, J. (2005) The Entrepreneurship Debate in Europe: a Matter of History and Culture? *Entrepreneurship Research in Europe* (Ed. A. Fayolle ve ark. s:1). Massachusetts: Edward Elgar Publishing.
- Felder, R. M. and Brent, R. (2003). Active Learning: An İntroduction. *ASQ Higher Education Brief*, 2(4) .([http://www4.ncsu.edu/unit/y/locker/s/users/f/felder/public/Papers/ALpaper\(ASQ\).pdf](http://www4.ncsu.edu/unit/y/locker/s/users/f/felder/public/Papers/ALpaper(ASQ).pdf)) (17.12.2017 tarihinde indirilmiştir.)
- Fidan, N. (2012). *Okulda Öğrenme ve Öğretme*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Gartner, W. B. (1988) "Who is an entrepreneur? Is the wrong question", *American Journal of Small Business*, 12(4), s:11-32.
- Gelbal, S. (1991). Problem Çözme. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, (6), s: 167-173.

- Glanz, J. (1999). A Primer on Action Research for the School Administrators. *The Clearing House*, May/June, p:301 -304.
- Gökçeğöz, K. ve Ekşi, H. (2003). *Perese Karakter Okulu Öğretmen Kitabı 2, Yardımseverlik*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Göksu, T. (2017). *Yönetimin Fonksiyonları*. http://www.Turgutgoksu.Com/_File_upload/Ks7441/File/Yonetiminfonksiyonlari12.Pdf.(12.11.2017 tarihinde indirildi.)
- Guerrero, M. and Rialp J. (2008). David Urbano The Impact Of Desirability And Feasibility On Entrepreneurial Intentions: A Structural Equation Model, *International Entrepreneurship And Management Journal*. 4(1), s: 35–50.
- Günay, R. (2013). *İlköğretim 7. Sınıf Matematik Derslerinde Etkinlik Temelli Öğretim İçeriklerinin Farklı Düzenleme Biçimlerinin Öğrenci Başarısına Etkisi*, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli.
- Güz, H. (2000). Reklamın İki Yüzünün Psikolojik, Ekonomik ve Toplumsal Çerçeve Değerlendirilmesi, *Selçuk İletişim Dergisi*,1 (2), s:135-146.
- Hee, S. (2005). Activity Based Teaching For Effective Learning. *Evani Venkata Anantha Lakshmi Lecturer*, s.307-389.
- Hisrich, R. D. and Peters, M. P. (1998). *Entrepreneurship*. New York: Irwin Mc Graw Hill.
- Hjorth, D. and Johannisson, B. (2007) Learning as an Entrepreneurial Process. *Handbook of Research in Entrepreneurship Education*.(1) (Ed: Alain Fayolle, s:46.) Massachusetts: Edward Elgar Publishing.
- İlhan, S. (2003). Sosyo-Ekonomik Bir Fenomen Olarak Girişimciliğin Oluşumunu Etkileyen Başlıca Faktörler. *Muğla Üniversitesi SBE Dergisi*, 11(Güz), s: 61-79.
- İraz, R. (2010). *Yaratıcılık ve Yenilik Bağlamında Girişimcilik ve Kobiler*, (2.Baskı). Konya: Çizgi Kitabevi.
- İrmiş, A. (2010) *Girişimcilik Kültürü*. Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.

- Johnson, A. P. (2014). Eylem Araştırması El Kitabı. (Çeviri: Y. Uzuner ve M. Özten Anay. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Karasar, N. (1999). *Bilimsel Araştırma Yöntemi* (9. Basım). Nobel Yayın Dağıtım Ankara.
- Karedeniz, E. (2014). 2013-2014 Verileriyle Türkiye’de ve Bölgelerde Girişimcilik, *Global Entrepreneurship Monitor*, (<http://www.kosgeb.gov.tr/Content/Upload/Dosya/Mali%20Tablolar/GEM-2014.pdf>) (30.07.2018 tarihinde indirilmiştir.)
- Kawasaki, G. (2007). *Girişimcinin El Kitabı*. (Çeviri: T. Gezer) İstanbul: MediaCat Kitapları Vizyon Basım.
- Kaymakçı, S. ve Er, H. (2009). Sosyal Bilgilerde Biyografi Kullanımı. (M. Safran (Ed.), *Sosyal Bilgiler Eğitimi* (s:414-428). Ankara: Pegem A Yayıncılık.
- Kılıç, R. ve Keklik, B. (2012). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimleri Üzerine Bir Araştırma: Bandırma İİBF İşletme Bölümü Örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17 (2), s:423-435.
- Kılıç, F. Solak, M ve Tarhan, M. (2017) *Altın Yaprak Dergisi*. Ankara: Siyasal Yayınevi
- Kickul, J. and Fayolle, A. (2007). Cornerstones of Change: Revisiting and Challenging New Perspectives on Research in Entrepreneurship Education. *Handbook of Research in Entrepreneurship Education* (Ed. A. Fayolle, s:1). Massachusetts: Edward Elgar Publishing.
- Kirby, D. (2007). Changing the entrepreneurship education paradigm. *Handbook of Research in Entrepreneurship Education* (Ed. A. Fayolle, s:21), Massachusetts: Edward Elgar Publishing.
- Korkmaz, S. (2000). Girişimcilik ve Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Çalışma. *H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18 (1), s: 163-179.

- Küçük, O. (2015). *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Kyrö, P. and Fayolle, A. (2006). Introduction: Broadening the Scope and Dynamics of Entrepreneurship Research in Europe. *The Dynamics between Entrepreneurship, Environment and Education* (Ed. A. Fayolle ve P. Kyrö, s:1). Massachusetts: Edward Elgar Publishing.
- MacGregor, C. (2004). *Okul Sonrası 365 Aktivite*. (Çeviri: A. C. Atmaca). İstanbul: Rota Yayınevi.
- Majoka, M. I. and Dad, M. H. (2010). Student Team Achievement Division (Stad) As An Active Learning Strategy: Empirical Evidence From Mathematics Classroom. *Journal Of Education And Sociology*. (http://www.academia.edu/9677734/student_team_achievement_division_stad_as_an_active_learning_strategy_empirical_evidence_from_mathematics_classroom. (15.10.2017 tarihinde indirilmiştir.)
- Marangoz, M. (2016). *Girişimcilikte Güncel Konular ve Uygulamalar*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- MEB. (2005a). *İlköğretim Sosyal Bilgiler Dersi 4-5. Sınıflar Öğretim Programı ve Klavuzu*. Ankara: MEB Yayınevi.
- MEB. (2005b). *İlköğretim Sosyal Bilgiler Dersi 6-7. Sınıflar Öğretim Programı ve Klavuzu*. Ankara: MEB Yayınevi.
- MEB. (2009). *Girişimcilik Dersi Öğretim Programı ve Klavuzu*. Ankara: MEB Yayınevi.
- Morable, L. (2009). *Using Active Learning Techniques. Technical Education Division, Dallas, Texas: Richland College Publishing*.
- Morris, M. H. (1998). *Entrepreneurial Intensity: Sustainable Advantages For Individuals, Organizations And Societies*, Greenwood Publishing Group.
- Müftüoğlu, T. ve Akbulut, Y. (1996). Türkiye’de Girişimcilik Tarihi. *TOSYÖV Girişim*, 8 (Kasım – Aralık).

- O'Brien, R. (2003). An Overview of the Methodological Approach of Action Research. (<http://www.wb.neVrobrien/papers/artinal.hum>. 08.08.2017 tarihinde indirildi.)
- Oğuz, S. (2013). Sosyal Bilgiler Ders Kitaplarında Beceri Eğitimi (s:279-310). B. Akbaba (Ed.). Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Olkun, S. ve Uçar, Z. (2006). *İlköğretimde Matematik Öğretiminde Çağdaş Yaklaşımlar*. İstanbul: Ekinoks Yayınları.
- Öcal, H. A. (2012). *Etkinlik Temelli Öğretimin Uygulanmasına İlişkin Öğretmen Görüşleri*. Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Y. Lisans Tezi, Gaziantep.
- Özdemir, A. (2015) *Girişimcilik*. Ankara: Gece Kitaplığı Yayınları.
- Özdemir, S. M. (2009). Sosyal Bilgiler Öğretim Programı ve Değerlendirmesi. M. Safran (Ed.) *Sosyal Bilgiler Öğretimi (s:17-46)*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Özdemir, Y. ve Mazgal S. (2012). Bir Kariyer Tercihi Olarak Girişimcilikte Dışsal Faktörlerin Etkisi: Sakarya Örneği. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 7 (1), s: 87-102.
- Özsoy, V. ve Ayaydın, A. (2016). *Görsel Tasarım Öğretim ve İlkeleri*. Ankara Pegem Akademi Yayıncılık.
- Raposo, M. and Paco, A. (2011). Entrepreneurship Education: Relationship Between Education And Entrepreneurial Activity. *Psicothema Journal*, 23(3), s: 453-457.
- Rasmussen, E. and Sorheim, R. (2006). Action Based Entrepreneurship Education. *Technovation Journal*, 26 (2), s: 185-194.
- Samwel, M. E. (2010). Entrepreneurship Education: A Review Of Its Objectives, Teaching Methods, And Impact Indicators. *Education Training*, 52 (1), s: 20 – 47.
- Smith, K. and Petersen, J. L (2011) What is Educational Entrepreneurship?. F. M. Hess (Ed.) *Educational Entrepreneurship (s:21-45)*. Cambridge, Massachusetts: Harvard Education Press.

- Stevenson, H. H., Roberts, M. J. and Grousbeck, H. I. (1989) *New business ventures and entrepreneur*, Homewood, IL.
- Temur, T. (2007). *Yeni Türkçe Öğretim Programları, İlköğretimde Türkçe Öğretimi*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Thackray, R. (2004) *Adım Adım Girişimcilik*.(Çev: G. Çetinkanat). Ankara: Elips Kitap.
- Tunçay, H. (2016) *İzzet Baysal ve Ahmet Baysal*. Bolu: Bolu Belediyesi Yayınları.
- Tutar, H. ve Altınkaynak, F. (2014). *Girişimcilik*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- TÜSİAD (2002). *Türkiye’de Girişimcilik*, Ankara: TÜSİAD Yayınları.
- UNESCO (2012) *Entrepreneurship Education At School In Europe*, UNESDOC. <https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/mwikis/eurydice/images/4/45/195EN.pdf>.
- Vesper, K. H. and Gartner, W. B. (1997). *Measuring Progress In Entrepreneurship Education*, *Journal Of Business Venturing*,12 (5), s: 403-421.
- Weber, R. (2011) *Evaluating Entrepreneurship Education*. Munich: Springer Gabler Publishing.
- Workbook (Tarihsiz) *Create Your Green Business! The Workbook For Green Entrepreneurs in the Mediterranean*. Switchmed Publishing. https://www.switchmed.eu/en/documents/ge-green-entrepreneurship-corner/wb_eng_digital_single.pdf. (01.08.2017 tarihinde indirilmiş tir.)
- Yalçın, O. (2009) *Mühürdarzade Nuri Bey’in (Demirağ) Hayatı ve Çalışmaları (1886-1957)*. *Ankara Üniversitesi Türk İnkılâp Tarihi Enstitüsü Atatürk Yolu Dergisi* S 44, Güz 2009, s. 743-769
- Yalman, Ş. ve AYTEKİN, P. (2014). *Promosyonların Anlık Satın Alma Davranışına Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma*. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*,6 (1), s: 83-119.

Yelkikalan, N. ve Akatay, A. (2010) Dünya ve Türkiye Üniversitelerinde Girişimcilik Eğitimi: Karşılaştırmalı Bir Analiz, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 12 (19), s: 51-59.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013) *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık

Yılmaz, E. ve Sünbül, A. M. (2009). Üniversite Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeğinin Geliştirilmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 21, s:195-203.

İnternet Kaynakları

URL1. (İŞKUR, 2017) [http://www.iskur.gov.tr/isarayan/giri %c 5%9 fime ilik .as px](http://www.iskur.gov.tr/isarayan/giri_%c5%9fime_ilik_.aspx). (12. 10.2017 tarihinde indirilmiştir.)

URL2. (KOSGEB 2017) [http://www.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/detay/ 1231 /g iri ş ime il ik-des tek-programi](http://www.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/detay/1231/giri_sime_ilik-des_tek-programi). (18.8.2017 tarihinde indirilmiştir.)

URL3. (Milliyet, 2017a) [http://www.milliyet.com.tr/kosgeb-den-girisimcilere-12-7-milyonluk -bursa-yerelhaber-2410346/](http://www.milliyet.com.tr/kosgeb-den-girisimcilere-12-7-milyonluk-bursa-yerelhaber-2410346/).(18.11.2017 tarihinde indirilmiştir.)

URL4. (Milliyet 2017b) [http://www.milliyet.com.tr/yunusemre-girisimcileri-dest ekl iyor-man isa -yerelhaber-2408488/](http://www.milliyet.com.tr/yunusemre-girisimcileri-destekliyor-manisa-yerelhaber-2408488/).(17.11.2017 tarihinde indirilmiştir.)

URL5. (TDK, 2017) [http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama= gts & g uid =tdk. gts.5a0719ac0a7718.02034460](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=tdk.gts.5a0719ac0a7718.02034460). (12.11.2017 tarihinde indirilmiştir.)

URL6. (TÜBİTAK, 20017) [https://www.tubitak.gov.tr/tr/ destekler/girisimcilik/ ulusal- destek-programlari](https://www.tubitak.gov.tr/tr/destekler/girisimcilik/ulusal-destek-programlari). (12.11.2017 tarihinde indirilmiştir.)

URL7. (TÜİK, 2017) Girişimsel Faaliyetlere Yönelik Göstergeler. ([http ://www.tuik. gov.tr/ PreHaberBultenleri.do?id=24870](http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=24870)(31.07.2018 tarihinde indirilmiştir.)

URL8. (Zihni Derin Hakkında.) [http://www.caykur.gov.tr/Pages/Kurumsal/Kurum Hakkında.aspx?ItemId=20&ItemId2=27&ItemType=Detail](http://www.caykur.gov.tr/Pages/Kurumsal/Kurum%20Hakkında.aspx?ItemId=20&ItemId2=27&ItemType=Detail). (09.10.2018) tarihinde indirilmiştir.)



EKLER

EK-1. Araştırmada kullanılan etkinliklerin kaynakları

British Council (2012) worksheet | entrepreneurs are great, Erişim adresi:
<http://www.teachingenglish.org.uk/article/entrepreneurs-are-great>

Create your green business! the workbook for green entrepreneurs in the mediterranean, Erişim adresi: https://www.switchmed.eu/en/documents/ge-green-entrepreneurship-corner/wb_eng_digital_single.pdf

Decker S. (2006) decker's digital desktop business plan, Erişim adresi:
https://public.rcas.org/hs/shs/staffwebsites/reynodeb/entrepreneurship/document%20files/shaun%20decker%27s%20business%20plan/deckers_business_plan%20annotated%20with%20deletions.pdf

Enterprise and entrepreneurship education: guidance for uk higher education providers (2012) Erişim adresi <http://www.qaa.ac.uk/en/publications/documents/enterprise-entrepreneurship-guidance.pdf>

Entrepreneur pitch workbook,canaan partners, Erişim adresi:
<https://www.slideshare.net/canaanpartners/canaan-pitch-workbook>.

Entrepreneurship program overview & workbook (2010) entral community college merit badge university overland trails council, Erişim adresi:
<https://www.overlandtrailscouncil.org/mbu>.

Entrepreneurship research worksheet (2016-2017), concordia university libraries / john molson school of business, Erişim adresi: <http://library.concordia.ca>

Entrepreneurship student's workbook (2013) <http://xtec.gencat.cat/web/.content/alfresco/d/d/workspace/spacesstore/0070/a205d305-b3b5-4867-8dfe-331179ab34a6/studentsworkbook.pdf>.

Entrepreneurship education at school in europe (2012) audiovisual and culture executive agency Erişim adresi: http://eacea.ec.europa.eu/education/eurydice/documents/thematic_reports/135en.pdf

Entrepreneurship marshd (2014-2015), Erişim adresi: http://www.cfhighschool.org/userfiles/servers/server_1123329/image/teacher%20images/marsh/entrepreneurship%20unit%20and%20lesson%20plan.pdf

Entrepreneurship entrepreneurship workbook workbook entrepreneurship institute new mexico state university (2015) Erişim adresi: <http://arrowheadcenter.nmsu.edu/wp-content/uploads/2015/10/entrepreneurship-workbook.pdf>

Essential skills for entrepreneurs (2009) workplace education m,anitoba http://wem.mb.ca/wp-content/uploads/2017/07/es_for_entrepreneurs_writing_skills.pdf

Fundamentals of entrepreneurial management, entrepreneur workbooks 1 (2012), Erişim adresi: <https://www.marsdd.com/wp-content/uploads/2012/12/business-model-design-workbookguide.pdf>

Fundamentals of entrepreneurial management, entrepreneur workbooks 2 (2012), Erişim adresi: <https://www.marsdd.com/wp-content/uploads/2012/12/business-model-design-workbookguide.pdf>

<http://www.mycompanionsite.com/book/the+teen+entrepreneur%2c+2e/student+workseht>

Introducing entrepreneurs (2013) activities & lessons, grades 4-6, Erişim adresi: www.bizkids.com

Roger C. (2012) Creating an entrepreneurial mindset failure is an option! Erişim adresi: <http://bookboon.com/en/creating-an-entrepreneurial-mindset-ebook>

Shooting for the moon: good practices in local youth entrepreneurship support (2009) <http://www.oecd.org/cfe/leed/45204509.pdf>

Student workbook , introduction to entrepreneurship, experienceworks, Erişim adresi: http://www.experienceworks.org/site/docserver/entrepreneurship_student_workbook.pdf?docid=19303

The entrepreneur project 6: business card planning form, Erişim adresi: <http://www.mycompanionsite.com/book/the+teen+entrepreneur%2c+2e/student>

The oslo agenda for entrepreneurship education in europe (2006), Erişim adresi: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/support_measures/training_education/doc/oslo_agenda_final_en.pdf

The teen entrepreneur project 1: choosing your teen-based business worksheet, Erişim adresi: <http://www.mycompanionsite.com/book/the+teen+entrepreneur%2c+2e/student>.

The teen entrepreneur project 10-11: customer prospect database planning form, Erişim adresi: <http://www.mycompanionsite.com/book/the+teen+entrepreneur%2c+2e/student>

The teen entrepreneur project 13: three-panel brochure planning form, Erişim adresi: <http://www.mycompanionsite.com/book/the+teen+entrepreneur%2c+2e/student>

The teen entrepreneur project 14: newspaper advertisement, Erişim adresi: <http://www.mycompanionsite.com/book/the+teen+entrepreneur%2c+2e/student>

The teen entrepreneur project 15: owner's resume, Erişim adresi:
<http://www.mycompanionsite.com/book/the+teen+entrepreneur%2c+2e/student>

The teen entrepreneur project 16: projected income statement, Erişim adresi:
<http://www.mycompanionsite.com/book/the+teen+entrepreneur%2c+2e/student>

The teen entrepreneur project 17 promotional slide show, Erişim adresi:
<http://www.mycompanionsite.com/book/the+teen+entrepreneur%2c+2e/student>

The teen entrepreneur project 18: executive summary worksheet, Erişim adresi:
<http://www.mycompanionsite.com/book/the+teen+entrepreneur%2c+2e/student>

The teen entrepreneur project 2: the company description, worksheet, Erişim adresi:
<http://www.mycompanionsite.com/book/the+teen+entrepreneur%2c+2e/student>

The teen entrepreneur project 21: web site homepage, Erişim adresi:
<http://www.mycompanionsite.com/book/the+teen+entrepreneur%2c+2e/student>

The teen entrepreneur project 3: logo and tagline, Erişim adresi:
<http://www.mycompanionsite.com/book/the+teen+entrepreneur%2c+2e/student>

The teen entrepreneur project 4: description of products and services worksheet,
Erişim adresi: [http://www.mycompanionsite.com/book/the+teen+entrepreneur%2c+2e/](http://www.mycompanionsite.com/book/the+teen+entrepreneur%2c+2e/student)
student

The teen entrepreneur project 5: market analysis worksheet, Erişim adresi:
<http://www.mycompanionsite.com/book/the+teen+entrepreneur%2c+2e/student>

The teen entrepreneur project 7: letterhead planning form, Erişim adresi:
<http://www.mycompanionsite.com/book/the+teen+entrepreneur%2c+2e/student>

The teen entrepreneur project 8: marketing plan Erişim adresi:
<http://www.mycompanionsite.com/book/the+teen+entrepreneur%2c+2e/student>

The teen entrepreneur project 9: operating plan, Erişim adresi:
<http://www.mycompanionsite.com/book/the+teen+entrepreneur%2c+2e/student>

The youth entrepreneurship toolkithttps (2017) Erişim adresi: [//www.aicte-india.org/downloads/youth_entrepreneurship_toolkit.pdf](http://www.aicte-india.org/downloads/youth_entrepreneurship_toolkit.pdf)

UNESCO (2006) starting my own small business a training module on entrepreneurship for learners in a non-formal setting facilitator's guide,
<http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001449/144935e.pdf>

UNESCO (2006), participant's workbook , starting my own small business, a training module on entrepreneurship for students of technical and vocational education and training at secondary level, Erişim adresi: <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001449/144930e.pdf>

EK-2. Yasal izinler



Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Sosyal Bilimlerde İnsan Araştırmaları Etik Kurulu

Murat TARHAN
 Abant İzzet Baysal Üniversitesi
 Eğitim Bilimleri Enstitüsü
 Sosyal Bilimler ve Türkçe Eğitimi ABD

Sayın Murat TARHAN,

"Sosyal Bilimler Derslerinde Girişimcilik Becerisinin Kazandırılması" konulu araştırmanız ile ilgili olarak Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimlerde İnsan Araştırmaları Etik Kuruluna 23.02.2017 tarihli yapmış olduğunuz başvuru (Protokol NO. 2017/58 kurulumuzun 08.03.2017 tarihli ve 2017/03 toplantısında değerlendirilerek etik olarak uygun bulunmuştur. Bilgilerinize sunarız.


 Prof. Dr. Hamit COŞKUN (Başkan)


 Prof. Dr. Mehmet ERYİĞİT (Üye)


 Doç. Dr. Altay EREN (Üye)


 Doç. Dr. H. Birol YALÇIN (Üye)


 Doç. Dr. Seval ALKOY (Üye)


 Y. Doç. Dr. Abdullah DURAKOĞLU (Üye)


 Av. Zühal DEMİRCİ (Üye)

A.İ.B.Ü - Gelen Evrak No: 16/01/2017-1602



T.C.
BOLU VALİLİĞİ
İl Millî Eğitim Müdürlüğü

Sayı : 93554413-605.01-E.516713
Konu : Araştırma İzin İsteği
(Murat TARHAN)

13.01.2017

ABANT İZZET BAYSAL ÜNİVERSİTESİ
Eğitim Bilimleri Enstitüsü Müdürlüğü

İlgi: 02/01/2017 tarih ve 22 sayılı yazınız.

İlgi yazınız ile Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Müdürlüğünün Sosyal Bilgiler ve Türkçe Eğitimi Anabilim dalı, Sosyal Bilgiler Eğitimi Bilim Dalı Doktora Programı öğrencisi Murat TARHAN'a ait makam oluru ekte gönderilmiştir.

Bilgilerinize rica ederim.

Yusuf CENGİZ
Millî Eğitim Müdürü

Ek:Olur (1 Sayfa)

16 Ocak 2017
Afet YILMAZ
Bolu M.E.M. Destek Hizmetli.

Tubaclar Mahallesi Cumhuriyet Caddesi Anadolu Sokak BOLU
Elektronik Adı: <http://bolu.meb.gov.tr/>
e-posta: kuibsr14@meb.gov.tr (TEMEL EĞİTİM BÖLÜMÜ)

Ayrıntılı Bilgi: Ş. YILMAZ
Tel: 0 (374) 254 50 78
Faks: 0 (374) 254 51 30

Bu evrak güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır. <http://evrak.saglik.gov.tr> adresinden B5DC-3c8f-3ac2-bfe3-b284 kodu ile teyit edilebilir.

EK-3. İş fikri etkinlik örnekleri

Girişimcilik Eğitimi Etkinlikleri	
Etkinlik İsmi	İhtiyaç Analizim
Konu	<u>İş Fikri</u> : İş Fikri Girişimciliğin en önemli süreçlerinden birisi iş fikridir. İş fikri, belirli bir düşüncenin hayale dönüşmesindeki ilk adımdır. Başlangıçtır. Çeşitli ihtiyaç, sorun ve meraktan ortaya çıkabilir. Teknoloji, ekonomi, toplum ve kültür bu kıvılcıma farklı yönlerden katkı sağlayabilir. Fırsatların değerlendirilmesi iş düşüncesinin olgunlaşması için iş fikri olumlu katkı sağlamaktadır. İş fikirlerinin oluşması çeşitli yönlerle olabilir. Bu yöntemlerden bir tanesi de ihtiyaç analizidir. İhtiyaç analizinde içerisinde yaşadığımız mahallenin, ilin veya toplumun ihtiyaçları doğrultusunda iş fikrine sahip olabiliriz. İhtiyaç analizinde bireyin, toplumun (müşterilerin) ihtiyaçlarının yansira çevresel ve sosyal etmenlerin değerlendirilmesi iş fikrinin içerisine dâhil edilebilir.
Genel Beceri	Girişimcilik Becerisi
Alt Beceriler	İhtiyacı Fark Etme, Farklılığı Anlama, İş Fikrini İfade Etme, Değişikliği Fark etme, Geleceği Düşünme, Problem Çözme, İş Birliği
Değerler	Çalışkan Olma, Sorumluluk Sahibi Olma, Öz Güven, Birlikte Hareket Etme
Süre	Her bir etkinlik için 10 dk.
Tarih	30.03.2017
Kazanımlar	İş fikri ile ilgili ihtiyaçları fark eder. İş fikrini ifade eder. O işi neden seçtiğini açıklar.
Etkinliğin Amacı	Bu etkinliğin amacı ihtiyaç analizinden ile bireysel ve toplumsal ihtiyaçlardan yola çıkarak iş fikrini oluşturmak ve ifade ettirmektir. İş fikrine etki eden çevresel ve sosyal etmenleri fark etmektir.
Anahtar Sorular	İş fikri nedir? İş fikri ne olabilir? Şu ana kadar kimsenin fark etmediği ihtiyaçlarımız var mı?
Öğrenme Çıktıları	Öğrenciler bireysel ve toplumsal ihtiyaçlar hakkında bilgi sahibi olur. İş fikri tanımını öğrenerek iş fikirlerini ifade edebilir.
Süreç	Etkinlik iki aşamadan oluşmaktadır. İlk aşamada bireysel olarak yapılan etkinlik ikinci aşamada gruplu yapılacaktır. Gruplu etkinliklerde guruplar 2-4 kişi arasında olacaktır. İş fikriyle ilgili öğretmen arka plan bilgisini ve iş fikrinin oluşumunun farklı yönlerini ifade ederek, iş fikrini etkileyen faktörlerden sosyal ve çevresel etmenlere örnekler vererek açıklamada bulunacaktır. Sonrasında bireysel çalışma kâğıtları dağıtılacak ve elde edilen bulgular sınıfta tartışılacaktır. İkinci aşamaya geçmeden önce farklı iş fikirlerinin olabileceğini ve iş fikirleri arasında kararsız kaldığında bireylerin özelliklerinin, gerekli ekipmanlara sahip olup olunmadığının bilgisi öğrencilere verilecek sonrasında gruplu iş fikri etikliğine geçilecektir. Bu etkinlikte guruplar yapabileceklerini düşündükleri 3 iş fikrini özellik ve

	sahip oldukları ekipmanlara göre değerlendirecek ve en uygun iş fikrini diğer iş fikirlerinden ayırt ederek neden bu iş fikrini tercih ettiklerini ifade edeceklerdir.
Ekler:	Çalışma Yaprakları



①

Girişimcilik Eğitimi İş fikri İle İlgili Etkinlik Örneği

Etkinlik**İsimle İlgili Problemleri ve ihtiyaçları tanımlıyorum.**

İş fikrinizi oluşturduktan sonra şu sorulara yanıt arayınız:

- Niçin bu fikri tercih ettiğinizi açıklayınız?
- Bu iş ile ilgili ne tür sorunlar ve zorluklarla karşılaşabilirim?
- İş ile ilgili sizin ve potansiyel müşterilerin ihtiyaçları neler olabilir?

Sonrasında sosyal ve çevresel faktörler üzerine düşünmenizi sağlayacak kutular bulunmaktadır. Bu kutulara Müşterilerin ihtiyaçları ve fikrinizi var olmaya iten ekip motivasyonlarını yazabilirsiniz. İş fikrinizi destekleyen bu faktörleri sorulara cevap vererek bulmaya çalışalım.



İlerde kurmak istediğiniz işletmenizle ilgili iş fikriniz ne olabilir?

Benim iş fikrim... gıcıklar yabırda yazılır ve ya gelişmiş yazılımlar kurarak istenir.....



Kuracağınız işinizle ilgili sizin ve müşterilerinizin ihtiyaçları neler olabilir?

İhtiyaçları elektronik olarak yazılır... yan... yazılımlar... yan... gıcıklar... eğlence amaçlı yazılmı olabilir.....



Kuracağınız işinizde sizi hangi sosyal etmenler etkiler?

Konuşma paylaşma gibi uygulamalar... arttır... Telekomünikasyon görüşme arttır.....

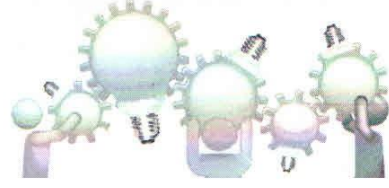


İşinizi etkileyecek çevresel etmenler neler olabilir?

Güvençe duyur...lık artırabilir... iyi... yavaş... olarak... etkili... ler... artırabilir.....

②

**ETKİNLİK: GENÇ GİRİŞİMCİLER
KENDİ İŞİNİ SEÇİYOR**



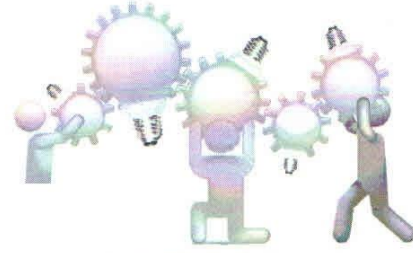
Giriş: Çanışırma yönergeeri: Aşağıda verilen tabioda, başlatmayı düşünöğünöğüz uç işletmeyi başarıya yürötmek için gerekli olan ekipmanları listeleyin. İlk sütunda işin türünü yazınız, ikinci sütunda işi yapmak için gerekli ekipmanı yazınız ve üçüncü sütunda zaten sahip olduğunuz veya erişebileceğiniz ekipmanın yanına bir "X" işareti koyunuz.

Seçim 1	Gerekli Ekipmanlar	Sahibim/ Erişebilirim
Gerçekçi oyunlar (VR ile)	Hayal Gücü ? Fabrika Yazılım Bilgisayar Donanımı	X X
Seçim 2	Gerekli Ekipmanlar	Sahibim/ Erişebilirim
Gülölatalı süt Fabrikası	Inceek Kakao / Gülölatla Otlak yerler	X X y
Seçim 3	Gerekli Ekipmanlar	Sahibim/ Erişebilirim

1-Üç potansiyel işletmenizden hangisinin en karlı olacağına inanıyorsunuz? Neden? Yanıtınızı aşağıda verilen alana yazın.
Gülölatalı süt fabrikası en karlı olacaktır diye düşünüyorum çünkü en çok bunda
eğlenerek ve belki de dünyadaki en iyisi olurum. Bu da bana ekonomik açıdan
çok karlı olur.

2-İlgi alanlarınız, becerileriniz, ekipmanlarınız ve kar potansiyeliniz hakkındaki analizinize dayanarak hangi işe başlamayı seçtiniz? Bu belirli işi neden seçtiğinizi açıklayın. Yanıtınızı aşağıda verilen alana yazın.
Gülölatalı süt fabrikası kurmayı seçtim çünkü benim gülölatalı sütlerimde bir madde
olup (sarımsı) insanları mutlu edecek.

**ETKİNLİK: GENÇ GİRİŞİMCİLER
KENDİ İŞİNİ SEÇİYOR**



Giriş: Çalıştırma yönergeleri: Aşağıda verilen tabloda, başlatmayı düşündüğünüz üç işletmeyi başarıyla yürütmek için gerekli olan ekipmanları listeleyin. İlk sütunda işin türünü yazınız, ikinci sütunda işi yapmak için gereken ekipmanı yazınız ve üçüncü sütunda zaten sahip olduğunuz veya erişebileceğiniz ekipmanın yanına bir "X" işareti koyunuz.

Seçim 1	Gerekli Ekipmanlar	Sahibim/ Erişebilirim
resim evi	tuval	✓
	boya lar	✓
	kalem ler	✓
	fırca lar	✓
	güzel bir yerde bine	bulur san evet
Seçim 2	Gerekli Ekipmanlar	Sahibim/ Erişebilirim
çikolata fab.	ham madde ler	✓
	sermaye	✓
	işçi	bulur san
Seçim 3	Gerekli Ekipmanlar	Sahibim/ Erişebilirim

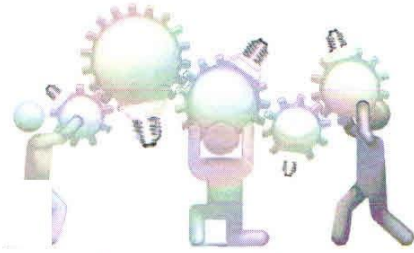
1-Üç potansiyel işletmenizden hangisinin en kârlı olacağına inanıyorsunuz? Neden? Yanıtınızı aşağıda verilen alana yazın.

...Resim evi...Çünkü...tablo...yapacağım...ve...güzel...olacak!

2-İlgi alanlarınız, becerileriniz, ekipmanlarınız ve kar potansiyeliniz hakkındaki analizinize dayanarak hangi işe başlamayı seçtiniz? Bu belirli işi neden seçtiğinizi açıklayın. Yanıtınızı aşağıda verilen alana yazın.

...Resim...evi...çünkü...resim...sermayem...ekipmanlar...da...bulabilirim

**ETKİNLİK: GENÇ GİRİŞİMCİLER
KENDİ İŞİNİ SEÇİYOR**



Giriş: Çalıştırma yönergeleri: Aşağıda verilen tabloda, başlatmayı düşündüğünüz üç işletmeyi başarıyla yürütmek için gerekli olan ekipmanları listeleyin. İlk sütunda işin türünü yazınız, ikinci sütunda işi yapmak için gereken ekipmanı yazınız ve üçüncü sütunda zaten sahip olduğunuz veya erişebileceğiniz ekipmanın yanına bir "X" işareti koyunuz.

Seçim 1	Gerekli Ekipmanlar	Sahibim/ Erişebilirim
İlaç Fabrikası	Ham madde	X
	Para	X
	İşçi, yönetici	X
	fabrika	X
	Müşteri	
Seçim 2	Gerekli Ekipmanlar	Sahibim/ Erişebilirim
Şeker, pasta, çikolata Fabrikası	Ham madde	X
	Bilgi	X
	Para	X
	Müşteri	
	İşçi	X
Seçim 3	Gerekli Ekipmanlar	Sahibim/ Erişebilirim

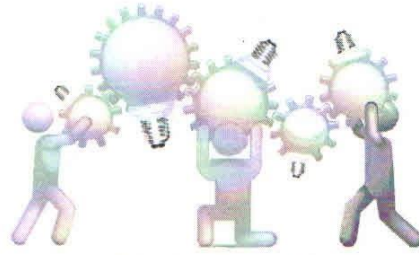
1-Üç potansiyel işletmenizden hangisinin en karlı olacağına inanıyorsunuz? Neden? Yanıtınızı aşağıda verilen alana yazın.

İlk üretilimin daha uygun olacağına inanıyorum. Çünkü e. olarakki ilgin
kara daha fazla ve serbestçe inuyorum.

2-İlgi alanlarınız, becerileriniz, ekipmanlarınız ve kar potansiyeliniz hakkındaki analizinize dayanarak hangi işe başlamayı seçtiniz? Bu belirli işi neden seçtiğinizi açıklayın. Yanıtınızı aşağıda verilen alana yazın.

1. işe başlamayı seçtim. Çünkü sağlık alanına ilgin var. Başarılı olacağıma
inanıyorum.

**ETKİNLİK: GENÇ GİRİŞİMCİLER
KENDİ İŞİNİ SEÇİYOR**



Giriş: Çalıştırma yönergeleri: Aşağıda verilen tabloda, başlatmayı düşündüğünüz üç işletmeyi başarıyla yürütmek için gerekli olan ekipmanları listeleyin. İlk sütunda işin türünü yazınız, ikinci sütunda işi yapmak için gereken ekipmanı yazınız ve üçüncü sütunda zaten sahip olduğunuz veya erişebileceğiniz ekipmanın yanına bir "X" işareti koyunuz.

Seçim 1	Gerekli Ekipmanlar	Sahibim/ Erişebilirim
fabrika	fabrika makinalar calisanlar ham madde barınmayı yapacak araçlar	
Seçim 2	Gerekli Ekipmanlar	Sahibim/ Erişebilirim
Restoran	restoran aleti gürzen gıda gerekli makinalar	X
Seçim 3	Gerekli Ekipmanlar	Sahibim/ Erişebilirim
Yatırım	Bilgisayar buzdolabı Hesaplar bilgisayar aygıtı vaktaridimma sistemi	X

1-Üç potansiyel işletmenizden hangisinin en karlı olacağına inanıyorsunuz? Neden? Yanıtınızı aşağıda verilen alana yazın.

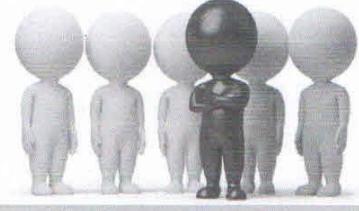
fabrikalar çünkü iyi para var

2-İlgi alanlarınız, becerileriniz, ekipmanlarınız ve kar potansiyeliniz hakkındaki analizinize dayanarak hangi işe başlamayı seçtiniz? Bu belirli işi neden seçtiğinizi açıklayın. Yanıtınızı aşağıda verilen alana yazın.

fabrikalar çünkü ben teknolojiye çok meraklıyım

EK-4. Finansman süreci ile ilgili etkinlik örnekleri

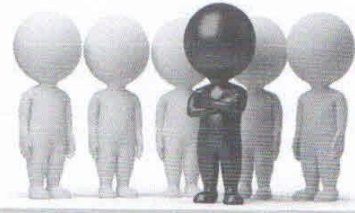
Girişimcilik Eğitimi Etkinlikleri	
Etkinlik İsmi	İhtiyaçların Finans Kaynaklarını, Kaynak Haritam
Konu/Ünite	Finans: Sermaye, Finans işletme için ihtiyaç duyulan gerekli kaynakların değişik yerlerden ya da kaynaklardan sağlanmasıdır. Bu kaynakları insan, para, teknik araç-gereç ve materyaller olarak gruplandırmakta mümkündür. Günümüz Türk toplumunun beklentisi olarak finans kaynaklarının yönetimi veya iş sahibinin tarihe insana ve çevreye duyarlı olmayı, hoş görü sahibi olmayı, yardımsever olmayı gerektirmektedir.
Genel Beceri	Girişimcilik Becerisi
Alt Beceriler	Finansman Desteğinin Farkındalığı, Gelir ve Gider Kontrolü, Kaynak Analizi, Maliyet Hesaplaması
Değerler	İnsana ve Çevreye Duyarlı Olma, Çalışkan Olma, Öz Güven Sahibi Olma ve Yardımsever Olma.
Süre	Her bir etkinlik için 10 dk.
Tarih	04.06.2017
Kazanımlar	Para ile ilgili ihtiyaçların farkına varır. İş fikrini hayata geçirecek finansman kaynaklarını bilir.
Etkinliğin Amacı	Bu etkinliğin amacı kaynak haritası ve finans kaynaklarının farkındalığını sağlayarak sermayeyi oluşturacak alternatif yolları öğrenmektir.
Anahtar Sorular	Finans, finansal kaynak ne demektir?
Öğrenme Çıktıları	Öğrenciler iş fikirlerini hayata geçirecek finansal beceri ve değerleri kazanarak farklı kaynakları ve bu kaynakları temin etmek için gerekli yöntemleri ifade edebilir.
Süreç	Etkinlik iki aşamadan oluşmaktadır. İlk aşamada bireysel olarak yapılan etkinlik ikinci aşamada gruplu yapılacaktır. Gruplu etkinliklerde guruplar 2-4 kişi arasında olacaktır. Finas ve diğer iş kaynakları ilgili öğretmen arka plan bilgisini ve finansman kaynaklarının temininin farklı yönlerini ifade ederek, insan, materyal ve teknik-arac gereç kaynaklarını ifade edecektir. Sonrasında bireysel çalışma kâğıtları dağıtılacak ve elde edilen bulgular sınıfta tartışılacaktır. Birinci aşamadaki etkinlikte öğrencilerden iş fikirlerine yönelik finans ihtiyaçlarının ne olduğunu yani giderlerinin ne olduğunu ve bu giderler doğrultusunda hangi kaynakları kullanarak finansal destekleri kullanacakları istenecek ve elde edilen bulgular sınıfta tartışılacaktır. İkinci aşamada ise gruplu etkinlik olan “Kaynak Haritam” etkinliği yaptırılacak iş fikrinin hayata geçirilmesi için gerekli olan finansman(para), insan, araç-gereç ve materyal gibi ihtiyaçların belirlenmesi istenecektir.
Etkinliğin Değerlendirilmesi	
Ekler:	Çalışma Yaprakları



ETKİNLİK: İHTİYAÇLARIM, FİNANS KAYNAKLARIM

Not: Bu faaliyette, finansman kaynaklarınızı belirleyin. Kendi işine başlamak için sermayeyi nasıl kazanacaksınız?

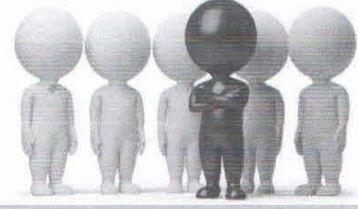
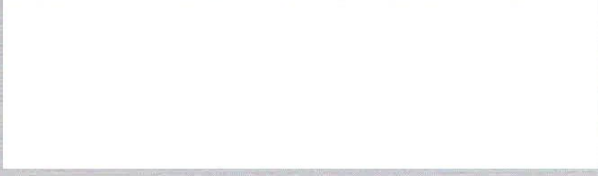
KAYNAK (PARA) İLE İLGİLİ İHTİYAÇLARINIZ	KAYNAĞINIZ
teknolojik aletler	bankalar
hammadde	banka
kira	miras
Patronlar	KOSGEB
Birac	Baba
personel	Kendi imkanlarımız
araç gereç	diğer kuruluşlar
Bay	şans eseri kazandıran para



ETKİNLİK: İHTİYAÇLARIM, FİNANS KAYNAKLARIM

Not: Bu faaliyette, finansman kaynaklarınızı belirleyin. Kendi işine başlamak için sermayeyi nasıl kazanacaksınız?

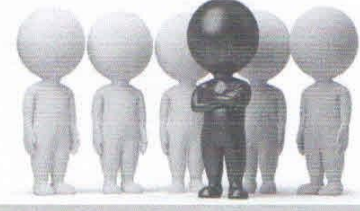
KAYNAK (PARA) İLE İLGİLİ İHTİYAÇLARINIZ	KAYNAĞINIZ
Decorasyon	Banka
Cihazlar	Kosgep
Ulaşım	Aile
Arsa	Miras
Ekipman	Şans
Ham madde	Zengin Tüccar
Fatura	Kurumlar
Personel	Birikmiş Para



ETKİNLİK: İHTİYAÇLARIM, FİNANS KAYNAKLARIM

Not: Bu faaliyette, finansman kaynaklarınızı belirleyin. Kendi işine başlamak için sermayeyi nasıl kazanacaksınız?

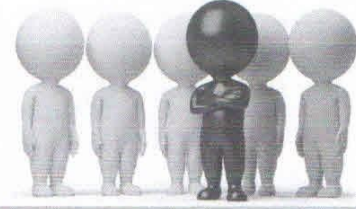
KAYNAK (PARA) İLE İLGİLİ İHTİYAÇLARINIZ	KAYNAĞINIZ
Hammaddeler	KOSGEB
Servis	Banka
Ulaşım	Miras
Dekor	Tanıtımlar
Personel	Sans eseri
Makina	Kendi imkanlarımızla
Teknolojik Aletler	Gayrimenkul satışları
Personel Yemeği	Diğer kaynaklar



ETKİNLİK: İHTİYAÇLARIM, FİNANS KAYNAKLARIM

Not: Bu faaliyette, finansman kaynaklarınızı belirleyin. Kendi işine başlamak için sermayeyi nasıl kazanacaksınız?

KAYNAK (PARA) İLE İLGİLİ İHTİYAÇLARINIZ	KAYNAĞINIZ
makinalar	Ban kalar
Hammedde	Miras
ulaşım	Sans oyunlardan kazanılan
Bozulan Eşyalar	Ailemizden gelen
işçi ücreti	satılan gain' mükuller
işçinin SGK'sı	Koskeb
Personel servisi	Yakın çevre
Kira	Diğer ...



ETKİNLİK: İHTİYAÇLARIM, FİNANS KAYNAKLARIM


Not: Bu faaliyette, finansman kaynaklarınızı belirleyin. Kendi işine başlamak için sermayeyi nasıl kazanacaksınız?

KAYNAK (PARA) İLE İLGİLİ İHTİYAÇLARINIZ	KAYNAĞINIZ
Ekpran,	Banka,
Persone/ personel servisi.	Kendi imkanlarımız.
Fatura.	Şans eseri kazanılan para.
Arsa bedeli/ kira.	Birikim.
Makine/ teknolojik aletler.	Miras.
Değer.	KOSGEB.
Ulaşım.	Diğer yardımcı kuruluşlar.
Yazılım.	Tanıtılardan borç.

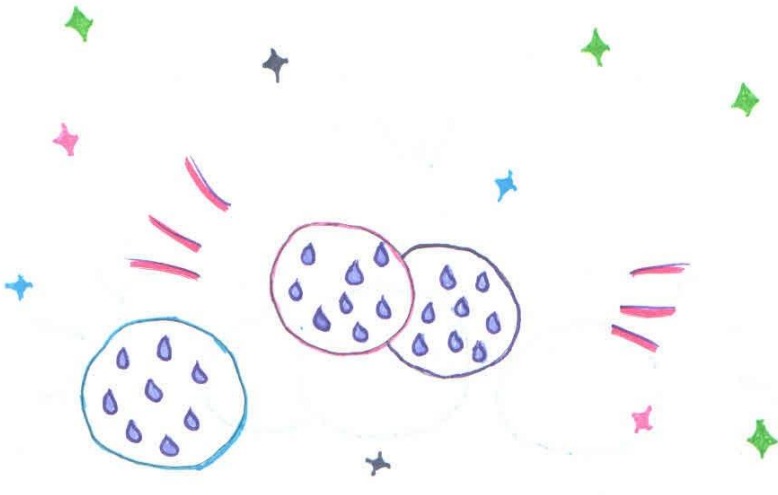
EK-5. Ürün tasarımı ve üretim ile ilgili etkinlik örnekleri

Girişimcilik Eğitimi Etkinlikleri	
Etkinlik İsmi	Ürün Tasarımı
Konu/Ünite	Ürün ve üretim, fikrinizi uygulayabilecek ürünlerin üretim aşamasını düşünmek ve yapılabilecek alternatif olanakları değerlendirmektir. Finans basamağından sonra ürünün tasarımının yapılması piyasa analizinin yapılması ürünün bir prototipinin oluşturularak eksikliklerin belirlenmesi girişimci adına büyük bir avantaj olacaktır.
Genel Beceri	Girişimcilik Becerisi
Alt Beceriler	Ürün Tasarımı Becerisi, Logo Tasarımı Becerisi, Ürün Kalitesinin Farkındalığı Becerisi
Değerler	İnsana ve Çevreye Duyarlı Olma, Çalışkan Olma, Öz Güven Sahibi Olma, İş Birliği İçerisinde Çalışma
Süre	Her bir etkinlik için 10 dk.
Tarih	13.04.2017
Kazanımlar	İş fikri doğrultusunda üreteceği ürünü tasarlayabilir. Üreteceği ürünün özelliklerini tasarımında ifade edebilir.
Etkinliğin Amacı	Bu etkinliğin amacı öğrencilerin iş fikirlerini gerçekleştirmek için ürünleri ile ilgili düşünme sağlanması ve fikrin somutlaştırılmasının yansısı tasarım becerilerini geliştirmektir.
Anahtar Sorular	Ürün ve üretim nedir? Ürün tasarımı ne demektir?
Öğrenme Çıktıları	Öğrenciler iş fikirleri doğrultusunda ürünlerinin prototipini tasarlayarak tasarım becerisi hakkında bilgi, beceri ve değerleri kazanırlar.
Süreç	Etkinlik iki aşamadan oluşmaktadır. İlk aşamada bireysel olarak yapılan etkinlik ikinci aşamada gruplu yapılacaktır. Gruplu etkinliklerde guruplar 2-4 kişi arasında olacaktır. Ürün ve ürün tasarımı ile ilgili öğretmen arka plan bilgisini ve ürün tasarımının nasıl yapılması gerektiğini ifade edecektir. Sonrasında bireysel çalışma kâğıtları dağıtılacak ve elde edilen bulgular sınıfta tartışılacaktır. Birinci aşamadaki etkinlikte öğrencilerden bireysel olarak iş fikirleri doğrultusunda ürünlerinin tasarımını yapmaları istenecek ve elde edilen bulgular sınıfta tartışılacaktır. İkinci aşamada ise gruplu etkinlikler dağıtılarak öğrencilerin birlikte ürün tasarımı yapmaları istenecektir.
Etkinliğin Değerlendirilmesi	
Ekler:	Çalışma Yaprakları.


Etkinlik: Ürün Tasarımı

Bireysel Ürün Tasarımım
İleride üretimi yapmak istediğiniz bir ürünü tasarlayınız...


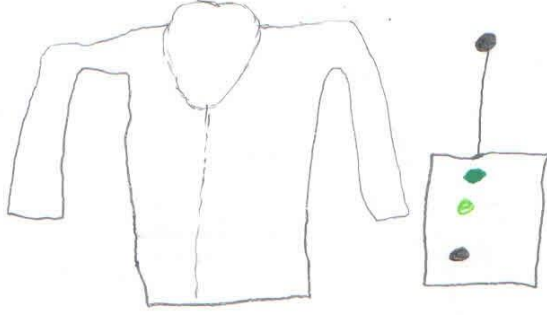
Etkinlik: Ürün Tasarımı

Guruplu Ürün Tasarımım
ileride üretimi yapmak istediğiniz bir ürünü tasarlayınız...
 <p>Bu küçük su topları daha gelişmiş olarak ağızda eriyen seffaf yapısı şıklata ve şeker tadına sahip. Suyu iktijinde eriyen seffaf kısım tat bırakıyor. Ayrıca içindeki mineraller sayesinde mideye yararlı.</p>


Etkinlik: Ürün Tasarımı

Gruplu Ürün Tasarımı	
İleride üretimi yapmak istediğiniz bir ürünü tasarlayınız...	
<p>2003</p>  <p>atez</p>	<p>* Sıcaklığı ayarlanabilir kalem</p> <p>* Eşyaları kesmek için veya çizmek için kullanılır.</p>

Etkinlik: Ürün Tasarımı

Bireysel Ürün Tasarımı
<p>ileride üretimi yapmak istediğiniz bir ürünü tasarlayınız...</p> <div style="text-align: center;">  </div> <ul style="list-style-type: none"> • üstteki tuşa basınca cebet üstüne geçecek • ortadaki basınca karanlık otomatik olarak bağlanacak gömleğe • altta basınca fermuar kapanacak böylece basınca açılacak

Etkinlik: Ürün Tasarımı

Gruplu Ürün Tasarımı	
İleride üretimi yapmak istediğiniz bir ürünü tasarlayınız...	
<p>Süper kalem</p>  <p>• Bozulunca kendini onar eder</p> <p>• => Top Kalem kırılınca kırılmaz</p> <p>• => Tuz</p> <p>Kendi kendine istediğimiz şeyi yazar</p>	

EK-6. Tanıtım ve pazarlama ile ilgili etkinlik örnekleri

Girişimcilik Eğitimi Etkinlikleri	
Etkinlik İsmi	Ürün Tanıtıyorum, Reklamımı Tasarlıyorum
Konu/Ünite	Tanıtım, Pazarlama ve Reklam konusu siz ve sizin rakipleriniz açısından düşünüldüğünde sizin heyecanınızı tüketici ile paylaşmanız ve tüketicide de aynı heyecanı rakiplerimize göre daha iyi sunmanız anlamını taşımaktadır. Bir ürünün tanıtımı ve pazarlanması yeni ürününüzü fikrinizi ya da görüşünüzü çevrenize hatta dünyaya sunma sanatı olarak ifade edilebilir. Ürününüzün özelliklerini, işlevlerini en güzel ve dikkat çekici bir şekilde tüketici kitleye iletmeniz sizin etkinliğinizi arttıracaktır.
Genel Beceri	Girişimcilik Becerisi
Alt Beceriler	Ürün ve reklam tasarımı becerisi, Güzel Konuşma Becerisi, Etkili İletişim Becerisi,
Değerler	Adaletli Olma, Çalışkan Olma, Güvenilir Olma, Öz Güven Sahibi Olma, Güleryüzlü Olma, Dikkat Çekici Olma
Süre	Her bir etkinlik için 10 dk.
Tarih	13.04.2017
Kazanımlar	Hedef pazarını belirler. Ürünlerinin ayırt edici özelliklerini tanıtır. Ürünü ile ilgili reklam tasarımı yapar.
Etkinliğin Amacı	Bu etkinliğin amacı girişimcilik eğitiminin en önemli konularından birisini oluşturan “Tanıtım, Pazarlama ve Reklam” ile ilgili gerekli bilgi beceri ve değerleri kazandırmaktır.
Anahtar Sorular	Tanıtım, Pazarlama, Reklam Nedir? Ürünlerimizin reklamını ve tanıtımını yapmak için neler yapılabilir?
Öğrenme Çıktıları	Öğrenciler iş fikirleri doğrultusunda tasarımını yaptıkları ve prototipini ürettikleri ürünlerini tanıtım reklam ve pazarlama hakkında bilgi, beceri ve değerleri kazanırlar.
Süreç	Etkinlik iki aşamadan oluşmaktadır. İlk aşamada bireysel olarak yapılan etkinlik ikinci aşamada gruplu yapılacaktır. Gruplu etkinliklerde guruplar 2-4 kişi arasında olacaktır. Tanıtım, pazarlama ve reklam ile ilgili öğretmen arka plan bilgisini ve reklam pazarlama ve tanıtımın nasıl yapılması gerektiğini ifade edecektir. Sonrasında bireysel çalışma kâğıtları dağıtılacak ve elde edilen bulgular sınıfta tartışılacaktır. Birinci aşamadaki etkinlikte öğrencilerden bireysel olarak iş fikirleri doğrultusunda ürünlerinin reklamını yapmaları istenecek ve elde edilen bulgular sınıfta tartışılacaktır. İkinci aşamada ise gruplu etkinlikler dağıtılarak öğrencilerin birlikte ürün tanıtımına ve reklamlarına ait tasarımları yapmaları istenecektir.
Etkinliğin Değerlendirilmesi	
Ekler:	Çalışma Yaprakları

Etkinlik: Ürünü Tanıtıyorum

Bu aktivitede, müşterileriniz kim olacak ve işletmeniz için onlara ne yapacaklarını açıklayınız. Sunduğunuz hizmetlere veya satacağınız ürünlere göre çok özel olun. Bir çevrimiçi iş kuruyorsanız, sitenizin ürünlerinizi veya hizmet sunucularınızı müşterinize nasıl ulaştıracağına ilişkin bilgileri listeleyin.

Müşterilerinin kim olacağını açıkla

+9 yaş üstü kişi
Bilgisayar ile oynamayı seven kişiler
Bilgisayar ile interneti olan kişiler

Sunacağınız hizmetleri, satacağınız ya da yeniden oluşturacağınız ürünleri tanımlayın

Bu bilgisayar ile oynamayı seven ve bundan zevk alacak kişiler için birisi
bu oyunun her bir sürümüne farklı özellikler ve farklı seviyelere sahip çok yönlü bir oyun. İnteraktif oyunun her sürümüne arkadaşlarıyla oynamaya ve internetiniz kısıtlı değilse her yerde aynı gibi oynayabilmelerini

Etkinlik: Ürünü Tanıtıyorum

Bu aktivitede, müşterileriniz kim olacak ve işletmeniz için onlara ne yapacaklarını açıklayınız. Sunduğunuz hizmetlere veya satacağınız ürünlere göre çok özel olun. Bir çevrimiçi iş kuruyorsanız, sitenizin ürünlerinizi veya hizmet sunucularınızı müşterinize nasıl ulaştıracağına ilişkin bilgileri listeleyin.

Müşterilerinin kim olacağını açıkla

Her çps araba bu ürünü alabilir
Market U sahiplerine satılır
Kask yedekleri için satılır
Kask otobüs yedekleri için satılır

Sunacağınız hizmetleri, satacağınız ya da yeniden oluşturacağınız ürünleri tanımlayın

Ürünün dış kısmı tüketilebilecek, suyu işlemiden geçirilmemiş ve do-
ğal olacak. Dış kısmına istenirse tat verilebilecek (kakulata, şeker,
mave, karpuz vb.) Rahat olmaktadır ve günlük ihtiyaçları karşılaya-
cak.

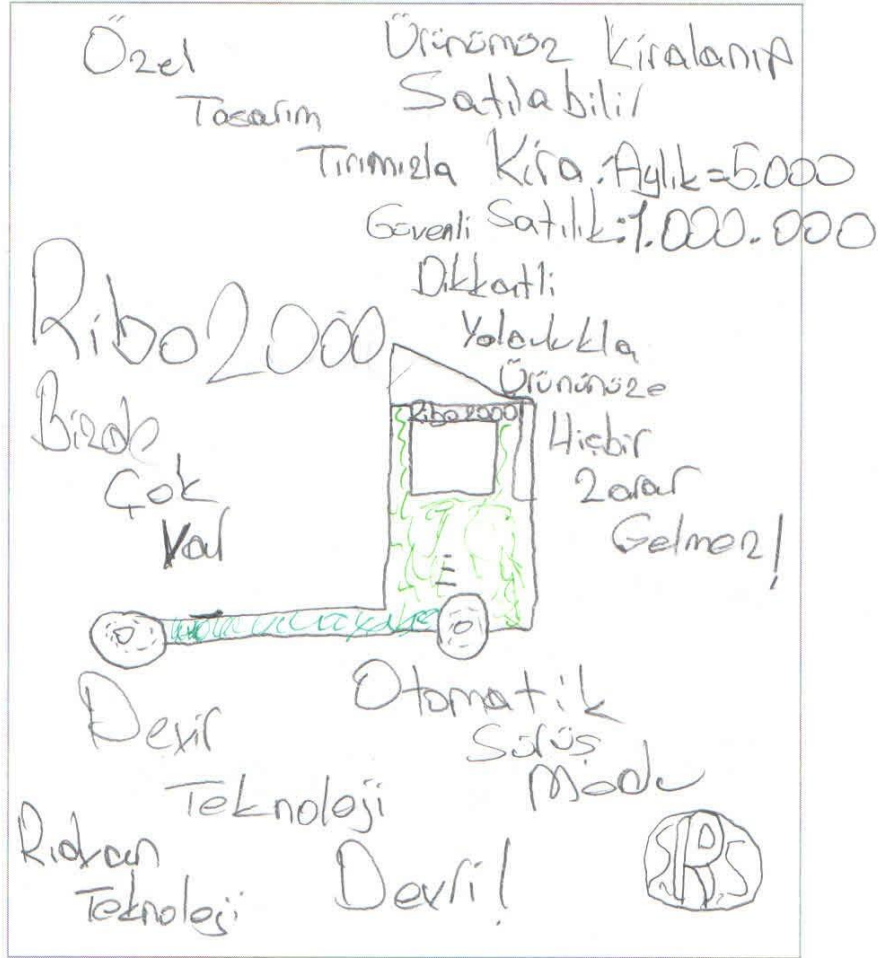
Etkinlik Adı: Reklam Tasarlıyorum

Aşağıda verilen kutuda, işiniz için yeni kâğıt reklamınızın taslağını hazırlayınız.



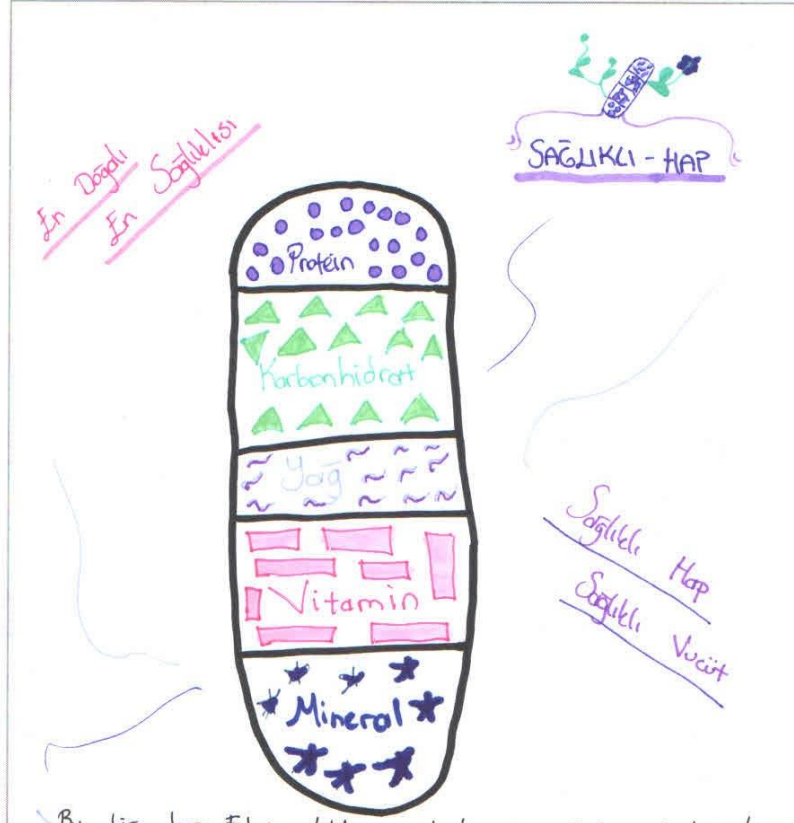
Etkinlik Adı: Reklam Tasarlıyorum

Aşağıda verilen kutuda, işiniz için yeni kâğıt reklamınızın taslağını hazırlayınız.



Etkinlik Adı: Reklam Tasarlıyorum

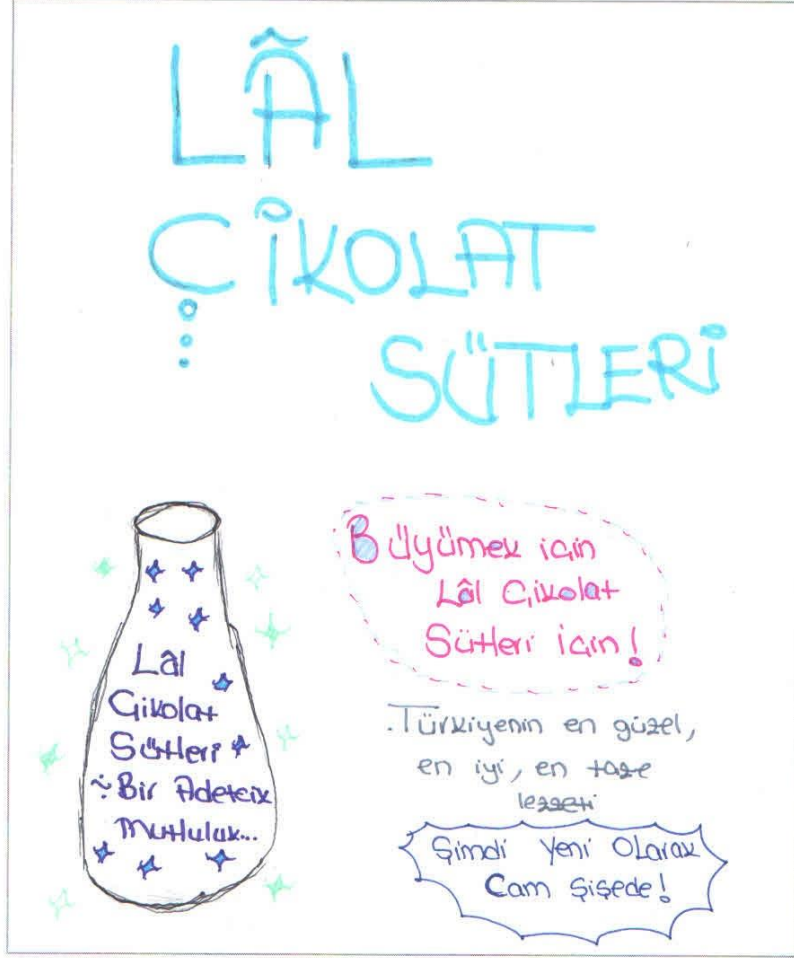
Aşağıda verilen kutuda, işiniz için yeni kâğıt reklamınızın taslağını hazırlayınız.



> Bu bir hap. Fakat bildiğimiz haplar gibi değil yani bunu hastaya alması için değil. Bunu düzenli bir şekilde (günlük, haftada bir...) kullanırız. Bu bizim vücut ihtiyacımızın enerjisini dengeliyor ve sağlığını zararlı olmadığı kanıtlanmıştır. Düzenli kullanımı önemlidir. Can sıkıcı bir ilaçta birşey değildir.

Etkinlik Adı: Reklam Tasarlıyorum

Aşağıda verilen kutuda, işiniz için yeni kâğıt reklamınızın taslağını hazırlayınız.



EK-7. Yatırım süreci ile ilgili etkinlik örnekleri

Girişimcilik Eğitimi Etkinlikleri	
Etkinlik İsmi	İdeal İş Yerim, İş Yerimi Tasarlıyorum
Konu	<u>Yatırım</u> : İş fikrinin finansmanla desteklendiği ürünün üretim kısmına getirilerek hayata dönüştürüldüğü aşamadır. Burada iş fikrimize ve yapacağımız işe en uygun yerin belirlenmesi ulaşım koşulları güvenlik süreci personelin yönetimi mevcut durumun değerlendirilmesi gibi önemli kriterler yer almaktadır.
Genel Beceri	Girişimcilik Becerisi
Alt Beceriler	Çalışan Yönetme Becerisi, Personel İletişimi ve Tanıma Becerisi, Problem Çözme Becerisi, Yönetim Becerisi, Ağ Oluşturma Becerisi, Avantaj ve Dezavantajları Değerlendirme Becerisi,
Değerler	Kişisel Kontrol, Alçakgönüllü Olma, Cömert Olma, Hoşgörülü Olma, Çevreye ve İnsana Duyarlı Olma, Çalışkan Olma, Sorumluluk Sahibi Olma, Öz Güven, Birlikte Hareket Etme
Süre	Her bir etkinlik için 10 dk.
Tarih	30.03.2017
Kazanımlar	İş yeri konumu ile ilgili tasarım yapar. İş yeri tespiti için alanın avantajını değerlendirir. İş yeri tespiti için alanın dezavantajlarını değerlendirir.
Etkinliğin Amacı	Bu etkinliğin amacı yatırım konularından birisini oluşturan iş yerinin tespitinden yola çıkarak girişimciliğin alt becerilerini kazandırmaktır.
Anahtar Sorular	Yatırım nedir? En ideal iş yeri nasıl olmalıdır? İşinize en uygun iş yeri neresi olabilir?
Öğrenme Çıktıları	Öğrenciler yatırım konusu hakkında bilgi sahibi olur. Yatırım süreçlerini ve tanımını öğrenerek iş fikirlerini nasıl hayata geçirebileceklerini düşünürler.
Süreç	Etkinlik iki aşamadan oluşmaktadır. İlk aşamada bireysel olarak yapılan etkinlik ikinci aşamada gruplu yapılacaktır. Gruplu etkinliklerde guruplar 2-4 kişi arasında olacaktır. Yatırım ile ilgili ilgili öğretmen arka plan bilgisini ve yatırımın konuları hakkında bilgi verir. İlk çalışma kâğıdında öğrencilere iş yeriniz için ideal ve ideal olmayan konum özellikleri isimli etkinliği yaptırarak çıktıları sınıfta değerlendirir. İkinci aşamada öğrencilerden gruplu bir etkinlik olan iş yerimi tasarlıyorum başlıklı çalışma kâğıdıyla verilen arka plan bilgileri doğrultusunda tasarım yapmaları istenir.
Ekler:	Çalışma Yaprakları

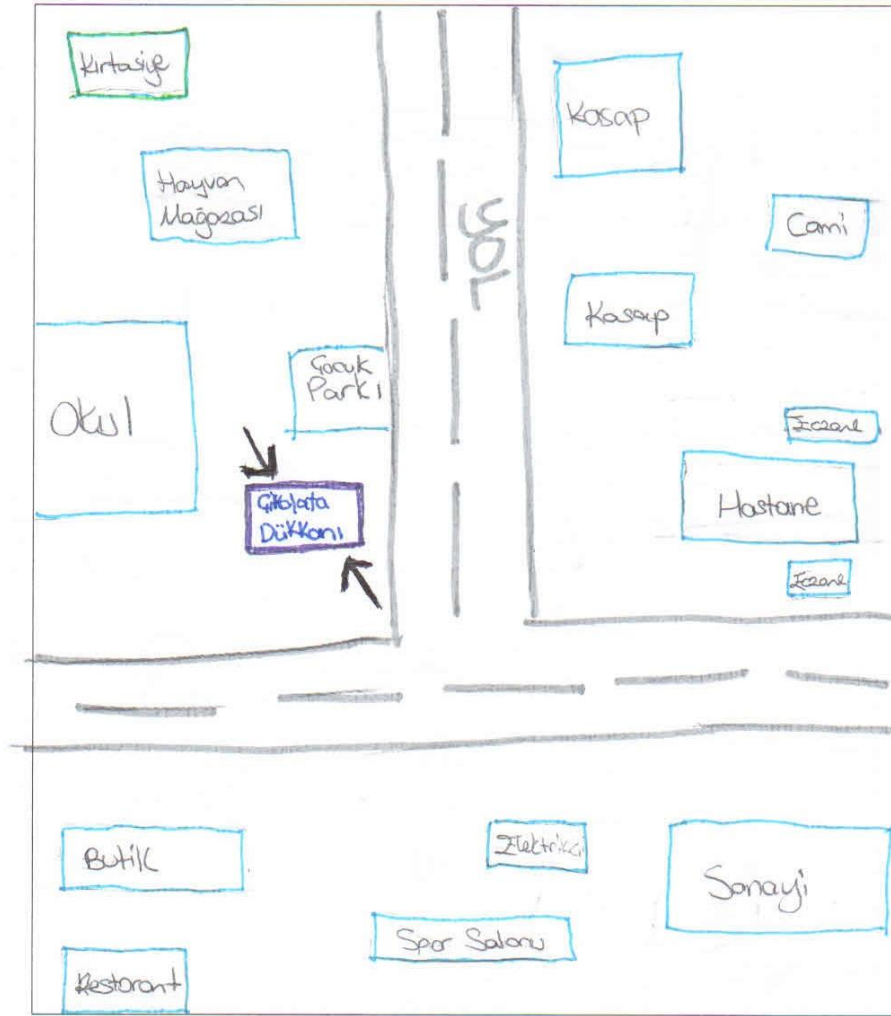


Etkinlik Adı: İş Yeri Tasarlıyorum

Tarih: 01.06.2017

Sınıf: 7/A

Aşağıdaki kutuya iş yerinizin ve işinizi gerçekleştireceğiniz alanın hayali bir planını tasarlayınız. Çiziminizi vereceğiniz hizmete göre şekillendirerek öğelerinizin tasarımını yapınız. İşyeri görüntümünü ve iş ağınıza iş yeri hayalinize göre şekillendiriniz.

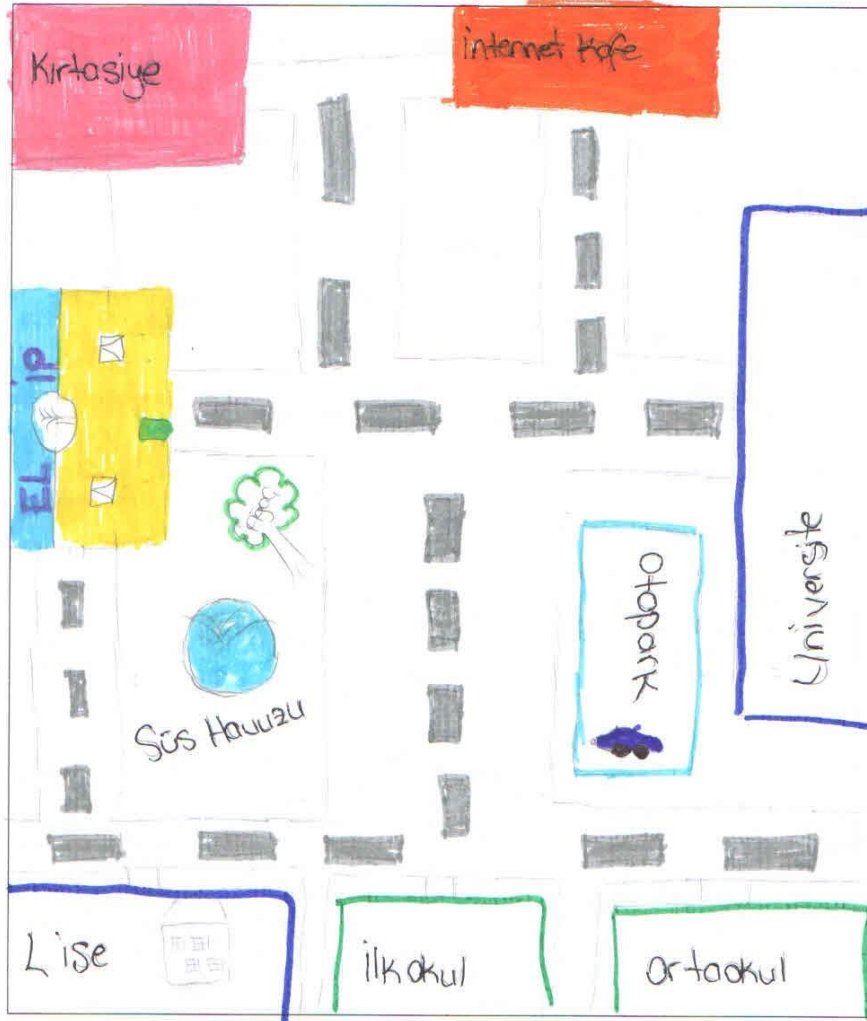


Etkinlik Adı: İş Yeri Tasarlıyorum

Tarih: 01.06.2017

Sınıf: 7/A

Aşağıdaki kutuya iş yerinizin ve işinizi gerçekleştireceğiniz alanın hayali bir planını tasarlayınız. Çiziminizi vereceğiniz hizmete göre şekillendirerek öğelerinizin tasarımını yapınız. İşyeri görünümünü ve iş ağınızı iş yeri hayalinize göre şekillendiriniz.



Etkinlik Adı: İşime Yer Arıyorum

Tarih: 01.06.2017

Sınıf: 7-A

İşime yer arıyorum...

İş Yerim İçin İdeal Bir Bölgenin(Konumun) Özellikleri	İş Yerim İçin Kötü Bir Bölgenin(Konumun) Özellikleri
<ul style="list-style-type: none"> - Ulaşım olanakları - İyi Mekan - Çeşitli Kirletmeyen binyer - Finansal Değeri - İyi Konum - Hammaddeye yakınlık - Amacı - İşlev - Alternatif yerler bulunmaması - Talep - İyi Arazi - Dekorasyon - İş olanakları - Elektrik, Su, Doğalgaz Ulaşması 	<ul style="list-style-type: none"> - Kötü Konum - Şehir içi - Kötü Arazi - Hammaddeye Uzaklık - Alternatif yerler bulunması

Etkinlik Adı: İşime Yer Arıyorum

Tarih: 01.06.2017

Sınıf: 7/A

İşime yer arıyorum...

İş Yerim İçin İdeal Bir Bölgenin(Konumun) Özellikleri <i>Wow</i>	İş Yerim İçin Kötü Bir Bölgenin(Konumun) Özellikleri
<p>Ham maddeye olan yakınlık</p> <p>Şehrin merkezinin içinde olması</p> <p>Ulaşım imkanı</p> <p>Seçtiğim bölgede aynı işlevde olmayan iş yeri</p> <p>Kaliteli madde olması</p> <p>Fabrika şeklinde olması</p>	<p>Ham maddeye olan uzaklık</p> <p>Şehrin merkezinin dışında olması</p> <p>Ulaşımın uzak olması</p> <p>Seçtiğim bölgede aynı işlevde iş yeri olması</p> <p>Uçuz madde olması</p> <p>Fabrika şeklinde olması</p>

Etkinlik Adı: İşime Yer Arıyorum

Tarih: 01.06.2017

Sınıf:

İşime yer arıyorum...

İş Yerim İçin İdeal Bir Bölgenin(Konumun) Özellikleri	İş Yerim İçin Kötü Bir Bölgenin(Konumun) Özellikleri
<ul style="list-style-type: none"> - Talep - Alternatif yerlerde bulunması - İşlem - Ulaşım uygunluğu - Hammaddelere yakınlık - Ürünün beğenilip daha güzel bir yerde olması - Tehlikesiz - Sağlıklı - Yeni - Zengin olması - İş fikrinin beğenilmesi - Satın alınacak bir yer olması - Hizmetlerin yeterli olması - İşimize katılım. 	<ul style="list-style-type: none"> + Doğal yerler + Deprem görmüş + Ulaşım zorluğu + Hammaddelere uzaklık + Az kullanılması, talep edilmemesi + Ürünün daha az beğenilmesi + Tehlikeli + Sağlıksız + Eski + Fakir olması + Beğenilmemesi + Satın alınmayacağı bir yer olması + Hizmet yetersizliği + İşsizlik oranının yüksek olması

EK-8. Çalışma grubunda yer alan öğrencilerin tanıtıcı bilgileri

Kod	Baba Mesleği	Anne Mesleği	Başarı Durumu	Açıklama
Ö1	Tır Şoförü	İşçi	Kaynaştırma	Hem fiziksel hem de zihinsel yetersizliği bulunan kaynaştırma öğrencisi.
Ö2	Doktor	Doktor	İyi	Derse katılır, sorumluluklarını yerine getirir. İlgili ve çalışkandır.
Ö3	Memur	Ev hanımı	İyi	Üçüz kardeşlerin erkek olanı, yumuşak huylu, derste aktif ve çalışkandır. Sorumluluklarını yerine getirir.
Ö4	Esnaf	Esnaf	Orta	Sorumluluklarında eksiklikler olmakla birlikte derslerdeki durumu orta düzeydedir.
Ö5	İşçi	İşçi	Orta	Sorumluluklarında eksiklikler olmakla birlikte derslerdeki durumu orta düzeydedir. Neşeli ve konuşkandır.
Ö6	Doktor	Doktor	Çok iyi	Derste oldukça aktif sorumluluklarını bilen ve çalışkan bir çocuktur.
Ö7	Memur	Ev hanımı	Çok iyi	Derste oldukça aktif sorumluluklarını bilen ve çalışkan bir çocuktur.
Ö8	Öğretmen	Öğretmen	Kötü	Sorumluluklarını yerine getirmez, derslerde aktif ve ilgili değil çalışmaktan hoşlanmaz.
Ö9	Esnaf	Ev hanımı	Çok iyi	Derste oldukça aktif sorumluluklarını bilen ve çalışkan bir çocuktur. Soru sormayı sever öğrenci seçme sınavlarında başarılıdır.
Ö10	Esnaf	Öğretmen	Çok iyi	Derste oldukça aktif sorumluluklarını bilen ve çalışkan bir çocuktur.
Ö11	Esnaf	Ev hanımı	Kötü	Sorumluluklarını yerine getirmez, derslerde aktif ve ilgili değil çalışmaktan hoşlanmaz.
Ö12	Marangoz	İşçi	Kötü	Sınıfta sorumluluklarını yerine getirmeyen, derslerde aktif ve ilgili olmayan, çalışmaktan hoşlanmayan bir yapısı var ve sınıfın en başarısız öğrencisi denilebilir.
Ö13	Memur	Öğretim Üyesi	Çok iyi	Derste oldukça aktif sorumluluklarını bilen ve çalışkan bir çocuktur. Heyecanlı ve soru soran bir çocuktur.
Ö14	Emekli	Ev hanımı	Orta	Sorumluluklarında eksiklikler olmakla birlikte derslerdeki durumu orta düzeydedir. Neşeli ve konuşkandır.
Ö15	Öğretmen	Öğretmen	İyi	Zeki ve bilinçli bir çocuk. Derslerine hazırlıklı gelir sorulara doğru cevaplar verir. Dersini dinler ve kibardır.
Ö16	Gıda Teknisyeni	Ev hanımı	Orta	Heyecanlı bir çocuktur. Çalışkan ve sorumluluklarını bilir. Derste olan başarısı orta düzeydedir.
Ö17	Bankacı	Esnaf	Orta	Kapasitesi az olmasına rağmen çalışır. Heyecanlı, sorumluluk sahibi derste aktif bir çocuktur.
Ö18	Lojistik	Esnaf	Orta	Öğretmen kontrollü olmadığında dersi kaynatmaya meyilli, okul öğrenci başkanı

				olmasına rağmen sorumluluğu fazla gelişmemiş ve derse ilgisizdir.
Ö19	Aşçı	Ev hanımı	Kötü	Derslerde pasif ve sessizdir. Sorumluluklarını yerine getirme noktasında yetersizdir.
Ö20	Emekli	Ev hanımı	İyi	Tarihe ilgisi vardır. Meraklı bir çocuktur. Merak ettiği her şeyi sorar. Çalışkan ve ilgilidir.
Ö21	Memur	Ev hanımı	Orta	Derslerde pasif ve sessizdir.
Ö22	Anestezi Teknisyeni	Hemşire	İyi	Elleri ile oynayan yerinde duramayan hareketli bir çocuktur. Sorumluluklarını yerine getirir ve derse ilgilidir.
Ö23	İşçi	İşçi	Orta	Sessiz ve çalışkan bir çocuktur. Elinden geleni yapmaya çalışır.
Ö24	Hafriyat	İşçi	Orta	Sorumluluklarını yerine getirmez çalışmaz ama herhangi bir aşırılıkta da bulunmaz
Ö25	Lojistik	Ev hanımı	Orta	Sessiz bir çocuktur ama sorumluluklarını yerine getirir.
Ö26	Aşçı	Ev hanımı	Orta	Çok çalışır çok soru sorar bazen sorduğu sorular anlamsız olabilir. Soyut kavramları somut olarak ifade etmede zorluk yaşar.
Ö27	Yönetici	İşçi	İyi	Sorumluluklarının farkındadır. Sessizdir. Ancak derse çekildiğinde konuşur ve düşüncelerini ifade eder.
Ö28	Öğretmen	Öğretmen	İyi	Sorumluluklarını bilir. Konsantrasyon problemi yaşayabiliyor. Ancak derse çekildiğinde konuşur ve düşüncelerini ifade eder.
Ö29	Memur	Ev hanımı	Kötü	Derslere karşı oldukça ilgisiz ve pasiftir. Çalışmayı sevmez sorumluluklarını yerine getirmez.
Ö30	Emekli	Öğretmen	Çok İyi	Rehberlik araştırma merkezinin dahillik ile ilgili “özel yetenekli birey” olarak tespiti bulunan bir çocuktur. Çalışkan ve sorumluluklarını yerine getiren bir çocuktur.
Ö31	Tır Şoförü	Sekreter	İyi	Sorumluluklarını yerine getiren sorumluluk konusunda olabildiğince titiz davranan derse ilgili olan çalışkan bir çocuktur. Sınıfın eski başkanıdır.
Ö32	Öğretmen	Ev hanımı	Çok iyi	Derste oldukça aktif sorumluluklarını bilen ve çalışkan bir çocuktur. Heyecanlı ve soru soran bir çocuktur.
Ö33	M. Yardımcısı	Esnaf	Orta	Sorumluluklarını yerini getirme konusunda yetersiz olan ama derse hazırlıklı gelen bir çocuktur.
Ö34	Öğretmen	Öğretmen	Orta	Sorumlulukları ile ilgili bazen sıkıntıları olan, her şeyi bildiğini zanneden ama çoğu zaman yanılan övülmekten ve yönlendirmekten hoşlanan bir çocuktur. Derste olan başarısı normaldir.

EK-9 Tez başlığı değiştirme tutanağı**TUTANAK**

İlköğretim Anabilim Dalı, Sosyal Bilgiler Eğitimi Bilim Dalı doktora programı öğrencisi Murat TARHAN'ın 02.08.2018 tarihinde yapılan tez savunmasında "Sosyal Bilgiler Eğitiminde Girişimcilik Becerisinin Kazandırılması" tez başlığının "Sosyal Bilgiler Dersinde Girişimcilik Becerisine Kazandırılması Üzerine Bir Eylem Araştırması" olarak değiştirilmesinin uygun olduğuna. (02.08.2018)

Dr. Öğr. Üyesi Fahri KILIÇ
Tez Danışmanı



Doç. Dr. Adnan ALTUN
II. Tez Danışmanı



Prof. Dr. Bahri ATA
Üye



Doç. Dr. Emine Özlem YIĞIT
Üye



Doç. Dr. Selahattin KAYMAKÇI
Üye



Doç. Dr. Nadire Emel AKHAN
Üye



ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Adı ve Soyadı:	Murat Tarhan
Doğum Yeri ve Tarihi:	Yapraklı, 1989
Lisans Öğretimi:	Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Eğitim Fakültesi Sosyal Bilgiler Öğretmenliği Eğitimi
Yüksek Lisans Öğretimi:	Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü Türkçe ve Sosyal Bilimler ABD, Sosyal Bilgiler Eğitimi
Bildiği Yabancı Diller:	İngilizce

Uluslararası Dergilerde Yayımlanan Makaleler

Tarhan Murat, Kılıç Fahri (2017) Sosyal Bilgiler Eğitimi'nde Girişimcilik Becerisinin Kazandırılmasına Yönelik Kullanılabilecek Kaynaklar Bibliyografyası, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 17 (4)

Tarhan Murat, Kılıç Fahri (2017) Sosyal Bilgiler Eğitiminde Biyografilerle Girişimcilik Becerisinin Kazandırılmasına İlişkin Bir İnceleme, Uluslararası Alan Eğitimi Dergisi, 3(2)

Tarhan Murat, Kılıç Fahri, Solak Mehmet (2016). Altın Yaprak Dergisi 1925 Ahmet İzzet ve Mehmet Zekai Bey'in Kaleminden Terbiye Notları. Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 16(4)

Tarhan Murat, Altun Adnan (2016). Unesco ve Sosyal Bilgiler Eğitimi. The Journal Of International Lingual, Social And Educational Scienes, 1(1), 33-45.

Tarhan Murat, Altun Adnan (2016). Unesco ve Barış Eğitimi. Uluslararası Alan Eğitimi Dergisi, 2 (2).

Solak Mehmet, Tarhan Murat, Kılıç Fahri (2016). Bolu Türk Ocağı Nın Faaliyetlerinden Bir Kesit. Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 16(3)

Kılıç Fahri, Tarhan Murat (2015). Tarih Öğretmen Adaylarının Ermeni Meselesi İle İlgili Önem Algıları, Bilgi ve Bilinç Düzeyleri. Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 15 (USBES Özel Sayısı I), 134-150.

Avcı Cemal, Tarhan Murat (2015). Barış Eğitimi Kapsamında Sosyal Bilgiler Eğitimi ve Ermeni Meselesi. Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 15 (USBES Özel Sayısı I), 1-17.

Kılıç Fahri, Tarhan Murat (2014). Tanzimat'tan Cumhuriyet'e Bolu'da Eğitim Uygulamaları, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 14(3), 155-188.

Ulusal Yayınlarında Yayınlanan Kitaplar

Süme Mehmet, Tarhan Murat vd. (2015) Gerede Nüfus Defteri 1840 I. Cilt (2015), (Ed. Mehmet SÜME). Bolu: Abant İzzet Baysal Üniversitesi Yayınları.

Süme Mehmet, Tarhan Murat vd. (2015) Gerede Nüfus Defteri 1840 II. Cilt (2015), (Ed. Mehmet SÜME). Bolu: Abant İzzet Baysal Üniversitesi Yayınları.

Kılıç Fahri, Solak Mehmet, Tarhan Murat (2016). Altın Yaprak Cumhuriyet'in İlk Yıllarında Eğitime Taşradan Bir Bakış. (Ed. Fahri KILIÇ). Ankara: Siyasal Yayınevi.

Projeler

Cumhuriyet'in İlk Yıllarında Eğitime Taşradan Bir Bakış: Altın Yaprak Dergisi 1925-1926, Yükseköğretim Kurumları Tarafından Destekli Bilimsel Araştırma Projesi, Araştırmacı, 13.03.2016 - 13.11.2016.

Tanzimat'tan Cumhuriyet'e Bolu'da Eğitim Kurumları, Yükseköğretim Kurumları Tarafından Destekli Bilimsel Araştırma Projesi, Araştırmacı, 28.01.2014 - 28.01.2015.

Sosyal Bilgiler Derslerinde Girişimcilik Becerisinin Kazandırılması, Yükseköğretim Kurumları Tarafından Destekli Bilimsel Araştırma Projesi, Araştırmacı, Proje No: 2017.02.04.1183.

Cumhuriyet'in İlk Yıllarında Eğitime Taşradan Bir Bakış: Yeşil Yaprak Dergisi, Yükseköğretim Kurumları Tarafından Destekli Bilimsel Araştırma Projesi, Araştırmacı, Proje No: 2017.02.04.1251.

A.İ.B.Ü Eğitim Fakültesi Teknoloji Planı Hazırlanması, Yükseköğretim Kurumları Tarafından Destekli Bilimsel Araştırma Projesi, Araştırmacı, 2010.02.01.1220.

Uluslararası Bilimsel Toplantılarda Sunulan ve Bildiri Özet Kitabında Basılan Bildiriler:

Kılıç Fahri, Tarhan Murat (2015). Ermeni Sorunu İle İlgili Tarih Öğretmen Adaylarının Önem Algıları Bilgi ve Bilinç Düzeyleri. IV. Uluslararası Sosyal Bilgiler Eğitimi Sempozyumu (USBES), 1(1).

Avcı Cemal, Tarhan Murat (2015). Barış Eğitimi Kapsamında Sosyal Bilgiler Eğitimi ve Ermeni Meselesi. IV. Uluslararası Sosyal Bilgiler Eğitimi Sempozyumu (USBES), 1(1).

Fahri Kılıç, Murat Tarhan (2014). Bolu'nun Tanzimat Döneminden Cumhuriyet Dönemine Eğitim Yapısı. 5. Uluslararası Bolu Tarihi Kültürü ve Köroğlu Sempozyumu.

Murat Tarhan, Adnan Altun (2014). Sosyal Bilgiler Öğretmen Adayların Tarihsel Önem Algıları Kişi Olay Zaman ve Mekânlar. III. Uluslararası Tarih Eğitimi Sempozyumu.

Tarhan Murat, Altun Adnan (2015). UNESCO ve Barış Eğitimi. IV. Uluslararası Sosyal Bilgiler Eğitimi Sempozyumu (USBES).

Murat Tarhan, Adnan Altun (2014). Sosyal Bilgiler Eğitiminde Biyografilerle Girişimcilik Becerisinin Kazandırılmasına İlişkin Bir Envanter Çalışması, UNESCO ve Sosyal Bilgiler Eğitimi. III. Uluslararası Sosyal Bilgiler Eğitimi Sempozyumu.

Murat Tarhan, Fahri Kılıç (2017) Sosyal Bilgiler Eğitimi'nde Girişimcilik Becerisinin Kazandırılmasına Yönelik Kullanılabilecek Kaynaklar Bibliyografyası.VI. Uluslararası Sosyal Bilgiler Eğitimi Sempozyumu (USBES).

Murat Tarhan, Fahri Kılıç (2017) Unesco ve Sosyal Bilgiler Eğitimi. VI. Uluslararası Sosyal Bilgiler Eğitimi Sempozyumu (USBES)

Konferanslar

Fahri Kılıç ve Murat Tarhan (2015) Tanzimat'tan Cumhuriyet'e Bolu'da Eğitim Kurumları, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Bolu Halk Kültürünü araştırma ve Uygulama Merkezi (BAMER), Gülezler Konağı, Bolu.

Fahri Kılıç ve Murat Tarhan (2017) Cumhuriyet'in İlk Yıllarında Eğitime Taşradan Bir Bakış: Altın Yaprak Dergisi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Bolu Halk Kültürünü araştırma ve Uygulama Merkezi (BAMER), Gülezler Konağı, Bolu.

Sertifikalar

Öfke ve Stres Yönetimi, Öfke ve Stres Kontrolü, Bolu Elginkan Vakfı,
Sertifika, 06.12.2016 -06.12.2016 (Ulusal)

Kurslar

Girişimcilik, Girişimcilik Eğitimi, Bolu Elginkan Vakfı, Kurs, 04.12.2016 -
11.12.2016 (Ulusal)

İş Deneyimi

Çalıştığı Kurumlar: Abant İzzet Baysal Üniversitesi

İletişim

E-posta Adresi: murattarhann@gmail.com