

KARADENİZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ * SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

İŞLETME ANABİLİM DALI

FİNANS PROGRAMI

**MESLEK LİSESİ ÖĞRENCİLERİNİN GİRİŞİMCİLİK ÖZELLİKLERİNİN BELİRLENMESİ: TRABZON
İLİ ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Salih AYDIN

OCAK- 2015

TRABZON

KARADENİZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ * SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

İŞLETME ANABİLİM DALI

FİNANS PROGRAMI

MESLEK LİSESİ ÖĞRENCİLERİNİN GİRİŞİMCİLİK ÖZELLİKLERİNİN BELİRLENMESİ: TRABZON

İLİ ÖRNEĞİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Salih AYDIN

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Bünyamin ER

OCAK- 2015

TRABZON

ONAY

Salih AYDIN tarafından hazırlanan ‘‘Meslek Lisesi Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesi: Trabzon İli Örneği’’ adlı bu çalışma 28.01.2015 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda oybirliği ile başarılı bulunarak jürimiz tarafından İşletme Anabilim dalında **yüksek lisans tezi** olarak kabul edilmiştir.

Prof. Dr. Şeref KALAYCI (Başkan)

Doç. Dr. Bünyamin ER (Danışman)

Yrd. Doç. Dr. İbrahim AL

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduklarını onaylarım. ... / ... / .

Prof. Dr. Ahmet ULUSOY

Enstitü Müdürü

BİLDİRİM

Tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada orijinal olmayan her türlü kaynağa eksiksiz atıf yapıldığını, aksinin ortaya çıkması durumunda her tür yasal sonucu kabul ettiğimi beyan ediyorum.

Salih AYDIN

28.01.2015

ÖNSÖZ

Girişimci, fikirlerin eyleme dönüşmesinde atılması gereken adımları atma cesaretini gösteren kişidir. Girişimci bu adımları atarken ihtiyaç duyduğu bir takım destekler de dış etkenler tarafından temin edilmektedir. Bu doğrultuda, ülkeler ekonomik kalkınmayı ve büyümeyi sağlamak için girişimcilik ile ilgili yenilikçi fikirlerini eyleme dönüştüren adaylara ihtiyaç duymaktadırlar. Mesleki düzeyde eğitim gören öğrenci gruplarının gördükleri eğitim sayesinde girişimcilik fikirlerini geliştirdikleri ve yeni fikirleri ortaya atarak çalışma alanlarını geliştirdikleri görülmektedir.

Bu çalışmanın amacı, meslek lisesi öğrencilerinin girişimcilik özelliklerini belirlemektir. Bu nedenle çalışmada Trabzon ilinde eğitim veren meslek liselerinin son sınıf öğrencilerine yönelik bir araştırma yapılmış ve böylece öğrencilerin girişimcilik özellikleri belirlenmeye çalışılmıştır.

Bu çalışmada, lisans ve yüksek lisans eğitimimde desteklerini benden esirgemeyen değerli danışmanım Sayın Doç. Dr. Bünyamin ER'e şükranlarımı sunarım. Analiz kısmında değerli zamanını bana ayıran ve her konuda yardımcı olan Sayın Prof. Dr. Şeref KALAYCI'ya teşekkür ederim. Ayrıca, değerli arkadaşlarım Arş. Gör. Yusuf GÜNEYSU, Arş Gör. Yaşar BAYRAKTAR ve Arş. Gör. Sedat POLAT'a çalışma ortamlarını benimle paylaştıkları için teşekkür etmek istiyorum. Aynı zamanda, anket çalışmasının uygulanması aşamasında okullarda bana yardım eden değerli öğretmenlerime teşekkür ederim. Özellikle manevi olarak sürekli yanımda bulunan ve benden desteklerini esirgemeyen aileme ve nişanlıma katkılarından dolayı teşekkürlerimi sunarım.

Trabzon, Ocak 2015

Salih AYDIN

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	IV
İÇİNDEKİLER	V
ÖZET	IX
ABSTRACT	X
TABLolar LİSTESİ	XI
ŞEKİLLER LİSTESİ	XIII
GRAFİKLER LİSTESİ	XIV
KISALTMALAR LİSTESİ.....	XV
GİRİŞ	1-3

BİRİNCİ BÖLÜM

1. GİRİŞİMCİLİK VE GİRİŞİMCİLİĞİN EKONOMİK VE FİNANSAL YÖNÜ	4-33
1.1. Girişimcilik Kavramı	4
1.2. Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi ve Türkiye’de Girişimcilik	4
1.3. Girişimciliğin Temel Özellikleri	10
1.4. Girişimciliğin Ekonomik Gelişmedeki Rolü	11
1.5. Girişimciliğin Finansmanı	12
1.5.1. Girişimciliğin Finansman Kaynakları.....	13
1.5.1.1. Kişisel Birikimler	13
1.5.1.2. Aile ve Arkadaşlar	14
1.5.1.3. Ticari Bankalar	14
1.5.1.4. Satıcı Kredileri	14
1.5.1.5. Melek Yatırımcılar (Melek Finansmanı).....	14

1.5.1.6. Risk Sermayesi	16
1.5.1.7. Leasing	19
1.6. Girişimci Destekleri ve Teşvikler	20
1.6.1. Genel Teşvik Sistemi	20
1.6.2. Girişimciliği Destekleyen Kurum ve Kuruluşlar	21
1.6.2.1. T.C. Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı.....	22
1.6.2.2. Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB)	23
1.6.2.3. Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırmalar Kurumu (TÜBİTAK).....	27
1.6.2.4. Melek Yatırımcılar ve Melek Yatırımcı Ağları.....	28
1.6.2.5. Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı (TTGV)	30
1.6.2.6. Kalkınma Ajansları	31

İKİNCİ BÖLÜM

2. GİRİŞİMCİLİK TÜRLERİ	34-60
2.1. Kadın Girişimciliği	34
2.1.1. Kadın Girişimciliğın Önemi	37
2.1.2. Kadın ve Erkek Girişimciler Arasındaki Farklar	38
2.2. İç Girişimcilik.....	39
2.2.1. İç Girişimciliğın Önemi	40
2.2.2. Girişimcilik ve İç Girişimcilik Arasındaki Farklar.....	41
2.3.1. Kurumsal Girişimciliğın Bileşenleri	43
2.3.1.1. Risk Alma	43
2.3.1.2. İnovasyon	44
2.3.1.3. Proaktivite	44
2.3.1.4. Agresif Rekabetçilik	44
2.3.2. Örgüt Yapısı ve Kurumsal Girişimcilik Arasındaki İlişki	45
2.4. Sosyal Girişimcilik	45
2.4.1. Sosyal Girişimciler.....	47
2.4.2. Kar Amacı Gütmeyen Kuruluşlar-Sivil Toplum Kuruluşları	48
2.5. Ekogirişimcilik	49
2.5.1. Ekogirişimciliğın Önemi	50
2.5.2. Türkiye’de Ekogirişimcilik	50

2.5.3. Ekogirişimcilik Örnekleri	51
2.6. Dijital Girişimcilik (E-Girişimcilik)	52
2.6.1. Türkiye’de Dijital Girişimcilik	54
2.6.2. Dünya’da ve Türkiye’de Dijital Girişimcilik Örnekleri	55
2.7. Göçmen Girişimciliği	58
2.7.1. Türk Göçmen Girişimciliği	59

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. MESLEK LİSESİ ÖĞRENCİLERİNİN GİRİŞİMCİLİK ÖZELLİKLERİNİN BELİRLENMESİNE YÖNELİK LİTERATÜR İNCELEMESİ.....	61-70
3.1. Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesi	61
3.1.1. Risk Alma	62
3.1.2. Bağımsızlık İsteği	62
3.1.3. Başarma İhtiyacı	62
3.1.4. Yenilikçilik	63
3.1.5. Kendine Güven	63
3.2. Literatür İncelemesi	63

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4. TRABZON’DAKİ MESLEK LİSESİ ÖĞRENCİLERİNİN GİRİŞİMCİLİK ÖZELLİKLERİNİN BELİRLENMESİNE YÖNELİK ALAN ÇALIŞMASI	71-109
4.1. Araştırmanın Amacı	71
4.2. Çalışmanın Metodolojisi	71
4.3. Çalışmanın Hipotezleri	72
4.4. Araştırmanın Bulguları	75
4.4.1. Tanımlayıcı İstatistikler	75
4.4.2. Faktör Analizi	76

SONUÇ ve ÖNERİLER.....	110
YARARLANILAN KAYNAKLAR	116
EKLER	126
ÖZGEÇMİŞ.....	127

ÖZET

Girişimcilik konusu her geçen gün önemi artan, sunulan desteklerle bütünleşen ve bunun sonucunda da ekonomiye direk katkısı olan bir eylem sürecidir. Bu doğrultuda her ülke, girişimcilere ihtiyaç duymakta ve girişimcilik faaliyetlerinin oluşabilmesi için gerekli olan destekleri sunmaktadır. Devlet kanadı veya özel bir kuruluş aracılığıyla bir araya gelen girişim sermayedarları genç girişimcileri desteklemektir.

Girişimciler, kendilerinde bulunan girişimcilik özelliklerine göre girişimcilik faaliyetlerini sürdürmektedirler. Bu nedenle söz konusu özelliklerinin belirlenmesi girişimcilik faaliyetleri için çok büyük bir öneme sahiptir.

Çalışmanın amacı, meslek lisesi öğrencilerinin girişimcilik özelliklerinin belirlenmesidir. Bu doğrultuda, Trabzon ilinde merkeze bağlı meslek liselerindeki son sınıf öğrencileri üzerinde bir anket çalışması yürütülmüştür. Bu özellikleri belirlemede temel olarak risk eğilimi, bağımsızlık isteği, başarıya ihtiyacı, yenilik eğiliminin ve kendine güven şeklinde 5 faktör kullanılmıştır. Demografik özellikler olarak; girişimcilik dersi, cinsiyet, kişisel özellikler, ruh hali ve meslek liseleri arasındaki farklılıklar dikkate alınmıştır. Analiz sonuçlarının elde edilmesinde SPSS istatistik paket programından faydalanılmıştır.

Çalışma sonucunda elde edilen bulgulara göre girişimcilik dersi alan öğrencilerin girişimcilik potansiyelleri yüksek çıkmıştır. Aynı zamanda cinsiyete göre yapılan karşılaştırmada da erkek öğrencilerin girişimcilik potansiyeli yüksek çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Girişimcilik Türleri, Girişimcilik Özellikleri

ABSTRACT

The importance of entrepreneurship has been growing, with this importance and supports given, it becomes a process which benefits the economic situation of country directly. In this direction, every country needs entrepreneurs and supports the activities for entrepreneurship. The entrepreneurs who come together through governmental ways or private institutions, are waiting for new ideas and young entrepreneurs to support.

Entrepreneurs, continue their entrepreneurial activity according to the entrepreneurial characteristics in themselves. Therefore determination of entrepreneurial characteristics has a great importance for entrepreneurial activity.

The aim of this study is to define the entrepreneurship features of vocational high school students. With this aim, we make a question about Trabzon's vocational high schools in city center. We try to make this study in the concept of the risk and independence, need for success, innovation skills and creative features of the students and also self-confidence of them. As an indicator, the entrepreneurship course takes into account the sex, personal features, mental state and differences between vocational high schools. We benefit from SPSS statistics program to obtain the analysis results.

Entrepreneurship courses, according to the findings obtained in the field study results were higher entrepreneurial potential of students. Entrepreneurial potential of the male students in the comparison made by the same time gender is higher.

Key Words: Entrepreneurship, Entrepreneurial Types, Entrepreneurial Characteristics.

TABLolar LİSTESİ

<u>Tablo Nr.</u>	<u>Tablonun Adı</u>	<u>Sayfa Nr.</u>
1	2006-2013 Dönemi Ölçek Yapısına Göre Girişim Sayısı (Adet).....	7
2	GEM Türkiye'ye Ait Erken Dönem Girişimcilik Endeksi.....	9
3	Yatırım ve Teşvik Uygulamalarında Bölgeler.....	25
4	2010-2012 Yılları Arasında Gerçekleştirilen KOSGEB Uygulamalı Girişimcilik Eğitimleri.....	26
5	Girişim Evrelerine Göre Uygun Finansman Kaynakları.....	32
6	Türkiye'de Toplam İşveren ve Kendi Hesabına Çalışan Kişilerin İçinde Kadınların Durumu.....	36
7	Göre İşveren Olarak Çalışanların Cinsiyete Göre Dağılımı 2011-2012.....	37
8	E-Ticaret ve İnternet Kullanımının Türkiye ve Dünyadaki Durumu.....	55
9	Anket Sorularının Güvenirlilik Analizi.....	75
10	Tanımlayıcı İstatistikler.....	76
11	KMO Değeri.....	77
12	Ortak Varyans Tablosu.....	78
13	Döndürülmüş Faktör Matrisi.....	79
14	Öğrencilerin Meslek Liselerine Göre Dağılımı.....	80
15	Öğrencilerin Kişilik Özelliklerine Göre Dağılımı.....	81
16	Öğrencilerin Girişimcilik Dersi Alma Durumlarına Göre Dağılımı.....	82
17	Öğrencilerin Cinsiyete Göre Dağılımı.....	83
18	Öğrencilerin Girişimcilik Dersi Alıp Almama Durumlarına Göre Risk Eğilimleri.....	85
19	Öğrencilerin Girişimcilik Dersi Alıp Almama Durumlarına Göre Bağımsızlık İstekleri.....	86

20	Öğrencilerin Girişimcilik Dersi Alıp Almama Durumuna Göre Başarma İhtiyaçları.....	87
21	Öğrencilerin Girişimcilik Dersi Alıp Almama Durumuna Göre Yenilik Eğilimleri.....	88
22	Öğrencilerin Girişimcilik Dersi Alıp Almama Durumlarına Göre Kendilerine Güven Eğilimleri.....	89
23	Öğrencilerin Cinsiyete Göre Risk Eğilimleri.....	90
24	Öğrencilerin Cinsiyete Göre Bağımsızlık İstekleri.....	91
25	Öğrencilerin Cinsiyete Göre Başarma İhtiyaçları.....	92
26	Öğrencilerin Cinsiyete Göre Yenilik Eğilimleri.....	92
27	Öğrencilerin Cinsiyete Göre Kendine Güven Eğilimleri.....	93
28	Öğrencilerin Kişilik Özelliklerine Göre Risk Eğilimleri.....	95
29	Öğrencilerin Kişilik Özelliklerine Göre Bağımsızlık İstekleri.....	96
30	Öğrencilerin Kişilik Özelliklerine Göre Başarma İhtiyaçları.....	97
31	Öğrencilerin Kişilik Özelliklerine Göre Yenilik Eğilimleri.....	97
32	Öğrencilerin Kişilik Özelliklerine Göre Kendine Güven Eğilimleri.....	98
33	Öğrencilerin Ruh Haline Göre Risk Eğilimleri.....	99
34	Öğrencilerin Ruh Haline Göre Bağımsızlık İstekleri.....	100
35	Öğrencilerin Ruh Haline Göre Başarma İhtiyaçları.....	101
36	Öğrencilerin Ruh Haline Göre Yenilik Eğilimleri.....	102
37	Öğrencilerin Ruh Haline Göre Kendine Güven Eğilimleri.....	103
38	Öğrencilerin Meslek Liselerine Göre Risk Eğilimleri.....	104
39	Öğrencilerin Meslek Liselerine Göre Bağımsızlık İstekleri.....	105
40	Öğrencilerin Meslek Liselerine Göre Başarma İhtiyaçları.....	106
41	Öğrencilerin Meslek Liselerine Göre Yenilik Eğilimleri.....	107
42	Öğrencilerin Meslek Liselerine Göre Kendine Güven Eğilimleri.....	108
43	Analiz Sonuçlarına Göre Hipotezlerin Değerlendirilmesi.....	113

ŒEKİLLER LİSTESİ

<u>Œekil Nr.</u>	<u>Œekil Adı</u>	<u>Sayfa Nr.</u>
1	Elektronik Ticaretin Üç Boyutu	53

GRAFİKLER LİSTESİ

<u>Grafik Nr.</u>	<u>Grafik Adı</u>	<u>Sayfa Nr.</u>
1	Girişimci Sayısındaki Yüzde Değişim (2006-2013)	8
2	GEM Erken Dönem Girişimcilik Endeksi (2006-2012).....	10
3	Girişim Sermayesi Yatırım Ortaklıklarının Portföy Dağılımı	18
4	Çeşitli Ülkelerdeki Melek Yatırımcı Birliği/Ağı Yoğunluğu.....	29
5	Büyük İnternet Girişimleri ve Oluşturdukları İstihdam.....	57
6	Öğrencilerin Kişilik Özelliklerine Göre Dağılımı.....	81
7	Öğrencilerin Girişimcilik Dersi Alıp ve Almama Durumlarına Göre Dağılımı	82
8	Girişimcilik Dersi Alan ve Almayan Öğrencilerin Meslek Liselerine Göre Dağılımı.....	83
9	Girişimcilik Dersi Alan Öğrencilerin ve Almayan Öğrencilerin Cinsiyete Göre Dağılımı	84

KISALTMALAR LİSTESİ

AB	: Avrupa Birliği
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
AKUT	: Arama Kurtarma Derneği
Ar-Ge	: Araştırma Geliştirme
A.Ş.	: Anonim Şirket
BKS	: Bireysel Katılım Yatırımcısı
BKY	: Bireysel Katılım Sermayesi
CD	: Compact Disc
FEF	: Fen Edebiyat Fakültesi
GAP	: Güneydoğu Anadolu Projesi
GEM	: Global Entrepreneurship Monitor
GSMH:	: Gayri Safi Milli Hasıla
İGEME	: İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi
İİBF	: İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
İMKB	: İstanbul Menkul Kıymetler Borsası
İTO	: İstanbul Ticaret Odası
Ka-MER	: Kadın Merkezi Vakfı
KDV	: Katma Değer Vergisi
KMO	: Kaiser-Meyer-Olkin
KOBİ	: Küçük ve Orta Boy İşletmeler
KOSGEB	: Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
KÖİDD	: Küçük Ölçekli İş Kurma Danışmanlık Desteği
MDP	: Mali Destek Programı
Nr.	: Numara
Ort.	: Ortaklık
ÖSDP	: Özelleştirme Sosyal Destek Projesi
SPK	: Sermaye Piyasası Kurulu
SMMMO	: Serbest Muhasebeci Mali Müşavir Odası

SPSS	: Statistical Package for the Social Sciences
T.C.	: Türkiye Cumhuriyeti
T.C.K.B.	: Türkiye Cumhuriyeti Kalkınma Bakanlığı
TL	: Türk Lirası
TOBB	: Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
TOSYÖV	: Türkiye Orta Ölçekli İşletmeler, Serbest Meslek Mensupları ve Yöneticiler Vakfı
TSPAKB	: Türkiye Sermaye Piyasası Aracı Kuruluşları Birliği
TTGV	: Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı
TÜBİTAK	: Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırmalar Kurumu
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
Yat.	: Yatırım

GİRİŞ

Girişimcilik, ekonomik gelişmenin temel dinamiğini oluşturmaktadır. Girişimcilik kavramı bireysel ve toplumsal refahı artırdığı için dikkat çekmiş ve inceleme konusu olarak literatüre girmiştir. Bu doğrultuda ülkeler, girişimciliğe daha çok önem vermeye başlamışlardır. Çünkü girişimcilik, kar elde etmenin, kullanılmayan potansiyeli aktif hale getirmenin ve yeni iş sahaları oluşturmanın en etkili yoludur. Böylelikle girişimcilik faaliyetleri, bölge ve ülke kalkınmasında ekonomik bir değer oluşturmaktadır (Korkmaz, 2012: 211-212).

Türkiye, Cumhuriyet'in kuruluşundan günümüze dek üretim odaklı ve yenilikçi çalışma sisteminden ziyade, tüketime dayalı ve teknolojiye dışa bağımlı bir sistem ile hayatını sürdüren bir ülke konumunda yer almıştır. Üretimden uzak bir sistem birçok eksikliği de beraberinde getirmiştir. Değişik alanlarda üretime yönelik girişimler ülkelerinin ekonomilerine katkı sağlarken; Türkiye bu açıdan oldukça zayıf kalmıştır. Ancak, son yıllarda girişimcilik alanında izlenen politikalar sayesinde ülke ekonomisinde bir dizi gelişmeler görülmeye başlanmıştır. Ancak bu gelişmelerin yeterli seviyeye ulaşabilmesi için bu alanda daha çok bu alanda atılması gereken adımlar vardır.

Ülkenin kalkınması açısından girişimcilere büyük görevler düşmektedir. Çünkü girişimcilik sayesinde yeni iş olanakları sağlanırken, ekonomideki işsizlik sorunu çözümüne de önemli katkı sağlanmaktadır. Bunların yanı sıra, farklı ve stratejik düşünce yapısına sahip girişimciler sayesinde piyasalara yeni mal ve hizmet sunulmaktadır (Akyüz, 2013: 81).

Girişimcilik, doğuştan gelen bir ruha sonradan değer katılmasıyla fikirlerin uygulamaya dönüştürülmesidir. Katılacak değerler arasında en önemlisi girişimcilere sunulacak desteklerdir. Çünkü bir girişimci ne kadar yenilikçi bir ruha sahip olursa olsun, uygulama aşamasında yeterli destek sağlanamaması durumunda başarısız olmaktadır. Bunun için birçok ülke, girişimciliğinin önemini kavrayarak bu alanda desteklerini her geçen gün artırmaktadır. Türkiye, son yıllarda birçok kurum aracılığıyla özellikle fikirlerin eyleme dönüştürülmesi aşamasında yenilikçi fikirleri desteklemektedir.

Bu bağlamda, Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB), Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırmalar Kurumu (TÜBİTAK), Türkiye Cumhuriyeti Kalkınma Bakanlığı (T.C.K.B.) gibi kamu kurumlarının yanında birçok özel kurum ve kuruluş girişimcilik ruhu taşıyan projeleri desteklemektedir. Bu destekler sayesinde de projeler eyleme dönüştürülmekte ve ülke ekonomisine doğrudan katkı sağlanmaktadır.

Girişimci, genellikle genç, dinamik, özgüven sahibi ve yenilikçi fikirlere sahip kişiler olarak tanımlanmaktadır. Ülkedeki girişimci sayısını artırmak için çocuklara ve gençlere özgüven verilmeli, çocukların ve gençlerin düşüncelerini ifade etmeleri için onlara teşvikler ve olanaklar sunulmalıdır.

Bir girişimcinin aldığı eğitimden başlayarak bu eğitimini kullanabilme yeteneğine, ailede ve toplumda kendisine sağlanan imkanlara ve iş yüküne kadar her şey girişimcinin hareket noktasını oluşturmaktadır. Girişimcilik eğitimi, özellikle gençlerin girişimsel tutum ve davranışlarının oluşmasındaki en önemli faktörlerin başında gelmektedir. Bu nedenle eğitimin gençlerin tutum ve gelecekle ilgili arzu ve hayalleri üzerindeki etkisinden dolayı potansiyel girişimcilerin yetiştirilmesi ve geliştirilmesi bakımından ne kadar önemli bir faktör olduğu görülmüştür (İşcan ve Kaygın, 2011: 276).

Meslek lisesi öğrencileri, okudukları okul itibarıyla girişimciliğe daha yakın öğrenci kitleleridir. Literatürde, genellikle üniversitede eğitim gören öğrencilere yapılan çalışmalar doğrultusunda öğrencilerin girişimcilik özellikleri tanımlanmaya çalışılmıştır. Ancak girişimcilik ruhunun daha erken yaşlardan tespit edilebileceği düşüncesine dayanarak bu çalışmada meslek lisesi öğrencilerinin girişimcilik özellikleri belirlenmeye çalışılmıştır.

Bu çalışmanın amacı, girişimci adayı olarak görülen meslek lisesi öğrencilerinin girişimcilik özelliklerini belirlemektir. Girişimcilik özelliklerini etkileyen faktörleri belirlenerek; kişilik özelliklerinin, cinsiyetin, girişimcilik ile ilgili herhangi bir ders almanın veya etkinliğe katılmanın ve meslek lisesi türlerinin girişimcilik özelliklerini ortaya çıkarmada herhangi bir farklılık ortaya çıkarıp çıkarmadığını tespit etmektir

Çalışma dört bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın birinci bölümünde girişimcilik kavramı tanımlanmıştır. Ayrıca Türkiye’de girişimciliğin tarihi gelişiminden bahsedilmiş ve

yaşanan süreçler incelenmiştir. Daha sonra ise Türkiye’de girişimciliğe destek veren kurum ve kuruluşlar bağlamında girişimciliğin finansmanı üzerinde durulmuştur.

İkinci bölümde, girişimcilik türleri hakkında bilgi verilmiştir. Bu bağlamda kadın girişimciliği, kurumsal girişimcilik, iç girişimcilik, sosyal girişimcilik, eko girişimcilik, dijital girişimcilik ve göçmen girişimciliği konuları incelenmiştir. Ayrıca, bu girişimcilik türlerinin Türkiye’deki durumu tespit edilmeye çalışılmıştır.

Üçüncü bölümde girişimcilik özelliklerini belirlemede ele alınan ölçütler tanımlanmış ve daha sonra da literatür taraması yapılmıştır.

Dördüncü bölümde ise meslek lisesi öğrencilerinin girişimcilik özelliklerini belirlemeye yönelik yapılan araştırmanın metodolojisine yer verilmiştir. Bu bağlamda araştırmanın amacı, kapsamı ve hipotezleri belirlenmiştir. Önceden hazırlanan anket formunun örneklem kitlesine uygulanması sonucunda elde edilen veriler SPSS paket programı yardımıyla analiz edilmiş ve bulgular yorumlanmaya çalışılmıştır.

Çalışmanın sonunda ise araştırma sonucu elde edilen bulgular paralelinde ulaşılan sonuçlar ortaya konulmuş ve bu sonuçlara göre bazı önerilerde bulunulmuştur.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. GİRİŞİMCİLİK VE GİRİŞİMCİLİĞİN EKONOMİK VE FİNANSAL YÖNÜ

1.1. Girişimcilik Kavramı

Girişimcilik kavramı, ortaçağdan günümüze kadar pek çok araştırmacının tanımlamaya çalıştığı bir kavram olarak hem işletme hem de iktisat literatürünün en fazla ilgi çeken konularından biridir. Artan ilgiye ve öneme rağmen, girişimcilik hakkında genel kabul görmüş bir tanım vermek oldukça güçtür. Girişimcilik farklı araştırmacılar tarafından farklı şekillerde tanımlanmıştır.

Girişimcilik kavramı, belirli fırsatlardan yararlanmak için bazı kaynakların ve süreçlerin araştırıldığı, değerlendirildiği ve bunlardan faydalandığı süreç şeklinde tanımlanabilir (Demireli ve diğerleri, 2014: 3). Bir başka tanıma göre girişimcilik, iş adamı, iş bilen, yönetici, patron, kendi işini kendi kurma çabası içinde bulunan anlamlarında kullanılmaktadır (Küçük, 2005: 26). Girişimcilik, öncelikle zihinsel algılama ve sezgi yoluyla başlayan bir yolculuk, model, güven, imaj ve kuluçka rollerle sosyalleşen bir başarı, psikolojik açıdan girişimcinin özellikleri ile birleşen bilinçli duygusallık, başarıya odaklanan davranışlarını ve diğer davranışları işe uygun şekilde biçimlendiren özel bir teknolojidir (Top, 2006: 7). Girişimcilik, yeni ve bilinmeyen bilginin ortaya çıkartılması olup, var olan fırsatların görülmesi ve değerlendirilmesi sürecini içermektedir (Korkmaz, 2012:211). Tanımlardan da anlaşılacağı üzere girişimci, değer oluşturmak için faaliyetlerde bulunan kişiler olarak tanımlanmaktadır.

1.2. Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi ve Türkiye’de Girişimcilik

Sanayileşme süreci ile girişimci insan tipi bambaşka nitelikler kazanmaya başlamıştır. Girişimciliğin niteliklerindeki bu değişim aynı zamanda girişimcinin ekonomik değerini ve dolayısıyla toplumdaki önemini artırmıştır. Nitekim bu gelişmenin sonucunda girişimcilik genel iktisatta bir üretim faktörü olarak kabul edilmeye başlanmıştır (Çelik ve Akgemci, 2007: 23).

19. yüzyılın ikinci yarısından itibaren şirket sahipliği ve yönetimi kavramlarının birbirinden ayrılmaya başlaması girişimciliğin önemini artırmıştır. Bu durum, girişimci pozisyonunun yeniden değerlendirilmesine ve ticarete daha büyük bir önemle yer almasına neden olmuştur (Küçük, 2005: 33). Bunun sonucunda, tüm ülkelerde girişimcilik özelliklerinin belirlenmesi ve bu özelliklere uygun imkânların sunulması için çalışmalar başlatılmıştır.

Tarihi süreç içinde konuya bakıldığında, girişimci ve girişimcilik 1930'lu yıllarda yaşanan büyük ekonomik bulanım ve II. Dünya Savaşı uygulamalarından önemli ölçüde etkilenmiştir. Özellikle savaş yılları ve sonrası, kaynakların etkin kullanımında kamu ekonomisi, toplumun ana lokomotifine haline gelmiştir. Bu durumdan girişimciliğin etkilendiği rahatlıkla söylenebilmektedir (Aşkın ve diğerleri, 2011: 60).

Türkiye'de ise girişimciliğin tarihsel gelişimine bakıldığında bu gelişim süreci Cumhuriyet öncesi dönem, Cumhuriyet döneminin ilk yılları, 1950-80 dönemi ve 1980 sonrası dönem olarak dört ayrı bölümde ele alınabilir. Osmanlı Devleti ve öncesinde Selçuklular Cumhuriyet öncesi dönem içerisinde ele alınmaktadır. O tarihlerde önemli bir yeri olan Ahilik Teşkilatı'na dayalı Türk girişimciliği, sanayi devrimi ve sonrasında hızla artış gösteren kitle üretimi ve sosyo-ekonomik gelişmelere ayak uydurmada güçlük çekmiştir (Çelik ve Akgemci, 2007: 23).

Cumhuriyet döneminde, cumhuriyetin kurucuları, ekonomik bağımsızlıklarını kazanmak amacıyla ulusal girişimciler grubu oluşturma çabasına girmişlerdir. Cumhuriyetin ilanından 9 ay önce İzmir'de toplanan Birinci İktisat Kongresi'nin temel ilkelerinden biri, Türk insanını girişimci yapmak olmuştur. Özellikle Cumhuriyet döneminin ilk yıllarında, ülkemizi ekonomik açıdan olumsuz etkileyen sorunlardan biri de nitelikli ve yeterli sayıda girişimcinin bulunmamasıdır. Bu dönemde söz konusu sorunların en aza indirilebilmesi için, girişimci sayısının ve mevcut girişimcilerin niteliklerinin artırılmasına çalışılmıştır (Küçük, 2005: 34).

1950-1980 döneminde, bu dönemde kamu tüzel kişiliklerinin sağladıkları geniş teşvikler sayesinde sayıları hızla çoğalan girişimciler ortaya çıkmıştır. Ancak bu girişimciler, bugünkü sorunlarında kökeninde yatan ortaklık problemleri, pazarın yeterince araştırılmaması ve profesyonel yönetim ilkelerini benimseyememe gibi bir takım problemleri göremeyerek zor durumda kalmışlardır. Krizle birlikte bu problemler

sanayileşmede ve işletmecilikte tıkanmalar ortaya çıkarmış ve Türkiye’de girişimcilik yeni bir boyut kazanmıştır (Güney, 2004: 16).

1980 sonrası dönemde ise, uygulanan yoğun piyasa ekonomisi ve buna bağlı gelişen girişimcilik ortamlarında, Türk insanının çok başarılı olabileceği fikri kabul görmeye başlamıştır. Ülkemizde birçok vatandaşımız girişimcilik niteliğine sahip olduğu halde, yeterli finansman bulamadığı ve yeterli olanaklara sahip olamadığı için, bu alana inememekte, sahip olduğu yetenekleri kullanamamaktadır. Ancak günümüzde hem finansman imkanı olan hem de girişimcilik niteliklerine sahip olan insanlarımız başarılı birer girişimci olarak faaliyet göstermektedir (Küçük, 2005: 34-35).

Günümüzde girişimcilik eğilimleri, verilen destekler ve eğitimler sayesinde artmıştır. Bunun sonucu olarak da Türkiye’de girişimcilerin sayısı her yıl artarak bu alanda dünya standartlarına yaklaşmıştır. Başarılı ve nitelikli girişimci sayısının artışına paralel olarak, ülke ekonomisinin gelişimi de gözle görülür şekilde artış göstermiştir. Ancak gelinen noktanın bir zirve olduğunu düşünmekten daha çok, bu konuya eğilim gösterip ülke olarak önümüzdeki yıllarda genç ve başarılı girişimci sayısı artırılıp bu alanda dünya standartlarının üstüne çıkarılmalıdır.

Son yıllardaki bu gelişimi sayısal olarak ifade etmek mümkündür. Tablo 1’de 2006-2013 dönemine ait girişimci sayısını belirten bilgiler sunulmaktadır.

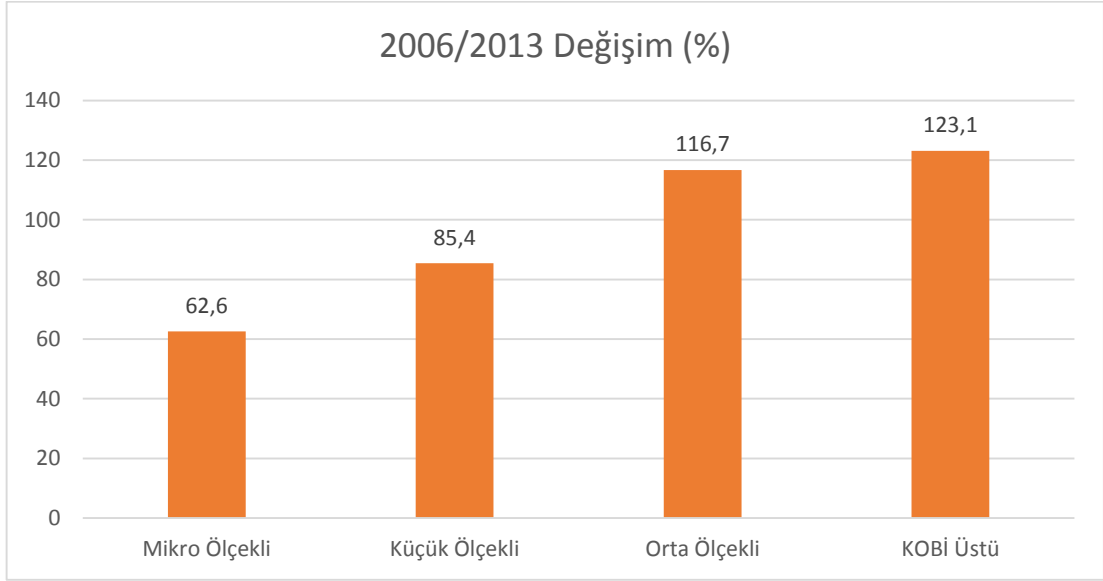
Tablo 1: 2006-2013 Dönemi Ölçek Yapısına Göre Girişim Sayısı (Adet)

Dönem/Ölçek	Mikro Ölçekli	Küçük Ölçekli	Orta Ölçekli	KOBİ Üstü	Toplam
2006	1.678.428	108.518	15.928	3.441	1.836.315
2007	2.210.898	121.966	17.523	3.775	2.354.162
2008	2.324.760	133.644	19.209	4.119	2.481.732
2009	2.372.121	131.914	19.734	4.179	2.525.948
2010	2.405.246	148.639	23.155	4.983	2.582.023
2011	2.421.868	169.400	27.424	6.008	2.624.700
2012	2.443.930	187.472	30.752	6.674	2.668.828
2013	2.729.274	201.194	34.511	7.676	2.972.655
2006/2013 Değişim (%)	62,6	85,4	116,7	123,1	64,6
2012/2013 Değişim (%)	11,7	7,3	12,2	15,0	11,4

Kaynak: T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı

Tablo 1’de verilen veriler incelendiğinde 2006-2013 yılları arasında girişim sayılarına bakıldığında, genel itibariyle Türkiye’de girişim sayısında bir artış görülmektedir. Tablodaki verilere göre 2006 yılında 1.836.315 olan girişimci sayısı, 2013 yılında %64,6 artarak 2.972.655’e çıkmıştır. Ayrıca Grafik 1’de Türkiye’deki girişim sayısındaki % değişimle girişimci büyüklüğü temel alınarak verilmiştir. Mikro ölçekli girişimci sayısındaki artış %62,6 iken küçük ölçekli girişimci sayısındaki artış %85,4 olmuştur. Türkiye’nin girişimcilik alanındaki gelişmenin göstergesi olarak kabul edilen veriler önümüzdeki yıllarda bu alanda daha başarılı bir Türkiye’nin göstergesi olarak kabul edilmektedir.

Grafik 1: Girişimci Sayısındaki Yüzde Değişim (2006-2013)



Kaynak: T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı

GEM Projesi 1999 yılında 10 ülke ile başlamış ve günümüzde projenin kapsadığı ülke sayısı 70'e ulaşmıştır. GEM Projesi'nin üç amacı vardır (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2014: 13):

- Ülkeler arasındaki girişimcilik faaliyetleri farklarının ölçülmesi
- Girişimciliği teşvik eden unsurların belirlenmesi
- Ülke düzeyinde girişimcilik faaliyetlerini güçlendirilecek politikaların belirlenmesidir.

Tablo 2'de Türkiye'ye ait Küresel Girişimcilik Monitörü (GEM) erken dönem girişimcilik endeksleri verilmiştir. Türkiye'de 2006-2012 yılları arasında kuruluş aşamasındaki girişimci oranı artış eğilimi göstermiştir. Aynı şekilde yeni girişimci oranı da 2006 yılına göre 2012 yılında daha yüksek bir orana sahip olmuştur.

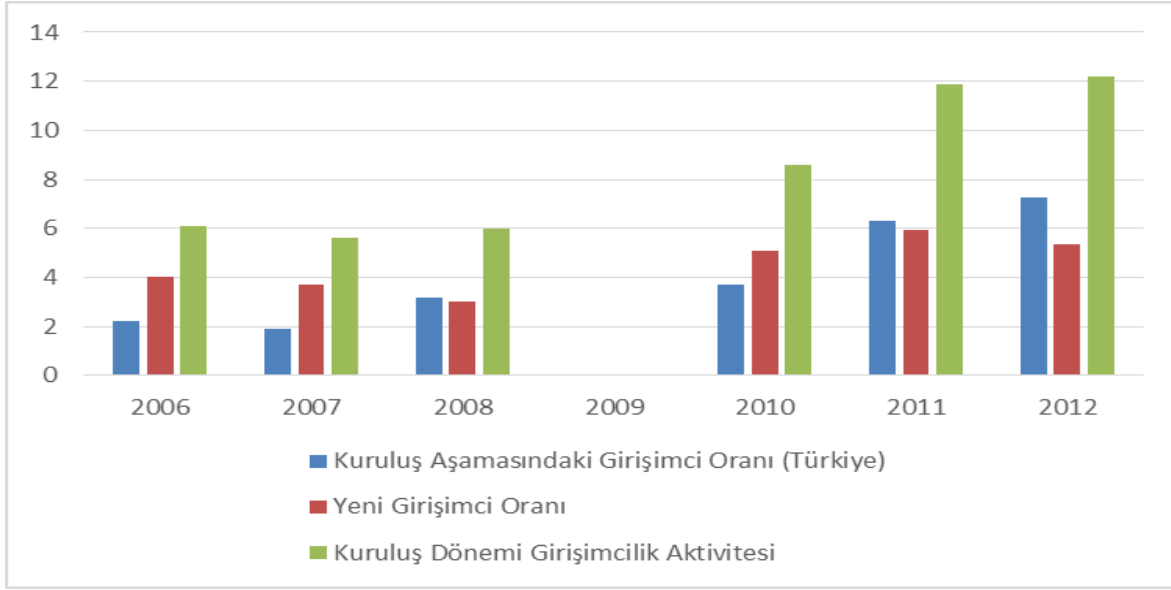
Tablo 2: GEM Türkiye'ye Ait Erken Dönem Girişimcilik Endeksi

Yıllar	Kuruluş Aşamasındaki Girişimci Oranı (%)	Yeni Girişimci Oranı (%)	Kuruluş Dönemi Girişimcilik Aktivitesi (%)
2006	2,2	4,0	6,1
2007	1,9	3,7	5,6
2008	3,2	3,0	6,0
2009	-	-	-
2010	3,7	5,1	8,6
2011	6,28	5,95	11,87
2012	7,25	5,36	12,22

Kaynak: Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı 2014-2016, 2013: 38.

Kuruluş aşamasındaki girişimci oranı, girişimcilerin faaliyetlerini eyleme dönüştürme sürecini tanımlamaktadır. 2006 yılında kuruluş aşamasındaki girişimci oranı %2,2 iken, 2012 yılında %7,25'e yükselmiştir. Yeni girişimci oranı, girişim faaliyetlerini başlatan girişimcilerin yüzdesini göstermektedir. 2006 yılında yeni girişimci oranı % 4 iken, 2012 yılında % 5,36 olmuştur. Kuruluş dönemi girişimcilik aktivitesi ise girişimcilik faaliyetlerini gerçekleştirmek isteyen işletmelerin kuruluş aşamasındaki işlemlerinden oluşmaktadır. 2006 yılında kuruluş dönemi girişimcilik aktivitesi % 6,1 iken, 2012 yılında % 12,22'ye yükselmiştir.

Grafik 2: GEM Erken Dönem Girişimcilik Endeksi (2006-2012)



Kaynak: Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı 2014-2016, 2013: 38.

1.3. Girişimciliğin Temel Özellikleri

Girişimcilik eyleminde bulunabilecek kişiler bazı özelliklere sahip olmalıdır. Kesin hatlarıyla herkes tarafından kabul edilen bir özellik grubu olmasa da genel olarak girişimcide yer alması gereken bazı özellikler mevcuttur.

Başarılı bir girişimcide, çalışkanlık, organizasyon kabiliyeti, denetim yeteneği, bilgi, çevresi ile barışık olma, azim, basiret, akılcılık, risk üstlenme, kararlılık kendine güven ve sürekli kendini yenileme gibi bazı temel özellikler bulunmalıdır. Bu nitelikler önemleri itibarıyla değerlendirildiğinde, girişimci temelde; risk ve sorumluluk üstlenebilme, dinamik bir kişilik, yeniliklere açıklık, büyüme tutkusu gibi belirli niteliklere sahip olmalıdır (Küçük, 2005: 35). Bu özelliklere sahip ancak yeterli sermayesi bulunmayan bir kişi girişimci olabilir. Fakat elinde yeterli sermayeye sahip ancak yukarıda sayılan girişimcide bulunması gereken özellikleri taşımayan kişiler girişimcilik vasfını elde edemezler.

Her girişimci, girişimcide bulunması gereken bütün özelliklere sahip olmayabilir. Başarılı bir girişimcinin en büyük özelliği, kendisinde eksik gördüğü yönlerini zamanla gidererek kendisini geliştirmesidir.

Özetle, girişimci kişiler, kurdukları işi geliştirmek ve büyütmek adına zihinsel ve fiziksel güç harcamaya hazır ve uzun saatler çalışma sabrı gösterebilecek kişilerdir. Girişimciler, uzun saatler boyunca çalışma konusunda dışsal bir motivasyon beklentisi içerisine girmeksizin kendi kendilerini motive eden, başka bir deyişle, yüksek düzeyde içsel motivasyona sahip kişilerdir (Güney, 2004: 49). Ancak, her zaman işlerin değişen dünya koşulları sebebiyle yolunda gitmesi mümkün değildir. Sıkıntılı dönemlerde başarılı girişimciler bu süreçten başarıyla çıkabilen ve olumsuz durumlardan bile ders çıkarabilen kişilerdir.

1.4. Girişimciliğin Ekonomik Gelişmedeki Rolü

Girişimcilik yaygın olarak ekonomik gelişim açısından önemli bir etken olarak görülmektedir. Fakat girişimcilik, ekonomik gelişim veya büyümede etkili modellerin çoğunda etkin bir rol almamaktadır (Bohoney ve diğerleri, 2011: 7).

Girişimcilerin ekonomiye sağladığı yararlar şu şekilde ifade edilebilir (Güney, 2004: 63);

1. İş imkanları sağlamak,
2. Yeni ürün ve hizmetler sunmak,
3. Büyük firmalara tedarikçi olmak, taşeronluk yapmak, hizmet sunmak ya da bayilik yapmak,
4. Büyük firmaların sunmadığı ama toplumun talep ettiği ürün ve terzi, kuaför, tamirat, kuru temizleme gibi hizmetleri sunmak,
5. Rekabeti artırma yoluyla çeşitliliği ve kaliteyi artırmak,
6. İhracatın artmasını ve gelişmesini sağlamak,
7. Vergi gelirlerinin artmasını sağlamak,
8. Özelleştirmede başarıyı sağlamak.

Bir ülkede girişimcilerin sayısı arttıkça istihdam oranı da artar. Girişimci sayısının artması, toplumsal refah düzeyini ve insanların hayat standartlarını yükseltir. Serbest pazar ekonomisini benimsemiş toplumlarda girişimcilik, ekonominin sağlıklı işleyişinin güvencesidir. Yenilikçi fikir yürütme yeteneği, atılım kabiliyeti, iş bitirme özelliği ve dinamik yapısı ile girişimci, toplumun var olan ya da potansiyel iş gücünü ve sermaye kaynaklarını üretime yönlendirir. Tüm bu nedenlerle girişimcilik, ekonomik bir kaynak

durumundadır. Ülkelerin ekonomik gelişmeleri, girişimcilerin başarılı girişimlerinin çokluğuna bağlıdır (Kesim, 2010: 40-41).

Bilgiye dayalı ekonomik ortamda başarılı olabilmek için yenilikçi girişimciliğin teşvik edilmesi şarttır. Girişimci faaliyet alanını oluştururken küçük veya büyük, yeni veya eski firma ayrımı yapmaksızın “yenilikler yapan girişimci firmalar” oluşturulmalıdır. Özellikle yenilik yapmak ana hedefler arasında olmalıdır. Çünkü dünyanın bugün ulaştığı rekabet ortamında, ancak ve ancak yeni değerler üretebilen, katma değeri artıran ve rekabet gücünü sürekli iyileştirebilen, daha da önemlisi farklılaştıran yenilikleri yapabilen girişimciler başarılı olabilmektedir. Bunun için de girişimcilerin sayısını artıran ve buldukları ekonomik, sosyal ve politik ortamı iyileştirerek girişimcilere destek sağlayan bir alt yapı kurulmalıdır (Bekar ve Korkut, 2011: 120-121).

Yukarıda da ifade edildiği gibi, girişimciler tarafından gerçekleştirilen yenilik faaliyetleri ve artan rekabet, ekonomik büyüme açısından çok önemlidir. Gerçekten de ekonomik gelişmede girişimcinin rolünü sadece kişi başına düşen geliri artırmakla sınırlandırmak doğru bir yaklaşım değildir. Girişimci, hem iş hayatının hem de toplumun yapısını harekete geçirir ve değiştirir (Güney, 2004: 62).

1.5. Girişimciliğin Finansmanı

Girişimcilikte en önemli sorunlardan birisi, iş fikrinin hayata geçirebilmesi için gereken finansman desteğinin sağlanmasıdır. Girişimcinin fon ihtiyacı, işletmenin içinde bulunduğu evreye göre farklılık göstermektedir. Girişimci, elindeki sınırlı kaynakları etkin bir şekilde kullanmak durumundadır (Karadal, 2013: 141).

Bir iş fikrinin girişim faaliyetine dönüşmesi ve başarılı olabilmesi, finansal analiz ve planlama faaliyetlerinin iyi yapılmasına bağlıdır. Finansal analiz ve planlamanın amacı, faaliyetlerin devamlılığını sağlamak ve karlı yatırım fırsatlarını değerlendirmektir. Girişimcilik bir iş fikri ile başlamakta; sonra ise, planlamaya bağlı olarak devam etmektedir. Bu bağlamda, iyi hazırlanmış bir iş planı son derece önemlidir. Finansal planlama işleminde hedef, risklerin azaltılması değil, hangi risklerin girişimci tarafından üstlenileceğinin belirlenmesidir. Finansal planlama, girişimciye, girişim faaliyeti sırasında ortaya çıkabilecek her türlü fon giriş çıkışının önceden belirlenmesine olanak tanımaktadır (Karadal, 2013: 141-142).

1.5.1. Girişimciliğin Finansman Kaynakları

Sağlıklı ve istikrarlı bir şekilde gelişen ve işleyen bir ekonomide, fon fazlasının fon açığı olanlara transferi, finansal kurumların varlığı ile mümkündür. İşletmelerin, kuruluş aşamasından, büyüme ve halka açık bir işletme oluncaya kadar geçen süreçte, farklı finans kurumlarından finansman ve bilgi desteği alabilmeleri büyük önem arz etmektedir. Genellikle bir girişimci bir iş fikrine sahiptir. Ancak, bu iş fikrini destekleyecek gerekli finansmandan yoksundur. Finansmanın uygun şartlarda ya da hiç bulunamaması, orijinal ve değerli iş fikirleri hayata geçmeden yok olup gitmesine yol açmaktadır (Karadal, 2013: 143).

Girişimci için iki tür finansman kaynağından söz edilebilir. Bunlar; borç ile finansman ve öz sermaye ile finansmandır. Borç finansmanı, faiz ve anapara ödemesini gerektiren araçlar ile yapılır. Bu finansman genellikle varlık temelli finansman olarak adlandırılır ve binalar, araziler, makineler gibi bazı duran varlıkların teminat olarak gösterilmesiyle sağlanır. Öz sermaye ile finansman da ise herhangi bir teminat talep edilmez (Başar ve diğerleri, 2013: 114).

İşletmeler, hayatları boyunca değişik evrelerden geçmektedir. Kuruluş aşamasını başarılı bir şekilde geçen firma, daha sonra büyüme, olgunluk ve düşüş aşamalarını yaşamaktadır. İşletmeler, bu evrelerde değişik finansman kaynaklarına ihtiyaç duymaktadırlar. Kuruluş evresinde belki daha düşük bir sermaye yeterli iken gelişme aşamasında düşük sermayenin yeterli olmadığı görülmektedir. Sonuçta girişimciler, işletmelerin her evresinde finansman kaynağına ihtiyaç duymaktadırlar. Bu kaynakları çeşitli yollardan temin edebilen girişimciler, farklı kaynaklara başvurarak finansman ihtiyaçlarını giderme imkanına sahiptirler.

1.5.1.1. Kişisel Birikimler

Birçok yeni girişimin ortaya çıkmasında küçük tutarlarda da olsa kişisel fonlar kullanılmaktadır. Kişisel fonların yeni girişimin finansmanında kullanılması, gerek melek yatırımcılar, gerek ticari bankalar ve gerekse de risk sermayedarlarından sağlanacak fonlar içinde bir güvence oluşturmaktadır (Başar ve diğerleri, 2013: 115). Kişisel fonlar genellikle kuruluş aşamasında tercih edilmektedir. Ancak işletmelerin gelişim aşamasında yüksek öz sermayeye sahip olmaları durumunda da kişisel birikimler girişimciler tarafından tercih edilmektedir.

1.5.1.2. Aile ve Arkadaşlar

Kişisel fonların yanı sıra, aile ve arkadaşlardan sağlanacak fonlar da yeni girişim finansmanında sıkça kullanılmaktadır. Bu fonlar, girişimcinin çevresi ile olan bağlılık ilişkisine göre şekil almaktadır. Aile ve arkadaşlardan sağlanan fonlar sınırlı kalmakla birlikte özkaynak oluşturması bakımından birçok işletmenin başarı hikayelerinde önemli bir rol oynamaktadır (Başar ve diğerleri, 2013: 115). Ödeme açısından da anaparaya ek bir faiz ödemesinin oluşmaması dolayısıyla tercih edilen bir finansman yöntemidir.

1.5.1.3. Ticari Bankalar

Girişim finansmanında ihtiyaç duyulan fonlar kısa süreli banka kredilerinden de temin edilebilmektedir. Banka kredilerinin işletme faaliyetlerinde kullanımı, para piyasasında yaşanan gelişmelere, bankacılık sisteminin etkinliğine bağlı olarak değişebilmektedir (Başar ve diğerleri, 2013: 115). Kısa vadede faiz oranlarının düşük olduğu durumlarda girişimcinin elinde yeterli sermayesi yoksa bu finansman kaynağı yöntemini de kullanabilir. Ancak faizlerin yüksek olduğu dönemlerde kullanılan ticari krediler, kısa dönemde finansman ihtiyacını karşılamakla birlikte, daha sonradan girişimciyi büyük borç yükümlülüğü altına sokabileceği ihtimali göz önüne alınmalıdır. Bununla birlikte banka kredileri, iyi bir faaliyet siciline ve teminata bağlı olarak kullanıldığı için, girişimcilerin bu tür kaynağa ulaşma imkanları çok sınırlıdır.

1.5.1.4. Satıcı Kredileri

İşletmelerin gerek kuruluş aşamasında, gerekse büyüme ve olgunluk aşamalarında finansman kaynağı olarak kullandıkları satıcı kredileri, işletmelerin mal ve hizmet alımlarının büyük bir kısmını oluşturmaktadır. Satıcı kredileri, satıcının malı teslim etmesi ve alıcıya ödeme için belirli bir süre tanınması ile oluşur. Bu tür kredilerin kullanılmasında, sağlanan kolaylıklar ve formalitenin az olması etkilidir. Bu krediler, işletmeye faiz yükü getirmemekle birlikte, vadeli alımından dolayı miktar ve kasa ıskontosundan mahrum kalınmasına yol açmaktadır (Karadal, 2013: 145-146).

1.5.1.5. Melek Yatırımcılar (Melek Finansmanı)

Melek finansmanı, geleneksel finansman kaynaklarına erişimleri genellikle mümkün olmayan yeni girişimleri finanse etmenin yaygın yöntemlerinden biridir. Melek kavramı, şov

üretmek için riskli yatırım yapan Broadway şovlarının zengin finansörlerini tanımlamak için kullanılmıştır. Melekler, bu şovlara hayran oldukları sahne oyuncularını ile zaman geçirme ayrıcalığına sahip olmak için yatırım yapmışlardır. Günümüz melekleri birçok yönden bu meleklerle aynıdır. Varlıklı bireyler veya aileler, beğendikleri insanların teklif ettikleri yüksek riskli işlere yardım yapmak istemektedirler (Bayar, 2012: 137).

Melek yatırımcı, genellikle parası olan kişi veya grupların, kar sağlama potansiyeli yüksek, katma değer oluşturabilecek bir iş fikri olan, fakat kaynak sıkıntısı içerisindeki girişimlere destek olunması anlamında kullanılan bir kavramdır. Melek yatırımcı kavramı ülkemizde yeni kullanılmasına rağmen , başka ülkelerde bu yolla fon sağlama ve yeni girişimleri finanse etme oldukça eskidir. Örneğin, A. Graham Bell tarafından 1874 yılında Bell telefon şirketinin kuruluşu; Henry Ford tarafından Ford fabrikasının kuruluşu ve Golden Gate köprüsünün yapımı melek yatırımcı fonları ile finanse edilmiştir. Günümüzde ise Amazon, Yahoo, Apple Computer gibi tanınmış firmaların kuruluş aşamalarında da melek yatırımcı fonları kullanılmıştır (Başar ve diğerleri, 2013: 116).

Melek yatırımcıların sahip olduğu özellikler şu şekilde sıralanabilir (Karadal, 2013: 147).

1. Finansman desteği sağladıkları firmaların yönetiminde aktif rol oynamak istemektedirler.
2. Yatırım yaptıkları şirketler genellikle kuruluş aşamasındadırlar.
3. İleri teknolojiye sahip firmalar ile daha çok ilgilenirler.
4. Yatırım yaptıkları firmalar, diğer finans kaynakları için çekicilik oluşturur.
5. Tüm sektörlerde yatırım yapabilirler.
6. Genellikle, yatırım yaptıkları alanla ilgili bilgi, beceri ve deneyime sahiptirler.
7. Hem tek başlarına hem de gerektiği hallerde ekip olarak hareket edebilmekte ve büyük miktarda finansman ihtiyacına cevap verebilmektedirler.
8. Aynı firmaya yatırım yapmaktan kaçınırlar.

Uluslararası literatürde melek yatırımcı olarak adlandırılan kavram, Türkiye’de Bireysel Katılım Yatırımcısı (BKY) olarak tanımlanmıştır. BKY’ler kişisel varlıklarının yanı sıra tecrübe ve birikimlerini başlangıç veya büyüme aşamasındaki girişimlere aktaran kişileri ifade etmektedir. Uluslararası literatürde ‘İş Melekleri’ olarak adlandırılan BKY’ler

erken aşama teknolojik odaklı işletmelerin en önemli finansman kaynakları arasında yer almaktadırlar. Ülkemizde bireysel katılım sermayesi (BKS) henüz yeni oluşma aşamasındadır. BKS sisteminin gelişmesi ile birlikte, finansal ekosistemin ilk halkası devreye girecek ve finansmana erişimde sıkıntı yaşayan girişimciler için yeni bir finansman yöntemi ortaya çıkmış olacaktır (Çoşgun, 2013: 147-148).

BKS'nin yasal altyapısı 2012 yılında 4059 sayılı Hazine Müsteşarlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun'un ek 5. maddesi ile oluşturulmuş ve Hazine Müsteşarlığı'nın Bireysel Katılım Sermayesi Hakkında Yönetmelik ile ikincil mevzuat çıkarılmıştır. Yönetmeliğe göre BKY, olarak faaliyette bulunan gerçek kişilerin vergi desteğinden yararlanabilmeleri için BKY lisansına sahip olma şartı aranmaktadır. BKY'lerin lisans sahibi olabilmeleri için ya yüksek gelir veya servet sahibi (yıllık gayrisafi geliri 200 bin TL ve üzerinde veya kişisel servetinin toplam değeri 1 milyon TL'nin üzerinde olan yatırımcılar) ya da tecrübeli yatırımcı tanımlarındaki şartlardan herhangi birini taşıması gerekmektedir (Bireysel Katılım Sermayesi Hakkında Yönetmelik, 2013: madde 5).

15.02.2013 tarih ve 28560 sayılı Resmi Gazete' de yayınlanarak yürürlüğe giren Bireysel Katılım Sermayesi Hakkında Yönetmelik, beraberinde değişiklikleri de getirmiştir. Anılan yönetmelikte tanımlanan şartları taşıyan bireysel katılım yatırımcıları, Gelir Vergisi Kanunu'nda tanımlanan vergisel avantajlardan faydalanacak ve yatırımlarının yıllık beyannamelerine konu kazanç ve iratlardan %75 veya %100 oranlarında yıllık indirim tutarı 1 milyon TL'yi aşmayacak şekilde indirebilecektir (Bireysel Katılım Sermayesi Hakkında Yönetmelik, 2013: madde 4).

Kasım 2014 tarihi itibarıyla, Hazine Müsteşarlığı tarafından yayınlanan Bireysel Katılım Sermayesi İlerleme Raporu'na göre sistemde toplam 279 tane bireysel katılım yatırımcısı bulunmaktadır. 279 bireysel katılım yatırımcısından 261 tanesine BKY lisansı verilmiştir. 18 bireysel katılım yatırımcısının başvuru süreci ise devam etmektedir (T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı, 2014: 1).

1.5.1.6. Risk Sermayesi

Çağdaş bir finansman yöntemi olan risk sermayesi kavramı, bir icadın hayata geçirilmesi için verilen finansman desteğidir. Risk sermayesi, özellikle II. Dünya Savaşı'ndan sonra sanayileşmenin gelişen teknolojiyle birlikte hızlanmasıyla beraber ortaya

çıkan sermaye açığını karşılamak ve bu yolla yatırımları hayata geçirmek için ABD, Almanya, Fransa, Japonya gibi ülkelerde ortaya çıkmış ve uygulama alanı bulmuştur. Risk sermayesi, risk sermayedarlarının yeni teknolojiler ya da fikirler üreten ve gelişme ihtimali fazla olan küçük ve orta boy işletmelere (KOBİ), edinecekleri pay karşılığında yaptıkları öz kaynak veya öz kaynak benzeri bir yatırım aracıdır (Karadal, 2013: 147).

Risk sermayesi finansman yönteminin özellikleri şu şekilde ifade edilebilir (Bayar, 2012: 135):

1. Risk sermayesi kuruluşu bir finansal aracıdır. Yatırımcıların sermayesini alır ve bu sermaye ile portföy şirketine yatırım yapar.
2. Risk sermayesi sadece özel şirketlere yatırım yapar. Yatırım yapıldığında, bu şirketler hemen halka açılmazlar.
3. Risk sermayesi, portföyündeki şirketleri izlemeye ve şirketlere yardım etmeye aktif bir rol oynar.
4. Risk sermayesinin başlıca amacı, satış veya halka arz aracılığı ile mevcut yatırımların getirisini maksimize etmektir.
5. Risk sermayesi, şirketlerin içsel büyümesine yatırım yapar.

Risk sermayedarları, sağladıkları öz sermaye finansmanı için büyük getiriler istemektedirler. Risk sermayedarları sahiplik hakkına sahip olmalarına rağmen, bir şeyler yanlış gitmedikçe işletmenin yönetiminde kontrol istememektedirler. Bunun yerine teknik, pazarlama ve finansal konularda iyi ve deneyimli bir yönetim aramaktadırlar (Güney, 2004: 193).

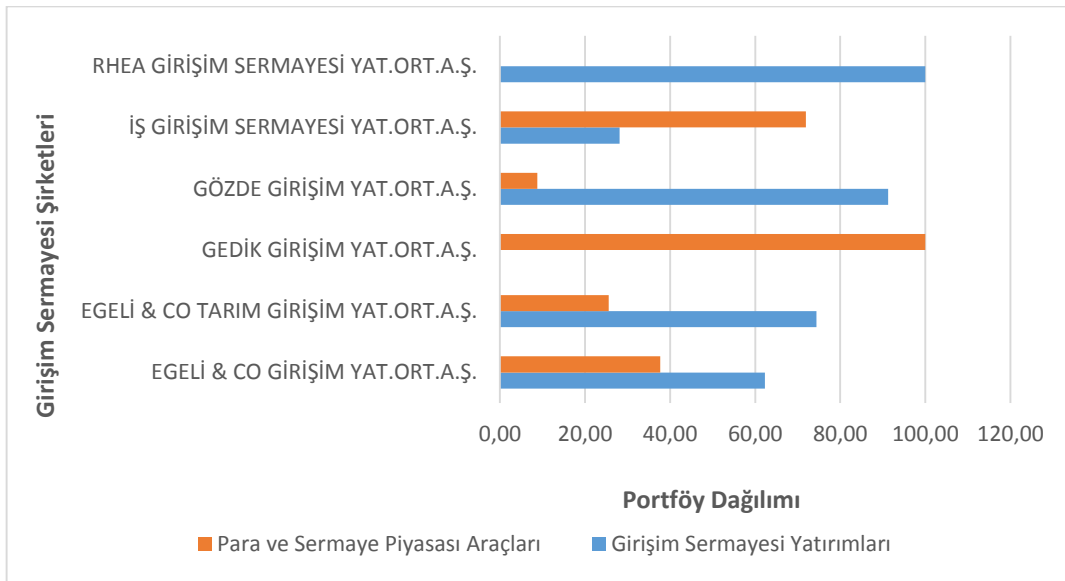
Uluslararası literatürde risk sermayedarı olarak adlandırılan kavram, Türkiye’de Girişim Sermayesi Yatırım Ortaklığı (GSYO) olarak adlandırılmaktadır. Girişim sermayesi yatırım ortaklıkları bünyesinde projeler desteklenmektedir.

GSYO, kayıtlı sermayeli kurulan ve çıkarılmış sermayelerini esas olarak girişim sermayesi yatırımlarına yönelen ortaklıklardır. GSYO portföy değeri, GSYO’nun aktifinde bulunan, girişim sermayesi yatırımları ile ikincil piyasalarda işlem gören para ve para benzeri değerlerin toplamını ifade eder (SPK, 2010: 5).

Türkiye’de Sermaye Piyasası Kurulu’na kayıtlı 12 adet girişim sermayesi yatırım ortaklığı bulunmaktadır. Ancak sadece 6 girişim sermayesi yatırım ortaklığı halka açık olarak faaliyetlerini sürdürmektedir (SPK: 2014). Bunlar;

- EGELİ & CO Girişim Yat. Ort. A.Ş
- EGELİ & CO Tarım Girişim Yat. Ort. A.Ş
- GEDİK Girişim Yat. Ort. A.Ş
- GÖZDE Girişim Yat. Ort. A.Ş
- İŞ Girişim Sermayesi Yat. Ort. A.Ş
- RHEA Girişim Sermayesi Yat. Ort. A.Ş

Grafik 3: Girişim Sermayesi Yatırım Ortaklıklarının Portföy Dağılımı



Kaynak: SPK (2014)

Grafik 3’te girişim sermayesi yatırım ortaklıklarının portföy dağılımları verilmiştir. RHA Girişim Sermayesi Yat. Ort. A.Ş. portföyünün tamamını girişim sermayesi yatırımlarına ayırmıştır. Fakat Gedik Girişim Yat. Ort. A.Ş. ise portföyünün tamamını para ve sermaye piyasası araçlarına ayırmıştır.

1.5.1.7. Leasing

Girişimci, mal ve hizmet üretmek için ihtiyaç duyduğu makine, teçhizat, bilgisayar, taşıt, bina gibi varlıkları satın almak yerine, finansal kiralama yoluna gidebilir (Karadal, 2013: 150). Böylece girişimci, girişim faaliyetine başlarken sabit yatırımlara daha az kaynak ayırmaktadır.

Leasing işlemi, yatırım malları ve dayanıklı tüketim mallarının finansmanı için kullanılan orta ve uzun vadeli bir finansman yöntemidir. Leasing işlemi alıcı ile satıcı arasında yapılan bir kiralama anlaşmasıdır. Yapılan leasing anlaşmasına göre kiracı, belirli bir süre sonunda kiraladığı malın sahibi de olabilir. Leasing, orta vadeli çağdaş bir finansman yöntemidir (Küçük, 2005: 262).

Leasing işleminin sağladığı avantajlar şu şekilde sıralanabilir (Karadal, 2013: 151):

1. Leasing yöntemi ile sağlanan varlıkların maliyeti diğer yöntemlere kıyasla daha avantajlıdır.
2. Ödenen kiralar için fatura kesilerek gider yazılmakta ve vergi matrahından düşürülmektedir.
3. Ödenecek bütün giderler önceden bilindiği için sabit maliyet söz konusu olmaktadır.
4. İşletmenin kaynaklarının sabit kaynaklara yatırılması önlenmiş olmaktadır.
5. Leasing yöntemi ile sağlanan kıymetler bilançoda gösterilmektedir. Bu durum, öz kaynak/borç oranını yükselteceğinden, işletmenin kredibilitesi artmaktadır.
6. Fon akışına uygun, esnek kira bedeli ödemeleri ile nakit akışı planlanabilmektedir.

Ancak leasing yöntemi bir kiralama sözleşmesi olduğu için, varlığın hurda değerinden yararlanamama gibi dezavantaja da sahiptir. Diğer bir ifadeyle kiralama süresinin dolması itibari ile kiralanan varlık gerçek sahibine teslim edilmelidir. Dolayısıyla, varlığın ömrü sonunda hurda olarak satılmasıyla elde edilecek gelirden kiracı mahrum kalmaktadır.

Girişimcilerin finansmanında kullanılan ve yukarıda özetlenen finansman yöntemleri dışında, factoring, forfaiting ve swap gibi işlemler de girişimciler tarafından

kullanılabilmektedir. Factoring, müşteri alacaklarının, gerçek veya tüzel kişilerce, bedeli peşin ödenmek veya alacaklıya rücu hakkı olmaksızın satın alınması anlamına gelir (TSPAKB, 2009: 64). Forfaiting, yurtdışı mal ve hizmet satışlarından doğmuş veya doğacak alacakların devri söz konusudur (Karadal, 2013: 151). Swap, iki taraf arasında önceden belirlenen gelecekteki bir tarihte nakit akışlarının karşılıklı değişimine denir (Küçük, 2005: 266).

1.6. Girişimci Destekleri ve Teşvikler

Girişimcilikte fikirlerin varlığından sonra en önemli unsur, bu fikirleri işe dönüştürmek için gerekli sermaye ihtiyacıdır. Çünkü girişimciler, iş kurmak, büyümek, yatırımları çeşitlendirmek için kaynaklara ihtiyaç duymaktadırlar. Son yıllarda, tüm dünyada girişimcilik konusuna verilen önem ve bu önemle beraber sağlanan destekler ve teşviklerin miktarı her geçen artmaktadır. Destekler, doğrudan ya da dolaylı şekilde girişimcilere ulaştırılmaktadır. Dolaylı destekler genel teşvik sistemi başlığı altında ele alınırken doğrudan destekler ise girişimciliği destekleyen kurum ve kuruluşlar kapsamında ele alınmaktadır.

1.6.1. Genel Teşvik Sistemi

Teşvik sistemi genel ekonomik sistemin ayrılmaz bir parçası olup, teşvik politikaları kapsamında belirlenen hedeflere ulaşmak için genel ekonomik politikalarla destek sağlanması gerekmektedir. Tarihsel gelişimine bakıldığında, zaman içinde Türkiye’de çeşitli teşvik tedbirlerinin uygulandığı görülmektedir. Türkiye’de yatırımları teşvik ve yönlendirme tedbirleri, gerçek anlamda planlı dönemde uygulanmaya başlanmış ve ihracatın teşvik edilmesi de yine bu dönemde uygulamaya konulmuştur. Cumhuriyet tarihinde kullanılan teşvik araçları ekonominin şartlarına göre değişiklik göstermiştir (Köksal, 2001: 109). Dolaylı olarak girişimcilere sunulan bu destekler sayesinde girişimciler daha rahat hareket edebilmektedir.

15.06.2012 tarih ve 2012/3305 sayılı Bakanlar Kurulu Kanunu ile yürürlüğe giren yeni teşvik sistemi 4 farklı uygulamadan oluşmaktadır. Buna göre teşvik kapsamında sağlanan destekler şu şekilde sıralanabilir (Karadal, 2013: 160):

1. Genel teşvik uygulamaları
2. Bölgesel teşvik uygulamaları
3. Büyük ölçekli yatırımların teşviki
4. Stratejik yatırımların teşviki

Yeni teşvik kapsamında sağlanan destek unsurları ise farklı şekillerde ele alınabilir (Karadal, 2013: 160-161):

1. KDV istisnası
2. Gümrük vergisi muafiyeti
3. Vergi indirimi
4. Sigorta primi işveren hissesi desteği
5. Gelir vergisi stopajı desteği
6. Sigorta primi desteği
7. Faiz desteği
8. Yatırım yeri tahsisi
9. KDV iadesi

Görüldüğü gibi yatırımların desteklenmesi adına birçok teşvik ve destek mevcuttur. Bu teşvikler ve destekler, bölgelerin değişik koşullar barındırması nedeniyle bölgeden bölgeye farklılık göstermektedir. Bu farklılıkların sonucu olarak, uygun koşullarda değerlendirilen girişimlere gerekli teşvik ve destekler sağlanmaktadır.

Sağlanan kaynakların çoğunun devlet destekli olması sebebiyle, sonradan ortaya çıkabilecek olumsuzluklar en az seviyeye indirilmiştir. Gelişen ekonomi ile beraber güçlü ekonomiye sahip ülkelerin bu destekleri fazlalaştırması ve girişimcilerin bu desteklerden daha fazla faydalanması amaçlanmaktadır.

1.6.2. Girişimciliği Destekleyen Kurum ve Kuruluşlar

Girişimcilere birçok kurum ve kuruluş finansal açıdan destek vermektedir. Girişimcilere doğrudan destek sağlayan bu kurum ve kuruluşlar sayesinde girişimciler, finansal açıdan daha rahat bir konuma ulaşmaktadırlar.

1.6.2.1. T.C. Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı

T.C. Bilim Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'nın kuruluş kanununda bakanlığın görevleri şöyle sıralanmıştır (Küçük, 2005: 217);

- Organize Sanayi Bölgeleri ve küçük sanayi siteleri planlamak,
- İlgili kurum ve kuruluşlarla birlikte plan hedeflerine yönelik olarak mevzuat düzenlemeleri yapmak,
- Üst yapı kredi desteği sağlamak,
- KOBİ'lerle birlikte çalışma, eğitim, tedariki tanıtma, pazarlama, teknik ve ekonomik konularda bilgi sunmak,
- Varlıklarını muhafaza etmek ve varlıkların gelişimi için gerekli hukuki alt yapıyı hazırlamak.

Bakanlık, girişimcilere çeşitli destekler sunmaktadır. Bu desteklerden en önemlisi ise 5746 sayılı kanun kapsamında sunulan teknogirişim sermayesi desteğidir. 5746 sayılı kanun kapsamında sağlanan teknogirişim sermayesi desteğiyle yeni ve yenilikçi iş fikirlere sahip olan genç girişimcilerin bu iş fikirlerini katma değer potansiyeli yüksek teşebbüslere dönüştürebilmeleri için temel sermaye sağlanarak desteklenmesi hedeflenmektedir. Programlara üniversitelerin öğrenim hizmeti veren, herhangi bir lisans programından bir yıl içinde mezun olabilecek durumdaki öğrenci, yüksek lisans, doktora öğrencisi ya da lisans, yüksek lisans ya da doktora derecelerinden birini ön başvuru tarihinden en çok 5 yıl önce almış gerçek kişiler başvuru yapabilmektedir. Destekleme süresi 12 aydır (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2014: 33).

Görüldüğü üzere, bu programın çerçevesinin genişliği dolayısıyla birçok kişi bu programdan faydalanma imkanına kavuşmaktadır. Genç girişimcilere destek olma amacı taşıyan program sayesinde, üniversite eğitimine devam eden veya yüksek lisans, doktora eğitimine başlamış bütün gerçek kişiler genç girişimci potansiyelini kendilerinde gördüklerinde finansman açısından destekleneceklerini de bilmektedirler.

Tknogirişim sermaye desteği Dokuzuncu Kalkınma Planı döneminde uygulamaya konulmuş olup, genellikle yeni ve yenilikçi fikirleri desteklemektedir. Bu destek kapsamında 2009 yılında toplam 159 başvuru yapılmışken bu sayı 2012 yılında 1597 başvuruya

ulaşmıştır. Yine 2009 yılında 159 başvurudan 83 tane başvuru desteklenmişken 2012 yılında 1597 başvurudan 296 proje desteklenmiştir. Bu destek programının toplam bütçesi 2009 yılında 10 Milyon TL iken 2012 yılında bütçesi 50 Milyon TL'ye yükseltilmiştir (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2014: 33).

1.6.2.2. Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB)

KOSGEB, gerek imalat ve hizmet sektörlerinde, gerek istihdam ve yatırımlardaki önemli payıyla ekonominin temel unsurlarından biri kabul edilen KOBİ'lerin; rekabet güçlerini ve düzeylerini yükseltmek, ulusal gelirlere etki ve katkılarını olumlu yönde artırmak, özelde küçük sanayinin, genelde işletmelerimizin bilimsel ve teknolojik yeniliklere uyum ve entegrasyonlarını gerçekleştirmek amacıyla 12 Nisan 1990 tarihinde 3624 sayılı yasa ile kurulmuştur (Çelik ve Akgemci, 2007: 154). Tanımdan da anlaşılacağı üzere KOSGEB, finansman alanını oldukça geniş tutarak birçok kesime ulaşmayı amaçlamaktadır. Aynı zamanda, ulaştığı kesimlere gerek finans gerek eğitim gerekse de entegrasyon gibi çeşitli eğitimler vererek KOBİ'lerin gelişimini ve buna paralel olarak girişimcilerin başarısını amaç edinmektedir.

Kapsam olarak geniş bir kitleye hitap eden KOSGEB destekleri şu şekilde sıralanabilir (www.kosgeb.gov.tr):

1. Yurt içi fuar desteği (destek üst limit: 30.000 TL)
2. Yurt dışı iş gezisi desteği (destek üst limit: 10.000 TL)
3. Tanıtım desteği (destek üst limiti: 10.000 TL)
4. Eşleştirme desteği (destek üst limiti: 15.000 TL)
5. Bağımsız denetim desteği (destek üst limiti: 10.000 TL)
6. Nitelikli eleman istihdam desteği (destek üst limiti: 20.000 TL)
7. Danışmanlık desteği (destek üst limiti: 15.000 TL)
8. Eğitim Desteği (destek üst limiti: 10.000 TL)
9. Enerji verimliliği desteği (destek üst limiti: 30.000 TL)
10. Tasarım desteği (destek üst limiti: 15.000 TL)
11. Sınai mülkiyet hakları desteği (destek üst limiti: 20.000 TL)
12. Belgelendirme desteği (destek üst limiti: 10.000 TL)

13. Test, analiz ve kalibrasyon desteği (destek üst limiti: 20.000 TL)

KOSGEB tarafından yatırımlara sunulan destekler yatırımların yer aldığı bölgelere göre farklılıklar göstermektedir. Bölgelerde halkın hizmetine sunulan yatırımlarda cinsiyet faktörüne, insanın fiziksel durumuna göre yatırımların teşvik oranı da değişmektedir. Tablo 3’de Türkiye’de 2012 yılında açıklanan teşvik programına göre illerin yer aldığı teşvik bölgeleri sunulmuştur. Bu programa göre Türkiye 6 teşvik bölgesine ayrılmıştır.

Verilen bu desteklerle beraber KOBİ’lerin iş hayatının başlangıç aşamasından başlayarak hiçbir evresinde başta finansman açısından sorun yaşamamaları amaçlanmaktadır. KOSGEB destekleri, çeşitliliği açısından girişimcileri ya da girişimcilik ruhu taşıyan, ancak iş hayatına atılmamış girişimci adaylarını cesaretlendirmektedir.

Tablo 3: Yatırım ve Teşvik Uygulamalarında Bölgeler

1. Bölge	2. Bölge	3. Bölge	4. Bölge	5. Bölge	6. Bölge
Ankara	Adana	Balıkesir	Afyonkarahisar	Adıyaman	Ağrı
Antalya	Aydın	Bilecik	Amasya	Aksaray	Ardahan
Bursa	Bolu	Burdur	Artvin	Bayburt	Batman
Eskişehir	Çanakkale (Bozcaada ve Gökçeada İlçeleri Hariç)	Gaziantep	Bartın	Çankırı	Bingöl
İstanbul	Denizli	Karabük	Çorum	Erzurum	Bitlis
İzmir	Edirne	Karaman	Düzce	Giresun	Diyarbakır
Kocaeli	Isparta	Manisa	Elazığ	Gümüşhane	Hakkari
Muğla	Kayseri	Mersin	Erzincan	Kahramanmaraş	Iğdır
	Kırklareli	Samsun	Hatay	Kilis	Kars
	Konya	Trabzon	Kastamonu	Niğde	Mardin
	Sakarya	Uşak	Kırıkkale	Ordu	Muş
	Tekirdağ	Zonguldak	Kırşehir	Osmaniye	Siirt
	Yalova		Kütahya	Sinop	Şanlıurfa
			Malatya	Tokat	Şırnak
			Nevşehir	Tunceli	Van
			Rize	Yozgat	Bozcaada ve Gökçeada İlçeleri
			Sivas		

Kaynak: Resmi Gazete (28328).

Yeni Girişimci Desteği kapsamında sağlanacak desteklerin oranı 1.ve 2. Bölgeler için; %60, girişimcinin kadın veya özürlü olması halinde %70 olup; 3. 4. 5.ve 6. bölgelerde bu oran %70, girişimcinin kadın veya özürlü olması halinde ise bu oran %80 olmaktadır. İşletmenin, kadın girişimcilere veya engellilere sağlanan haklardan yararlanabilmeleri için en az bir ortağın kadın yada engelli olması gerekmektedir. KOSGEB tarafından sağlanan bu desteklere ilave olarak çeşitli alanlarda da destekler sunulmaktadır (KOSGEB, 2014: 14-18). Bunlar;

- İşletmenin Kuruluş Desteği olarak, işletmelere kuruluş aşamasında belirlenen şartlara uygunluğuna göre üst limiti 3.000 TL olan geri ödemesiz destek sunulmaktadır.

- Kuruluş Dönemi Makine, Teçhizat, Yazılım ve Ofis Donanım Desteği olarak, işletmenin kuruluş tarihinden itibaren 12 ay içinde satın alınan veya alınacak işletme faaliyetlerinde kullanılacak olan donanımlar için geri ödemesiz olarak verilen desteğin üst limiti 15.000 TL'dir.
- İşletme Giderleri Desteği olarak da işletme ile ilgili desteğin başlangıç tarihinden itibaren 24 ay içinde gerçekleşen işletme giderlerine yönelik geri ödemesiz olarak verilen desteğin üst limiti her ay için 1.000 TL'dir.
- Sabit Yatırım Desteği başlığı altında ise sabit yatırımlara sunulan geri ödemeli desteğin üst limiti 70.000 TL'dir.

Diğer bir destek ise İş Geliştirme Merkezi (İŞGEM), KOBİ'lere işletme geliştirme koçluğu, destek ağlarına ulaşım, finans kaynaklarına erişim imkanı, uygun koşullarda işyeri mekanı, ortak ofis ekipmanı ve ofis hizmetleri gibi destekler sağlamaktadır. Bu desteğe, belediyeler, üniversiteler, özel idareler, kalkınma birlikleri meslek kuruluşları, kar amacı gütmeyen kooperatifler başvurabilmektedir. İŞGEM kuruluş desteği süresi en fazla 18 ay ve destek üst limiti ise 750.000 TL'dir. İşletme desteği süresi en fazla 36 ay ve destek üst limiti ise 100.000 TL'dir. Sunulan bu destekler geri ödemesiz şekilde girişimcilere verilmektedir (www.kosgeb.gov.tr).

KOSGEB, ülkenin birçok yerinde girişimcilere desteklerinin yanında, çeşitli eğitimler de sunmaktadır. 2010-2012 yılları arasında KOSGEB'in girişimcilik eğitimlerinin sayısı Tablo 4'te gösterilmektedir.

Tablo 4: 2010-2012 Yılları Arasında Gerçekleştirilen KOSGEB Uygulamalı Girişimcilik Eğitimleri

Yıl	Program Sayısı	Sınıf Sayısı	Katılımcı Sayısı
2010	349	441	10385
2011	1454	1784	45623
2012	1822	2210	57192
Toplam	3625	4435	113200

Kaynak: KOSGEB, Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı.

Tablo 4'e bakıldığında, KOSGEB tarafından verilen uygulamalı girişimcilik eğitimlerinde yıllara göre bir artış görülmektedir. 2010 yılında KOSGEB programlarına katılımcı olarak gelen kişi sayısı 10.385 iken, 2012 yılında 57.192'ye yükselmiştir.

KOSGEB destek programları 2010 yılında yürürlüğe girmiştir. 2010 yılından önceki desteklerle 2010 yılından sonra verilen destekler arasında büyük farklılıklar mevcuttur. 2007-2010 yılları arasında girişimcilere ve KOBİ'lere toplam 137,2 milyon TL kaynak aktaran KOSGEB, sadece 2011 yılında 177,5 milyon TL'lik maddi destek sunmayı başarmıştır. 2012 yılında ise sunulan desteğin miktarı 294,5 milyon TL'yi geçmiştir (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2014: 33).

1.6.2.3. Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırmalar Kurumu (TÜBİTAK)

TÜBİTAK, 1963 yılında, Türkiye'de planlı ekonomi döneminin başlangıcında kurulmuştur. Kuruluş aşamasında en temel görevleri, özellikle doğa bilimlerinde temel ve uygulamalı akademik araştırmalara destek vermek ve genç girişimcileri teşvik etmenin yanında özendirme olarak belirlenmiştir. TÜBİTAK, kuruluş kanunu gereği, uluslararası ikili ve çok taraflı bilimsel ve teknolojik iş birliği faaliyetlerinde Türkiye'yi temsil etmekte ve bu alanlardaki koordinasyonu sağlamaktadır (Kesim, 2010: 174-175). TÜBİTAK desteklerini diğer desteklerden ayıran en belirgin özellik, TÜBİTAK desteklerinin genellikle teknolojik faaliyetlere finansman desteği vermesidir. Teknolojik faaliyetlerin en önemli özelliği kuruluş aşamasında teçhizat giderinin çok fazla olmasıdır.

Gelişen ülke ekonomilerine bakıldığında ar-ge bütçeleri içerisinde en fazla payların teknolojik gelişmelere ayrıldığı görülmektedir. Çünkü gelişen teknoloji ile birlikte dünya piyasasında söz sahibi olmak olağan hale gelmektedir. Bu sebeple, teknolojik gelişmelere verilen destekler önem taşımaktadır. Teknolojik gelişmelerle birlikte toplumların yaşam kalitesi artmakta ve refah içinde bir toplum meydana gelmektedir.

TÜBİTAK, çeşitli destek programlarıyla girişimcilere destekler sunmaktadır. Bireysel Girişimcilik Aşamalı Destek Programı adı altında girişimciye rehberler aracılığıyla teknik, ticari ve idari destek vermektedir. Ayrıca geri ödemesiz, sermaye desteği olarak da üst limiti 100.000 TL'ye kadar destekler vermektedir. Girişimcilik ve Yenilikçilik Yarışmaları Programı adı altında da özendirme ödülü, rehberlik desteği ve yurtdışı ziyaret desteği gibi

destekler sunmaktadır. Bu ve buna benzer çeşitli destekleri TÜBİTAK bünyesinde sağlamak mümkündür (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2013: 52).

1.6.2.4. Melek Yatırımcılar ve Melek Yatırımcı Ağları

Finansman kaynağı olarak da bahsedilen melek yatırımcılar, melek yatırımcı ağlarıyla girişimcilere destekler sunmaktadırlar. Bazı durumlarda melek yatırımcılar bireysel olarak desteklerini sunarlar, genellikle ortaklık şeklinde kurulan şirketler aracılığı ile girişimcilere finansal açıdan destek sunulmaktadır.

Melek yatırımcı, kendilerine proje tekliflerinin geldiği iş melekleridir. Melek yatırımcılar, özellikle iş fikrini hayata yeni geçiren işletmelere finansman desteği sağlamaktadırlar. Diğer yatırımcılardan ayrılan en önemli özelliği ise, finansman kaynağı dışında yönetim dahi birçok alanda aktif rol aldıkları için işletmeye sundukları değerdir. Melek yatırımcı olmaya uygun kişiler toplam bir milyon dolar üzerinde net varlığa sahip ve bunun %10'unu riske etmeye hazır olan şahıslardır (Karadal, 2013: 181-182).

Melek yatırımcıların istediği, kendileri gibi girişimci ruh taşıyan adayları bularak onların finansman ihtiyaçlarını karşılamanın yanında, kurdukları işletmelerde de söz sahibi olarak onların başarılı bir iş adamı olmalarını sağlamaktır. Sermayeleri yeterli olduğu için belirli bir kısmını riske etmekten kaçınmayan melek yatırımcılar, vizyonlarına uygun projelere destek vermekten kaçınmamaktadırlar.

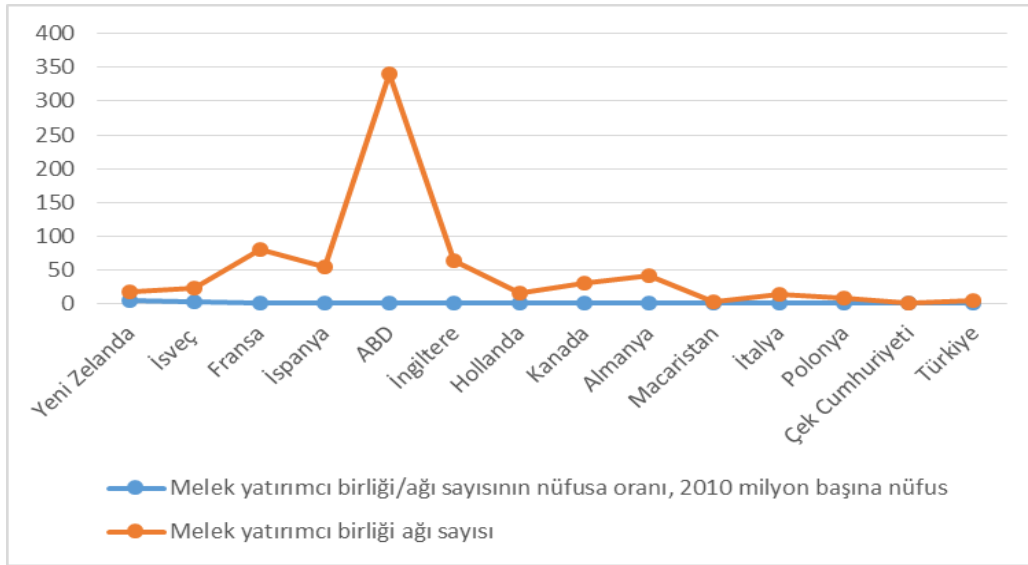
Angel Resource Institute tarafından toplanan verilere göre, ABD'de 2010 yılında girişimci ekosistemine aile ve dostlar tarafından 50 milyar dolar, melek yatırımcılar tarafından 20 milyar dolar ve girişimci sermayesi grupları tarafından 20 milyar dolar olmak üzere toplamda girişimcilik eğilimine 90 milyar dolar aktarılmıştır. ABD'de 2013 yılında 250 bin melek yatırımcı toplam 50 bin şirkete; 791 girişim sermayesi şirketi ise toplam 3 bin şirkete yatırım yapmıştır. Türkiye'de ise genellikle aile ve dostların katkısı mevcuttur. Ancak yüksek büyüme trendine girebilmek için aile ve dostlarından sağlanan finansman kaynağı yetersiz kalmaktadır. ABD nüfusunun 313 milyon, Türkiye nüfusunun ise 79 milyon kişi olduğu düşünüldüğünde, ABD'de 250 bin melek yatırımcı mevcutken Türkiye'de bu sayısının nüfusa oranına bakıldığında 63 bin olması gerekmektedir. Ancak Türkiye'de melek yatırımcı sayısı bin kişiyi bile geçmemektedir (<https://www.kobilersizinicin.com>).

2014 yılı itibari ile Türkiye’de Bireysel Katılım Yatırımcısı Ağı akreditasyonuna hak kazanmış 5 melek yatırımcı şirketi ağı mevcuttur. Bunlar;

- Keiretsu
- Galata Business Angels
- E-Tohum
- BIC Angel Investments
- Şirket Ortağım

Ülkelere göre melek yatırımcı ağları farklılık göstermektedir. ABD’de 300 den fazla melek yatırımcı ağı varken ülkemizde 5 tane melek yatırımcı ağı mevcuttur.

Grafik 4: Çeşitli Ülkelerdeki Melek Yatırımcı Birliği/Ağı Yoğunluğu



Kaynak: T.C.K.B., 2013: 41

1.6.2.5. Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı (TTGV)

Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı (TTGV), özel sektör ve kamu sektörünün ortak çabalarıyla 1991 yılında kurulan, ülkemizin teknolojik altyapısını geliştirmeyi ve güçlendirmeyi, Türk sanayisinin uluslararası piyasalarda rekabet gücünün artmasına katkıda bulunmayı hedef olarak seçen bir vakıftır. Bu vakıf başta KOBİ'ler olmak üzere, özel sektörde sanayi kuruluşlarının teknoloji geliştirme ve inovasyona yatırım yapmalarını teşvik etmektedir (Başar ve diğerleri, 2013: 125).

TTGV, Dünya Bankası'nın da finansal desteği ile Hazine Müsteşarlığı önderliğinde kurulmuş olup; yönetim kurulunda Hazine Müsteşarlığı, KOSGEB, TÜBİTAK ve sanayi kuruluşlarının temsilcileri bulunmaktadır. TTGV, 24 özel sektör, 5 kamu, 11 şemsiye kuruluş ve 15 gerçek kişinin bir araya gelmesiyle kurulmuş bir vakıftır (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2014: 36).

TTGV tarafından KOBİ'lere sağlanan destekleri şu şekilde sıralanabilir (www.ttg.gov.tr):

1. Ar-Ge proje destekleri
 - a. Teknoloji geliştirme projeleri desteği
 - b. Ticarileştirme projeleri desteği
 - c. İleri teknoloji projeleri desteği
2. Çevre projesi destekleri
 - a. Çevre teknolojileri desteği
 - b. Enerji verimliliği desteği
 - c. İzmir eko-verimlilik desteği

TTGV tarafından sağlanan finansal destekler genellikle teknolojik altyapıya sahip işletmelere sunulmaktadır. Aynı zamanda, bu desteklerden yararlanan işletmelerin geneline bakıldığında, bu firmaların teknolojik altyapıyı sanayide kullanan işletmeler olduğu görülmektedir.

2007 yılında TTGV tarafından desteklenen proje sayısı 88 iken 2011 yılında 364'e; 2007 yılında projeleri desteklemek için kullanılan destek tutarı 17,6 milyon TL iken 2011 yılında 77,9 milyon TL'ye yükselmiştir (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2014: 36).

1.6.2.6. Kalkınma Ajansları

Kalkınma ajansı, bir ülkenin belli bir coğrafi bölgesi içerisinde özel veya kamusal tüm şirketler, yerel otoriteler ile sivil toplum kuruluşları arasında işbirliği sağlayarak, o bölgenin kalkınmasını hedefleyen ve yasal hükme dayandırılarak kurulan yapıdır (Koçberber, 2006: 37). T.C. Avrupa Birliği Bakanlığı verilerine göre Türkiye’de 26 tane kalkınma ajansı hizmet vermektedir.

2006 yılında, 5449 sayılı Kanun’la kurulan Kalkınma Ajansları, mali destek programlarıyla bölgesel/yerel paydaşlarının ve KOBİ’lerin projelerini desteklemektedir. Kalkınma Ajansları, 2011 yılında 204 KOBİ’nin ar-ge projesini desteklemiştir. Kalkınma Ajanslarına 2008-2011 yılları arasında 14 binden fazla başvuru yapılmış ve bu başvuruların yaklaşık 2500 tanesi desteklenmiştir. Desteklenen projelere ise yaklaşık 850 milyon TL’lik destek sunulmuştur (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2014: 34).

Mali Destek Programı kapsamında 2012 yılı itibari ile ilan edilen kalkınma ajansı sayısı 75’tir. 2008 yılından itibaren KOBİ’lere tahsis edilen destek tutarı 2012 yılında 872 milyon TL’ye ulaşmıştır (Meydan, 2014: 112).

Girişim destekleme kuruluşlarından her biri başlangıç, büyüme ve olgunluk gibi çeşitli evrelerde işletmelere destek sunmaktadırlar. Bazı kuruluşlar birkaç evre için destek verebilmektedir. Tablo 5’te söz konusu kuruluşların hangi evreler için destek verdiği gösterilmektedir.

Tablo 5: Girişim Evrelerine Göre Uygun Finansman Kaynakları

Finansman Kaynağı	Başlangıç Aşaması	Büyüme Aşaması	Olgunluk Aşaması
Melek Yatırımcı	Uygun	Yarı Uygun	Uygun Değil
Girişim Sermayesi	Uygun	Uygun	Yarı Uygun
Devlet Destekleri	Uygun	Yarı Uygun	Uygun Değil
Kuluçka Organizasyonları	Uygun	Uygun Değil	Uygun Değil
Banka Kredisi	Uygun Değil	Yarı Uygun	Uygun
Hisse Senedi Piyasası	Uygun Değil	Uygun Değil	Uygun

Kaynak : T.C.K.B., 2013: 120.

Girişim evrelerine göre uygun finansman kaynaklarını gösteren Tablo 5'e göre melek yatırımcılar, genellikle projelere başlangıç aşamasında desteklerini sunmaktadırlar. Başarılı girişimlere ise büyüme aşamasında da desteklerini sunan melek yatırımcılar, olgunluk aşamasına geçen projelerde desteklerini genellikle projelerden geri çekmektedirler. Girişim sermayesi sunanlar ise genellikle projenin verimli bir şekilde hayatını sürdürdüğü üç aşamada da desteklerini sunmaktadırlar.

Devlet destekleri de destek sunma açısından melek yatırımcıların hareketlerine benzerlik sergilemektedir. Kuluçka organizasyonları çerçevesinde destek sunanlar ise desteklerinin tamamına yakını başlangıç aşamasında sunmaktadırlar. Banka kredileri desteklerini sunma konusunda temel aldıkları en önemli ölçü güven ve garanti unsurudur. Bu yüzden bankalar tarafından kredi şeklinde destek alabilecek projeler, genellikle kendini ispatlamış ve başlangıç aşamasını geçmiş projeler olmalıdır.

Kuluçka organizasyonları, girişimcilerin başlangıç aşamasında ihtiyaç duydukları destek ve sermayeye erişmelerine yardım eden tüm dünyada etkili olmuş bir destek mekanizmasıdır. Kuluçka organizasyonlarının ana hedefi, başarı vadeden fikirlere sahip girişimciler ile yatırımcıları (melek veya girişim sermayesi) buluşturmadır (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2013: 130-131).

Banka kredisi, girişimcilerin daha çok kuruluş aşamasından sonraki aşamalarda ihtiyaç duyduğu finansman kaynağıdır. Ancak Türkiye'de kısa dönemde geri ödenmenin beklenmesi, faizlerin yüksekliği ve kredilerin bir kefalet karşılığında verilmesi, bu şekildeki

bir fonlamayı yeni girişimler için ideal bir seçenek olmaktan çıkarmaktadır (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2013: 137).

İnternet girişimlerinin özellikle büyüme aşaması sonu veya olgunluk dönemlerinde başvurabilecekleri bir finansman kaynağı da hisse senedi piyasasıdır. Hisse senedi piyasasına açılmak, melek yatırımcılar ve girişim sermayesi şirketleri tarafından bir çıkış stratejisi olarak da düşünülebilmektedir (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2013: 138).

İKİNCİ BÖLÜM

2. GİRİŞİMCİLİK TÜRLERİ

Ekonomik gelişme sürecinde büyük bir öneme sahip olan girişimcilik, birçok açıdan çeşitli türlere ayrılmaktadır. Genel itibari ile girişimcilik türleri; kadın girişimciliği, iç girişimcilik, kurumsal girişimcilik, sosyal girişimcilik, eko girişimcilik, dijital girişimcilik ve göçmen girişimciliği olarak 7 başlık altında incelenmektedir.

2.1. Kadın Girişimciliği

Tarih boyunca kadının çalışma yaşamı içerisinde önemli bir yeri vardır. Medeniyetlerin yaşam koşullarına ve biçimlerine baktığımızda, kadınlar terzi, ebe, dükkan sahibi gibi çeşitli iş sahalarında yer almışlardır. Aynı zamanda kadınlar köylerde buğday ve hayvan yetiştirilmesi ve buna benzer köy hayatında önemli birçok işle meşgul olmuşlardır (Gürol, 2000: 209). Aile yapısında da kadının rolü çok önemlidir. Aileyi bir arada tutan ve ev hayatını düzene sokan birey olarak hep kadınlar görülmektedir.

Günümüzde kadınlar, çeşitli nedenlerden dolayı, kendi işlerini icra etme konusunda büyük bir uğraş içindedirler. Kadınların toplumdaki statülerini geliştirmek ve iş hayatında daha görünür olmak istemeleri sonucunda girişimcilik konusuna her geçen gün daha fazla önem göstermektedirler (Güney, 2004: 274). Sonuçta bu hareketlilik ülke ekonomisine olumlu katkılar sunmakta ve iş sahalarının gelişmesiyle birlikte istihdama da katkı sağlanmaktadır. Günümüzde kadın, yalnızca belirli bir mesleğin uygulayıcısı veya çeşitli iş sahalarında emek ağır işlerle görevli bir emekçi değil; aynı zamanda, bir girişimci olarak varlık göstermeleri mümkün hale gelmiştir (Soysal, 2010: 89).

Literatürde çalışmalara bakıldığında, “Kadın Girişimci” kategorisine kimlerin dahil edilip edilemeyeceği bir tartışma konusudur. Kendi hesabına çalışan kadınlar ekonomik faaliyetlerini kendi evlerinin içinde yerine getiriyorsa bu faaliyet alanına girmeli midir? gibi sorular sorulmaktadır (Karadal, 2013: 247).

Yıldız (1993), kadın girişimciliği tanımı konusunda şu noktalara vurgu yapmıştır: Ev dışı mekanda, kendi adına kurduğu bir işletmesi olan; bir işletmede tek başına veya elemanları ile birlikte iş olgusunu yerine getiren; iş ile ilgili bazı kurum ve kuruluşlarla ilişkiler kuran ve diğer iş ile ilgili gerekleri yerine getiren kadındır (Yıldız, 1993: 20). Ancak tanımda eksik yönler bulunmaktadır. Kadınların evlerinde de iş yaparak bir girişimci gibi ülke ekonomisine katkı sağladığı göz ardı edilmemelidir.

Kadın girişimciliği, gelişmekte olan dünyada yenilik, iş oluşturma ve ekonomik büyüme açısından yararlanılmayan büyük bir kaynağı temsil etmektedir. Kadın girişimciler kredi sağlama, eğitim, bilgi ve bunların yanında yasal ve politik kısıtlamalar gibi engellerle karşı karşıya kalmaktadırlar (Niethammer, 2013: 31).

Kadın girişiciler gün geçtikçe iş hayatında daha fazla rol almaya başlamışlardır. 2012 yılında yaklaşık 94 bin kadın işveren Türkiye’de ekonomiye katkı sağlamıştır. Bu sayı 1989 yılında yaklaşık 15 bin iken toplam işverenler arasındaki oranı da %2,4 idi. Kendi adına çalışan kadın sayısı ise 2012 itibari ile 788 bin iken bu sayı 1989 yılında sadece 443 bin idi. Doğal olarak önümüzdeki yıllarda bu sayıların daha fazla artması ve buna bağlı olarak toplam içindeki payının da yükselmesi öngörülmektedir (Keskin 2014: 79).

Tablo 6: Türkiye’de Toplam İşveren ve Kendi Hesabına Çalışan Kişilerin İçinde Kadınların Durumu

Yıl	Toplam İşveren (Bin)	Toplam Kadın İşveren (Bin)	%	Toplam Kendi Hesabına Çalışan (Bin)	Toplam Kendi Hesabına Çalışan Kadın (Bin)	%
1989	628	15	2,40	4869	443	9,10
1990	832	23	2,80	4901	492	10,00
1991	968	22	2,30	4782	483	10,10
1992	1044	28	2,70	4888	623	12,70
1993	1092	25	2,30	4567	386	8,40
1994	1099	26	2,40	4960	588	11,90
1995	1112	40	3,60	5053	494	9,80
1996	1166	40	3,40	4935	469	9,50
1997	1128	46	4,10	5191	535	10,30
1998	1276	47	3,70	5148	508	9,90
1999	1131	38	3,40	5206	606	11,60
2000	1109	43	3,90	5325	687	12,90
2001	1140	40	3,50	5365	769	14,30
2002	1186	61	5,10	5089	763	15,00
2003	1052	42	4	5249	716	13,60
2004	999	49	4,90	4572	490	10,70
2005	1101	50	4,50	4689	667	14,20
2006	1162	69	5,90	4555	660	14,50
2007	1189	75	6,30	4386	617	14,10
2008	1249	77	6,20	4324	616	14,20
2009	1209	78	6,50	4429	749	16,90
2010	1202	83	6,90	4547	822	18,10
2011	1244	87	7,00	4687	816	17,40
2012	1238	94	7,50	4695	788	16,90

Kaynak: Keskin, 2014: 79.

Hanehalkı İşgücü Anketi sonuçlarına göre Türkiye genelinde işveren olarak çalışan kadınların oranı, bir önceki yıla göre 0,5 puan artış ile 7,5 olurken; erkeklerin oranı, 0,5 puan azalış ile 92,5 olmuştur (www.tuik.gov.tr).

Tablo 7: Göre İşveren Olarak Çalışanların Cinsiyete Göre Dağılımı 2011-2012

	Toplam	Erkek	Kadın
2011	100,0	93,0	7,0
2012	100,0	92,5	7,5

Kaynak: TÜİK

Kadınları girişimciliğe iten şu şekilde sıralanabilir (Karadal, 2013: 251):

- Çocuklarına daha güzel bir gelecek sunmak,
- Çalıştığı iş yerinde hak ettiği konuma getirilmemek,
- Eşinin ölümü veya işsiz kalması durumunda aileyi ayakta tutabilmek,
- Kendi işinin patronu olma isteği,
- Kendisine ait orijinal iş fikrini geliştirme isteği,
- Başarma ihtiyacı,
- Eğitim seviyesini geliştirerek kendi iş fikri ile bağımsız çalışma isteği,
- Miras kalan işletmeyi girişimcilik ruhuyla işletme isteği.

Kadın girişimciler genel olarak şu şekilde sınıflandırılmaktadır (Top, 2006: 22-23):

1. Geleneksel kadın girişimci tipi
2. Aileci kadın girişimci tipi
3. Yenilikçi kadın girişimci tipi
4. Köklü kadın girişimcilik tipi

Tarihsel gelişme süreci ile birlikte kadınlardaki girişimcilik tipleri de değişiklik göstermiştir. Gelişen kadın girişimci profili ile beraber geleneksel veya aileci girişimci tipine sahip olan kadın girişimciler, yenilikçi girişimci tipini benimseyerek girişimcilik konusunu hayatının bir parçası haline getirmişlerdir.

2.1.1. Kadın Girişimciliğin Önemi

Kadın girişimciler ülke ekonomisine farklı açıdan destek vermektedirler. Çünkü kadınların çalıştığı meslekler daha çok, insan ilişkilerinin yoğun olduğu hizmet sektörüdür. Hizmet sektörünün çalışma alanında öncelikli sektör olması ile kadınların ekonomide etkin

rol aldıkları görülmektedir. Türkiye’de ise tarihsel süreçte, 1980 sonrasında kadınların girişimciliğe yönlendirilmesi başlatılmıştır. Ancak, tam anlamıyla kadın girişimciliği 1990’ların sonunda önem kazanmıştır (Aslan ve Atabey, 2007: 8). Kadın girişimcilerin ülke ekonomisinde etkin rol almaya başlamasıyla birlikte yeni fikirlerin ortaya çıkma olasılığı artmakta ve girişimci sayısına paralel olarak ülke ekonomisinin canlılık kazanması da amaçlanmaktadır.

Bir başka perspektiften bakıldığında kadın girişimciliği, kadınların girişimci olarak çeşitli sektörlerde yer almaları ve sermaye ihtiyaçlarını karşılamaları için kullanabilecekleri birikimlerini de ortaya çıkarabilmektedir. Yani yastık altında olan birikimler, bu sayede ülke ekonomisinin içinde bulunduğu döngüye katılarak kullanılabilir. Girişimciliğe destek veren kurum ve kuruluşlar da kadın girişimci adaylarına verilen destekleri son yıllarda artırmaktadır.

2.1.2. Kadın ve Erkek Girişimciler Arasındaki Farklar

Kadın ve erkek girişimciler arasında benzer noktalar olmasına karşın, göz önüne alınması gereken farklılıklarda söz konusu olmaktadır. Yapılan araştırmalarda, işe başlamaya neden olan olguların kadınlar için farklılık arz ettiği görülmüştür. Erkeklerde bu olgu kendi geleceklerini kontrol altına alma güdüsüyle ortaya çıkarken, kadınlarda ise özgür olma ve başarıma güdülerıyla ortaya çıkmaktadır (Arıkan, 2004: 293). Erkek girişimciler, girişimcilik sonucunda rahat bir gelecek beklerken; kadın girişimciler ise daha çok girişimcilik aşamasında başarıyı göz önüne almaktadırlar.

Erkek girişimciler ve kadın girişimciler arasındaki farklılıklar arasında özellikle, motivasyonları, iş becerileri ve mesleki deneyimleri açısından da farklılık göze çarpmaktadır. Erkek girişimciler, genellikle üretim sektöründe kadın girişimcilerin ise daha çok hizmet sektöründe çalışmaları sebebiyle motivasyonları da buna göre farklılık göstermektedirler (Gürol, 2000: 230-231). Genele bakıldığında, kadın girişimcilerin insan ilişkilerinde daha iyi olduğu ve bu nedenle hizmet sektörlerinde daha başarılı oldukları göze çarpmaktadır. Bunun sonucunda da üretim alanında erkek girişimcilerin hizmet alanında ise kadın girişimcilerin motivasyonları daha yüksek olmaktadır.

37 ülkeyi kapsayan bir çalışmada kadın ve erkek girişimciler arasındaki farklılıklar şu şekilde ortaya konulmaktadır (Marangoz, 2012: 100):

1. Dünya ortalamasına bakıldığında erkek girişimciler, kadın girişimcilerden %50 daha fazladır.
2. Kendi işini kuran erkek girişimciler kadın girişimcilerden de %50 daha fazladır.
3. Evlerde yapılan işlerde kendi kendine iş sahası ortaya çıkaran kadın girişimciler bu alanı cazibeli görmektedirler. Son yıllarda bu alan erkek girişimcileri de cezbetmektedir.
4. Girişimciliğe başlama yaşları her iki girişimci türü için benzer özellikler sergilemektedir. Girişimcilik en fazla 25-35 yaş aralığında ortaya çıkmaktadır.
5. Az gelişmiş ülkelerde nüfusun hızla artması sonucunda girişimciliğe eğilimde aynı oranda artmaktadır.
6. Kültürel kısıtlamalar nedeniyle kadın girişimcilerin aile bütçesine katkı sağlaması engellenmektedir.
7. Yüksek gelirli bölgelerde evlenmeden önce çocuk sahibi olan bayanların ve tek başına yaşayan girişimcilerin sayısı diğer bölgelere nazaran daha fazladır.

2.2. İç Girişimcilik

Rekabetin arttığı günümüz koşullarında firmalar, yaşamlarını sürdürebilmek için genel olarak büyüme yoluna başvurumaktadırlar. Büyümeyle beraber şirketler bürokratik yapıya önem verdiklerinden değişen piyasa koşullarına verdikleri tepkiler bürokratik yapıya takılmakta ve gecikmektedir. Öte yandan, büyük firmalarda girişimcilik yeteneğine sahip olan bazı çalışanlar, firma içinde bu fikirlerini hayata dönüştüremedikleri için çeşitli nedenleri bahane göstererek fikirlerini hayata dönüştürebilmek için işten ayrılmaktadırlar. Bu durumda firmalar, hem parlak bir geleceğe sahip çalışanını kaybetmekte hem de aynı iş kolunda yeni bir rakiple karşı karşıya kalmamaktadır. Tüm bu sorunlara ortak bir çözüm olarak serbest girişime benzer yapılar oluşturma fikri gündeme gelmiştir (Güney, 2004: 229). Pinchot (1985), firma içinde girişimciliğe izin veren bu yapıya intrapreneurship adını vermiştir.

İç girişimcilik, bir örgütsel ağ içinde veya bir kurulu işletme içinde yetenekli çalışanların, diğer çalışanlarla ilişkilerini geliştirerek, iletişim kurarak veya kendi yeteneklerine göre bir yöntemle beraber değerlendirerek çalışanların kendilerini tanıyıp geliştirmeleri ile başlayan bir başka girişimciliğin içinde filizlenen bir girişimcilik türüdür (Top, 2006: 9).

1986'da yayınlanan “ İşletmenin Yeniden Keşfi ” isimli kitabında John Naisbitt, iç girişimciliği kurulu işletmelerin yeni piyasalar ve ürünler bulmak için önemli bir yöntem olarak tanımlamıştır. Rosabeth Moss Kanter, 1990 yılında yayınlanan “Devler Dans Etmeyi Öğrenince” isimli kitabında ise, iç girişimciliğin geliştirilmesinin işletmelerin hayatta kalmalarını sağlayacak en önemli faktör olduğunu belirtmiştir (Başar ve Tosunoğlu, 2006'dan aktaran Onay ve Çavuşoğlu, 2010: 49).

İç girişimcilik kavramı, girişimsel düşünce sonucunda oluşan, yenilikçi düşünce tarzı ve başarı elde etme becerisini artırmaya odaklı bir kavramdır (Gürel, 2012: 57).

Hızlı bir değişimin yaşandığı ve çevre koşullarının belirsiz olduğu günümüzde, iç girişimciliğin işletmelere rekabet avantajı elde etmeleri için birçok avantaj sağladığı görülmektedir. İç girişimcilik, örgütleri karlılık, kendi kendini yenileme, bilgi kazanımı ve uluslararası alanda başarı elde etmek için teşvik edici bir araçtır (Gürel, 2012: 57).

İşletme içinde işletme kurulmasını engellemek için ortaya çıkartılan bir girişimcilik türü olan iç girişimcilik, işletmelerin gelişmesine ve yeni iş alanlarının ortaya çıkartılmasına yardımcı olmaktadır. Ancak iç girişimciliğin etkili bir şekilde amacına ulaşabilmesi için işletmelerde yeni fikirleri açık bir organizasyon yapısının oluşturulması gerekmektedir.

2.2.1. İç Girişimciliğin Önemi

Günümüzde iç girişimciliğin önemi günden güne artmaktadır. İç girişimciliğe yoğunlaşan bu ilgi, artan rakipler, şirket içi çalışanların fikirlerine verilen önem, uluslararası düzeyde iş yapabilme fikri gibi çeşitli nedenlerden dolayı her geçen gün daha önemli hale gelmektedir (Başar ve diğerleri, 2013: 24). İç girişimciliğin ortaya çıkmasındaki en büyük etken artan rekabet olarak görülmektedir. Rekabetin yoğun olduğu toplumlarda firmalar, değişik ve bulunduğu işletmeye faydalı olan fikirlerin sahiplerine kendi bünyelerinde önem vermektedirler. Çünkü firmalar, gerek ürün farklılaştırmada, gerekse süreç yenilemede bu yeni fikirlerle beraber rakiplerine göre avantajlı konuma geçebileceklerinin farkındadırlar.

İç girişimciliğin önemi, işletmeleri ekonomik büyüme ve karlılık açısından etkin bir pozisyona getirmek ve yeni yatırım alanlarının ortaya çıkartılmasında saklıdır. Girişimsel düşünce sonucunda meydana gelen stratejik yön, şirketi başarıya getirmek için gerekli olan oluşumları meydana getirmektedir. Bu kazanımlara sahip olmayı sağlayan işletmeler ise

rakiplerine göre avantajlı bir yaşam sürmeyi sağlayabilmektedirler (Karadal, 2013: 301). İç girişimcilik şirket içi inovasyonla paralel bir hareket çizmelidir. Çünkü yapılacak yeniliklerle beraber, firmaların gereken desteği sunmaları kolaylaşmakta ve bunun sonucunda şirketin pozisyonunu yükseltebilecek girişimcilerin firma içinde imkanı sağlanmaktadır.

Pazarlar genellikle 4 evrenden oluşmaktadır. Bu evreler; başlangıç, büyüme, olgunluk ve gerileme evresidir. İç girişimciliğe verilen önemin giderek artmasının nedenleri arasında, olgunluk ve gerileme evrelerinde mevcut pazarda yapılacak yeniliklere ve değişikliklere ihtiyacın olması, geleneksel tarzda yönetilen şirketlerin yönetim yapılarının zayıflaması ve bürokratik yapının hakim olduğu şirketlerde yenilikçi kimliğe sahip çalışanların etkinliğini arttırmak gibi nedenler sayılmaktadır (Gürel, 2012: 64). Görüldüğü üzere, iç girişimciliğe şirketin bütün evrelerinde gerekli önem verilmelidir. İç girişimcilik, şirketin daha uzun süre yaşamasını sağlayan bir etken olarak göze çarpmaktadır.

2.2.2. Girişimcilik ve İç Girişimcilik Arasındaki Farklar

İç girişimcilik ile girişimcilik arasında benzerlikler olduğu kadar, farklılıklarda mevcuttur. Kariyer geliştirme açısından iç girişimcilik konusunda adım atma cesaretini sergileyen çalışanlar, kariyerlerine önemli bir katkı sağlamaktadır. Ancak şirket kültürü, çalışma koşulları ve imkanlar ne kadar iyi olursa olsun; bazı durumlarda, insanların bağımsız çalışma istekleri ağır basmakta ve girişimcilik olgusunu bağımsız olarak yerine getirmektedirler.

Daha önce yapılan tanımlara bakıldığında girişimcilik, yeni organizasyonlar ortaya çıkarmaktır. İç girişimcilik ise faaliyet halindeki organizasyonlardaki girişimciliktir. Girişimcilik ile iç girişimcilik arasındaki farkları ortaya koymak için bu tanımlar dikkate alınmalıdır. Bu tanımlara göre, girişimcilik mevcut işletme dışındaki bireysel çalışmalarını ifade etmek için kullanılırken; iç girişimcilik, mevcut durumdaki işletme bünyesinde organizasyon dahilindeki girişimcilik faaliyetini ifade etmek için kullanılmaktadır. Yani iki kavram arasındaki en önemli fark olarak faaliyet gösterilen mevcut alandır (Ağça ve Yörük, 2006: 164-165). Firma yöneticileri, kendi bünyelerinde bulundurdukları ve yenilikçi bir karaktere sahip olan çalışanlarını iç girişimciliği teşvik ederek, hem çalışma alanını geliştirme fırsatını yakalamakta hem de rekabetin yoğun olduğu ortamda yeni bir rakibin ortaya çıkmasını engellemektedir.

Örgüt içi çalışanların beraber aynı organizasyon içinde ve aynı amaca uygun bir girişimci tarafından motive edilmesi oldukça zor bir süreçtir. Bu nedenle iç girişimcilik bazı durumlarda sekteye uğrayabilmektedir. Ancak şirket içi koşulların ve sunulan kaynakların iyi olması durumunda girişimcilik adımlarının mevcut işletmede atılması birçok avantajı da beraberinde getirmektedir. Bağımsız girişimciler ile karşılaştırıldığında; iç girişimciler, kaynaklara daha kolay ulaşabilmekte ve mevcut teknolojik ve diğer imkânlardan daha kolay faydalanabilmektedirler. Ancak iç girişimciliğin avantajları olduğu kadar yenilik geliştirmede örgütteki diğer çalışanları da harekete geçirme noktasında bir takım dezavantajları da mevcuttur (Basım ve diğerleri, 2009: 29).

İç girişimci ile bağımsız girişimci arasındaki farklar şu şekilde ifade edilebilir (Başar ve diğerleri, 2013: 27):

1. İç girişimcilik güçlendirici bir özellik taşıırken, girişimcilik geliştirici bir özellik taşımaktadır.
2. Girişimcinin mücadelesi pazardaki rakiplerine yönelik iken, iç girişimcinin mücadelesi içinde bulunduğu şirket kültürüne yöneliktir.
3. Kaynak yapısı olarak iç girişimci daha avantajlı bir konumda yer almaktadır.
4. İç girişimcinin riski kariyeriyle ilgili iken, girişimcinin riski ise kurduğu işletmeyle ilgilidir.

2.3. Kurumsal Girişimcilik

Kurumsal girişimcilik, 1929 Dünya Ekonomik Krizi ile İkinci Dünya Savaşı yıllarının sonuna kadar süren olağanüstü bir dönemde ortaya atılan bir girişimcilik türüdür. Ekonomik açıdan olumlu sonuçlar ortaya çıkardığı için geliştirilmeye çalışılan bir türdür. Genel anlamda kurumsal girişimcilik, büyük veya küçük işletmelerin kendi aralarında küçük girişimcileri organize eden bir üst girişimciliktir. Kurumsal girişimciliğin kuruluş amacı, ekonomik kriz nedeniyle zor durumda kalan KOBİ'lere destek olmak ve onların yaşamlarını sürdürmelerini sağlamaktır. Diğer bir amaç da ülkenin uzun dönemli ekonomik çıkarlarını garanti altına alacak yeni girişimlere yol göstermektir (Top, 2006: 12). Kurumsal girişimcilik, daha çok ekonomik kriz gibi olağanüstü dönemlerde yaşam mücadelesi çeken işletmelere hizmet sunmaktadır.

Kurumsal girişimcilik konusu özellikle 1980'lerin sonlarından itibaren gerçek önemini bulmuştur. Nitekim gelişen ekonomik koşullar küreselleşme nedeniyle, rekabetin şiddetlenmesine paralel olarak örgütler daha dinamik hale gelme zorunluluğunu hissetmiş ve bu çerçevede şirketler stratejik birlikler geliştirmişlerdir (Karadal, 2013: 313). Kurumsal girişimciliğin iş hayatında önemli bir yere sahip olmasının en büyük nedeni artan rekabet sonucunda şirketlerin kendi pazarlarında sağlam pozisyon almak istemeleridir.

Daha dinamik ve karmaşık bir yapıda yaşamlarını sürdürebilmek ve başarıyı devamlı hale getirebilmek için firmalar, çevresel koşullara göre örgüt yapılarını tasarlamak zorunda kalmakta, değişen çevre koşullarına ayak uydurabilmek için esnek bir örgüt yapısına sahip olmaları gerekmektedir. Kurumsal girişimcilik uygulamasının başarıya ulaşabilmesi için buna uygun bir organizasyon yapısının varlığı zorunluluktur (Erkocaoğlu ve Özgen, 2009: 204). Kurumsal girişimcilik, yeni iş alanlarında olabileceği gibi, süreç yenileme biçiminde de örgüt içinde organizasyon yapısına etki ederek de kullanılabilir.

2.3.1. Kurumsal Girişimciliğin Bileşenleri

Kurumsal girişimcilik üzerine yapılan ilk çalışmalar da kurumsal girişimcilik bileşenleri risk alma, inovasyon ve proaktivite şeklinde üç başlık altında toplanmıştır. Daha sonra yapılan çalışmalarda agresif rekabetçilik kavramı da kurumsal girişimciliğin bir bileşeni olarak literatüre dahil edilmiştir (İTO, 2010: 40). Bu bağlamda kurumsal girişimciliğin toplamda dört bileşeni vardır. Bu dört bileşeni şirket yapısında kullanabilen işletmeler başarıya ulaşabilmekte ve girişimcilik konusunda rahat adımlar atabilmektedir.

2.3.1.1. Risk Alma

Bir kurumun sorumluluğunu almak demek olan girişimcilik başlı başına bir risk alma eğilimidir. Belli bir ücret karşılığında sabit olarak çalışmaktan hoşlanmayan ve fikirlerine güvenen kişiler girişimci aday olarak tanımlanabilmektedir. Ancak girişimcilik belli başına bir kurumun sorumluluğunu almak demektir. Bu yolculuğa başlamak için risk alınmalıdır. Aynı zamanda diğer aşamalarda da gereken yerlerde riskleri almak gerekmektedir. Sonuç olarak, risk alma eğilimi, kuruluş aşamasından başlayarak işletmelerin her aşamasında girişimcinin yapması gerektiği rutin bir iş haline dönüşmektedir.

2.3.1.2. İnovasyon

İnovasyon (yenilikçilik), bir fikri, katma değer oluşturulabilir ve pazarlanabilir bir ürüne dönüştürme süreci olarak adlandırılmaktadır. İnovasyon, bir buluştan ziyade, yeni bir iş fikri ortaya çıkarmaktır (Karadal, 2013: 318). Girişimciliğin doğasında yenilikçilik yer almaktadır. Bir işletmede iş hayatını devam ettiren çalışan, yeni bir iş fikrini ortaya çıkarmak için girişimciğe adımını atmakta ve iş fikrine uygun bir işletme meydana getirmektedir. Ancak girişimcilik sonucunda kurulan işletmenin sürekli yeni fikirlere açık olması gerektiği de gözden kaçırılmamalıdır.

2.3.1.3. Proaktivite

Girişimciliğin bir bileşeni de risk alma ve yenilikçilik bileşenlerinin tamamlayıcısı olan proaktivitedir. Bu kavram, stratejik açıdan ürün yaşam eğrisinin olgunluk ya da gerileme aşamasındaki ürünlerin elenerek var olan ürün hattının ve rekabetin ilerisinde yer alan yeni ürünlerin pazara sunulması ile ilgili yeni fırsatların aranması şeklinde tanımlanmaktadır. Bu nedenle proaktiflik, öncülük etmeyi, çevrede oluşan gelişimden geri kalmayarak yeni fırsatları değerlendirmek amacıyla inisiyatif kullanmayı ve risk almayı gerektirir (Altuntaş ve Dönmez, 2010: 55). Başarılı girişimci için en önemli anahtar, çevrede oluşabilecek fırsatları rakiplerinden önce fark ederek ve onlardan önce adım atarak fırsatlarda takipçi rolünden kurtulup öncü bir rol almaktır.

2.3.1.4. Agresif Rekabetçilik

Dünya piyasasında kaynaklara ulaşmanın bu denli kolay olduğu bir ortamda rekabet firmalar arasında kaçınılmaz hale gelmektedir. Artan rekabet ortamında, firmaların hayatta kalabilmeleri ve iş akışını devam ettirebilmeleri için bu rekabete ayak uydurmaları gerekmektedir. Rekabet bazı durumlarda daha da artmakta, hatta ikili bir çatışma halini alabilmektedir. Eğer işletmeler, karlı gördüğü bir durumda çatışma şeklini alan bu rekabeti yaşıyorsa, geri çekilmeden gerektiği şekilde rekabet etmelidirler. Piyasaya yeni giren firmalar bu durumla daha sık karşılaşmaktadırlar.

Kurumsal girişimciliğin bileşenlerini yerine getirmeye çalışan ve bu yolda iş akışını sürdüren işletmeler başarıya ulaşabilmektedirler. Ancak belirli bir evrede bu bileşenlerle

paralel olarak iş hayatını sürdüren, ancak belirli bir aşamadan sonra bu bileşenleri terk eden işletmeler kaybolma riski ile karşı karşıya kalabilmektedirler.

2.3.2. Örgüt Yapısı ve Kurumsal Girişimcilik Arasındaki İlişki

Örgüt yapısı, örgütün birimleri ve unsurları arasındaki yapılandırılmış ilişkiler bütünüdür. Bu nedenle sosyal bilimlerde oluşan yapı genellikle görünmeyen ilişkiler bütününe ifade ederken, mekanik ve biyolojik sistemlerde oluşan yapı daha belirgindir (İTO, 2010: 45). Organizasyon yapıları genellikle iki türdür. Örgüt içi mevkilere ve kalıplaşmış bir yapıya sahip olan organizasyon tiplerine mekanik yapıli örgüt tipi denilirken, örgüt içinde daha özgürce hareket edilebilecek bir yapı sunan organizasyon tiplerine ise organik yapıli örgüt tipi denilmektedir.

Kurumsal girişimcilik kavramının etkin olarak faaliyet gösterebilmesi için, örgüt içinde özgür bir ortamın sağlanması gerekmektedir. Kurumsal girişimciliğin çıkış noktası olarak, işletmelerin kurum kültürünü yerleştirerek kendi içlerinde gelişmelerini sağlayacak ve rekabet edilebilirlik düzeylerini artıracak girişimlerin sağlanması gösterilmektedir. Tanımdan da anlaşılacağı üzere, kurumsal girişimcilik kavramının en uygun etki sağlayacağı yapının organik yapıli işletmeler olduğu kabul edilmektedir. Mekanik yapılarda işletmeler, belirli kalıpları kıramadıkları için kurumsal girişimcilik olgusunu tam anlamıyla kavrayamamaktadırlar. Bu yüzden organik yapıya sahip olan işletmeler kurumsal girişimcilik konusunda daha rahat adım atabilmekte ve buna paralel olarak piyasada etkin bir rol alabilmektedirler.

Bu nedenle, organik yapı ile kurumsal girişimcilik kültürü arasındaki ilişki olumlu iken, mekanik yapı ile kurumsal girişimcilik kültürü arasındaki yapı olumsuzluk taşımaktadır.

2.4. Sosyal Girişimcilik

Kavramsal olarak sosyal girişimcilik ilk kez 1953’de yayımlanan H. Bowen’in “İş Adamlarının Sosyal Sorumlulukları” adlı kitabında yer almıştır. O günden başlayarak günümüzü kadar sosyal girişimcilik kavramı hakkındaki tanımlar çeşitlenmiştir. Bazı yazarlar, sosyal girişimciliği kar amacı taşımayan işletmeler üzerinden tanımlamaya

çalışırken; bazı yazarlar ise kamu, özel ve sivil toplum örgütlerinin hepsini kapsayacak tanımlamalara yer vermişlerdir (Koçak ve Kavi, 2014: 28-29).

Örneğin, Besler (2010)'e göre sosyal girişimcilik, sosyal fayda elde etme ve sürdürme olanağı sağlayan yaşanabilir sosyo-ekonomik yapıların, ilişkilerin, organizasyonların, kurumların ve uygulamaların oluşturulmasıdır.

Bir başka tanıma göre sosyal girişimcilik, kar amacı gütmeyen özel ve kamu sektöründe görülebilen yenilikçi, sosyal değer oluşturma faaliyeti olarak tanımlanmıştır (Güler, 2010: 48). Günümüzde genel kabul görmüş tanımına göre ise, sosyal girişimcilik, sosyal alanda inovasyon ortaya çıkartarak uzun soluklu projeler meydana getirmeyi sağlamaktır. Ancak yeniliğe açık bir konu olan sosyal girişimcilik sürekli gelişmekte ve buna paralel olarak da tanımları yazarlara göre değişiklik göstermektedir (Sarıkaya, 2010: 90). Bu yüzden sosyal girişimcilik konusunda tam anlamıyla mutabık kalınmış değildir.

Ürünlerin ortaya çıkarılış sürecini yenilikle destekleyen girişimcilik kavramı, zaman içerisinde kapsamına sosyal sorumluluğu da dahil ederek, sosyal girişimcilik kavramının literatürde yer almasına öncülük etmiştir. Asıl görevi toplumsal problemlere çözüm önerileri sunmak olan sosyal girişimcilik kavramı, genellikle kar amacı gütmeyen yeni bir dinamiğin iş modellerine adapte olma sürecini başlatmıştır (Bahadır ve diğerleri, 2012: 14-15). Sosyal girişimciliğin kar amacı gütmeme özelliği dolayısıyla girişimcilik yeni bir boyut kazanmıştır. Bu sebeple sosyal girişimcilik, girişimciliği ticari bir iş yapmak için kullanan girişimcilere göre farklılık göstermektedir. Ticari girişimcilik olarak da adlandırabilecek diğer tüm girişimcilik türlerinde temel amaç kar elde etmek iken, sosyal girişimcilikte topluma faydalı olmak temel amaçtır.

Sosyal girişimciliğin önemi, toplumsal alanda insan hayatını kolaylaştıran eylemleri kar amacı gütmeyen yerine getirmesidir. Ticari girişimcilik faaliyetinde bulunan girişimciler kar amacıyla toplumun bazı kesimlerinin ihtiyaçlarını göremezler. Bu kesim, genellikle maddi açıdan ülke standartlarının altında kalan kesimdir. Doğal olarak bu kesimlere de hizmet sunulması gerekmektedir. İşte tam noktada sosyal girişimcilik kavramı ortaya çıkmaktadır. Sosyal girişimcilik faaliyeti ile yeterli imkana sahip olmayan insanların ihtiyaçları karşılanmaktadır.

Dünya’da ilk sosyal girişimcilik şirketi sağlık sektöründe kurulmuştur. Çünkü ilaç şirketleri, gelişen dünyada milyonlarca insanın ölümüne yol açan sıtma, yüksek ateş ve diğer hastalıkları tedavi etmek için know-how’a sahiptir. Victoria Hale tarafından kurulan dünyanın ilk kar amacı gütmeyen şirketi sıtma başta olmak üzere ölümlere yol açan birçok hastalıkla mücadele etmek ve bu hastalara ilaç temin etmek için kurulmuştur. Bu şirket, söz konusu hastalıkların tedavisinde önemli çözümler sunmuştur (Martin ve Osberg, 2007: 37). Bu olayla birlikte sosyal girişimcilik olgusu gün geçtikçe gelişme göstermiştir.

Sosyal girişimcilik, iş prensipleriyle toplumsal konularda çalışma azmini birleştirmekte ve içinde üç temel özelliği barındırmaktadır. Bu özellikler; sosyal yenilik, sorumluluk ve sürdürülebilirliktir (Görün ve Kara, 2010: 148).

2.4.1. Sosyal Girişimciler

Sosyal girişimci, refah sisteminin karşılayamadığı veya böyle bir durumdan haberdar olmaması durumlarında, bu ihtiyaçları tatmin etmek için fırsatların nerede olduğunu fark eden, kaynakları bir araya toplayan ve bunları fark oluşturmak için işleyen kişidir. Yani sosyal girişimci, kamu veya özel kuruluşların karşılayamadığı ve bir boşluğun bulunduğu durumlarda söz konusu problemi çözmek için hizmet edimini yerine getiren kişidir (Özdevecioğlu ve Cingöz, 2009: 86). Kar amacıyla hizmet sunan işletmelerde, bazı durumlarda sosyal sorumluluk olgusu hizmet dışında tutulabilmektedir. Yüksek kar düşüncesi ve rekabet şiddetinin seviyesi sebebiyle sosyal alanda yapılacak yenilikler göz ardı edilebilmektedir. Bu durumda, hizmet boşluğunu doldurmak için sosyal girişimciler faaliyette bulunmakta ve topluma kar amacı gütmeyen fayda sağlayabilmektedirler.

Sosyal girişimcinin belli başlı özellikleri mevcuttur. Bu özellikler şu şekilde sıralanabilir (Karadal, 2013: 355):

1. Sosyal girişimciler, toplumsal sorunları ve ihtiyaçları önceden tahmin edebilirler.
2. Önceden tahmin edilen sorunlara yenilikçi bir yaklaşımla çözüm önerileri getirebilirler.
3. Hizmet sunarken evrensel ahlak kurallarına uyarlar.
4. Toplumu ilgilendiren olaylarda faaliyet gösterirler.
5. Sosyal girişimcilik alanının gelişmesini sağlamak için bilgilerini aktarma sürecinde istekli davranırlar.

6. Liderlik vasıflarını taşırlar.
7. Sosyal alanda çıkabilecek yeni sorunlara karşı donanımlıdırlar.
8. Mevcut sorunların farkına varıp, bunları üzerinde çalışma konusunda isteklidirler.
9. Toplumsal olaylarda sorumluluk duygusunu tümüyle taşırlar.

2.4.2. Kar Amacı Gütmeyen Kuruluşlar-Sivil Toplum Kuruluşları

Kar amacı gütmeyen kurumlar, bir başka ifade ile sivil toplum kuruluşları hukuki olarak birer dernek veya vakıf olarak kurulurlar. Kar amacı olmayan çeşitli fonları toplayan bu kuruluşlar, topluma yarar sağlayabilecek faaliyetlerde hizmet sunmaktadırlar. Bu fonlar genellikle bağışlardan sağlanmakla birlikte, yerine getirilen faaliyetlerden kaynaklanan gelirlere de bu tür hizmetlerde fon kaynağı olarak kullanılabilir. Bu tür kuruluşlar, devlet denetiminin engel teşkil etmediği bir ortam olduğu için faaliyetlerini rahatça yerine getirebilmektedirler (Çetindamar ve diğerleri, 2010: 4). Sivil toplum kuruluşları, genellikle kar amacıyla hizmet veren işletmelerin doldurmakta zorlandıkları boşlukları herhangi bir kar amacı gütmeksizin doldurmaya çalışmaktadırlar.

Sivil toplum kuruluşları dışında, bireysel olarak da toplumsal girişimcilik faaliyetini gerçekleştiren bireyler mevcuttur. Hayırseverler olarak adlandırılan bu grup, belirli bir kuruluş bünyesinde olmadan, toplumsal olaylarda fayda olgusunu dikkate alarak hizmet sunmaktadırlar.

2.4.3. Sosyal Girişimcilik Kuruluşları

Dünya’da sosyal girişimciliğin ilk ve en önemli kuruluşu Ashoka’dır. Ashoka, hükümetlerden, AB fonlarından, silah ve tütün şirketlerinden yardım kabul etmemektedir. Finansman kaynağı sağlayanlar arasında Google ve eBay gibi e-ticaret şirketleri yer almaktadır. Ana faaliyet alanları arasında ise çevre, sağlık, insan hakları, yurttaş girişimleri, ekonomik gelişme gibi konularını içermektedir. Diğer bir kuruluş ise Schwab Vakfı’dır. Bu vakıf maddi destek sağlamayan, ancak sosyal girişimcilik faaliyetinde bulunan girişimcileri bir araya getirmeyi amaç edinen bir vakıftır. Türkiye’de ise sosyal girişimcilik faaliyetinde bulunan kuruluşlar arasında Toplum Gönüllüleri Vakfı, Ka-MER, AKUT, Umut Çocukları

Derneği gibi kurum ve kuruluşlar sayılabilmektedir (Çelik ve Akgemci, 2007: 67-68). Bu sayılan kuruluşların yanında küçük çapta birçok kuruluş bu alanda hizmet vermektedir.

Sosyal girişimcilik konusuna verilen önem son yıllarda artış göstermektedir. Sosyal alanda yapılan yeniliklere ve kurulan kurum ve kuruluşlara her geçen gün bir yenisi eklenmektedir. Aynı zamanda önümüzdeki yıllarda bu kuruluşların faaliyet alanları genişleyerek toplumda daha aktif rol almaları beklenmektedir.

2.5. Ekogirişimcilik

Girişimcilik literatürüne son zamanlarda eklenen bir diğer girişimcilik türü de ekogirişimciliktir. Çevresel sorunlara çözüm bularak ve bu oluşan sorunlardaki fırsatları görerek ortaya çıkaran girişimcilik türüne ekogirişimcilik denilmektedir (Top, 2006: 17). Ekogirişimcilik, adından da anlaşılacağı üzere, çevresel durumlarda faaliyet alanı meydana getiren girişimcilik türüdür. İşletmeler, bazen girişimcilik adımlarını atarken çevreye ne gibi zararlar vereceğinin farkına varamamaktadırlar.

Çevre bilincinin günden güne artması, toplumların ekogirişimcilere ihtiyaçlarını ortaya çıkarmaktadır. Doğal kaynakların sınırlılığı, dünya nüfusundaki artış trendi ve biyolojik çeşitliliğin azalması, ekoloji konusunda kaygılara neden olmaktadır. Bu nedenle birçok işletme, doğal kaynakların bilinçsizce tüketilmesine karşı farkındalık ortaya çıkarmak için çalışmaktadır. Temel amaç, sürdürülebilir büyümeyi sağlamaktır. Böyle bir bakış açısıyla girişimcilik faaliyetlerini sürdürmek isteyen girişimciler yeşil girişimciler olarak adlandırılmaktadırlar (Allen ve Malin, 2008: 828-831).

Ekogirişimcilik kavramı, ekolojik girişimciliği ifade eden, ekolojik (ecological-eco) ve girişimcilik (entrepreneurship) kelimelerinin birleştirilmesi ile oluşmaktadır. Ekogirişimcilik, işletmelerde teknik beceri ve yönetim sistemlerinden daha ziyade, girişimcilerin bireysel yeteneklerini ön plana çıkaran çevresel başarılarıyla ilgili faaliyetlerine verilen addır. Bu nedenle ekogirişimcilik, bütün iş planlarını ve müşteri ilişkilerini çevre odaklı meydana getiren girişimcilik türüdür (Aykan, 2012: 198-199). Ticari girişimcilikte ana amaç kazanç elde etmektir. Bu yüzden iş sonucunda ortaya çıkacak çevresel zararlar göz ardı edilebilmektedir. Aynı zamanda, diğer girişimcilik türlerinde de kendi ana amaçları öncelikli dikkate alınmakta iken, ekogirişimcilik de öncelikli amaç çevreye duyarlı bir iş organizasyonu oluşturmaktır.

Ekogirişimcilik alanında faaliyetlerini sergileyen girişimcilere ekogirişimci denilmektedir. Ekogirişimci, çalıştığı ekonomik sektöru tamamıyla yeşil-yeşil bir işletmeye dönüştürmek için çaba gösteren kişidir. Ekogirişimcilerin bireysel olarak yenilikçilik özelliği taşımaları gerekmektedir. Çünkü yüksek rekabet koşullarında iyi fikirler ayakta kalabilmekte ve ekolojiye uygun fikirler sunabilmektedir (Aydın ve Çakar, 2014: 81-82). Ekogirişimciler, rekabette yenik düşmeleri sonucunda bu alanda gelişme ve yenilenme fırsatlarını kaybetmektedirler. Yeniliğe açık olan ve son yıllarda önemi daha çok artan ekogirişimcilik konusunda da rekabet gün geçtikçe artmaktadır.

2.5.1. Ekogirişimciliğin Önemi

1950'li yıllarda pek çok konuda şirketlerin çevresel sorunlarla karşılaşmaları ve bunun sonucunda insan yaşamının tehlikeye girmesi ekogirişimciliğin önemini ortaya çıkarmıştır. 1952 yılında Londra'da sis felaketinden sonra 4000 insanın ölmesi, şirketlerin çevresel problemleri konusunda düşünmeleri gerekliliğini ortaya koymuştur. İnsanların düşüncelerindeki bu kötü imajı silmek isteyen işletmeler, çevresel yaklaşımlar benimseyerek bu kötü imajdan kurtulabilmektedirler (Balcı, 2011: 191). Hiçbir iş insan yaşamından daha değerli olmamalıdır. Yaşanan bu gelişmelerden sonra, yavaş yavaş ekogirişimcilik konusu gündeme gelmiş ve bu konuda çalışmalar yapılmaya başlanmıştır. Marka değeriniz ne kadar yüksek olursa olsun yapacağınız bir hata insan beyninde kötü izler bırakabilmektedir.

Yakın tarihe bakıldığında, 1986 yılındaki Çernobil nükleer kazasında binlerce insan yaşamını yitirmiştir. Rusya'da faaliyette bulunan nükleer santralde patlama meydana gelmiştir. Bu kaza sonucunda uzun süre boyunca açıklama yapılmamasına rağmen etkileri ve zararları rahatlıkla görölmüştür (Saraçoğlu, 2006: 11). Bu olay neticesinde Rusya ve çevresindeki bir çok öлке Türkiye'de dahil olmak üzere olumsuz etkilenmiştir. Çevreye verilen tahribat konusunda birçok bitkinin bu olaydan etkilendiği ve dolaylı olarak insan yaşamının da tehlikeye girdiği görölmektedir. Bu olay sonucunda ekogirişimcilik konusunun önemi bir kez daha anlaşılmış ve verilen önemin artırılması kanısına ulaşılmıştır.

2.5.2. Türkiye'de Ekogirişimcilik

Türkiye'de girişimcilik konusundaki çalışmalar gün geçtikçe artmaktadır. Girişimcilik konusunda sergilenen bu çalışmaların yaklaşık %15'i çevresel girişimcilik, yani ekogirişimcilik türüne ayrılmaktadır (TTGV, 2012: 1-2). Çevreye duyarlı bir toplumun

yetişmesi sonucunda, şişletmelerin artık sadece yüksek kazanç sağlama amaçlarına göre hareket edemediklerini; bunun yanında, çevreyi de ön planda tutmaları gerektiği literatür çalışmalarında ortaya konulmaktadır.

Ekolojik Ayak İzi Raporu'na göre, Türkiye'nin yıllık kaynak tüketimi ve atık üretimi, ülke kapasitesinin 2 katı kadardır. Avrupa İstatistik Ofisi'nin (Eurostat) verilerine göre, Türkiye atıklarının sadece %25'ini enerji veya diğer şekillerde geri kazabilmektedir. Bu oran Avrupa'da ortalama %51 iken, Almanya'da %80'dir. Gayri Safi Milli Hasıla (GSMH)'ya oranla bakıldığında Türkiye bu alanda tüm Avrupa lkeleri arasında son sırayı almaktadır (Alkaya, 2014: 7-8). Ancak önümüzdeki yıllarda yükselen trendle beraber bu oranların değişebileceği ve Türkiye'nin daha yukarılarda yer alması beklenmektedir.

2.5.3. Ekogirişimcilik rnekleri

Dünyada ekogirişimcilik kapsamına giren ve uygulandığı sektörlerde öncülük yapan birçok örnek bulunmaktadır. Yaklaşık 250.000 evin elektrik ve ısınma ihtiyacını, çöplerin yakıt olarak kullanılmasından sağlayan İşve, ekogirişimcilik konusunda çığır açacak bir örnek sergilemiştir. Yaklaşık 9,5 milyon nüfuslu ülkede, atıkların sadece %4  geri dönülemez durumda olduğu için kullanılmamaktadır. İşve bu ekogirişimcilik sayesinde ülke genelinde çöpleri geri dnşimde kullanarak, halkın temiz ve sağlıklı bir yaşam sürmesini sağlamaktadır. Aynı zamanda İşve, plerin tükenmesi sorununa karşın Norveç'ten p ithal etmek durumunda kalmıştır. Bunun sonucunda İşve Norveç'ten yılda 80.000 ton p ithal etmeye karar vermiştir. Bu durumda Norveç, plerin yok edilmesi için İşve'e para ödemektedir. İşve hkmeti de üzerine para alarak elde ettiği bu çöpleri geri dönüştürerek vatandaşlarına ucuz elektrik ve ısınma imkanı sunmaktadır. Hem enerji maliyetlerini minimuma indirip hem de bu olay sonucunda para kazanmaktadır (Karadal, 2013: 292). Ekogirişimcilik konusunda çığır niteliği taşıyan bu olgu sonucunda, ülke ekonomisinin ıktıları arasında en önemli yere sahip olan enerji kaynaklarının kullanımında tasarruf edilmiş buna ek olarak da bu eylem sonucunda gelir elde edilmiştir.

Amerikan petrol firması Texaco'nun El Dorado rafinerisinde uyguladığı sistemde ekogirişimcilik uygulamasına örnek olarak gösterilmektedir. Rafineride, bataklık oluşumunu engellemek için harcanan 50.000 dolar sifıra indirilmiştir. Böylece bir yandan daha az kimyasalla ürün üretilmişken, diğer yandan zararlı ıktıları yok edebilmek için herhangi maliyete katlanılmamıştır. Bataklık oluşumunu engellemek için harcanmayan

parayla ormanlık arazi ve çiçek oluşumu sağlanmış bunun sonucunda arazide çeşitli varlıklarda yaşamaya başlamıştır (Balcı, 2011: 202). Ekogirişimcilik uygulamalarının en avantajlı yönü, hem para kazanılabilmekte hem de çevresel aktörlere de verilen değer sonucunda insanların düşüncelerinde iyi izlenimler bırakılabilmektedir.

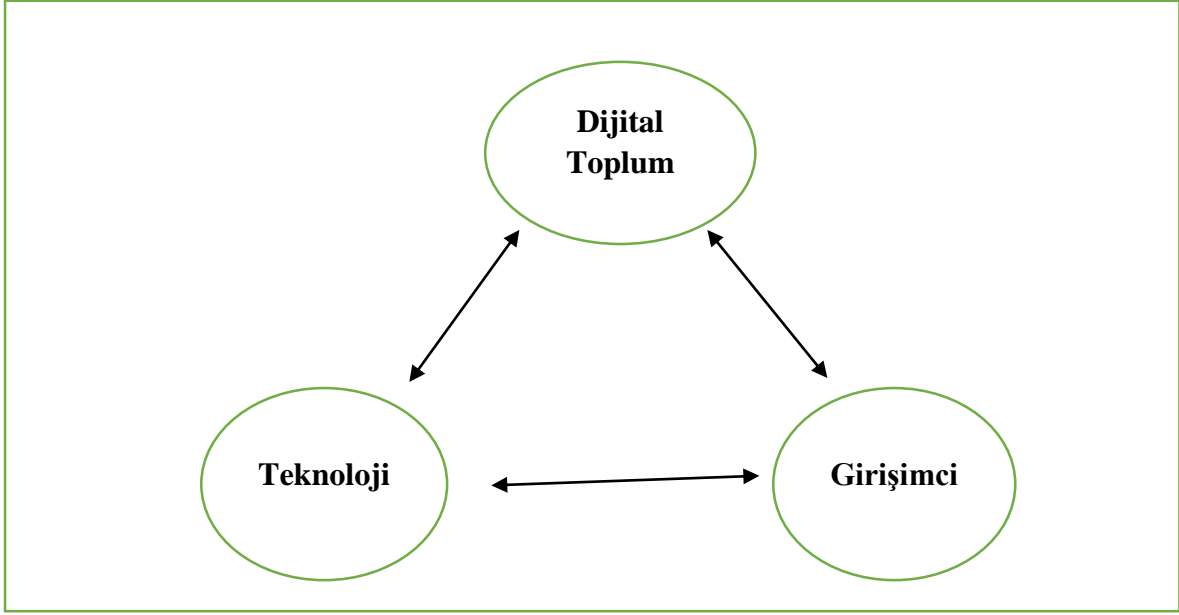
Dünya’da ve Türkiye’de son yıllarda ekogirişimcilik ile birçok uygulama göze çarpmaktadır. Artan rekabet koşullarında, şirketlerin rakiplerine göre daha avantajlı olmalarını sağlayacak etkenlerden bir tanesi de çevreye karşı duyarlı faaliyetler sergilemelerinden geçmektedir.

2.6. Dijital Girişimcilik (E-Girişimcilik)

Ekonomide yeni yapılanma ile teknolojinin sürekli ve hızlı bir şekilde gelişimi, elektronik bilgi ve ticaret ağlarına dayalı yenilikçi kavramların gelişimi bir takım avantajları beraberinde getirmiştir. Gelişen bu bilgi ağlarından daha çok faydalanmak için yeni kurulacak işletmeler e-girişimcilik kavramını dikkate almaya başlamışlardır. Bu bağlamda e-girişimcilik kavramı literatüre dahil edilmiştir. E-girişimcilik, yeni bir yenilikçi iş düşüncesi ile yeni ekonomide iş teşebbüsünü ifade etmektedir. Diğer bir ifadeyle mevcut bir bilgi akışının olduğu ağ ya da internet üzerindeki platformu kullanarak, ürün ya da hizmetleri tamamen elektronik ortamda değer oluşturarak sunmaları anlamına gelmektedir (İşeri ve diğerleri, 2011: 15). Ürünlerin hizmete sunulduğu ortamın sanal yani dijital olması sebebiyle bu girişimcilik türüne dijital girişimcilik de denilmektedir.

Zaman ve mekan kısıtlılığının tamamen ortadan kalktığı, girişimcinin potansiyel yatırımcılarına ve müşterilerine ulaşmasının kolay olduğu dijital dünya, günümüzde birçok girişimci adayının rekabet edeceği ve birbirlerine karşı üstünlük kurma yarışına gireceği bir yer halini almıştır. Bu sahnede binlerce girişim, daha kurulma aşamasına gelmeden rekabete yenik düşerek hayata veda etmektedir. Ancak bu alanda faaliyete geçenlerin bir kısmı yaşamlarını devam ettirerek, bu alanda hizmet edimlerini yerine getirmektedir (Erdal ve Karşu, 2013: 2).

Şekil 1: Elektronik Ticaretin Üç Boyutu



Kaynak: Koçak, 2009: 387

Dijital bir toplum ortaya çıkarabilmek için girişimci adaylarının yüksek teknoloji ile buluşturulması gerekmektedir. Bunun sonucunda girişimciler, teknolojiyi kullanarak birer dijital girişimci olabileceklerdir.

Dijital girişimciliğin diğer girişimcilik türlerinden ayrılan yönleri şu şekilde ifade edilebilir (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2013: 19):

1. Düşük başlangıç sermaye gereksinimi,
2. Düşük işletme giderleri,
3. Geniş pazarlara ve hedeflenen kitlelere erişim olanağının sağlanması.

Bu faktörler sonucunda dijital girişimciler, diğer alanda faaliyet gösteren girişimcilere nazaran çok daha hızlı işlem yapmakta ve daha az sermaye ile büyüme fırsatı elde etmektedirler. Ulaşmak istedikleri kitlelere internet ortamından çok daha kolay ve az maliyetle ulaşan dijital girişimciler bu avantajları sayesinde sektörde hızla büyüebilmekte ve rekabet edilebilirlik düzeylerinin üst seviyelere çıkarabilmektedirler.

Dijital girişimcinin girişimcilere sağladığı bir takım avantajlar vardır. Bu avantajlar şu şekilde ifade edilebilir (Bakırtaş ve Tekinşen, 2006: 135):

1. Girişimcilerin kurdukları şletmelerinin genel maliyetlerinin daha düşük olmasını sağlar.
2. Doğrudan alıcılara ulaşma fırsatının olması sonucunda aracılık maliyetleri de sıfıra indirilmektedir.
3. 24 saat hizmet verebilme özelliği ile müşterilerin istedikleri saatte alışveriş yapmalarına imkan sağlamaktadır.
4. Ulaşım kolaylığı nedeniyle müşteri sayısını artırmaktadır.
5. Ara hizmetlere harcanan zaman ve bunlardan kaynaklanan hatalar sıfıra indirilmektedir.
6. Müşteriyi izlemek kolay olduğundan, müşteri analizleri kolaylıkla yapılabilmekte ve bunun sonucunda müşterinin isteklerine göre hareket edilebilmektedir.
7. Her bilgi elektronik ortamda kayıtlı olduğu için stoklar hakkında rahatlıkla bilgi edinilebilmektedir.
8. Müşterileri çeşitli görsel efektlerle etkilemenin kolaylığı da bir başka avantajdır.

Dijital girişimciliğin çeşitli avantajlarına rağmen, internetsiz bir kitleye ulaşmanın imkansız olması ve değişen piyasa koşullarına verilebilecek reaksiyonda geç kalınması gibi bir takım dezavantajları da bulunmaktadır. Bu dezavantajlarla beraber, hitap edilecek kitle de çok önemlidir. Ayrıca hizmete sunulacak ürün de dijital ortamda reklamının kolay yapılacağı bir ürün olmalıdır.

2.6.1. Türkiye’de Dijital Girişimcilik

Türkiye, 78 milyon nüfusu ve 35 milyon internet kullanıcı ile çoğu Avrupa ülkesinden daha yüksek bir kullanıcı sayısı ve potansiyeline sahip olmakla birlikte, kullanıcı sayısının nüfusuna oranı ve oluşturduğu ticaret hacmi bakımından bu potansiyelinin oldukça gerisinde kalmıştır. Bu durumun en önemli nedenleri arasında algı sorunu ve altyapı eksikliği yatmaktadır. Algı sorunu olarak, müşterilerin e-ticareti yeterince iyi bilmemesi ve e-ticarete duydukları önyargı yatarken; altyapı eksikliğinde ise e-ticaretin gerçekleşmesi için gerekli teknolojik, mevzuat, finansman altyapısı gibi konularda meydana gelen aksaklıklar sayılabilmektedir (Afra, 2014: 105). Ancak Türkiye, önümüzdeki yıllarda bu sıralamada

daha yükseklerle çıkma potansiyelini taşımaktadır. Gelişen teknolojik altyapı ve eğitim seviyesinin artması, bilinçli internet kullanıcılarının sayısını da arttıracaktır.

Türkiye’de yaklaşık 12.000 tane e-ticaret sitesi faaliyet göstermektedir. Birçok işletme, satışlarını internet üzerinden online olarak yapmaya başlamıştır. Şirketlerin online satış yapmalarındaki temel hedefleri, daha fazla tüketiciye ulaşmak ve satış hacmini arttırabilmektir. Bu sayı, son yıllarda internet kullanıcılarının artmasına paralel olarak artış trendi göstermektedir (Sezgin, 2013: 5-7). Online hizmetlerin kullanılmasının artması ve bireylerin dijital girişimcilik faaliyetlerinden yararlanma istekleri girişimci adaylarını cesaretlendirerek bu alanda yatırım yapmalarını sağlamaktadır.

Tablo 8: E-Ticaret ve İnternet Kullanımının Türkiye ve Dünyadaki Durumu

İnternet ve E-Ticaretin Durumu	Kişi Sayısı
Dünyadaki internet kullanıcısı sayısı	2 milyar kişi
2010 yılında E-Ticaretin Türkiye’deki hacmi	15 milyar dolar
Türkiye’de internet kullanıcısı sayısı	35 milyon kişi
Türkiye’de 3G hizmeti ile interneti kullanan kişi sayısı	1.1 milyon kişi
Türkiye’de geniş bant internet abonesi sayısı	8.1 milyon kişi
Dünya’da 3G abone sayısı	16.6 milyon kişi
Dünya’nın en büyük online pazarı olan Çin’deki E-Ticaret hacmi	39.9 milyar dolar

Kaynak: Marangoz, 2011: 190

2.6.2. Dünya’da ve Türkiye’de Dijital Girişimcilik Örnekleri

Girişimciler, piyasalara sundukları iyi ürün ve hizmet düşüncesi ile dünyayı değiştirmek için çalışmaktadırlar. Microsoft’un sahibi Bill Gates, herhangi bir ürün icat etmemesine rağmen, icat ettiği işletim sistemleri sayesinde tüm dünyada birçok faaliyet gerçekleştirilmektedir. Gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkelerde, e-ticaret imkanlarını bir fırsat olarak değerlendirerek çok düşük sermayelerle başlangıç yapıp daha sonra dünya çapında tanınan firmalar mevcuttur. ABD’de bu tür kurulum aşaması yaşamış birçok firma bulunmaktadır (Koçak, 2009: 389-390). Bunlardan bazıları ise şu şekildedir;

1. American Online
2. eBay

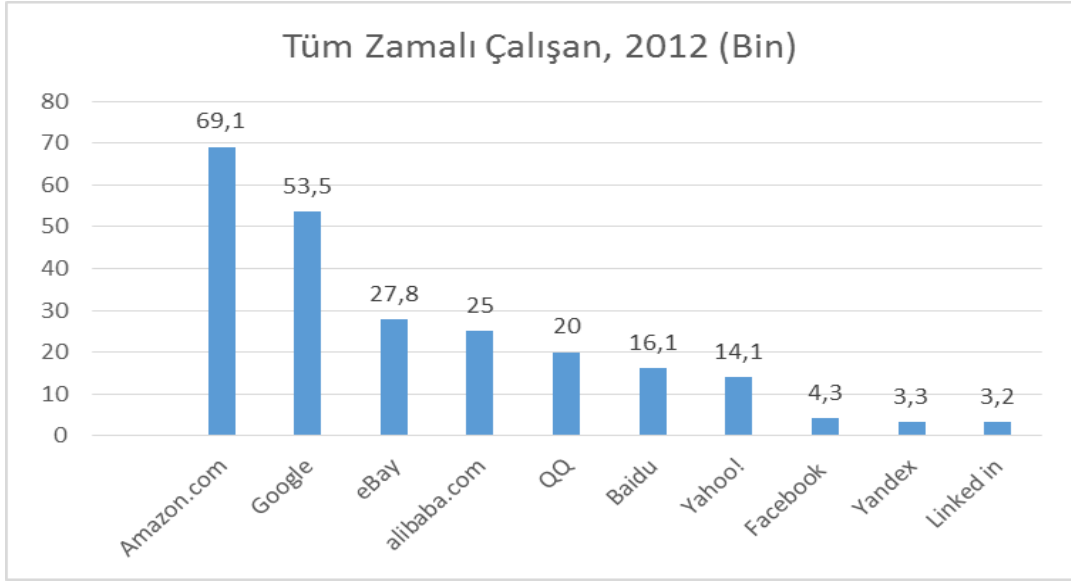
3. Amazon
4. Dell Computer

Amerikan ekonomisine katkı sağlayan bu Şirketlerin hepsinin kuruluş aşamasında değişik hikâyeleri bulunmaktadır. Sonuç olarak, günümüzde çok büyük bir sermayeye sahip olmuşlardır. Yukarıda sayılan Şirketler Amerika’da dijital girişimciliği yerine getiren Őirketlerden bazılarıdır. Dünyada bu tür örnekler mevcuttur.

Grafik 5’te, dünya çapında büyük internet girişimciliği olarak nitelendirilen girişimlerin ortaya çıkardıkları istihdam görölmektedir. Örneğin, Amazon.com’un yaklaşık 70 bin kiŐiye, Google’nin ise yaklaşık 53 bin kiŐiye istihdam sağladığı görölmektedir.

Bu Şirketlerin gelirleri incelendiğinde de girişimcilik alanındaki önemleri daha rahat anlaşölmaktadır. Örneğin, dünyanın önde gelen e-ticaret Şirketlerinden birisi olan Alibaba adlı Şirket 2013 yılı verilerine göre yaklaşık 248 milyar dolarlık bir gelir elde etmiştir. Bir önceki yıla göre aktif kullanıcı sayısı %44 oranında artarak 231 milyon kiŐiye ulaşan Alibaba, 19 Eylül 2014 tarihinde halka açılmış, 21,8 milyar dolar ile ABD tarihinin en büyük halka arzını gerçekleŐtirmiş, Şirket hisseleri “baba” kodu ile New York Menkul Kıymetler Borsası’nda satışa çıkmış ve hisse değerleri açılıŐın ilk günü %38 oranında artarak halka arz rekoru kırmıştır (Şahbaz ve diğerleri, 2014: 6).

Grafik 5: Büyük İnternet Girişimleri ve Oluşturdukları İstihdam



Kaynak: T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2013: 26

Türkiye’de de e-girişimcilik konusunda başarı hikayeleri olan bireyler ve şirketler bulunmaktadır. Örneğin sahibinden.com bunlardan biridir. Capital Dergisinin 2014 yılında 15’incisini düzenlediği “Türkiye’nin En Beğenilen Şirketleri” araştırmasında “E-Ticaret” kategorisinde “En Beğenilen Şirket” sahibinden.com seçilmiştir. 30 milyonu aşan ziyaretçisi ile Türkiye’de en çok ziyaret edilen e-ticaret sitesi sahibinden.com büyüme eğilimini sürdürmektedir (www.sahibinden.com).

Bir diğer örnek, inşaat mühendisi Serkan Hondur’un şantiyelerde zorlandığını anlayıp arkadaşlarının ısrarı ile e-ticarete atılması sonucu kurduğu online oyuncak alışveriş sitesi oyuncakdenizi.com’dur. Bu şirket 2009 yılından beri dijital platformda hizmet vermektedir (Erman 2012: 46).

Bir başka örnek de Tolga Tatari ve Ahmet Sarı’nın kurucuları olduğu Markafoni’dir. Avrupa ve Amerika’da milyonlarca kişinin yaşadığı kapalı devre alışveriş deneyimini Markafoni ile Türkiye’ye taşıyan bu iki internet girişimcisi, sermayelerini her geçen gün arttırmaktadır (www.işplaniornekleri.org).

Yemeksepeti.com’un kurucusu Nevzat Aydın da dijital girişimcilik konusunda örnek teşkil edebilecek bir çalışma ortaya koymuştur. Nevzat Aydın, internetten yemek siparişlerinin verilebileceği ve bununla ilgili bir ağın oluşturulabileceğini düşünerek

yemeksepeti.com sitesini, 2001 yılında 80 bin dolar sermaye ile kurmuştur. Günümüzde yemek sepetinin işlem hacmi 80 milyon dolara ulaşmakta ve 13 ilde hizmet vermektedir (www.business.eu).

Dijital girişimciliğin son yıllarda gelişme göstermesinin en önemli etkenlerinden birisi olarak dijital girişimcilik alanına verilen destekler görülmektedir. Melek yatırımcı ağlarının yaptığı yatırımlar genellikle e-ticaret şirketlerinin çalışma alanlarında görülmektedir. 2014 yılı Ekim ayı itibari ile toplamda 81 tane bireysel katılım yatırımcısı tarafından desteklenen projelerin 50 tanesi e-ticaretle uğraşan şirketlere verilmektedir. Diğer bir ifadeyle desteklerin %61,72'si e-ticaretle uğraşan şirketlere sunulmuştur (T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı: 2014).

Dijital girişimciliğin Türkiye'de henüz yeni bir kavram olduğu düşünüldüğünde, gelişme ile beraber bu tür başarılı e-ticaret girişimciliği örneklerinin artacağı düşünülmektedir. Verilen bu örneklere benzer birçok e-girişimci çalışmalarını sürdürmekte ve günden güne cirolarını ve işlem hacimlerini arttırmaktadır.

2.7. Göçmen Girişimciliği

Göç, insanların tarihin her döneminde karşılaştığı ve kişilerin kaderini etkileyen en önemli sosyolojik olgulardan bir tanesidir. İnsanlar için bazen bir zorunluluk, bazen yeni ve daha mutlu bir yaşam biçimi için bir çıkış yolu olarak görülen göç olgusu, girişimcilik bağlamında farklı yönleri ile ele alınması gereken bir konu özelliği taşımaktadır (Taş ve Çiftçi, 2009: 376).

Göçmen girişimcilik konusu yeni bir olgu değildir. Göçmen girişimcilik konusu hakkında ilk çalışmalar Amerika'da yapılmıştır. Amerika'da 1880'den beri göçmenlerin küçük işlerde çalıştığı literatür araştırmalarında ortaya konulmuştur. Avrupa'da ise göçmen girişimcilik olgusu yine bu yüzyılın sonlarına doğru oluşmuştur. İlk başlarda göçmenler, hiçbir yetenek gerektirmeyen geçici iş gücü olarak geldikleri iş ve alanlarda, zamanla çoğalmaya ve buldukları yerlere yerleşmeye başladıklarında etnik girişimcilik faaliyetleri yavaş yavaş gelişmeye başlamıştır (Çesteneçi, 2012: 28-29). Göçmen girişimcilerin çoğalmasıyla birlikte girişimcilik faaliyetleri hız kazanmış ve göçmen girişimciler buldukları ülke ekonomisine katkı vermeye başlamışlardır.

Göç çeşitli şekillerle meydana gelebilmekle birlikte, genel itibari ile emek veya beyin göçü şeklinde ortaya çıkmaktadır. Göç hareketlerinin özünde yer alan tip emek göçüdür. Küresel ekonomik eşitsizliklerin oluşması sebebiyle işgücü arz ve talebinin sadece ulusal sınırlar içinde değil, aynı zamanda uluslararası arenada belirlenmektedir. Küreselleşme ile birlikte göç hareketleri yoğunlaşmakta ve işgücüne uygun yer olarak belirlenen ülkelere hareket edilmektedir. Bunun sonucunda, bazı ülkeler göç veren ülke konumunda yer alırken, bazı ülkelerde göç alan ülke sınıflaması içinde yer almaktadır. Ancak ülkelerin genellikle kabul ettiği göç şekli ise vasıflı beyinlerin faaliyetlerini sürdürmek için yaptıkları göçlerdir. Bu tür göçlerin yönü olmak isteyen ülkeler vasıflı bireylerin göç hareketlerinin merkezi olmak için iş kurulması ve finansmanı için destek faaliyetlerini de sürdürmektedir (Toksöz ve diğerleri, 2012: 11). Göçmen girişimciliği hakkında yeterli bir seviyeye gelememiş ülkeler, bu durum sonucunda beyin göçüne engel olamamakta ve kendi ülke ekonomilerine katkı yapacak bireyleri kaçırmaktadırlar. Genellikle Amerika ve Avrupa ülkeleri, göçmen girişimciler hakkında destek faaliyetlerini genişleterek bu göçlerin odak merkezine gelmek istemektedirler.

Göçmen kökenli girişimcilerin bir takım özellikleri mevcuttur. Bu özellikler şu şekilde sıralanmaktadır (Kristof ve diğerleri, 2004: 7):

1. İki farklı kültür arasında pazara hitap ederler.
2. Sektörlerde, servislerde ve ürünlerde farklılık ortaya koyarlar.
3. Buldukları şehirlerin sosyal ve ekonomik yapısına katkıda bulunurlar.
4. Hayat kalitesinin artmasına destek olurlar.
5. Dünya ekonomisinin giderek karmaşıklaşan yapısı içerisinde bir köprü görevi üstlenirler.
6. Farklı ülkelerde iş hayatını devam ettiren, diğer işletmelerle ilişkilerini sürdürerek kültürel ve politik araçların iyileşmesine katkıda bulunurlar.

2.7.1. Türk Göçmen Girişimciliği

Türk kökenli girişimciler, 1990 yılında Almanya'da kendi işletmelerini kurma yönünde bir dinamik geliştirmişlerdir. Serbest çalışmayı bağımlı çalışmaya alternatif olarak düşünmeyen Türk girişimciler, faaliyetlerini bağımsız bir şekilde sürdürmeye başlamışlardır

(Şen ve diğeri, 2008: 412). 2013 yılında, resmi kayıtlarda 1,9 milyon Türkiye kökenli kişi Almanya’da yaşamaktadır. Alman vatandaşlığını taşıyan Türklerle bu sayı 3 milyona yaklaşmaktadır. Almanya’da Türkiye kökenli girişimcilerin 78 bini aşan işletmesi mevcuttur ve Türk göçmen girişimciler 125 ayrı dalda faaliyet göstermektedir. Türk göçmen girişimcilerin faaliyette bulunduğu 78 bini aşan firmalarda yaklaşık 350 bin kişi çalışmaktadır. Bu firmaların yıllık ciroları ise yaklaşık 35 milyar Euro civarında seyir etmektedir (www.hsbc.com.tr).

Türk göçmen girişimcilerin yabancı ülkelerde kurdukları şirketler Türkiye’nin dış ticaretini de güçlendirmektedir. Türk ekonomisinin, gıda ve geleneksel otomobil yapımı, tekstil, hazır giyim veya kitlesel bilişim gibi son dönemlerde önem kazanan alanlarda büyük bir ihracat başarısı sağlanmasında diğeri nedenlerin yanında yurtdışındaki Türklerin etkisi söz konusu olmaktadır (Özmen, 2013: 205-206). Yurtdışındaki Türk girişimciler sayesinde ülkemize döviz girişi de sağlanmaktadır. Bu nedenle göçmen girişimcileri kaybetmemek veya geri dönmelerini sağlamak için ülkemizde son dönemlerde girişimcileri destekleme politikaları hayata geçirilmektedir. Türk işçilerin Türkiye’ye gönderdikleri birikimler Türkiye’nin dış ticaret açığını kapatan çok önemli bir unsur olmuştur (Kaya, TY: 157).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. MESLEK LİSESİ ÖĞRENCİLERİNİN GİRİŞİMCİLİK ÖZELLİKLERİNİN BELİRLENMESİNE YÖNELİK LİTERATÜR İNCELEMESİ

Bu bölümde öncelikle girişimci kişilik özellikleri belirlenmeye çalışılmıştır. Genel itibari ile literatürde girişimcilik özelliklerinde ortak kavramlar oluşturulmuştur. Daha sonra ise girişimcilik özelliklerinin belirlenmesine yönelik literatür çalışması yapılmıştır. Lise öğrencilerinin girişimcilik özelliklerinin belirlenmesine yönelik çalışmaların sınırlı olması nedeniyle literatür çalışmasında üniversite öğrencilerinin girişimcilik özelliklerinin belirlenmesi yönelik yapılmış çalışmalara da yer verilmiştir.

3.1. Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesi

Girişimcilik üzerine yapılan çalışmalar incelendiğinde, girişimci olmayı belirleyen faktörlerin literatürde üç yaklaşım altında incelendiği görülmektedir. Bu yaklaşımlar; bireysel, çevresel ve firma yaklaşımlarıdır. Çevresel yaklaşım girişimciliğin çevrenin etkisi ile oluştuğu yaklaşım biçimidir. Firma yaklaşımı ise girişimcilik faaliyetlerinin işletme düzeyinde yapıldığı yaklaşım biçimidir. Bireysel yaklaşım; girişimciliği daha çok bireyin demografik ve psikolojik özelliklerinin belirlediğini ileri sürmektedir. Demografik özellikler ise girişimciliği yaş, cinsiyet, eğitim durumu, medeni durum, ailede aile de girişimci olması ve ailenin gelir durumuna göre açıklamaktadır. Girişimciliğin belirlenmesinde etkili olan ikinci faktörün ise psikolojik faktörler olduğu görülmektedir (Korkmaz, 2012: 212). Bu faktörler; risk alma, bağımsızlık isteği, başarıya ihtiyacı, yenilikçilik ve kendine güven gibi faktörlerden oluşmaktadır.

Bu çalışmada meslek lisesi son sınıf öğrencilerinin girişimcilik eğilimini ölçerken dikkate alınacak kriterlerden birincisi risk alma eğilimidir.

3.1.1. Risk Alma

Risk alma eğilimi denildiğinde çalışmada kastedilen öğrencinin bir iş kurması olduğundan, yatırım ve iş yönetme riski ele alınmaktadır. Pek çok yatırım kararlarında risk alma eğilimi temel faktör olarak dikkate alınmaktadır. Girişimcilerin farklı olaylarda değişen risk eğilimi seviyeleri girişimcilerin risk algısının farklılıklarından kaynaklanmaktadır. Risk alma davranışını ölçmek için aslında hangi risk türünün incelendiğine, ayrıca açıklık getirmek gerekmektedir (Avşar, 2007: 12). Girişimci, riskle karşılaşabileceği halde, fırsatları değerlendirerek, belirsizlik altında büyüme ve kara ulaşma amacıyla, sermaye ihtiyacını karşılayabilmek için gerekli kaynakları toplayarak, yeni iş ya da işletme oluşturan kişidir (Özkan ve diğerleri, 2003: 147).

3.1.2. Bağımsızlık İsteği

Bağımsızlık, kişilerin önemli kararları vermede ve fırsatların peşine düşmede bağımsız olarak hareket etme serbestliğidir. Bağımsız olan bir kişi bir düşünceyi ya da vizyonu ortaya koymada ve uygulamada serbest olarak hareket edebilmektedir. Genel olarak fırsatları kovalamada kendi kendini yönlendirme anlamı taşıyan bağımsızlık kavramı, dar anlamda, iş tasarımı çerçevesinde iş özelliğinin ve iş metotlarının seçilmesi ile iş programı üzerindeki kişisel kontrol derecesini göstermektedir (Özdemir, 2013: 619).

Birçok kişi başkalarına bağımlı çalışmak istememektedir. Kişinin kendi adına işletme kurup çalıştırmak isteği özgür çalışma isteğinden kaynaklanmaktadır. Aynı zamanda bağımsız çalışma isteği sonucunda kurulan işletmede çalışan işçilere liderlik yapabilmek de bağımsızlık isteği ile girişim faaliyetlerinde bulunma düşüncesini desteklemektedir (Bozkurt, 2011: 16).

3.1.3. Başarma İhtiyacı

Başarma ihtiyacı teorisi, başarma ihtiyaçlarının girişimcilik davranışlarını etkileyen önemli bir faktör olduğunu ileri sürmektedir. Başarma ihtiyacının; insanları girişimciliğe sevk etme, kontrollü riskleri üstlenme, problem çözme becerisini geliştirme ve amaçların belirlenmesinde katkıda bulunma gibi avantajları bulunmaktadır (Korkmaz, 2012: 212).

Herhangi bir işin başarılı bir şekilde sonuçlandırılması için temel belirleyicilerden biri olan başarma ihtiyacı, aynı zamanda toplumların ekonomik gelişmelerinin

sağlanmasında önemli bir motivasyon aracı olma özelliğine de sahiptir. Başarma ihtiyacı, her tür insan davranışının gerisinde yatan psikolojik bir güç ve girişimcilik davranışını uzun soluklu olarak etkileyen bir faktördür (Ören ve Biçkes, 2011: 73-74).

3.1.4. Yenilikçilik

Yenilik eğilimi, yeni ürünler, yeni metotlar ortaya çıkarma, yeni pazarlara girme, yeni bir organizasyon yapısı kurma ve tüm bunlara yönelik bir irade ortaya koymayı içeren eğilimdir. Girişimci, yenilik yoluyla değişimleri ortaya çıkarmakta, farkındalık oluşturmakta ve bunun sonucunda da başarıya ulaşmaktadır (Solmaz ve diğerleri, 2014: 43).

Girişimciler değişimi ortaya çıkartan ve yöneten kişilerdir. Yenilik yaparak, girişimciler sürekli fırsatları yakalayıp kavrama yeteneğini sergilemektedirler. Girişimciler yenilikçiliği yeni zenginlik üretici kaynaklar keşfetme ve mevcut kaynaklara ilave zenginlik dahil etmekte kullanmaktadır (Güney ve Nurmakhmatuly, 2007: 67).

3.1.5. Kendine Güven

Girişimci genel olarak kendi işini kuran ve devam ettiren, bunun yanında risk alabilen kişi olarak kabul edilmektedir. Kendine güven; risk eğilimi, bağımsızlık isteği, başarma ihtiyacı ve yenilikçilik gibi psikolojik özelliklerden birini oluşturmaktadır. Başarılı girişimcinin en önemli özelliklerinden birisi de bir amacı gerçekleştirmek için kendine güvenmesidir. Girişimcilerin kendilerine olan güvenleri işlerine olan ilgi ve uzmanlık ile beraber artış göstermektedir (Korkmaz, 2012: 213).

Girişimcilik özelliklerinin belirlenmesinde etkili olan psikolojik faktörlerin hepsinin önemi yüksektir. Bu beş faktör ile beraber girişimcilik eğilimleri hakkında daha sağlıklı analizler yapılmakta ve bu analizler gerçeğe uygun şekilde yorumlanmaktadır.

3.2. Literatür İncelemesi

Girişimcilik ve girişimcilik özelliklerinin belirlenmesi ile ilgili literatürde birçok çalışma yer almaktadır. Çalışmada öncelikle üniversitelerde girişimcilik özelliklerinin belirlenmesi üzerine yapılmış çalışmalara yer verilmiştir. Daha sonra da lise öğrencilerinin girişimcilik özelliklerinin belirlenmesi üzerine yapılmış literatür çalışmaları ele alınmıştır.

Meslek lisesi öğrencilerinin girişimcilik özelliklerinin belirlenmesi üzerine yapılmış çalışma sayısı çok sınırlıdır.

Girişimcilik konusu üzerine yapılmış yerli literatür çalışmalarının yeterli olması nedeniyle sadece yerli kaynaklar dikkate alınmıştır.

Arslan (2002) çalışmasında, Haliç Üniversitesi öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerinin oluşmasında ve mesleki tercihlerinde fiziksel, sosyal ve ekonomik çevrenin rolünü araştırmıştır. Bu kapsamda ayrıntılı bir anket çalışması yapılmış ve değerlendirmeye alınmıştır. Sonuç olarak ise erkek öğrencilerin kendi işini kurma fikrine daha çok önem verdikleri belirlenmiştir. Gelir seviyesi ile girişimcilik ruhu arasında pozitif bir ilişkinin olduğu da çalışmada bulunan bir başka sonuçtur. Son olarak da girişimcilik eğiliminin, babanın kendi işinde bağımsız çalışması veya sabit bir ücretle çalışması ile yakından bir ilişkisinin olmadığı bulgusu elde edilmiştir.

Duygulu (2008) çalışmasında, girişimcilik yönünü etkileyen faktörlerin neler olduğunu açıklamaya çalışmıştır. Duygulu, çalışmasında yenilikçiliğin girişimcilik konusundaki önemine değinmiş ve kurumsal faktörlerde girişimciliğin ne derece önem arz ettiğini göstermeye çalışmıştır. Bu yüzden ilk önce kurumsal profiller ve girişimcilik özelliklerini tanımlamıştır. Kurumsal profilleri belirlemek için Kostava'nın 1997 yılında yaptığı çalışmada dikkate aldığı bilişsel, düzenleyici ve normatif boyutlar göz önüne almıştır. Girişimcilik özelliklerinin belirlenmesi için potansiyel girişimci olarak seçilen 170 yüksek lisans öğrencisi araştırmaya dahil edilmiştir. Kullanılan anket örneği için Bateman ve Crant'ın 1993 yılında kullandığı anket çalışmasından yararlanmıştır. Yapılan analizler sonucunda girişimci adaylarının bilgi, beceri, tutum ve girişimcilik faaliyetleri için olması gereken özelliklerini geliştirmeleri gerektiği sonucuna ulaşmıştır.

Karabulut (2009) çalışmasında, İstanbul'da faaliyet gösteren bir vakıf üniversitesinde, işletme alanında lisans eğitimi alan 164 öğrenci üzerinde bir çalışma gerçekleştirmiştir. Çalışma, yenilikçilik, strese tahammül ve girişimcilik motivasyonu özelliklerinin, işletme alanında lisans eğitimine devam eden üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimleri üzerindeki etkilerini belirlemeye yönelik öncü çalışma olması dolayısıyla önemli bir çalışma niteliği taşımaktadır. Yapılan araştırmanın sonuçlarına göre, öğrencilerinin çoğunun girişimcilik eğitimlerini almalarına rağmen yeni bir işte çalışmaya

istekli olmadıkları, kendi işini kurmak için bir çalışma göstermediği ve mezun olduktan sonra girişimci bir nitelik taşımak istemediği sonucuna ulaşmıştır.

Patır ve Karahan (2010) çalışmalarında, potansiyel girişimcileri belirlemek ve girişimci adaylarının piyasada aktif olarak rol almalarını sağlamak, girişimcilik eğitiminin sorunlarını tespit edip çözüm önerileri geliştirebilmek için, öncelikle üniversite öğrencilerinin girişimcilik profillerinin belirlenmesine ihtiyaç duymuşlardır. Bu bağlamda üniversite öğrencileri arasında bir anket çalışması yapmışlardır. Çalışma sonucunda üniversite öğrencilerinin girişimcilik altyapılarının yeterli düzeyde olduğu, girişimcilik eğitimi alanların kendi iş yerini kurmaya daha yatkın olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

İbicioğlu ve diğerleri (2010) çalışmalarında, girişimcilik eğitimi alan ve almayan öğrencilerin eğilimlerinin karşılaştırılarak, girişimcilik eğiliminin girişimcilere etkisini ölçmeye çalışmışlardır. Bu doğrultuda Süleyman Demirel Üniversitesi İşletme bölümü öğrencilerinin ve girişimcilik eğitimi almayan Fen Edebiyat Fakültesi (FEF) öğrencilerinin gelecekteki muhtemel meslekleri ve buna bağlı olarak iş bekleyen mi yoksa iş üreten mi konumunda olduklarını yani girişimci bir ruha sahip olup olmadıklarını ölçmeye çalışmışlardır. Bu özellikleri saptamak için anket formu hazırlanarak örnek kitleye uygulanmıştır. Genel itibari ile çalışma sonucunda elde edilen bulgulara göre girişimcilik dersi veya eğitimi alan öğrencilerin girişimcilik ruhunu taşıdıkları ancak böyle bir eğitim almayan öğrencilerin ise girişimcilik fikrine pek sıcak bakmadıkları sonucuna varmışlardır.

İşcan ve Kaygın (2011) çalışmalarında, Kafkas Üniversitesi ve Kırıkkale Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi son sınıf öğrencilerinde anket çalışması yapmışlardır. Daha sonra ise öğrencilerin karşılaştırmalı olarak girişimcilik eğilimlerini belirlemeye çalışmışlardır. Yapılan çalışma sonucunda ortaya çıkan sonuçlara göre, Kars'taki öğrencilerin %31,7 oranla daha fazla girişimcilik faaliyetinde bulunmaya eğilimli oldukları görülmüştür. Araştırmadan hem Kars'taki hem de Kırıkkale'deki öğrencilerin büyük bir çoğunluğunun kamu sektöründe çalışmayı arzulamakta oldukları ve öğrencilerin büyük çoğunluğunun bir iş fikrine sahip olmadıkları sonucu elde edilmiştir.

Ören ve Biçkes (2011) çalışmalarında, girişimciliğin kişilik özellikleri ile ilgili olup olmadığını ve diğer faktörlerin boyutunun ne ölçüde olduğunu sorgulamışlardır. Bu araştırma için uygulanan anket çalışması, girişimciliğin kişilik ile bağlantısının boyutunu göstermeyi hedefleyen bir ampirik çalışma olarak oluşturulmuştur. Nevşehir Üniversitesi

Meslek Yüksekokulu 2. sınıf öğrencileri üzerinde yapılan araştırmanın sonuçlarına göre, kişilik özellikleri ile girişimcilik potansiyeli arasında bir ilişkinin söz konusu olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Bilge ve Bal (2011) Celal Bayar Üniversitesi lisans ve ön lisans öğrencilerinin girişimcilik konusunda ilgi seviyelerini ve yeterliliklerini belirlemek için bir araştırma yapmışlardır. Araştırmada açıklayıcı faktör analizi sonucunda risk alma, fırsatları değerlendirme, liderlik yönü, gelecek odaklı, kararlılık ve dış etkenlere karşı bireysel güç olarak altı boyut oluşturulmuştur. Yapılan çalışmanın sonucunda cinsiyetin, girişimciliğin alt boyutları üzerinde anlamlı etkisi bulunamamıştır. Buna rağmen okulların, girişimciliğin alt boyutları üzerindeki etkisi sadece “gelecek odaklı” ve “liderlik yönlü” alt boyutlar açısından anlamlı bulunmuştur.

Tekin ve Arslan (2011) çalışmalarında, Selçuk Üniversitesi Akşehir Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin girişimcilik özelliklerinin belirlenmesini amaçlamışlardır. Bu çalışma ile birlikte meslek yüksekokulu öğrencilerinin girişimcilik özellikleri ortaya çıkartılarak öneriler sunulmuştur. Farklı bölümlerden toplam 125 kişilik örneklem büyüklüğüne ulaşılmış ve anket soruları hazırlanarak bu örneklem üzerine uygulanmıştır. Yapılan çalışma sonucunda girişimci olmak isteyenlere devlet tarafından destekler sunulması, bankalar tarafından verilen kredilerin faiz oranlarının düşürülmesi ve öğrencilere verilen eğitimin geliştirilmesi gibi öneriler geliştirilmiştir.

Kaya ve diğerleri (2011) çalışmalarında, Atatürk Üniversitesi’nde okuyan, farklı kültür ve ailelerden gelen, farklı değer yargılarına sahip; mühendislik, İİBF ve meslek yüksekokulunun ilgili bölümlerinde okuyan öğrenciler üzerinde bir çalışma yürütmüşlerdir. Bu öğrencilerin ileriki yıllarda bir girişimci olmalarına etki edecek kıstasları ve bu yöndeki eğilimlerini ölçmeye yardımcı olan bir anket formu hazırlamışlar ve bu kitleye uygulamışlardır. Örneklem büyüklüğünün fazla olmasından kaynaklanacak bir takım problemleri sıfıra indirebilmek için son sınıftaki öğrenciler araştırmaya dahil edilmiştir. Farklı bölümlerde okuyan öğrencilerin demografik yapıları dikkate alınarak analizler yapılmış ve analiz sonuçlarına göre öneri ve değerlendirmeler oluşturulmuştur. Araştırma bulgularına göre, girişimcilik için gerekli olan özelliklerden özerklik cinsiyete ve öğrenim şekline göre farklılık gösterirken, fırsatçılık ve kişisel kontrol cinsiyet ve öğrenim şekline göre farklılık göstermemiştir. Araştırmacılara göre araştırma bulguları öğrencilerin girişimci

bir eğilime sahip olduklarını gösterse de öğrencilerin okul hayatı süresince girişimcilik ile ilgili bir ders doğrultusunda girişimci ruhlarının dışı vurulması kolaylaşacaktır. Son olarak araştırmadan girişimcilik ile ilgili programların geliştirilerek uygulanması önerisini de sunmuşlardır.

Korkmaz (2012) çalışmasında, Bülent Ecevit Üniversitesi İşletme Bölümü öğrencilerinin girişimci bir kişiliğe sahip olup olmadıklarını tespit etmek istemiştir. Aynı zamanda girişimcilik eğiliminde etkili olan psikolojik, demografik ve aile faktörlerinin etkilerini belirlemeye çalışmıştır. Yapılan analizler sonucunda öğrencilerin kendilerinde girişimci bir kişilik görmelerinde ve gelecekte iş kurma isteklerinde etkili olan psikolojik, demografik ve aile özellikleri arasında anlamlı ilişkiler bulmuştur. Çalışmanın sonucunda Bülent Ecevit Üniversitesi işletme bölümü öğrencilerinin girişimci bir yapıya sahip olduklarını belirlemiştir.

Kılıç ve diğerleri (2012) çalışmalarında, potansiyel girişimciler olan üniversite öğrencilerinin girişimcilik özelliklerini belirlemeye çalışmışlardır. Bu bağlamda Balıkesir Üniversitesi Bandırma İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü öğrencileri üzerinde bir uygulama yapmışlardır. Anket yöntemi kullanılarak yapılan uygulamanın sonucunda üniversite öğrencilerinin yenilik özellikleri ile cinsiyetleri arasında anlamlı bir farklılık bulamamışlardır. Erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre daha yenilikçi bir yapıya sahip oldukları sonucuna ulaşmışlardır. Öğrencilerin aylık gelirleri ile yenilik, kendine güven, risk alma, dışı açıklık ve başarıya inanma özellikleri arasında anlamlı bir ilişki bulmuşlarken aylık gelir ile fırsatçılık arasında anlamlı bir ilişki sonucu elde edememişlerdir.

Gözek ve Akbay (2012) çalışmalarında, girişimci adaylarının girişimcilik eğilimleri, sahip olması gereken özellikleri, destek alabileceği yerleri ve sorunları belirlemeye çalışmışlardır. Çalışmanın ana kütesini, Şanlıurfa, Diyarbakır ve İzmir illerinde Özelleştirme Sosyal Destek Projesi (ÖSDP) kapsamında yapılan Küçük Ölçekli İş Kurma Danışmanlık Desteği (KÖİDD) programlarına katılan girişimci adayları oluşturmuştur. Çalışma sonucunda girişimci adaylarının kendi işlerini kurabilmek için gerekli özellikleri taşıdıkları ve risk almanın girişimciliğin temeli olduğu ve aynı zamanda katılımcıların çoğunluğunun bir iş fikrine sahip olduklarını tespit etmişlerdir.

Uluyol (2013) çalışmasında, Gölbaşı Meslek Yüksekokulu'nda finansal yönetim ve girişimcilik dersi alan ve almayan öğrencilerin girişimcilik eğilimlerini belirlemeye

çalışmıştır. Öğrencilerin girişimcilik eğilimlerini belirlemek için 36 soruluk bir anket formu hazırlanmış ve bu kapsama giren öğrenci kitlesine uygulanmıştır. Yapılan çalışmanın sonucuna göre, Gölbaşı Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin yüksek düzeyde girişimcilik eğilimine sahip olduğunu belirlemiştir. Ancak finansal yönetim ve girişimcilik derslerini alan ve almayan öğrencilerin girişimcilik eğilimleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmadığı sonucunu elde etmiştir.

Akyüz (2013) çalışmasında, öncelikle üniversite öğrencilerine yönelik girişimcilik eğilimleri ve girişimcilik dersleri üzerine yapılan önceki çalışmaları gözden geçirmiştir. Daha sonra ise yükseköğretim kurumları tarafından KOSGEB girişimcilik destek programı kapsamında ders alan Uşak Üniversitesi öğrencilerinin KOSGEB desteklerine bakış açılarını, girişimcilik eğilimlerini ve girişimcilik özelliklerini anket yöntemi kullanarak değerlendirmiştir.

Keleş (2013) çalışmasında, girişimcilik eğilimini kuşak farkına göre incelemiştir. Araştırma kapsamında İstanbul ilinde ikamet eden farklı kuşaklardan kişilerin girişimcilik eğilimlerini incelemiştir. Örneklem etkinliğini sağlamak için seçilen kişilerin yaş aralıklarının birbirine yakın olmamasına dikkat etmiştir. Oluşturulan anket formunda bileşen olarak başarıya ihtiyacı, bağımsızlık ihtiyacı, yaratıcılık eğilimi, öngörülebilir risk alma eğilimi ve içsel kontrol odaklılık gibi bileşenleri seçmiştir. Analiz sonucunda başarıya ihtiyacı ve içsel kontrol odaklılık bileşenlerinin kuşaklara göre farklılık göstermediğini belirlemiştir. Diğer değişkenlerde ise istatistiksel anlamda farklılığın ortaya çıktığını tespit etmiştir.

Demireli ve diğerleri (2014) üniversitede öğrenim gören ön lisans, lisans, yüksek lisans ve doktora öğrencilerinin girişimcilik özelliklerini belirlemek, farklı öğrenim düzeyindeki öğrencilerin, farklı girişimcilik eğilimine sahip olup olmadıklarını ortaya çıkarmak ve öğrenim düzeylerinin girişimcilik özellikleri üzerindeki etkisini ölçmeye amacıyla bir çalışma yapmışlardır. Bu doğrultuda farklı çalışmaların harmanlanması sonucunda oluşturulan anket formunu uygulamaya koymuşlardır. Yapılan anket formunun analizlere tabi tutulması sonucunda ön lisans ile doktora, ön lisans ile yüksek lisans, lisans ile yüksek lisans, lisans ile doktora öğrencileri arasında anlamlı derecede farklılıkların oluştuğunu belirlemişlerdir.

Solmaz ve diğeri (2014) çalışmalarında, turizm eğitimi alan lisans ve ön lisans öğrencilerinin girişimci kişilik özelliklerinin tespit edilmesini amaçlamışlardır. Bu doğrultuda Sakarya Üniversitesi ve Abant İzzet Baysal Üniversitesi'nde turizm eğitimi alan lisans ve ön lisans öğrencileri üzerinde bir alan araştırması gerçekleştirmişlerdir. Yapılan analizler sonucunda elde edilen bulgular turizm öğrencilerinin girişimci kişilik özelliklerine önemli ölçüde sahip olduklarını göstermiştir. Aynı zamanda girişimci kişilik özellikleri bakımından lisans ve ön lisans öğrencileri arasında anlamlı bir farklılık olduğunu da tespit etmişlerdir.

Tok ve diğeri (2014) Çukurova Üniversitesi ve Adnan Menderes Üniversitesi Ziraat Fakültesi son sınıf öğrencilerinin girişimcilik özellikleri, eğilimleri, alguları ve girişimci tiplerinin belirlemesi amacıyla bir çalışma yapmışlardır. Veri toplama yöntemi olarak anket kullanmışlardır. Araştırma sonucunda katılımcı öğrencilerin büyük bir kısmının mezun olduktan sonra kamu sektöründe çalışmak istedikleri sonucunu elde etmişlerdir. Araştırmacılar bu duruma öğrencilerin girişimcilik konusu hakkında tam bilgiye sahip olmamasına bağlamışlardır. Çalışma sonunda girişimcilik ile ilgili ders alan öğrencilerin %77,8'nin girişimcilik ile ilgili bir kursa katılmak istedikleri, aynı zamanda gerekli desteklerin sağlanması durumunda girişimcilik faaliyetine başlamak isteyenlerin oranını ise %85,2 olarak elde etmişlerdir.

Liselerde eğitim-öğretim gören öğrencilerin girişimcilik özelliklerinin belirlenmesi üzerine yapılan çalışma sayısı çok sınırlıdır.

Akyüz ve diğeri (2006) çalışmalarında, Rize ilinde yer alan lise ve üniversite öğrencilerinin girişimcilik kapasitelerini araştırmışlardır. Toplam 362 öğrenci üzerine yapılan çalışmada öğrencilerin büyük kısmını lise öğrencileri oluşturmuştur. Araştırma sonuçlarına göre, öğrencilerin % 68'i hayata kendi işlerini kurarak atılmak istemektedirler. Araştırmada elde edilen diğer bir sonuca göre, öğrencilerin % 51'i yenilikçi bir düşünceye sahiptir. Yine araştırma sonuçlarına göre Rize ili öğrencileri illeri ve bölgeleri için umut vadeden bir görüntü sergilemektedir. Akyüz ve diğeri (2006) çalışmalarında girişimcilerin önünün daha da açılabilmesi ve genç nüfusun üretim alanına yönlendirilmesi için alternatif yatırım alanlarının devlet tarafından yön gösterilerek sunulması ve gereken desteklerin aksatılmadan verilmesi gerektiğini ifade etmişlerdir.

Kayalar ve diğlerleri (2013) çalışmalarında, Isparta ve Kosova Prizren ilindeki lise son sınıf öğrencilerinin risk alma özelliklerini belirlemeye çalışmışlardır. Araştırmada veri toplam yöntemi olarak her iki il içinde anket formu hazırlanarak uygulanmıştır. Yapılan anket çalışması sonucunda lise öğrencilerinin riskten kaçınan bir tutum içinde oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Prizren’de eğitimine devam eden öğrencilerin daha çok riskten kaçınan bir tutum içinde oldukları gözlemlenmiştir. Araştırmacılar bu duruma kuşkusuz Kosova’nın yeni bağımsızlığını kazanması ve yeni ekonomik sosyal bir oluşumun içinde olmasının etki ettiğini ortaya koymuşlardır.

Parlak (2013) çalışmasında, 2011-2012 eğitim-öğretim yılında İstanbul ili Kadıköy ilçesinde dört büyük dershanedeki üniversiteye hazırlık kursuna devam eden lise son sınıf öğrencisi 448 kişinin girişimci kişilik özellikleriyle, içsel ve sosyal zeka seviyelerini belirlemeye çalışmıştır. Veri toplama aracı olarak Hakan Kuvan tarafından geliştirilen Girişimcilik Özellikleri Ölçeği ve Yüksel Özden’in geliştirdiği Çoklu Zeka Envanteri yöntemini kullanmıştır. Girişimcilik özellikleri ölçeği Hisrich ve Peters’in girişimci özellikleri ölçeği geliştirilerek Hakan Kuvan tarafından oluşturulmuştur. Kuvan bu ölçeği 2007 yılında “Örgün ya da Yaygın Eğitimin Girişimciler Üzerindeki Etkileri: Malatyalı Girişimciler Üzerine Bir Uygulama” isimli uzmanlık çalışmasında kullanmıştır. Çoklu Zeka Envanteri ise öğrencilerin içsel ve sosyal zeka durumlarını saptamak için 2003 yılında Yüksel Özden tarafından geliştirilmiştir. Araştırmanın sonucunda ise girişimcilik özellikleri ile içsel ve sosyal zeka arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4. TRABZON'DAKİ MESLEK LİSESİ ÖĞRENCİLERİNİN GİRİŞİMCİLİK ÖZELLİKLERİNİN BELİRLENMESİNE YÖNELİK ALAN ÇALIŞMASI

4.1. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı,

- Trabzon'daki meslek lisesi öğrencilerinin girişimcilik özelliklerini,
- Farklı meslek liselerde öğrenim gören öğrencilerin girişimcilik özelliklerindeki farklılıkları,
- Cinsiyetin girişimcilik eğilimine etkisini ve
- Kişilik özelliklerinin girişimcilik eğilimine etkisinin olup olmadığını ortaya koymaktır.

Yapılacak analizlerle beraber, elde edilecek bulgular doğrultusunda sınırlı literatüre katkı sağlamak amaçlanmaktadır.

4.2. Çalışmanın Metodolojisi

Aşağıda sıralanan hipotezleri test etmek için 03.10.2014-07.10.2014 tarihleri arasında Trabzon ilinde merkez ilçe Ortahisar'da faaliyette bulunan sekiz meslek lisesinden anketin güvenilirliğini bozmayacak şekilde tesadüfi olarak beş tane meslek lisesi seçilmiştir. Seçilen bu liselerde öğrenim hayatına devam eden son sınıf öğrencilerine daha önceden hazırlanmış anket formu uygulanmıştır. Anket formu toplam iki kısımdan oluşmaktadır. Birinci kısımda ankete katılan öğrencilerin demografik ve kişilik özellikleri ölçülmeye çalışılmıştır. İkinci kısım ise öğrencilerin girişimcilik özelliklerini ölçmeye çalışan sorulardan oluşturulmuştur. Anket formu hazırlanırken daha önceden bu alanda yapılmış çalışmalardan da yararlanılmıştır. Ancak daha önceki çalışmalar dikkate alındığında bu çalışmaların çoğunlukla üniversitede eğitim-öğretim hayatına devam eden ön lisans, lisans, yüksek lisans ve doktora öğrencilerine yönelik yapıldığı görülmüştür. Bu doğrultuda hazırlanacak anket formu meslek lisesi öğrencilerine uygulanacağı için daha basit düzeye

indirgenmesi gerektiği düşüncesiyle yararlanılan kaynaklardan alınan anket formu basitleştirilerek yeni bir anket formu oluşturulmuştur. Sonuçlar ise SPSS 15.0 programı yardımıyla analize tabi tutulmuş ve sonuçların değerlendirilmesi yapılmıştır.

Seçilen meslek liselerinden toplam 600 son sınıf öğrencisine anket uygulaması yapılmıştır. Sağlıklı olarak cevap verilmeyen 75 anket formu araştırma kapsamı dışında tutulmuştur. Toplamda 525 kişinin sağlıklı bir şekilde cevap verdiği anketler araştırma kapsamı içinde yer almıştır.

Meslek liseleri öğrencilerinin aldıkları eğitime paralel olarak verdikleri cevaplar da farklılık gösterebilmektedir.

Araştırmada girişimcilik özelliklerini belirleyen kıstaslar olarak risk eğilimi, bağımsız çalışma isteği, başarıma ihtiyacı, yeniliğin yanında kendine güven dikkate alınmıştır. Aynı zamanda demografik özellikler arasında da meslek lisesi farklılıkları, cinsiyet, ruh hali gibi etkenler incelenmiştir.

4.3. Çalışmanın Hipotezleri

Çalışmada ölçülmeye çalışılan kıstaslar belirlenerek bu kıstaslara göre hipotezler oluşturulmuş ve test edilmiştir. Bu hipotezler ana ve alt hipotezler olarak ayrılmıştır.

H1: Meslek Lisesi öğrencilerinin girişimcilik özelliklerinde meslek lisesi türü açısından farklılık vardır.

Bu ana hipoteze ait alt hipotezler aşağıdaki gibidir:

H1a: Meslek Lisesi öğrencilerinin risk eğilim seviyelerinde meslek lisesi türü açısından farklılık vardır.

H1b: Meslek Lisesi öğrencilerinin bağımsız çalışma isteklerinde meslek lisesi türü açısından farklılık vardır.

H1c: Meslek Lisesi öğrencilerinin başarıma ihtiyaçlarında meslek lisesi türü açısından farklılık vardır.

H1d: Meslek Lisesi öğrencilerinin yenilik eğilimlerinde meslek lisesi türü açısından farklılık vardır.

H1e: Meslek Lisesi öğrencilerinin kendine güven noktalarında meslek lisesi türü açısından farklılık vardır.

H2: Cinsiyete göre girişimcilik özelliklerinde farklılık vardır.

Bu ana hipoteze ait alt hipotezler aşağıdaki gibidir:

H2a: Öğrencilerin risk eğilim noktalarında cinsiyete göre farklılık vardır.

H2b: Öğrencilerin bağımsız çalışma isteklerinde cinsiyete göre farklılık vardır.

H2c: Öğrencilerin başarıma ihtiyaçlarında cinsiyete göre farklılık vardır.

H2d: Öğrencilerin yenilik eğiliminde cinsiyete göre farklılık vardır.

H2e: Öğrencilerin kendine güven noktasında cinsiyete göre farklılık vardır.

H3: Öğrencilerin girişimcilik özelliklerinde girişimcilik dersi alıp almama açısından farklılık vardır.

Bu ana hipoteze ait alt hipotezler aşağıdaki gibidir:

H3a: Öğrencilerin risk eğiliminde girişimcilik ile ilgili ders alıp almama açısından farklılık vardır.

H3b: Öğrencilerin bağımsızlık isteğinde girişimcilik dersi alıp almama açısından farklılık vardır.

H3c: Öğrencilerin başarıma ihtiyaçlarında girişimcilik dersi alıp almama açısından farklılık vardır.

H3d: Öğrencilerin yenilik eğiliminde girişimcilik dersi alıp almama açısından farklılık vardır.

H3e: Öğrencilerin kendine güven eğiliminde girişimcilik dersi alıp almama açısından farklılık vardır.

H4: Öğrencilerin girişimcilik eğilimlerinde ruh haline göre farklılık vardır.

Bu ana hipoteze ait alt hipotezler aşağıdaki gibidir:

H4a: Öğrencilerin risk eğiliminde ruh haline göre farklılık vardır.

H4b: Öğrencilerin bağımsızlık isteğinde ruh haline göre farklılık vardır.

H4c: Öğrencilerin başarıma ihtiyaçlarında ruh haline göre farklılık vardır.

H4d: Öğrencilerin yenilik eğiliminde ruh haline göre farklılık vardır.

H4e: Öğrencilerin kendine güven eğiliminde ruh haline göre farklılık vardır.

H5: Öğrencilerin girişimcilik özelliklerinde kişilik özellikleri açısından farklılık vardır.

Bu ana hipoteze ait alt hipotezler aşağıdaki gibidir:

H5a: Öğrencilerin risk eğiliminde kişilik özelliklerine göre farklılık vardır.

H5b: Öğrencilerin bağımsızlık isteğinde kişilik özelliklerine göre farklılık vardır.

H5c: Öğrencilerin başarıma ihtiyacında kişilik özelliğine göre farklılık vardır.

H5d: Öğrencilerin yenilik eğiliminde kişilik özelliğine göre farklılık vardır.

H5e: Öğrencilerin kendine güven eğiliminde kişilik özelliğine göre farklılık vardır.

Sıralanan bu hipotezler gerekli analizlerin uygulanması sonucunda birinci ve ikinci bölümde verilen bilgilerden de yararlanılarak test edilmiş ve sonuçları değerlendirilmeye alınmıştır.

Sayılan bu hipotezlerin reddedilmesi durumunda yokluk hipotezi kabul edilmektedir. Yokluk hipotezi genellikle sıfır hipotezi olarak adlandırılmaktadır. Sıfır hipotezi genellikle H_0 şeklinde gösterilmekte ve test edilecek parametrik değeri ifade etmektedir. Sıfır hipotezi, aynı zamanda hipotezde belirtilen parametrik değer ile gerçekleşen değer arasında “fark yoktur” ilkesine dayanmaktadır (Kalaycı, 2010: 65).

4.4. Araştırmanın Bulguları

Meslek lisesi öğrencilerinin girişimcilik özelliklerini belirlemek amacıyla yapılan bu araştırmada anket yöntemi ile toplanan verilerin analizinde ilk olarak anket soruları güvenilirlik analizine tabi tutulmuştur.

Tablo 9: Anket Sorularının Güvenirlilik Analizi

Girişimcilik Özellikleri	Cronbach's Alpha	N: Soru Sayısı
Tüm Girişimcilik özellikleri	0,853	25

Alpha 0,00 ile 0,40 arasında ise ölçek güvenilir değildir. Alpha değeri 0,40 ile 0,60 arasında yer alırsa ölçeğin güvenilirliği düşük, 0,60 ile 0,80 arasında yer alırsa ölçeğin güvenilirliği yüksek ve 0,80 ve 1,00 arasında yer alırsa ölçeğin güvenilirliği çok yüksek olarak nitelendirilmektedir (Kalaycı, 2010: 405).

Tablo 9'abakıldığında anket sorularının tamamının Cronbach's Alpha güvenilirlik analizi testi sonucu 0,853 olarak elde edilmiştir. 0,60 ve üzeri bir değere sahip olan değerlendirmede ölçeğin güvenilirliği yüksek olarak nitelendirildiği için araştırmada kullanılan anket formunda yer alan sorularının güvenilirlik düzeyi yüksek çıkmıştır.

4.4.1. Tanımlayıcı İstatistikler

Tanımlayıcı istatistikler verilerin sayısal sonuçlarla desteklenerek yorumlanmasıdır. Tanımlayıcı istatistiklere örnek olarak merkezi eğilim ölçütleri, ortalamadan sapma ölçütleri, normallikten sapma ölçütleri gösterilebilir. Merkezi eğilim ölçütleri: aritmetik ortalama, medyan (ortanca), mod (tepe değeri) gibi alt dallara ayrılırken ortalamadan sapma ölçütleri ise varyans ve standart sapma gibi alt dallara ayrılmaktadır (Kalaycı, 2010:51).

Tanımlayıcı istatistikler yardımıyla yapılan bir analiz sonucunda elde edilen sonuçlar değerlendirilirken, dikkat edilmesi gereken ilk şey istatistiksel önemdir. İstatistiksel önem diğer bir ifade ile anlamlılık düzeyi p harfi ile ifade edilmektedir. P değeri, belirli bir sonucun tesadüfen ortaya çıkma olasılığını gösterir. Genel olarak kabul gören görüş, p değerinin 0,05'den düşük olması durumunda sonucun istatistiksel olarak önemli olacaktır. Başka bir

deyişle, bir bulgunun tesadüfen ortaya çıkma olasılığı %5'ten az ise bu sonuç istatistiksel olarak önemli sayılmaktadır (Kalaycı, 2010: 51).

Tablo 10: Tanımlayıcı İstatistikler

	Okul	Katılımcıların Kişisel Özellikleri	Katılımcıların Ruh Halleri	Girişimcilik Dersi Alan ve Almayan Katılımcılar	Katılımcıların İş Fikirleri	Cinsiyet
Örneklem Sayısı	525	525	525	525	525	525
Ortalama	3,2781	4,2438	3,5505	1,7333	1,6476	1,3371
Ortalamanın Standart Hatası	,06936	,07257	,07300	,01932	,02087	,02065
Medyan	4,0000	4,0000	4,0000	2,0000	2,0000	1,0000
Mod	5,00	6,00	4,00	2,00	2,00	1,00
Standart Sapma	1,58920	1,66279	1,67259	,44264	,47817	,47318
Varyans	2,526	2,765	2,798	,196	,229	,224
Çarpıklık	-,385	-,296	-,037	-1,058	-,620	,691
Çarpıklığın Standart Sapması	,107	,107	,107	,107	,107	,107
Basıklık	-1,397	-1,230	-1,050	-,883	-1,622	-1,528
Basıklığın Standart Sapması	,213	,213	,213	,213	,213	,213
Dizi	4,00	5,00	5,00	1,00	1,00	1,00
Minimum	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Maksimum	5,00	6,00	6,00	2,00	2,00	2,00

Frekans dağılımına göre değerlendirmeleri yapılan kişilik ve demografik özellikler Tablo 10'e göre değer almıştır.

4.4.2. Faktör Analizi

Faktör analizi, birbirleriyle ilişkisi olduğu düşünülen çok sayıdaki değişkenler arasındaki ilişkinin yapısına göre ipuçları sağlamak amacıyla kullanılmaktadır. Faktör analizi, aralarında ilişki bulunduğu düşünülen çok sayıdaki değişken arasındaki ilişkilerin anlaşılmasını ve yorumlanmasını kolaylaştırmak için daha az sayıdaki temel boyuta indirgemek veya özetlemek özelliklerine sahip olan çok değişkenli analiz tekniğine verilen

bir isimdir. Faktör analizinde temel mantık, karmaşık bir olgunun daha az sayıda faktörler yardımıyla açıklanabileceği düşüncesidir (Altunışık ve diğerleri, 2012: 263-264).

Faktör analizinde ilk olarak veri setinin faktör analizi için uygun olup olmadığını değerlendirmek amacıyla örneklem büyüklüğünün Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değerine bakılmalıdır. KMO, gözlenen korelasyon katsayıları büyüklüğü ile kısmi korelasyon katsayılarının büyüklüğünü karşılaştıran bir indekstir. KMO oranının (0.5)'in üzerinde olması gerekir. Oran ne kadar yüksek olursa veri seti faktör analizi yapmak için o kadar iyidir denilebilmektedir (Kalaycı, 2006: 321-322).

Tablo11: KMO Değeri

Kaiser-Meyer-Olkin Measure ile Örneklem Yeterliliği Ölçümü Analizi		,890
Bartlett'in Küresellik Testi	Ki-Kare Değeri	3355,973
	df	300
	Sig.	,000

Tablo 11'a bakıldığında faktör analizinin uygulanması için Bartlett Sınaması ve Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ölçütü dikkate alınmıştır. Ki-Kare değeri: 3355,973 ve anlamlılık düzeyi $p:0,000$ olarak hesaplanmıştır. KMO değeri ise 0,89 olarak hesaplanmıştır.

Sosyal bilimler alanında yapılan çalışmalarda genellikle KMO değerinin 0,50'dan büyük olması örneklem büyüklüğünün analizi için yeterli olduğunu göstermektedir (Demireli ve diğerleri, 2014: 10).Yapılan analiz sonucunda bulunan KMO değeri sosyal bilimlerde istenilen KMO değerinden yüksek çıkmıştır. Araştırmada veri setinin örneklem büyüklüğü faktör analizi için yeterli görülmektedir.

Tablo 12: Ortak Varyans Tablosu

Anket soruları	Baş değer	Çıkarma
Risk 1 (Kurallara karşı çıkmaktan hoşlanırım)	1,000	0,479
Risk 2 (Belirsiz durumlara fazla tahammül edemem)	1,000	,427
Risk 3 (Rahat yaşamak için risk gereklidir)	1,000	,713
Risk 4 (Risk almaktan çekinmem)	1,000	,724
Risk 5 (Başarı için daha önce denemediklerimi denemekten çekinmem)	1,000	,508
Bağımsızlık 1 (Ekonomik bağımsızlığım için de olsa başkalarından emir almayı sevmem)	1,000	,533
Bağımsızlık 2 (Farklı olmaktan korkmam)	1,000	,542
Bağımsızlık 3 (Bir şeye inanıyorsam başkasından onay beklemem)	1,000	,556
Bağımsızlık 4 (Bir şeyi yaparım diyorsam, yaparım)	1,000	,438
Bağımsızlık 5 (Bir kişinin beni yönlendirmesini istemem)	1,000	,586
Başarma 1 (Daha çok para kazanmak için her şeyi yaparım)	1,000	,766
Başarma 2 (Başladığım bir işi başarıyla bitirmek isterim)	1,000	,652
Başarma 3 (Benim için başarmak para kazanmaktan daha önceliklidir)	1,000	,566
Başarma 4 (Başarılı olmak için elimden gelenin fazlasını yapabilirim)	1,000	,600
Başarma 5 (Yapacağım işte herkesten iyi olmayı isterim)	1,000	,548
Yenilik 1 (Orijinal fikir ve düşünceler geliştirebilirim)	1,000	,631
Yenilik 2 (Gelecekteki fırsatları yakalayacak yeteneğe sahibim)	1,000	,670
Yenilik 3 (Yeni fikirlere her zaman açığım)	1,000	,593
Yenilik 4 (Kendini yenilemeyen başarısız olmaya mahkumdur)	1,000	,491
Yenilik 5 (Kendi fikirlerimi hayata geçirecek işlere yönelmeyi severim)	1,000	,588
Kendine Güven 1 (Çok çalışarak her işin üstesinden gelebilirim)	1,000	,466
Kendine Güven 2 (Kendime her konuda güvenim tamdır)	1,000	,530
Kendine Güven 3 (Her zaman bildiğim yoldan gitmeyi tercih ederim)	1,000	,514
Kendine Güven 4 (Karşılaştığım problemleri kendim çözerim)	1,000	,632
Kendine Güven 5 (Üzerinde çalıştığım bir konuda hata yapmaktan çekinmem)	1,000	,533

Ortak varyans bir değişkenin analizde yer alan diğer değişkenlerle paylaştığı varyans miktarıdır. Faktör analizinde düşük orta varyansa sahip olan değişkenler (örneğin, 0,50'nin altında) analizden çıkartılarak, faktör analizi yeniden yapılabilir. Bu durumda hem KMO hemde açıklanan varyans değeri istatistiği daha yüksek bir değere ulaşacaktır. Eğer ortak varyans değeri 1'in üstünde çıkarsa, bu durumda ya veri seti çok küçüktür yada araştırmada çok sayıda yada az sayıda faktör belirlenmiştir (Kalaycı, 2010: 329). Araştırmamızda

değişkenlerin bazıları bu oranın altında yer almıştır. Fakat bu değerler analiz sonuçlarını etkilemeyecek düzeydedir.

Dönüştürülmüş faktör matrisinin amacı yorumlanabilir, anlamlı faktörler elde etmektir. Bir değişken hangi faktör altında mutlak değer olarak büyük ağırlığa sahipse o değişken o faktör ile yakın ilişki içindedir demektir (Kalaycı, 2010: 330).

Tablo 13: Döndürülmüş Faktör Matrisi

	Bileşenler						
	1	2	3	4	5	6	7
Başarma 1	,718	,238	,214	-,035	,162	,034	,076
Başarma2	,674	,326	,092	,093	,072	,128	,018
Başarma3	,648	,009	,302	,173	-,049	,078	-,129
Başarma5	,613	,309	-,021	,074	,166	,091	,190
Kendine Güven1	,516	,373	-,006	,099	,174	,040	,138
Risk1	-,476	,087	,232	,047	,263	,193	,287
Yenilik1	,209	,711	,028	,188	-,054	,202	-,037
Yenilik2	,121	,704	-,025	,223	,055	,241	-,220
Yenilik3	,286	,648	,201	,040	,200	,029	-,094
Yenilik5	,238	,594	,378	,036	,109	-,089	,120
Yenilik4	,071	,451	,310	-,049	,296	-,055	,306
Bağımsızlık2	,147	,217	,621	-,011	,265	,120	-,048
Risk5	,154	,081	,580	,130	-,053	,341	-,072
Kendine Güven 5	-,177	,178	,486	,410	-,094	-,112	,212
Bağımsızlık 3	,309	-,104	,414	,379	,351	,013	-,106
Bağımsızlık 4	,322	,078	,396	,305	,217	,158	,077
Kendine Güven 4	-,008	,093	,082	,776	-,017	,096	,068
Kendine Güven 3	,138	,076	,105	,584	,330	,021	,167
Kendine Güven 2	,247	,289	-,002	,560	,195	,080	-,166
Bağımsızlık 5	,072	,109	-,025	,221	,720	,025	,025
Bağımsızlık 1	,085	,103	,099	,098	,696	,093	,052
Risk2	,039	,051	,331	-,135	,455	,297	,007
Risk3	,064	,122	,011	,021	,152	,803	,161
Risk4	,092	,139	,374	,183	,080	,714	-,089
Başarma1	,088	-,126	-,054	,107	,046	,079	,848

Tablo 13’de dönüştürülmüş faktör matrisi sonuçları verilmiştir. Dönüştürülmüş faktör matrisi sonuçlarına göre, Risk 1(Kurallara karşı çıkmaktan hoşlanırım)’i ölçen soruya verilen cevabın faktör matrisi değeri negatif çıkmıştır. Tablo 13’e göre risk eğilimini ölçen

sorularda Risk 1(Kurallara karşı çıkmaktan hoşlanırım)'e yer yoktur. Çünkü soruya karşılık gelen değer eksi değer almıştır. Diğer bir sonuca göre Kendine güven 1(Çok çalışarak her işin üstesinden gelebilirim)'i ölçen soruda grup dışında kalmıştır ve artı değer almıştır. Yani Kendine güven 1(Çok çalışarak her işin üstesinden gelebilirim)'i ölçen soruya verilen cevaplarda girişimcilerin girişimcilik özelliklerini daha fazla yansıttıkları söylenebilmektedir.

Tablo 14'egöreanket çalışmasına katılan öğrencilerin 168 kişilik kısmı yani %32'lik kısmını Zübeyde Hanım Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi Öğrencileri oluşturmuştur. %26,9'luk kısmını Ortahisar Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi öğrencileri ikinci sırada yer almıştır. 18 kişilik cevaplayan ile 80. Yıl Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi toplam içinde %3'lük payı ile son sırada yer almıştır. Meslek liselerinden seçilen örnek sayılarındaki farklılıkların en büyük nedeni bazı meslek liselerinin öğrenci sayısının fazla olmasıdır. 80. Yıl Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesinden alınan örnek sayısının az olmasının nedeni ise son sınıf öğrenci sayısının çok düşük olmasıdır. Yani anket yapılırken eşit önem derecesi ile değerlendirilen meslek liselerinden bazılarında yeterli düzeyde son sınıf öğrencisine ulaşamamıştır. Bazı meslek liselerinin son sınıfta eğitim-öğretime devam eden öğrenci sayılarındaki düşüklük sebebiyle toplam içindeki payları da bu düzeyde az kalmıştır. Katılımcıların meslek liselerine göre dağılımına ilişkin sonuçlar Tablo 14'te gösterilmiştir.

Tablo 14: Öğrencilerin Meslek Liselerine Göre Dağılımı

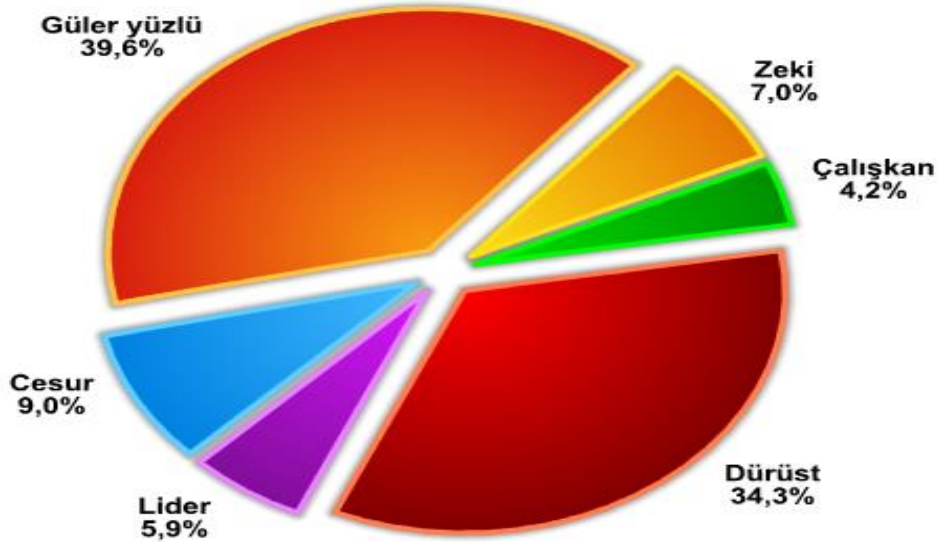
Lise	Frekans	Yüzde
Ortahisar Mesleki Teknik ve Anadolu Lisesi	141	26,9
80. Yıl Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi	18	3,4
Trabzon Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi Denizcilik Anadolu Lisesi	88	16,8
İMKB Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi	110	21,0
Zübeyde Hanım Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi	168	32,0

Tablo 15'e göre anket çalışmasına katılan öğrencilerin %39,6'lık kısmı kendilerini güler yüzlü, %34,3'lük kısmı ise kendilerini dürüst olarak nitelendirmişlerdir. Katılımcıların kişilik özelliklerine ilişkin sonuçlar Tablo 15'te gösterilmiştir. Anket çalışmasına katılan meslek lisesi öğrencilerinin yaklaşık %73,3'ü daha önceden girişimcilik ile ilgili ders veya etkinliğe katılmadıklarını, %26,7'si ise girişimcilik ile ilgili ders veya etkinlikler aldıklarını ifade etmişlerdir.

Tablo 15: Öğrencilerin Kişilik Özelliklerine Göre Dağılımı

	Frekans	Yüzde
Zeki	37	7,0
Çalışkan	22	4,2
Dürüst	180	34,3
Lider	31	5,9
Cesur	47	9,0
Güler Yüzlü	208	39,6
Toplam	525	100,0

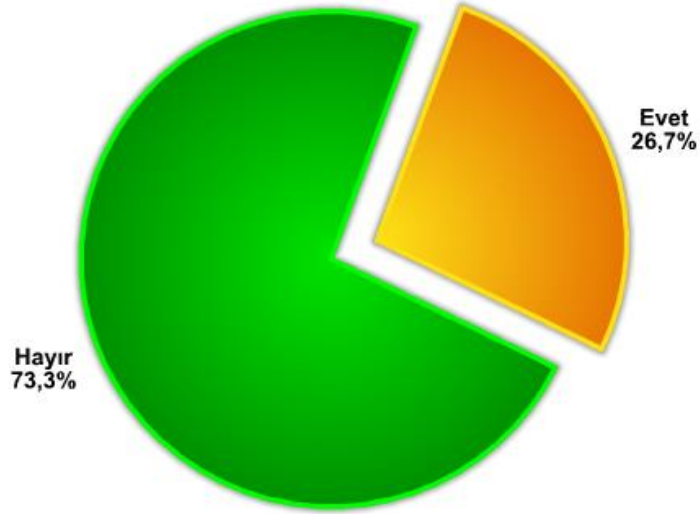
Grafik 6: Öğrencilerin Kişilik Özelliklerine Göre Dağılımı



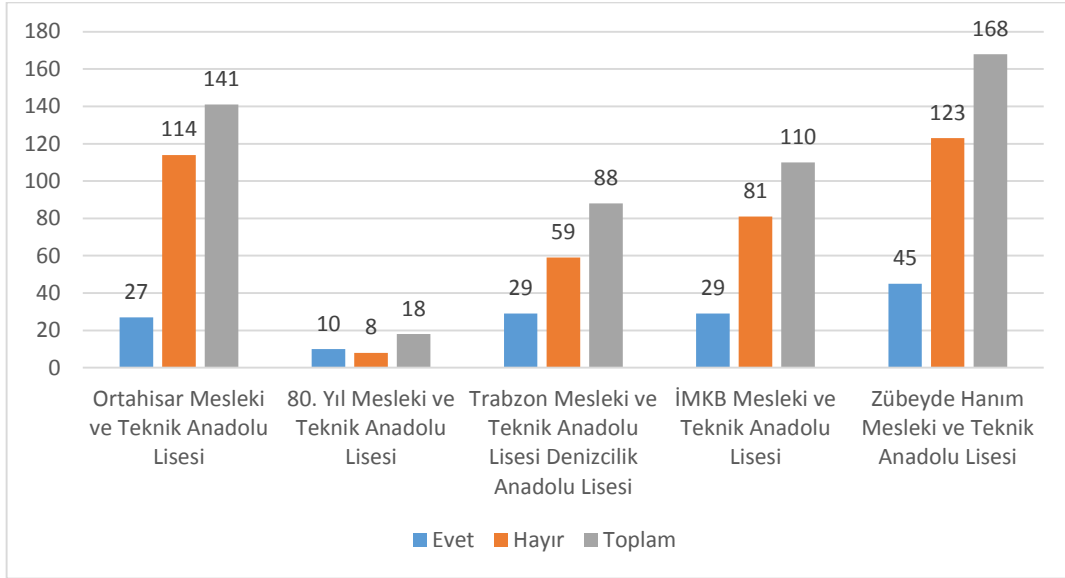
Tablo 16: Öğrencilerin Girişimcilik Dersi Alma Durumlarına Göre Dağılımı

Girişimcilik Dersi Alıp Almama Durumu	Frekans	Yüzde
Evet	140	26,7
Hayır	385	73,3
Toplam	525	100,0

Grafik 7: Öğrencilerin Girişimcilik Dersi Alıp ve Almama Durumlarına Göre Dağılımı



Grafik 8: Girişimcilik Dersi Alan ve Almayan Öğrencilerin Meslek Liselerine Göre Dağılımı

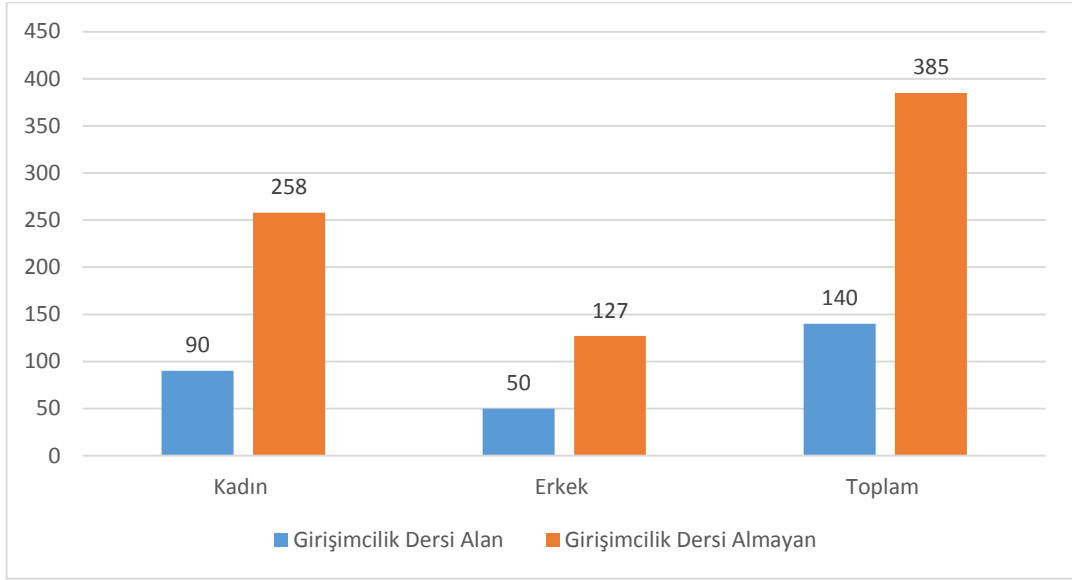


Anket çalışmasına katılan öğrencilerin yaklaşık %66,3'lük kısmı kız öğrencilerden oluşurken bu oran erkeklerde %33,7 olmuştur. Meslek liselerinde eğitim-öğretim hayatını sürdüren son sınıf öğrencileri arasında kız öğrencilerin sayısal olarak üstünlükleri gözlemlenmiştir. Bunda çalışma kapsamındaki meslek liselerinin 2 tanesinin kız meslek lisesi olması etkili olmuştur.

Tablo17: Öğrencilerin Cinsiyete Göre Dağılımı

Cinsiyet	Frekans	Yüzde
Kadın	348	66,3
Erkek	177	33,7
Toplam	525	100,0

Grafik 9: Girişimcilik Dersi Alan Öğrencilerin ve Almayan Öğrencilerin Cinsiyete Göre Dağılımı



Veri setinin normal dağılım göstermesi durumunda iki bağımsız grup arasındaki farklılıkların testi için Bağımsız İki Örnek T-Testi kullanılmalıdır. Ancak veri seti normal dağılıma uymadığı için T-Testi yerine parametrik olmayan testlerden Mann-Whitney U Testini kullanılmalıdır.

Mann-Whitney U Testi, aralıksız ölçülen iki bağımsız grup arasındaki farklılıkların testi için kullanılır. Bu test bağımsız örnekler için uygulanan t-testlerinin parametrik olmayan alternatifidir. T-testinde olduğu gibi, iki grubun ortalamalarının karşılaştırılması yerine, Mann-Whitney U Testi grupların medyanlarını karşılaştırır (Kalaycı, 2010: 99).

İncelenen test istatistiği sonucunda olasılık değeri (p) 0,05'den küçük ise gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır yorumu getirilmektedir. Mann-Whitney U Testi SPSS çıktısında incelenmesi gereken değerler Z değeri ve Asymp. Sig (2-tailed) şeklinde verilen anlamlılık düzeyleridir (Kalaycı, 2010: 101).

Çalışmaya katılan öğrencilerin girişimcilik dersi alıp ve almama durumlarına göre risk eğilimlerinin farklılık gösterip göstermediğini ortaya koyan analiz sonuçları Tablo 18'de gösterilmiştir.

Tablo 18: Öğrencilerin Girişimcilik Dersi Alıp Almama Durumlarına Göre Risk Eğilimleri

	Mann-Whitney U	Z	Anlamlılık Düzeyi
Risk 1 (Kurallara karşı çıkmaktan hoşlanırım)	26397	-0,371	0,71
Risk 2 (Belirsiz durumlara fazla tahammül edemem)	24375	-1,77	0,077
Risk 3 (Rahat yaşamak için risk gereklidir)	26720	-0,156	0,876
Risk 4 (Risk almaktan çekinmem)	24851	-1,424	0,155
Risk 5 (Başarı için daha önce denemediklerimi denemekten çekinmem)	21988,5	-3,405	0,001
Risk Eğilimi (Toplam)	632052,5	-2,509	0,012

Tablo 18'e bakıldığında anlamlılık düzeyi değerleri sırasıyla Risk 1 için 0,710, Risk 2 için 0,077, Risk 3'de 0,876, Risk 4'de 0,155 ve Risk 5'i tanımlayan soruya verilen cevap için ise 0,001 çıkmaktadır. Girişimcilik dersi alan ve almayan öğrenciler arasında belirli bir farklılığın oluşabilmesi için soruların anlamlılık düzeyi değerleri p olasılık değeri 0,05 den küçük olmalıdır. Bu veriden hareketle Risk 1, Risk 2 Risk 3 ve Risk 4 ü tanımlayan sorularda girişimcilik ile ilgili ders alan ve almayanlar öğrenciler arasında bir farklılık olmadığı sonucu elde edilmiştir. Yani bu dört soruya verilen cevaplarda girişimcilik dersini alan ve almayan öğrencilerin verdikleri cevaplar benzerlik göstermektedir. Sonuçta risk eğilimini ölçen ilk dört soru için yokluk hipotezi kabul edilmektedir. Ancak Risk 5'i ölçen sorunun anlamlılık düzeyi değeri 0,001 olarak elde edilmiştir. Bu değer p olasılık değeri 0,05 den küçük olduğu için risk eğilimini ölçen beşinci soruda girişimcilikle ilgili ders alan ve almayan öğrencilerin cevapları arasında anlamlı bir farklılık olduğu şeklinde yorumlanmaktadır. Bu bulgulara göre girişimcilik dersini alan öğrencilerin risk eğilimi girişimcilik dersini almayan öğrencilerin risk eğilimlerine göre daha yüksektir. Girişimcilik dersi alan ve almayan öğrencilerin risk eğilimini ölçen sorulara verdikleri cevapların anlamlılık düzeyi değeri bir bütün olarak incelendiğinde 0,012 çıkmıştır. Yani girişimcilik dersi alan ve almayan öğrencilerin risk eğilimini ölçen sorulara verdikleri cevaplar arasında istatistiksel anlamda bir farklılık vardır.

Çalışmaya katılan öğrencilerin girişimcilik dersi alıp ve almama durumlarına göre bağımsızlık isteklerinin farklılık gösterip göstermediğini ortaya koyan analiz sonuçları Tablo 19’da gösterilmiştir.

Tablo 19: Öğrencilerin Girişimcilik Dersi Alıp Almama Durumlarına Göre Bağımsızlık İstekleri

	Mann-Whitney U	Z	Anlamlılık Düzeyi
Bağımsızlık1 (Ekonomik bağımsızlığım için de olsa başkalarından emir almayı sevmem)	25853,5	-0,751	0,452
Bağımsızlık2 (Farklı olmaktan korkmam)	24655	-1,609	0,108
Bağımsızlık3 (Bir şeye inanıyorsam başkasından onay beklemem)	24850	-1,433	0,152
Bağımsızlık4 (Bir şeyi yaparım diyorsam, yaparım)	26353	-0,418	0,676
Bağımsızlık5 (Bir kişinin beni yönlendirmesini istemem)	25946,5	-0,692	0,489
Bağımsızlık (Toplam)	651496,5	-1,373	0,17

Tablo 19’a göre bağımsızlık isteğini ölçen soruların tamamının anlamlılık düzeyi değeri p olasılık değeri 0,05’den yüksek çıkmıştır. Yani bağımsızlığı ölçen tüm sorularla ilgili girişimcilik dersi alan ve almayan katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık yoktur. Diğer bir ifade ile bağımsız çalışma isteğini ölçen sorularda yokluk hipotezi kabul edilmiştir. Girişimcilik dersi alan ve almayan öğrencilerin bağımsızlık istekleri birbirine çok yakındır. Dolayısıyla girişimcilik dersinin alan ve almayan öğrencilerin bağımsızlık isteklerini ölçen sorulara verdikleri cevaplar her iki grup için benzerlik göstermektedir. Girişimcilik dersini alan ve almayan öğrencilerin bağımsızlık isteğini ölçen sorulara verdiklerin cevapların anlamlılık düzeyi değeri bir bütün olarak incelendiğinde 0,170 çıkmıştır. Öğrencilerin bağımsızlık istekleri arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

Çalışmaya katılan öğrencilerin girişimcilik dersi alıp almama durumlarına göre başarıma ihtiyaçlarında farklılık gösterip göstermediğini ortaya koyan analiz sonuçları Tablo 20’de gösterilmiştir.

Tablo20: Öğrencilerin Girişimcilik Dersi Alıp Almama Durumuna Göre Başarım İhtiyaçları

	Mann-Whitney U	Z	Anlamlılık Düzeyi
Başarım 1 (Daha çok para kazanmak için her şeyi yaparım)	24203	-1,831	0,067
Başarım 2 (Başladığım bir işi başarıyla bitirmek isterim)	24334	-2,041	0,041
Başarım 3 (Benim için başarmak para kazanmaktan daha önceliklidir)	22861	-2,817	0,005
Başarım 4 (Başarılı olmak için elimden gelenin fazlasını yapabilirim)	23119,5	-2,714	0,007
Başarım 5 (Yapacağım işte herkesten iyi olmayı isterim)	23517	-2,443	0,015
Başarım (Toplam)	598434,5	-4,652	0

Tablo 20'ye göre başarım eğilimini ölçen sorular arasında Başarım 1'i ölçen soruya verilen cevabın anlamlılık düzeyi değeri p olasılık değeri 0,05'den yüksek çıkmıştır. Yani girişimcilik dersi alan ve almayan öğrencilerin Başarım 1'e karşılık gelen soruya verdikleri cevaplar arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık yoktur. Ancak Başarım 2, Başarım 3, Başarım 4 ve Başarım 5'e karşılık gelen sorulara verilen cevaplar, girişimcilik dersi alan ve almayanlar arasında farklılık göstermiştir. Çünkü bu sorulara verilen cevapların anlamlılık düzeyi değerleri p olasılık değeri 0,05'den küçük çıkmıştır. Başarım 2 için anlamlılık düzeyi değeri 0,04, Başarım 3 için 0,005, Başarım 4 için 0,007 ve Başarım 5 için 0,015 olarak elde edilmiştir. Girişimcilik dersi alan öğrencilerin başarım istekleri girişimcilik dersi almayan öğrencilerin başarım isteklerine göre oldukça yüksek çıkmıştır. Başarım ihtiyacını ölçen sorulara verilen cevaplar bir bütün olarak ele alındığında anlamlılık düzeyi değeri 0,000 çıkmıştır. Dolayısı ile başarım ihtiyacını ölçen sorulara verilen cevaplarda girişimcilik dersi alan ve almayan öğrenciler arasında istatistiksel anlamda bir fark yoktur.

Tablo 21'de bakıldığında Tablo 20'ye benzer yorumlar yapılmıştır. Yenilik 2, Yenilik 4 ve Yenilik 5'i ölçen sorulara verilen cevapların anlamlılık düzeyi değerleri p olasılık değeri(0,05) den daha büyük çıkmıştır. Bunun anlamı, girişimcilik dersi alan ve almayan öğrencilerin bu üç soruya verdikleri cevap arasında anlamlı bir farklılık olmadığıdır. Yani Yenilik2 Yenilik 4 ve Yenilik 5'i ölçen sorulara verilen cevaplara göre

yokluk hipotezi kabul edilmiştir. Ancak Yenilik 1 ve Yenilik 3'e verilen cevapların anlamlılık düzeyi değeri p (0,05) olasılık değerinden daha düşük çıkmıştır. Yani Yenilik 1 ve Yenilik 3'e karşılık gelen sorulara verilen cevaplarda girişimcilik dersi alan ve almayan öğrencilerin verdikleri cevaplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Girişimcilik dersi alan katılımcıların girişimcilik dersini almayan katılımcılara göre daha yenilikçi bir tutum sergiledikleri görülmektedir.

Çalışmaya katılan öğrencilerin girişimcilik dersi alıp almama durumlarında göre yenilik eğilimlerinin farklılık gösterip göstermediğini ortaya koyan analiz sonuçları Tablo 21'de gösterilmiştir.

Tablo 21: Öğrencilerin Girişimcilik Dersi Alıp Almama Durumuna Göre Yenilik Eğilimleri

	Mann-Whitney U	Z	Anlamlılık Düzeyi
Yenilik 1 (Orijinal fikir ve düşünceler geliştirebilirim)	23473	-2,394	0,017
Yenilik 2 (Gelecekteki fırsatları yakalayacak yeteneğe sahibim)	25750	-0,824	0,41
Yenilik 3 (Yeni fikirlere her zaman açığımdır)	23915	-2,158	0,031
Yenilik 4 (Kendini yenilemeyen başarısız olmaya mahkûmdur)	25953,5	-0,682	0,495
Yenilik 5 (Kendi fikirlerimi hayata geçirecek işlere yönelmeyi severim)	24280,5	-1,87	0,062
Yenilik (Toplam)	618542,5	-3,403	0,001

Yenilik 1 ve Yenilik 3'e karşılık gelen sorularda girişimcilik dersini alan katılımcılar ile girişimcilik dersini almayan öğrencilerin cevaplarının anlamlılık düzeyi değeri p olasılık değerinin altında çıktığı için istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olduğu tespit edilmiştir. Yenilik eğilimini ölçen sorular bir bütün olarak ele alındığında anlamlılık düzeyi değeri 0,001 çıkmıştır. Yani girişimcilik dersi alan ve almayan öğrencilerin yenilik eğilimlerinde istatistiksel anlamda farklılık vardır sonucu elde edilmiştir.

Çalışmaya katılan öğrencilerin girişimcilik dersi alıp ve almama durumlarına göre kendine güven eğilimlerinin farklılık gösterip göstermediğini ortaya koyan analiz sonuçları Tablo 22'de gösterilmiştir.

Tablo 22: Öğrencilerin Girişimcilik Dersi Alıp Almama Durumlarına Göre Kendilerine Güven Eğilimleri

	Mann-Whitney U	Z	Anlamlılık Düzeyi
Kendine Güven 1 (Çok çalışarak her işin üstesinden gelebilirim)	25055,5	-1,327	0,184
Kendine Güven 2 (Kendime her konuda güvenim tamdır)	26912	-0,026	0,979
Kendine Güven 3 (Her zaman bildiğim yoldan gitmeyi tercih ederim)	26474	-0,325	0,746
Kendine Güven 4 (Karşılaştığım problemleri kendim çözerim)	25920	-0,712	0,477
Kendine Güven 5 (Üzerinde çalıştığım bir konuda hata yapmaktan çekinmem)	23384	-2,054	0,04
Kendine Güven (Toplam)	643172,5	-1,862	0,063

Tablo 22’de kendine güven ile ilgili öğrencilerin vermiş oldukları cevaplara ilişkin Mann-Whitney U Testi sonuçları yer almaktadır. Tabloda ki bulgulara göre Kendine Güven 1, Kendine Güven 2, Kendine Güven 3 ve Kendine Güven 4’e karşılık gelen anket sorularına verilen cevapların anlamlılık düzeyi değerleri p (0,05) değerinden yüksek olarak elde edilmiştir. Buna göre kendine güven eğilimleri açısından girişimcilik dersi alan ve almayan öğrenciler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık yoktur. Diğer bir ifade ile kendine güven eğilimini ölçen ilk dört soruda yokluk hipotezi kabul edilmiştir. Bunun yanında Kendine Güven 5’in anlamlılık düzeyi değeri p (0,05) olasılık değerinden daha düşük çıkmıştır. Kendine Güven 5’e karşılık gelen soruya verilen cevaplarda girişimcilik dersi alan ve almayanlar arasında istatistiksel anlamda bir farklılık mevcuttur. Sıra ortalaması değerlerine bakıldığında girişimcilik dersi alan öğrencilerin girişimcilik dersini almayan öğrencilere göre daha çok kendilerine daha çok güven duydukları görülmektedir. Ancak kendine güven eğilimini ölçen sorular bir bütün olarak ele alınacak olunursa anlamlılık düzeyi değeri 0,06 elde edilmiştir. Bu değer p olasılık değerinin üstünde çıktığı için kendine güven eğilimini ölçen sorulara verilen cevaplar girişimcilik dersi alan ve almayan öğrencilere göre farklılık göstermemektedir.

Çalışmaya katılan öğrencilerin cinsiyetlerine göre risk eğilimlerinin farklılık gösterip göstermediğini ortaya koyan analiz sonuçları Tablo 23’de gösterilmiştir.

Tablo 23: Öğrencilerin Cinsiyete Göre Risk Eğilimleri

	Mann-Whitney U	Z	Anlamlılık Düzeyi
Risk 1 (Kurallara karşı çıkmaktan hoşlanırım)	29876,5	-0,579	0,563
Risk 2 (Belirsiz durumlara fazla tahammül edemem)	29055,5	-1,12	0,263
Risk 3 (Rahat yaşamak için risk gereklidir)	23990	-4,316	0
Risk 4 (Risk almaktan çekinmem)	27054	-2,375	0,018
Risk 5 (Başarı için daha önce denemediklerimi denemekten çekinmem)	27660,5	-2,014	0,044
Risk (Toplam)	710744,5	-3,332	0,001

Tablo 23'te cinsiyete göre öğrencilerin risk eğiliminde farklılığın olup olmadığına ilişkin analiz sonuçları verilmiştir. Risk 1 ve Risk 2'yi ölçen sorulara verilen cevapların anlamlılık düzeyi değerleri p (0,05) olasılık değerinden büyük olarak elde edilmiştir. Buna göre Risk 1 ve Risk 2'yi ölçen sorulara verilen cevaplarda cinsiyete göre istatistiksel anlamda bir farklılık bulunmamıştır. Ancak Risk 3, Risk 4 ve Risk 5 ile ilgili sorulara verilen cevaplar irdelendiğinde bu sorulara verilen cevapların anlamlılık düzeyi değerleri p olasılık değerinden küçük çıkmıştır. Cinsiyete göre verilen cevaplar arasında ciddi bir farklılık olduğu görülmüştür. Erkek öğrencilerin risk eğilimi bayan öğrencilerin risk eğiliminden yüksek çıkmıştır. Yani erkek öğrencilerin riske daha çok eğilimli oldukları sonucu elde edilmiştir. Risk eğilimini ölçen sorulara verilen cevaplar bir bütün olarak elen alındığında verilen cevapların anlamlılık düzeyi değeri 0,001 çıkmıştır. Sonuç olarak risk eğilimini ölçen sorulara verilen cevaplar cinsiyete göre farklılık göstermiştir.

Çalışmaya katılan öğrencilerin cinsiyetlerine göre bağımsızlık isteklerinin farklılık gösterip göstermediğini ortaya koyan analiz sonuçları Tablo 24'te gösterilmiştir.

Tablo 24: Öğrencilerin Cinsiyete Göre Bağımsızlık İstekleri

	Mann-Whitney U	Z	Anlamlılık Düzeyi
Bağımsızlık1 (Ekonomik bağımsızlığım için de olsa başkalarından emir almayı sevmem)	30730	-0,044	0,965
Bağımsızlık2 (Farklı olmaktan korkmam)	29978,5	-0,537	0,591
Bağımsızlık3 (Bir şeye inanıyorsam başkasından onay beklemem)	29492	-0,834	0,404
Bağımsızlık4 (Bir şeyi yaparım diyorsam, yaparım)	29691	-0,725	0,468
Bağımsızlık5 (Bir kişinin beni yönlendirmesini istemem)	27985	-1,815	0,069
Bağımsızlık (Toplam)	748095	-1,262	0,207

Tablo 24’te cinsiyete göre bağımsızlık isteği ile ilgili sorulara verilen cevaplara bakıldığında cevapların anlamlılık düzeyi değerleri p olasılık değerinin üstünde elde edilmiştir. Bağımsızlık 1’in anlamlılık düzeyi değeri %96 çıkmıştır. Bağımsızlık isteğini ölçen soruların tamamının anlamlılık düzeyi değerleri p (0,05) olasılık değerinden büyük çıktığı için kadın ve erkeklerin bu sorulara verdikleri cevaplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur. Diğer bir ifade ile bu sorularla ilgili kurulan hipotezlerde yokluk hipotezi kabul edilmiştir. Kadın ve erkek öğrencilerin bağımsız çalışma istekleri arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark yoktur sonucu elde edilmiştir. Bağımsızlık isteğini ölçen soruların cevapları da bir bütün olarak ele alındığında anlamlılık düzeyi değeri p olasılık değerinden yüksek çıkmıştır.

Çalışmaya katılan öğrencilerin cinsiyetlerine göre başarıma ihtiyaçlarının farklılık gösterip göstermediğini ortaya koyan analiz sonuçları Tablo 25’te gösterilmiştir.

Tablo 25’te cinsiyete göre başarıma ihtiyacını ölçen soruların Mann-Whitney U testi ve anlamlılık düzeyi değerleri verilmiştir. Bulgulara göre soruların tamamına verilen cevapların anlamlılık düzeyi değerleri p olasılık değerinden yüksek çıkmıştır. Yani verilen cevaplara göre başarıma ihtiyacını ölçen soruların tamamına verilen cevaplarda cinsiyete göre istatistiksel anlamda bir farklılığın olmadığı sonucu elde edilmiştir. Diğer bir ifade ile erkek ve kadın öğrencilerin başarıma ihtiyaçları birbirinden farklı değildir. Başarıma

ihtiyacını ölçen sorular bir bütün olarak ele alındığında da anlamlılık düzeyi değeri p olasılık değerinin üstünde çıkmıştır.

Tablo 25: Öğrencilerin Cinsiyete Göre Başarma İhtiyaçları

	Mann-Whitney U	Z	Anlamlılık Düzeyi
Başarma 1 (Daha çok para kazanmak için her şeyi yaparım)	30351,5	-0,278	0,781
Başarma 2 (Başladığım bir işi başarıyla bitirmek isterim)	29269,5	-1,115	0,265
Başarma 3 (Benim için başarmak para kazanmaktan daha önceliklidir)	27768	-1,952	0,051
Başarma 4 (Başarılı olmak için elimden gelenin fazlasını yapabilirim)	30509,5	-0,191	0,848
Başarma 5 (Yapacağım işte herkesten iyi olmayı isterim)	30489,5	-0,205	0,837
Başarma (Toplam)	765734	-0,244	0,808

Başarma 3'e karşılık gelen soruya verilen cevapların anlamlılık düzeyi değerine bakıldığında p olasılık değerine çok yakın bir değer aldığı görülmüştür. Ancak anlamlı bir farklılık olması için p değerinden küçük bir değer alması gerekliliğinden hareketle bu soruda da öğrencilerin cinsiyete göre başarma ihtiyaçlarında farklılık bulunmamıştır.

Çalışmaya katılan öğrencilerin cinsiyete göre yenilik eğilimlerinin farklılık gösterip göstermediğini ortaya koyan analiz sonuçları Tablo 26'da gösterilmiştir.

Tablo 26: Öğrencilerin Cinsiyete Göre Yenilik Eğilimleri

	Mann-Whitney U	Z	Anlamlılık Düzeyi
Yenilik 1 (Orijinal fikir ve düşünceler geliştirebilirim)	26616,5	-2,694	0,007
Yenilik 2 (Gelecekteki fırsatları yakalayacak yeteneğe sahibim)	25613	-3,329	0,001
Yenilik 3 (Yeni fikirlere her zaman açığım)	30447	-0,234	0,815
Yenilik 4 (Kendini yenilemeyen başarısız olmaya mahkûmdur)	30792	-0,004	0,997
Yenilik 5 (Kendi fikirlerimi hayata geçirecek işlere yönelmeyi severim)	28142,5	-1,74	0,082
Yenilik (Toplam)	714094	-3,221	0,001

Tablo 26'ya göre Yenilik 1 ve Yenilik 2'nin anlamlılık düzeyi değerleri p olasılık değerinden daha küçük çıkmıştır. Kadın ve erkek öğrencilerin verdikleri cevaplar arasında Yenilik 1 ve Yenilik 2'ye karşılık gelen sorularda istatistiksel anlamda bir farklılık bulunmuştur. Sıra ortalamasına bakıldığında kadın ve erkeklerin verdikleri cevaplar arasında farklılıkların olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre erkek öğrencilerin bayan öğrencilere göre daha yenilikçi bir tutum sergiledikleri görülmektedir. Yenilik 3, Yenilik 4 ve Yenilik 5'e karşılık gelen sorulara verilen cevapların anlamlılık düzeyi değerleri p olasılık değerinden büyük çıkmıştır. Bu sorulara verilen cevaplarda cinsiyete göre bir farklılığın oluşmadığı tespit edilmiştir. Sonuç olarak Yenilik 1 ve Yenilik 2'de cinsiyete göre istatistiksel anlamda farklılığın olduğu sonucu elde edilmiş, Yenilik 3, Yenilik 4 ve Yenilik 5'i ölçen sorularda cinsiyete göre bir farklılığın oluşmadığı bulgusuna ulaşılmıştır. Ancak yenilik eğilimini ölçen sorulara verilen cevaplar bir bütün olarak ele alındığında cinsiyete göre farklılığın oluştuğu sonucu elde edilmiştir. Çünkü yenilik eğilimi ile ilgili soruların cevapları bir bütün olarak ele alındığında anlamlılık düzeyi değeri 0,001 çıkmıştır.

Çalışmaya katılan öğrencilerin cinsiyete göre kendine güven eğilimlerinin farklılık gösterip göstermediğini ortaya koyan analiz sonuçları Tablo 27'de gösterilmiştir.

Tablo 27: Öğrencilerin Cinsiyete Göre Kendine Güven Eğilimleri

	Mann-Whitney U	Z	Anlamlılık Düzeyi
Kendine Güven 1 (Çok çalışarak her işin üstesinden gelebilirim)	27544	-2,133	0,033
Kendine Güven 2 (Kendime her konuda güvenim tamdır)	30477,5	-0,206	0,837
Kendine Güven 3 (Her zaman bildiğim yoldan gitmeyi tercih ederim)	28113,5	-1,712	0,087
Kendine Güven 4 (Karşılaştığım problemleri kendim çözerim)	27750	-1,971	0,049
Kendine Güven 5 (Üzerinde çalıştığım bir konuda hata yapmaktan çekinmem)	29766,5	-0,646	0,518
Kendine Güven (Toplam)	723799,5	-2,629	0,009

Tablo 27'de kendine güven eğilimini ölçen sorulara verilen cevapların anlamlılık düzeyi değerleri p (0,05) olasılık değeriyle karşılaştırıldığında Kendine Güven 1 ve Kendine Güven 4'ün anlamlılık düzeyi değerleri p olasılık değerinden düşük çıktığı sonucu elde edilmiştir. Cinsiyete göre Kendine Güven 1 ve Kendine Güven 4'e verilen cevaplar

istatistiksel anlamda farklılık göstermektedir. Bayan öğrencilerin erkek öğrencilere göre daha çok kendine güvendikleri sıra bulgusu elde edilmiştir. Ancak Kendine Güven 2, Kendine Güven 3 ve Kendine Güven 5'e verilen cevapların anlamlılık düzeyi değerleri p (0,05) olasılık değerinden daha yüksek çıkmıştır. Yani bu sorulara verilen cevaplar cinsiyete göre farklılık göstermemektedir. Dolayısıyla bu üç soruya verilen cevaplar için yokluk hipotezi kabul edilmiştir. Ancak kendine güven eğilimini ölçen sorulara verilen cevaplar bir bütün olarak ele alındığında anlamlılık düzeyi değeri 0,009 çıkmıştır. Buna göre kendine güven eğilimini ölçen sorulara verilen cevaplar bir bütün olarak ele alındığında bu cevaplar cinsiyete göre farklılık göstermiştir.

İki grubun değerlendirilmesinde kullanılan Mann-Whitney U Testi ikiden fazla grubun karşılaştırılmasında yetersiz kalmaktadır. Üç veya daha fazla grubun karşılaştırılmasında Kruskal-Wallis Testi Mann-Whitney U Testinin yerine kullanılmaktadır. Çalışmada kullanılan veri seti normal dağılıma sahip olmadığı için parametrik olmayan testleri kullanmak daha sağlıklı olmaktadır.

Kruskal-Wallis Testi parametrik testlerden One-way ANOVA varyans analizine benzemektedir. Uygulama olarak Mann-Whitney U testine benzeyen Kruskal-Wallis Testi üç veya daha fazla grubun karşılaştırılmasında kullanılır (Altunışık ve diğerleri, 2012: 212).

Anket formunda kişisel özellikler altı gruba ayrılmıştır. Kişilik özelliklerine göre öğrencilerin girişimcilik özelliklerinin farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için Kruskal-Wallis testi kullanılmıştır.

Çalışmaya katılan öğrencilerin kişilik özelliklerine göre risk eğilimlerinin farklılık gösterip göstermediğini ortaya koyan analiz sonuçları Tablo 28'de gösterilmiştir.

Tablo 28: Öğrencilerin Kişilik Özelliklerine Göre Risk Eğilimleri

	Ki-Kare	df	Anlamlılık Düzeyi
Risk 1 (Kurallara karşı çıkmaktan hoşlanırım)	18,189	5	0,003
Risk 2 (Belirsiz durumlara fazla tahammül edemem)	7,521	5	0,185
Risk 3 (Rahat yaşamak için risk gereklidir)	9,651	5	0,086
Risk 4 (Risk almaktan çekinmem)	23,773	5	0
Risk 5 (Başarı için daha önce denemediklerimi denemekten çekinmem)	15,446	5	0,009
Risk (Toplam)	41,797	5	0

Tablo 28'e bakıldığında Risk 2 ve Risk 3'e karşılık gelen sorulara verilen cevapların anlamlılık düzeyi değerleri p (0,05) olasılık değerinden yüksek çıkmıştır. Buna göre bu sorulara verilen cevaplar kişilik özelliklerinin karşılaştırılmasında istatistiksel anlamda bir farklılık ortaya çıkartmamıştır. Yani Risk 2 ve Risk 3'teki sorular kişisel özellikler açısından değerlendirilmeye alınmış ve yokluk hipotezi kabul edilmiştir. Ancak Risk 1, Risk 4 ve Risk 5'e karşılık gelen sorulara verilen cevapların anlamlılık düzeyi değerleri incelenmeye alındığında bu soruların anlamlılık düzeyi değerleri p (0,05) olasılık değerinden küçük çıkmıştır. Zeki, Cesur ve Çalışkan kişilik özelliklerine sahip öğrencilerin diğer kişilik özelliklerine sahip öğrencilere göre risk eğilimlerinin daha yüksek olduğu görülmektedir. Dolayısıyla bu üç soruya verilen cevaplar için istatistiksel anlamda kişilik özellikleri arasında farklılık bulgusu elde edilmiştir. Risk eğilimini ölçen sorulara verilen cevaplar bir bütün olarak ele alındığında bu cevapların anlamlılık düzeyi değeri 0,000 çıkmıştır. Yani kişilik özelliklerine göre risk eğilimini ölçen sorulara verilen cevaplar farklılık göstermiştir.

Çalışmaya katılan öğrencilerin kişilik özelliklerine göre bağımsızlık isteklerinin farklılık gösterip göstermediğini ortaya koyan analiz sonuçları Tablo 29'da gösterilmiştir.

Tablo 29: Öğrencilerin Kişilik Özelliklerine Göre Bağımsızlık İstekleri

	Ki-Kare	df	Anlamlılık Düzeyi
Bağımsızlık1 (Ekonomik bağımsızlığım için de olsa başkalarından emir almayı sevmem)	5,23	5	0,389
Bağımsızlık2 (Farklı olmaktan korkmam)	13,179	5	0,022
Bağımsızlık3 (Bir şeye inanıyorsam başkasından onay beklemem)	5,453	5	0,363
Bağımsızlık4 (Bir şeyi yaparım diyorsam, yaparım)	9,286	5	0,098
Bağımsızlık5 (Bir kişinin beni yönlendirmesini istemem)	5,827	5	0,323
Bağımsızlık (Toplam)	19,858	5	0,001

Tablo 29'a bakıldığında sadece Bağımsızlık 2'ye karşılık gelen soruya verilen cevabın anlamlılık düzeyi değeri p (0,05) olasılık değerinden küçük çıkmıştır. Yani bu soruya verilen cevaplar arasında kişisel özelliklerden yola çıkıldığında istatistiksel anlamda farklılık bulunmuştur. Zeki insanların daha çok bağımsız çalışma istekleri farklılığı ortaya koymuştur. Sonuç olarak da Bağımsızlık 2'ye karşılık gelen sorunun cevabı için yokluk hipotezi reddedilmiştir. Geriye kalan dört seçenek için ise verilen cevapların kişisel özellikler itibari ile istatistiksel anlamda farklılık ortaya çıkarmadığı belirlenmiştir. Yani bu dört seçenek için yokluk hipotezi kabul edilmiştir. Sonuç olarak Bağımsızlık 1, Bağımsızlık 3, Bağımsızlık 4 ve Bağımsızlık 5 ile ilgili soruların cevapları için kişisel özellikler itibari ile istatistiksel anlamda herhangi bir farklılık bulunmamıştır. Ancak bağımsızlık isteğini ölçen sorulara verilen cevaplar bir bütün olarak ele alındığında bu cevapların anlamlılık düzeyi değeri 0,001 çıkmıştır. Yani bağımsızlık isteğini ölçen sorulara verilen cevaplar kişilik özelliklerine göre farklılık göstermiştir.

Çalışmaya katılan öğrencilerin kişilik özelliklerine göre başarıma ihtiyaçlarının farklılık gösterip göstermediğini ortaya koyan analiz sonuçları Tablo 30'da gösterilmiştir.

Tablo 30'daki başarıma ihtiyacını ölçen sorulara verilen cevaplar kişisel özellikler dikkate alınarak incelenmiştir. Analiz sonucunda başarıma ihtiyacı ölçen sorulara verilen cevapların anlamlılık düzeyi değerleri p (0,05) olasılık değerinden yüksek çıkmıştır.

Tablo 30: Öğrencilerin Kişilik Özelliklerine Göre Başarma İhtiyaçları

	Ki-Kare	df	Anlamlılık Düzeyi
Başarma 1 (Daha çok para kazanmak için her şeyi yaparım)	2,755	5	0,738
Başarma 2 (Başladığım bir işi başarıyla bitirmek isterim)	2,792	5	0,732
Başarma 3 (Benim için başarmak para kazanmaktan daha önceliklidir)	8,306	5	0,14
Başarma 4 (Başarılı olmak için elimden gelenin fazlasını yapabilirim)	10,109	5	0,072
Başarma 5 (Yapacağım işte herkesten iyi olmayı isterim)	6,76	5	0,239
Başarma (Toplam)	8,162	5	0,153

Sonuç olarak başarma ile ilgili soruların cevapları arasında kişisel özellikler temel alınarak yapılan değerlendirmelerde istatistiksel anlamda herhangi bir farklılık bulunmamıştır ve yokluk hipotezi kabul edilmiştir. Yani kişilik özelliklerine göre başarma ihtiyacında herhangi bir farklılık oluşmadığı sonucu elde edilmiştir. Başarma ihtiyacını ölçen sorulara verilen cevaplar da bir bütün olarak ele alındığında kişilik özelliklerine göre başarma ihtiyacını ölçen sorulara verilen cevapların benzerlik gösterdiği sonucu elde edilmiştir. Çünkü anlamlılık düzeyi değeri 0,153 olarak elde edilmiştir.

Çalışmaya katılan öğrencilerin kişilik özelliklerine göre yenilik eğilimlerinin farklılık gösterip göstermediğini ortaya koyan analiz sonuçları Tablo 31’de gösterilmiştir.

Tablo 31: Öğrencilerin Kişilik Özelliklerine Göre Yenilik Eğilimleri

	Ki-Kare	df	Anlamlılık Düzeyi
Yenilik 1 (Orijinal fikir ve düşünceler geliştirebilirim)	15,508	5	0,008
Yenilik 2 (Gelecekteki fırsatları yakalayacak yeteneğe sahibim)	26,112	5	0
Yenilik 3 (Yeni fikirlere her zaman açığım)	6,59	5	0,253
Yenilik 4 (Kendini yenilemeyen başarısız olmaya mahkûmdur)	14,9	5	0,011
Yenilik 5 (Kendi fikirlerimi hayata geçirecek işlere yönelmeyi severim)	10,981	5	0,052
Yenilik (Toplam)	56,189	5	0

Tablo 31'e göre Yenilik 1, Yenilik 2 ve Yenilik 4'e karşılık gelen sorulara verilen cevaplar arasında kişisel özelliklere göre farklılıklar elde edilmiştir. Bu sorulara verilen cevapların anlamlılık düzeyi değerleri p (0,05) olasılık değerinden küçük çıkmıştır. Bu sorulara verilen cevaplarda kişisel özellikler dikkate alındığında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olduğu bulgusu elde edilmiştir. Zeki insanların daha yenilikçi tutum sergiledikleri sonucu elde edilmiştir. Yenilik 3 ve Yenilik 5'e karşılık gelen sorulara verilen cevaplarda kişisel özellikler açısından herhangi bir farklılığın ortaya çıkmadığı bulgusu elde edilmiştir. Yani, Yenilik 3 ve Yenilik 5'e karşılık gelen sorulara verilen cevaplar için yokluk hipotezi kabul edilmişken, Yenilik 1, Yenilik 2 ve Yenilik 4'e karşılık gelen sorulara verilen cevaplar için yokluk hipotezi reddedilerek farklılığın olduğunu ileri süre hipotez kabul edilmiştir. Aynı şekilde yenilik eğilimini ölçen sorulara verilen cevaplar bir bütün olarak ele alındığında da anlamlılık düzeyi değeri 0,000 olarak elde edilmiştir. Buna göre bir bütün olarak ele alınan yenilik eğilimi ile ilgili sorulara verilen cevaplar kişilik özelliklerine göre farklılık göstermiştir.

Çalışmaya katılan öğrencilerin kişilik özelliklerine göre kendine güven eğilimlerinin farklılık gösterip göstermediğini ortaya koyan analiz sonuçları Tablo 32'de gösterilmiştir.

Tablo 32: Öğrencilerin Kişilik Özelliklerine Göre Kendine Güven Eğilimleri

	Ki-Kare	df	Anlamlılık Düzeyi
Kendine Güven 1 (Çok çalışarak her işin üstesinden gelebilirim)	8,376	5	0,137
Kendine Güven 2 (Kendime her konuda güvenim tamdır)	16,22	5	0,006
Kendine Güven 3 (Her zaman bildiğim yoldan gitmeyi tercih ederim)	7,323	5	0,198
Kendine Güven 4 (Karşılaştığım problemleri kendim çözerim)	11,009	5	0,051
Kendine Güven 5 (Üzerinde çalıştığım bir konuda hata yapmaktan çekinmem)	8,375	5	0,137
Kendine Güven (Toplam)	23,417	5	0

Tablo 32'de Kendine Güven 2'ye karşılık gelen soruya verilen cevabın anlamlılık düzeyi değeri p (0,05) olasılık değerinden düşük çıkmıştır. Çalışkan kişilik özelliğine sahip öğrencilerin kendilerine güvenlerinin daha çok olduğu bulgusu elde edilmiştir. Sonuç olarak Kendine Güven 2'ye verilen cevap kişisel özellikler dikkate alındığında istatistiksel anlamda

bir farklılık ortaya koymuştur ve farklılığın olduğu hipotez kabul edilmiştir. Fakat Kendine Güven 1, Kendine Güven 3, Kendine Güven 4 ve Kendine Güven 5'e karşılık gelen sorulara verilen cevapların kişisel özellikler temel alındığında istatistiksel düzeyde bir farklılık ortaya çıkarmadığı tespit edilmiştir. Yani bu dört durum için oluşturulan hipotezlerden yokluk hipotezi (Ho) kabul edilmiştir. Ancak kendine güven eğilimini ölçen sorulara verilen cevaplar bir bütün olarak ele alındığında anlamlılık düzeyi değeri 0,000 olarak bulunmuştur. Yani kişilik özelliklerine göre kendine güven eğilimini ölçen sorulara verilen cevaplar farklılık göstermiştir.

Çalışmaya katılan öğrencilerin ruh hallerine göre risk eğilimlerinin farklılık gösterip göstermediğini ortaya koyan analiz sonuçları Tablo 33'de gösterilmiştir.

Tablo 33'te öğrencilerin ruh haline göre risk eğilimine ilişkin sorulara verdikleri cevaplarda istatistiksel anlamda bir farklılığın olup olmadığı tespit edilmeye çalışılmıştır. Tablo 33'te risk eğilimini ölçen sorulara verilen cevapların anlamlılık düzeyi değerleri incelenmiş ve sadece Risk 5'i ölçen soruya verilen cevabın anlamlılık düzeyi değeri p (0,05) olasılık değerinden büyük olarak elde edilmiştir. İstatistiksel anlamda Risk 5'e karşılık gelen soruya verilen cevapta ruh haline göre anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Yani Risk 5 için yokluk hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 33: Öğrencilerin Ruh Haline Göre Risk Eğilimleri

	Ki-Kare	df	Anlamlılık Düzeyi
Risk 1 (Kurallara karşı çıkmaktan hoşlanırım)	13,098	5	0,022
Risk 2 (Belirsiz durumlara fazla tahammül edemem)	14,308	5	0,014
Risk 3 (Rahat yaşamak için risk gereklidir)	12,552	5	0,028
Risk 4 (Risk almaktan çekinmem)	12,199	5	0,032
Risk 5 (Başarı için daha önce denemediklerimi denemekten çekinmem)	2,869	5	0,72
Risk (Toplam)	19,983	5	0,001

Tablo 33'e göre Risk 1, Risk 2, Risk 3 ve Risk 4'ü ölçen sorulara verilen cevapların anlamlılık düzeyi değerleri p (0,05) olasılık değerinden küçük çıkmıştır. Yani ruh haline göre değerlendirme yapıldığında risk eğilimini ölçen ilk dört soruya verilen cevaplarda anlamlı

bir farklılık bulunmuştur. Hayalperest, kaderci, gergin ve hırslı ruh haline sahip olan öğrenciler diğer öğrenci gruplarına göre riski daha çok seven öğrenciler olarak belirlenmiştir. Sonuç olarak risk eğilimini ölçen ilk dört soruda ruh hali dikkate alındığında cevaplayanlar arasında farklılık olduğu sonucu elde edilmiştir. Risk eğilimini ölçen sorulara verilen cevaplar bir bütün olarak ele alındığında da yine aynı şekilde cevaplar arasında ruh haline göre farklılıkların olduğu sonucu elde edilmiştir.

Çalışmaya katılan öğrencilerin ruh haline göre bağımsızlık isteklerinin farklılık gösterip göstermediğini ortaya koyan analiz sonuçları Tablo 34’te gösterilmiştir.

Tablo 34: Öğrencilerin Ruh Haline Göre Bağımsızlık İstekleri

	Ki-Kare	df	Anlamlılık Düzeyi
Bağımsızlık1 (Ekonomik bağımsızlığım için de olsa başkalarından emir almayı sevmem)	12,234	5	0,032
Bağımsızlık2 (Farklı olmaktan korkmam)	15,058	5	0,01
Bağımsızlık3 (Bir şeye inanıyorsam başkasından onay beklemem)	0,924	5	0,968
Bağımsızlık4 (Bir şeyi yaparım diyorsam, yaparım)	22,754	5	0
Bağımsızlık5 (Bir kişinin beni yönlendirmesini istemem)	8,18	5	0,147
Bağımsızlık (Toplam)	17,238	5	0,004

Tablo 34’te bağımsızlık isteğini ölçen soruları cevaplayan öğrencilerin ruh hallerine göre verdikleri cevapların sonuçları gösterilmiştir. Yapılan inceleme sonucunda Bağımsızlık 3 ve Bağımsızlık 5’e karşılık gelen sorulara verilen cevapların anlamlılık düzeyi değerleri p (0,05) olasılık değerinden büyük çıkmıştır. Yani bu iki soruya verilen cevaplarda öğrencilerin ruh hallerine göre verdikleri cevaplar istatistiksel anlamda herhangi bir farklılık ortaya koymamıştır. Ancak Bağımsızlık 1, Bağımsızlık 2 ve Bağımsızlık 4’e karşılık gelen sorulara verilen cevapların anlamlılık düzeyi değerleri p (0,05) olasılık değerinden küçük çıkmıştır. Özellikle Bağımsızlık 4’e verilen cevabın anlamlılık düzeyi değeri 0,000 çıkmıştır. Bu duruma en önemli etkiyi hırslı ruh haline sahip öğrencilerin neden olduğu bulgusu elde edilmiştir. Gergin ve hırslı katılımcıların bağımsız çalışma istekleri ağır basmış ve farklılığı bu iki ruh haline sahip öğrenciler ortaya çıkarmıştır. Dolayısıyla katılımcıların

ruh hallerine göre verdikleri cevaplar için anlamlı bir farklılık bulgusu elde edilmiştir. Bağımsızlık isteğini ölçen sorulara verilen cevaplar bir bütün olarak ele alındığında cevapların anlamlılık düzeyi değeri 0,004 çıkmıştır. Yani öğrencilerin ruh haline göre bağımsızlık istekleri farklılık göstermiştir.

Çalışmaya katılan öğrencilerin ruh hallerine göre başarıma ihtiyaçlarının farklılık gösterip göstermediğini ortaya koyan analiz sonuçları Tablo 35’de gösterilmiştir.

Tablo 35: Öğrencilerin Ruh Haline Göre Başarım İhtiyaçları

	Ki-Kare	df	Anlamlılık Düzeyi
Başarım 1 (Daha çok para kazanmak için her şeyi yaparım)	2,6	5	0,761
Başarım 2 (Başladığım bir işi başarıyla bitirmek isterim)	7,614	5	0,179
Başarım 3 (Benim için başarmak para kazanmaktan daha önceliklidir)	11,812	5	0,037
Başarım 4 (Başarılı olmak için elimden gelenin fazlasını yapabilirim)	19,16	5	0,002
Başarım 5 (Yapacağım işte herkesten iyi olmayı isterim)	12,354	5	0,03
Başarım (Toplam)	27,559	5	0

Tablo 35’te başarıma ihtiyacını ölçmek için araştırmaya dahil edilen öğrencilerin ruh hallerine göre verdikleri cevaplar ele alınmıştır. Başarım 1 ve Başarım 2’ye karşılık gelen sorulara verilen cevapların ruh hali dikkate alındığında sıra ortalaması değerleri birbirine yakındır. Bu nedenle, bu iki soruya verilen cevapların anlamlılık düzeyi değerleri p (0,05) olasılık değerinin üstünde çıkmıştır. Sonuç olarak başarıma ihtiyacını ölçen ilk iki soruya öğrencilerin ruh halleri göz önüne alınarak verdikleri cevaplar incelenmiş ve anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Ancak diğer üç soruya verilen cevaplar incelenmiş ve hırslı ruh haline sahip öğrencilerin ortaya çıkardığı farklılık tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile hırslı ruh haline sahip öğrenciler başarıma istekleri ön plana çıkmış öğrenciler olarak belirlenmiştir. Bu üç soruya verilen cevapların anlamlılık düzeyi değerleri p (0,05) olasılık değerinden küçük çıkmıştır. Sonuç olarak ise bu üç soruya verilen cevaplarda anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Başarım ihtiyacını ölçen sorulara verilen cevaplar bir bütün olarak ele alındığında anlamlılık düzeyi değeri 0,000 çıkmıştır. Yani başarıma ihtiyacını ölçen sorulara verilen cevaplar ruh haline göre farklılık göstermiştir.

Çalışmaya katılan öğrencilerin ruh hallerine göre yenilik eğilimlerinin farklılık gösterip göstermediğini ortaya koyan analiz sonuçları Tablo 36’da gösterilmiştir.

Tablo 36: Öğrencilerin Ruh Haline Göre Yenilik Eğilimleri

	Ki-Kare	df	Anlamlılık Düzeyi
Yenilik 1 (Orijinal fikir ve düşünceler geliştirebilirim)	16,844	5	0,005
Yenilik 2 (Gelecekteki fırsatları yakalayacak yeteneğe sahibim)	18,878	5	0,002
Yenilik 3 (Yeni fikirlere her zaman açığım)	3,497	5	0,624
Yenilik 4 (Kendini yenilemeyen başarısız olmaya mahkûmdur)	6,174	5	0,29
Yenilik 5 (Kendi fikirlerimi hayata geçirecek işlere yönelmeyi severim)	1,133	5	0,951
Yenilik (Toplam)	18,022	5	0,003

Tablo 36’da ruh haline göre yenilik eğilimini ölçen sorulara verilen cevaplar ele alınmıştır. Yenilik 1 ve Yenilik 2’ye karşılık gelen sorulara verilen cevapların anlamlılık düzeyi değerleri p (0,05) olasılık değerinden düşük çıkmıştır. Sıra ortalaması tablosuna bakıldığında bu farklılığa hırslı ruh haline sahip öğrencilerin etkisi olduğu görülmüştür. Hırslı ruh haline sahip öğrencilerin yenilikçi tutum sergiledikleri bulgusu elde edilmiştir. Bu iki soruya verilen cevaplar ruh haline göre incelendiğinde anlamlı bir farklılık bulunmuş ve yokluk hipotezi reddedilmiştir. Yenilik 3, Yenilik 4 ve Yenilik 5’e karşılık gelen sorulara verilen cevapların anlamlılık düzeyi değerleri p (0,05) olasılık değerinden yüksek çıkmıştır. Sonuç olarak bu üç soruya verilen cevaplar arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Bu nedenle bu sorulara verilen cevaplar için yokluk hipotezi kabul edilmiştir. Yani ruh haline göre verilen cevaplar birbirine benzemektedir. Ancak yenilik eğilimini ölçen sorulara verilen cevaplar bir bütün olarak ele alındığında anlamlılık düzeyi değeri 0,003 çıkmıştır. Yani genel itibari ile yenilik eğilimini ölçen sorulara verilen cevaplar ruh haline göre farklılık göstermiştir.

Çalışmaya katılan öğrencilerin ruh hallerine göre kendine güven eğilimlerinin farklılık gösterip göstermediğini ortaya koyan analiz sonuçları Tablo 37’de gösterilmiştir.

Tablo 37: Öğrencilerin Ruh Haline Göre Kendine Güven Eğilimleri

	Ki-Kare	df	Anlamlılık Düzeyi
Kendine Güven 1 (Çok çalışarak her işin üstesinden gelebilirim)	12,603	5	0,027
Kendine Güven 2 (Kendime her konuda güvenim tamdır)	18,963	5	0,002
Kendine Güven 3 (Her zaman bildiğim yoldan gitmeyi tercih ederim)	2,259	5	0,812
Kendine Güven 4 (Karşılaştığım problemleri kendim çözerim)	1,587	5	0,903
Kendine Güven 5 (Üzerinde çalıştığım bir konuda hata yapmaktan çekinmem)	4,406	5	0,493
Kendine Güven (Toplam)	11,347	5	0,045

Tablo 37’de kendine güven eğilimini ölçen sorulara verilen cevaplar incelenmiştir. P (0,05) olasılık değerinden küçük bir değere sahip olan cevaplar belirlenmiş ve farklılıklar ile ilgili bulgular elde edilmiştir. Kendine Güven 1 ve Kendine Güven 2’ye karşılık gelen sorulara verilen cevapların anlamlılık düzeyi değerleri p olasılık değerinden küçük olduğu için bu iki soruya verilen cevaplarda yokluk hipotezi reddedilmiştir. Sıra ortalaması tablosuna göre hırslı ruh haline sahip öğrenciler diğer öğrencilere göre kendilerine daha fazla güvenmektedirler. Diğer üç soruya verilen cevapların anlamlılık düzeyi değerleri p (0,05) olasılık değerinden büyük olduğu için yokluk hipotezi kabul edilmiştir. Anlamlılık düzeyi değerleri ne kadar büyük çıkarsa ruh hallerine göre verilen cevapların sıra ortalaması değerlerinin birbirine yakın değerler alacağı görülmüştür. Ancak kendine güven eğilimini ölçen sorular bir bütün olarak ele alındığında ruh haline göre farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Çünkü risk eğilimini ölçen sorulara verilen cevaplar bir bütün olarak ele alındığında anlamlılık düzeyi değeri p olasılık değerinden düşük çıkmıştır.

Çalışmaya katılan öğrencilerin meslek liselerine göre risk eğilimlerinin farklılık gösterip göstermediğini ortaya koyan analiz sonuçları Tablo 38’de gösterilmiştir.

Tablo 38: Öğrencilerin Meslek Liselerine Göre Risk Eğilimleri

	Ki-Kare	df	Anlamlılık Düzeyi
Risk 1 (Kurallara karşı çıkmaktan hoşlanırım)	3,881	4	0,422
Risk 2 (Belirsiz durumlara fazla tahammül edemem)	5,962	4	0,202
Risk 3 (Rahat yaşamak için risk gereklidir)	13,936	4	0,008
Risk 4 (Risk almaktan çekinmem)	5,319	4	0,256
Risk 5 (Başarı için daha önce denemediklerimi denemekten çekinmem)	6,61	4	0,158
Risk (Toplam)	14,177	4	0,007

Tablo 38’de meslek liselerinin risk eğilimine etkisi belirlenmeye çalışılmıştır. İki den fazla değişken parametrede yer aldığı için Kruskal-Wallis testi kullanılarak veriler analize hazır hale getirilmiştir. P (0,05) olasılık değerinden düşük bir anlamlılık düzeyi değerine sahip olan sorulara verilen cevaplar için meslek liseleri arasında anlamlı bir farklılığın meydana geldiği testin ana kuralı olarak dikkate alınmıştır. Risk 3’e karşılık gelen soruya verilen cevabın anlamlılık düzeyi değeri p değerinden düşük çıkmıştır. Sonuç olarak Risk 3’e karşılık gelen soruya verilen cevaplar değerlendirilmeye alınmış ve meslek liseleri arasında anlamlı bir farklılığın olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. 80. Yıl Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi öğrencilerinin sıra ortalaması değerine bakıldığında bu farklılığın nedeni görülmüştür. 80. Yıl Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi öğrencilerinin risk seven bir yapıya sahip oldukları belirlenmiştir. Risk eğilimini ölçen diğer sorulara verilen cevapların anlamlılık düzeyi değerleri p (0,05) olasılık değerinin üstünde çıkmıştır. Yani bu 4 soru için meslek liseleri arasında anlamlı bir farklılık bulgusuna rastlanılmamış ve yokluk hipotezi kabul edilmiştir. Sıra ortalaması değerlerine bakıldığında meslek liseleri arasında büyük farklılıkların oluşmadığı görülmüştür. Ancak risk eğilimini ölçen sorulara verilen cevaplar bir bütün olarak ele alındığında anlamlılık düzeyi değeri p olasılık değerinden düşük çıkmıştır. Yani risk eğilimini ölçen sorulara verilen cevaplar bir bütün olarak ele alındığında meslek liselerine göre farklılık göstermiştir.

Çalışmaya katılan öğrencilerin meslek liselerine göre bağımsızlık isteklerinin farklılık gösterip göstermediğini ortaya koyan analiz sonuçları Tablo 39’da gösterilmiştir.

Tablo 39: Öğrencilerin Meslek Liselerine Göre Bağımsızlık İstekleri

	Ki-Kare	df	Anlamlılık Düzeyi
Bağımsızlık1 (Ekonomik bağımsızlığım için de olsa başkalarından emir almayı sevmem)	5,953	4	0,203
Bağımsızlık2 (Farklı olmaktan korkmam)	4,338	4	0,362
Bağımsızlık3 (Bir şeye inanıyorsam başkasından onay beklemem)	7,144	4	0,128
Bağımsızlık4 (Bir şeyi yaparım diyorsam, yaparım)	6,651	4	0,155
Bağımsızlık5 (Bir kişinin beni yönlendirmesini istemem)	18,996	4	0,001
Bağımsızlık (Toplam)	22,888	4	0

Tablo 39’da meslek liselerindeki öğrencilerin bağımsızlık isteğini ölçen sorulara verdikleri cevaplar ele alınmıştır. Bağımsızlık 5’e karşılık gelen soruya verilen cevap incelendiğinde bu cevabın anlamlılık düzeyi değeri p (0,05) olasılık değerinden düşük çıkmıştır. İMKB Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi öğrencilerinin verdikleri cevaplar farklılığa neden olmuştur. İMKB Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi öğrencilerinin bağımsız çalışma isteğine önem verdikleri sonucu elde edilmiştir. Dolayısıyla bu soruya verilen cevaplar için oluşturulan hipotezde yokluk hipotezi reddedilerek anlamlı bir farklılık vardır hipotezi kabul edilmiştir. Fakat bağımsızlık isteğini ölçen diğer dört soruya verilen cevapların anlamlılık düzeyi değerleri p (0,05) olasılık değerinin üstünde çıkmıştır. Buna göre bu sorulara verilen cevaplar için yokluk hipotezi kabul edilmiştir. Ancak bağımsızlık isteğini ölçen sorulara verilen cevaplar bir bütün olarak ele alındığında anlamlılık düzeyi değeri p olasılık değerinin altında yer almıştır. Yani bağımsızlık isteğini ölçen sorulara verilen cevaplar bir bütün olarak ele alındığında meslek liselerine göre cevapların farklılık gösterdiğini sonucuna ulaşılmıştır.

Çalışmaya katılan öğrencilerin meslek liselerine göre başarıma ihtiyaçlarının farklılık gösterip göstermediğini ortaya koyan analiz sonuçları Tablo 40’ta gösterilmiştir.

Tablo 40: Öğrencilerin Meslek Liselerine Göre Başarma İhtiyaçları

	Ki-Kare	df	Anlamlılık Düzeyi
Başarma 1 (Daha çok para kazanmak için her şeyi yaparım)	9,203	4	0,056
Başarma 2 (Başladığım bir işi başarıyla bitirmek isterim)	6,486	4	0,166
Başarma 3 (Benim için başarmak para kazanmaktan daha önceliklidir)	2,595	4	0,628
Başarma 4 (Başarılı olmak için elimden gelenin fazlasını yapabilirim)	3,64	4	0,457
Başarma 5 (Yapacağım işte herkesten iyi olmayı isterim)	6,923	4	0,14
Başarma (Toplam)	7,451	4	0,114

Tablo 40’da meslek liselerinin başarma ihtiyacına etkisi ele alınmıştır. Başarma ihtiyacını ölçen sorulara verilen cevapların anlamlılık düzeyi değerleri incelenmiş ve bütün değerler p (0,05) olasılık değerinin üstünde çıkmıştır. Yani verilen cevaplar meslek liselerine göre farklılık göstermemiştir. Başarma ihtiyacını ölçen sorulara verilen cevaplar için yokluk hipotezi (Ho) kabul edilmiştir. Başarma ihtiyacını ölçen sorulara verilen cevaplar bir bütün olarak ele alındığında da meslek liselerine göre cevapların farklılık göstermediği sonucu elde edilmiştir. Çünkü anlamlılık düzeyi değeri p olasılık değerinden yüksek çıkmıştır.

Çalışmaya katılan öğrencilerin meslek liselerine göre yenilik eğilimlerinin farklılık gösterip göstermediğini ortaya koyan analiz sonuçları Tablo 41’de gösterilmiştir.

Tablo 41: Öğrencilerin Meslek Liselerine Göre Yenilik Eğilimleri

	Ki-Kare	df	Anlamlılık Düzeyi
Yenilik 1 (Orijinal fikir ve düşünceler geliştirebilirim)	4,945	4	0,293
Yenilik 2 (Gelecekteki fırsatları yakalayacak yeteneğe sahibim)	13,211	4	0,01
Yenilik 3 (Yeni fikirlere her zaman açığım)	3,862	4	0,425
Yenilik 4 (Kendini yenilemeyen başarısız olmaya mahkûmdur)	10,299	4	0,036
Yenilik 5 (Kendi fikirlerimi hayata geçirecek işlere yönelmeyi severim)	8,257	4	0,083
Yenilik (Toplam)	29,663	4	0

Tablo 41’de yenilik eğilimine ilişkin sorulara verilen cevaplar Kruskal-Wallis Test Analiz Yöntemi kullanılarak incelenmiştir. Yenilik ile ilgili sorulara verilen cevapların meslek liseleri arasındaki farklılıkların belirlenmesi için anlamlılık düzeyi değerlerine bakılmıştır. Yenilik 2 ve Yenilik 4’e karşılık gelen sorulara verilen cevapların anlamlılık düzeyi değerleri p (0,05) olasılık değerinden düşük çıkmıştır. Trabzon Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi Denizcilik Anadolu Lisesi ve İMKB Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi öğrencileri diğer meslek liselerindeki öğrencilere göre daha yenilikçi bir tutum sergilemişlerdir ve farklılığın ortaya çıkmasına neden olmuşlardır. Fakat diğer üç soruya verilen cevapların anlamlılık düzeyi değerleri p (0,05) olasılık değerinin üstünde çıkmıştır. Bu yüzden bu sorularla ilişkin cevaplar için yokluk hipotezi kabul edilmiştir ve meslek liseleri arasında bir farklılığın oluşmadığı gözlemlenmiştir. Ancak yenilik eğilimini ölçen sorulara verilen cevaplar bir bütün olarak ele alındığında anlamlılık düzeyi değeri p olasılık değerinden düşük çıkmıştır. Yani yenilik eğilimini ölçen sorulara verilen cevaplar bir bütün olarak ele alındığında cevaplar meslek liselerine göre farklılık göstermiştir.

Çalışmaya katılan öğrencilerin meslek liselerine göre kendine güven eğilimlerinin farklılık gösterip göstermediğini ortaya koyan analiz sonuçları Tablo 42’de gösterilmiştir.

Tablo 42: Öğrencilerin Meslek Liselerine Göre Kendine Güven Eğilimleri

	Ki-Kare	df	Anlamlılık Düzeyi
Kendine Güven 1 (Çok çalışarak her işin üstesinden gelebilirim)	5,106	4	0,277
Kendine Güven 2 (Kendime her konuda güvenim tamdır)	5,514	4	0,238
Kendine Güven 3 (Her zaman bildiğim yoldan gitmeyi tercih ederim)	7,073	4	0,132
Kendine Güven 4 (Karşılaştığım problemleri kendim çözerim)	10,007	4	0,04
Kendine Güven 5 (Üzerinde çalıştığım bir konuda hata yapmaktan çekinmem)	12,151	4	0,016
Kendine Güven (Toplam)	21,491	4	0

Tablo 42’de Kruskal-Wallis Test Analiz Yöntemi ile öğrencilerin sorulara verdikleri cevaplar ele alınmıştır. Kendine güven eğilimini ölçen ilk 3 soruya verilen cevapların anlamlılık düzeyi değerleri p (0,05) olasılık değerinden yüksek çıkmıştır. Bu üç soruya ilişkin verilen cevaplarda meslek liselerine göre herhangi bir farklılık bulunmamıştır ve yokluk hipotezi kabul edilmiştir. Ancak diğer 2 soruya verilen cevapların anlamlılık düzeyleri değerlerine bakıldığında bu 2 soruya ait cevapların anlamlılık düzeyi değerleri p (0,05) olasılık değerinden küçük çıkmıştır. 80. Yıl Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi öğrencilerinin kendine güven eğilimlerinin diğer meslek lisesi öğrencilerinin kendine güven eğilimlerinden daha yüksek olduğu sonucu elde edilmiştir. Bu iki soruya verilen cevaplarda meslek liseleri arasında farklılıklar tespit edilmiştir. Aynı zamanda kendine güven eğilimini ölçen sorulara verilen cevaplar bir bütün olarak ele alındığında anlamlılık düzeyi değeri p olasılık değerinden düşük çıkmıştır. Yani kendime güven eğilimini ölçen sorulara verilen cevaplar bir bütün olarak ele alındığında meslek liselerine göre farklılık göstermiştir.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Girişimcilik, yeni fikirlerin faydalı modeller aracılığıyla eyleme dönüşmesidir. Bu doğrultuda fikirlerin eyleme dönüştürülmesi aşamasında bir takım zorluklarla karşılaşmaktadır. Karşılaşılan en önemli zorluk da finansmandır. Birçok proje finansman problemi nedeniyle faaliyete geçirilememektedir. Ancak girişimciliğin ekonomiye katkısının fark edilmesinden sonra ülkeler bu konu hakkında bir takım çalışmalar yapmaya başlamışlar. Bu çalışmalarla birlikte projelerin hayata geçmesi kolaylaşmış ve ekonomiye katkıları ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda kamu veya özel sermayeli kuruluşların girişimcilik alanında yeni fikirlere desteklerini sunmaları bu fikirlerin eyleme dönüşmesini kolaylaştırmıştır.

Girişimcilik açısından Türkiye'ye bakıldığında, Türkiye, girişimcilik konusunda dünya sıralamasında gerilerde kalmaktadır. Her ne kadar girişimcilik konusuna son yıllarda daha fazla önem verilmeye başlanmışsa da dünya ortalamasına henüz yaklaşamamıştır.

Girişimci, genç, dinamik, yeni fikirlere sahip, cesaretli ve fikirleri eyleme dönüştürüp ülke ekonomisine katkı sağlayan kişidir. Bu nedenle özellikle genç girişimcileri bu doğrultuda yönlendirmek ve başarılı birer girişimci olmalarını sağlamak için bu adayların özelliklerinin açık bir şekilde belirlenmesi gerekmektedir. Bu çalışmada, meslek lisesi öğrencilerinin girişimcilik özelliklerinin belirlenmesi için kapsamlı bir araştırma yapılmıştır. Araştırmada anket yöntemi kullanılması benimsenmiştir. Bu çerçevede Trabzon ilinde hizmet veren meslek liselerinde son sınıf öğrencileri üzerinde bir anket çalışması yürütülmüştür.

Anket formu, risk eğilimi, bağımsızlık isteği, başarıya ihtiyacı, yenilik eğilimi ve kendine güven olmak üzere toplam 5 faktöre ilişkin yargılardan meydana gelmektedir. Yürütülen analizlerle sonucunda her bir faktör için farklı bulgular elde edilmiştir. Bu bulguların yorumlanmasıyla aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır.

Risk eğilimi açısından,

1. Öğrencilerin risk eğilim seviyelerinde meslek lisesi türü açısından farklılık vardır.
2. Öğrencilerin risk eğiliminde ruh haline göre farklılık vardır.
3. Öğrencilerin risk eğiliminde kişilik özelliklerine göre farklılık vardır.
4. Öğrencilerin risk eğilim noktalarında cinsiyete göre farklılık vardır.
5. Öğrencilerin risk eğiliminde girişimcilik ile ilgili ders alıp almama açısından farklılık vardır.

Bağımsızlık çalışma isteği açısından,

1. Öğrencilerin bağımsız çalışma isteklerinde meslek lisesi türü açısından farklılık vardır.
2. Öğrencilerin bağımsız çalışma isteklerinde ruh haline göre farklılık vardır.
3. Öğrencilerin bağımsız çalışma isteklerinde kişilik özelliklerine göre farklılık vardır.
4. Öğrencilerin bağımsız çalışma isteklerinde cinsiyete göre farklılık yoktur.
5. Öğrencilerin bağımsız çalışma isteklerinde girişimcilik ile ilgili ders alıp almama açısından farklılık vardır.

Başarma ihtiyacı açısından,

1. Öğrencilerin başarıma ihtiyaçlarında meslek lisesi türü açısından farklılık yoktur.
2. Öğrencilerin başarıma ihtiyaçlarında ruh haline göre farklılık vardır.
3. Öğrencilerin başarıma ihtiyaçlarında kişilik özelliklerine göre farklılık yoktur.
4. Öğrencilerin başarıma ihtiyaçlarında cinsiyete göre farklılık yoktur.
5. Öğrencilerin başarıma ihtiyaçlarında girişimcilik ile ilgili ders alıp almama açısından farklılık vardır.

Yenilik eğilimi açısından,

1. Öğrencilerin yenilik eğilimlerinde meslek lisesi türü açısından farklılık vardır.
2. Öğrencilerin yenilik eğilimlerinde ruh haline göre farklılık vardır.
3. Öğrencilerin yenilik eğilimlerinde kişilik özelliklerine göre farklılık vardır.
4. Öğrencilerin yenilik eğilimlerinde cinsiyete göre farklılık vardır.
5. Öğrencilerin yenilik eğilimlerinde girişimcilik ile ilgili ders alıp almama açısından farklılık vardır.

Kendine güven eğilimi açısından,

1. Öğrencilerin kendine güven eğilimlerinde meslek lisesi türü açısından farklılık vardır.
2. Öğrencilerin kendine güven eğilimlerinde ruh haline göre farklılık vardır.
3. Öğrencilerin kendine güven eğilimlerinde kişilik özelliklerine göre farklılık vardır.
4. Öğrencilerin kendine güven eğilimlerinde cinsiyete göre farklılık vardır.
5. Öğrencilerin kendine güven eğilimlerinde girişimcilik ile ilgili ders alıp almama açısından farklılık yoktur.

Yapılan analiz sonucunda elde edilen bulgular Tablo 43'te özetlenmiştir. Genel itibariyle girişimcilik dersi alan öğrencilerin girişimcilik potansiyeli, girişimcilik dersi almayan öğrencilerin girişimcilik potansiyeline göre daha yüksektir. Aynı şekilde, cinsiyete göre değerlendirme yapıldığında, erkek öğrencilerin girişimcilik potansiyelinin bayan öğrencilerin girişimcilik potansiyelinden daha yüksek olduğu söylenebilir. Meslek liselerine göre yapılan değerlendirmede ise, 80. Yıl Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi ve IMKB Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi öğrencilerinin girişimcilik potansiyellerinin diğer meslek lisesi öğrencilerinin girişimcilik potansiyellerinden yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 43: Analiz Sonuçlarına Göre Hipotezlerin Değerlendirilmesi

	Meslek Lisesi	Cinsiyet	Girişimcilik Dersi	Ruh Hali	Kişisel Özellik
Risk Eğilimi	H1 kabul Ho ret	H1 kabul Ho ret	H1 kabul Ho ret	H1 kabul Ho ret	H1 kabul Ho ret
Risk 1	H1 ret Ho kabul	H1 ret Ho kabul	H1 ret Ho kabul	H1 kabul Ho ret	H1 kabul Ho ret
Risk 2	H1 ret Ho kabul	H1 ret Ho kabul	H1 ret Ho kabul	H1 kabul Ho ret	H1 ret Ho kabul
Risk 3	H1 kabul Ho ret	H1 kabul Ho ret	H1 ret Ho kabul	H1 kabul Ho ret	H1 ret Ho kabul
Risk 4	H1 ret Ho kabul	H1 kabul Ho ret	H1 ret Ho kabul	H1 kabul Ho ret	H1 kabul Ho ret
Risk 5	H1 ret Ho kabul	H1 kabul Ho ret	H1 kabul Ho ret	H1 ret Ho kabul	H1 kabul Ho ret
Bağımsızlık İsteği	H1 kabul Ho ret	H1 ret Ho kabul	H1 ret Ho kabul	H1 kabul Ho ret	H1 kabul Ho ret
Bağımsızlık 1	H1 ret Ho kabul	H1 ret Ho kabul	H1 ret Ho kabul	H1 kabul Ho ret	H1 ret Ho kabul
Bağımsızlık 2	H1 ret Ho kabul	H1 ret Ho kabul	H1 ret Ho kabul	H1 kabul Ho ret	H1 kabul Ho ret
Bağımsızlık 3	H1 ret Ho kabul	H1 ret Ho kabul	H1 ret Ho kabul	H1 ret Ho kabul	H1 ret Ho kabul
Bağımsızlık 4	H1 ret Ho kabul	H1 ret Ho kabul	H1 ret Ho kabul	H1 kabul Ho ret	H1 ret Ho kabul
Bağımsızlık 5	H1 kabul Ho ret	H1 ret Ho kabul	H1 ret Ho kabul	H1 ret Ho kabul	H1 ret Ho kabul
Başarma İhtiyacı	H1 ret Ho kabul	H1 ret Ho kabul	H1 kabul Ho ret	H1 kabul Ho ret	H1 ret Ho kabul
Başarma 1	H1 ret Ho kabul	H1 ret Ho kabul	H1 ret Ho kabul	H1 ret Ho kabul	H1 ret Ho kabul
Başarma 2	H1 ret Ho kabul	H1 ret Ho kabul	H1 kabul Ho ret	H1 ret Ho kabul	H1 ret Ho kabul
Başarma 3	H1 ret Ho kabul	H1 ret Ho kabul	H1 kabul Ho ret	H1 kabul Ho ret	H1 ret Ho kabul
Başarma 4	H1 ret Ho kabul	H1 ret Ho kabul	H1 kabul Ho ret	H1 kabul Ho ret	H1 ret Ho kabul
Başarma 5	H1 ret Ho kabul	H1 ret Ho kabul	H1 kabul Ho ret	H1 kabul Ho ret	H1 ret Ho kabul
Yenilik Eğilimi	H1 kabul Ho ret	H1 kabul Ho ret	H1 kabul Ho ret	H1 kabul Ho ret	H1 kabul Ho ret
Yenilik 1	H1 ret Ho kabul	H1 kabul Ho ret	H1 kabul Ho ret	H1 kabul Ho ret	H1 kabul Ho ret
Yenilik 2	H1 kabul Ho ret	H1 kabul Ho ret	H1 ret Ho kabul	H1 kabul Ho ret	H1 kabul Ho ret
Yenilik 3	H1 ret Ho kabul	H1 ret Ho kabul	H1 kabul Ho ret	H1 ret Ho kabul	H1 ret Ho kabul
Yenilik 4	H1 kabul Ho ret	H1 ret Ho kabul	H1 ret Ho kabul	H1 ret Ho kabul	H1 kabul Ho ret
Yenilik 5	H1 ret Ho kabul	H1 ret Ho kabul	H1 ret Ho kabul	H1 ret Ho kabul	H1 ret Ho kabul
Kendine Güven Eğilimi	H1 kabul Ho ret	H1 kabul Ho ret	H1 ret Ho kabul	H1 kabul Ho ret	H1 kabul Ho ret
Kendine Güven 1	H1 ret Ho kabul	H1 kabul Ho ret	H1 ret Ho kabul	H1 kabul Ho ret	H1 ret Ho kabul

Kendine Güven 2	H1 ret Ho kabul	H1 ret Ho kabul	H1 ret Ho kabul	H1 kabul Ho ret	H1 kabul Ho ret
Kendine Güven 3	H1 ret Ho kabul	H1 ret Ho kabul	H1 ret Ho kabul	H1 ret Ho kabul	H1 ret Ho kabul
Kendine Güven 4	H1 kabul Ho ret	H1 kabul Ho ret	H1 ret Ho kabul	H1 ret Ho kabul	H1 ret Ho kabul
Kendine Güven 5	H1 kabul Ho ret	H1 ret Ho kabul	H1 kabul Ho ret	H1 ret Ho kabul	H1 ret Ho kabul

Analiz sonuçlarına göre, girişimcilik dersi alan öğrencilerin girişimcilik potansiyeli, girişimcilik dersi almayan öğrencilerin girişimcilik potansiyelinden daha yüksektir. Bu doğrultuda, meslek liselerinde girişimcilik ile ilgili dersin müfredata konulması öğrencilerin girişimcilik potansiyelini artıracığı söylenebilir.

Aynı zamanda, İMKB Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi ve 80. Yıl Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi öğrencilerinin girişimcilik potansiyelleri, diğer meslek lisesi öğrencilerinin girişimcilik potansiyellerinden yüksek çıkmıştır. Bu farklılığın nedenlerinin bu iki meslek lisesinin ders yapısı, öğrenci ilişkileri, öğretmen durumları, eğitim şartları ve diğer birçok etkenden kaynaklandığı düşünülmektedir. Bu nedenle söz konusu iki lisenin bu açılardan incelenmesi ve diğer meslek liselerinin bu doğrultuda bir dönüşüme tabi tutulması sonucunda öğrencilerin girişimcilik potansiyellerinde artış görülebileceği söylenebilir. 80. Yıl Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi öğrencilerinin girişimcilik potansiyellerinin yüksek çıkmasına neden olan en önemli faktörün sınıflardaki öğrenci sayılarının az olması gösterilebilir. Sınıftaki öğrenci sayısının az olmasının öğrencilerin girişimcilik potansiyellerinin keşfedilmesini ve bu potansiyele doğru, hızlı ve etkin bir şekilde yönlendirilmesine imkan sağlayacaktır. Bu nedenle diğer meslek liselerinin sınıf mevcudunun düşürülmesinin öğrencilerin girişimcilik potansiyellerini artacağı öngörülmektedir.

Erkek öğrencilerinin girişimcilik potansiyelleri kız öğrencilerin girişimcilik potansiyellerinden yüksek çıkmıştır. Bu durumun en önemli nedeni erkek öğrencilerin düşüncelerini daha rahat söyleyebilmeleri gösterilebilir. Bu doğrultuda, kız öğrencilere yönelik yapılacak seminer çalışmalarıyla daha rahat düşüncelerinin söyleyebildikleri ortamların oluşturulması anlamında girişimcilik potansiyelleri artırılabilir.

Kişilik özelliklerine göre yapılan değerlendirme sonucunda zeki, lider ve çalışkan öğrencilerin girişimcilik potansiyellerinin, diğer kişilik özelliklerine sahip öğrencilere göre

daha yüksek girişim potansiyeline sahip olduğu sonucu elde edilmiştir. Bu doğrultuda, öğrencilere bu özellikleri kazandırabilecek çalışmalar yapılmalıdır. Çalışmalar sonucunda, öğrencilerin kişilik özelliklerindeki değişim sayesinde meslek lisesi öğrencilerinin girişimcilik potansiyeli yükseltilebilir.

Ruh haline göre yapılan değerlendirme sonucunda, genellikle gergin ve hırslı ruh haline sahip öğrencilerin girişimcilik potansiyelleri, diğer ruh hallerine sahip öğrencilerin girişimcilik potansiyellerinden daha yüksek çıkmıştır. Bu doğrultuda, öğretmenler tarafından öğrencilere başarıları için hedeflerin gösterilip bu hedeflere ulaşmaları için destekler verilmelidir.

Çalışmanın sonuçları ile sınırlı literatüre katkı yapmak amaçlanmaktadır. Çalışmada elde edilen bulgulara dayanarak milli eğitim müdürlüğü ile iletişime geçip çalışma bulgularının paylaşılması sonucu liselerde çalışma sonuçları doğrultusunda düzenleme yapılabilir.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- Afra, Sinan (2014), “Dijital Pazarın Odak Noktası E-Ticaret: Dünyada Türkiye’nin Yeri, Mevcut Durum ve Geleceğe Yönelik Adımlar”, **TÜSİAD-T**, (553), <http://www.tusiad.org>(26.10.2014).
- Ağca, Veysel ve Yörük, Durmuş (2006), “Bağımsız Girişimcilik ve İç Girişimcilik Arasındaki Farklar: Kavramsal Bir Çerçeve”, **Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 8(2), 155-173.
- Akyüz, Kadri Cemil ve diğerleri (2006), “Rize İlinde Lise ve Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Yeteneklerinin İncelenmesi”, **İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, 20(1), 233-246.
- Akyüz, Yılmaz (2013), “Üniversite Öğrencilerinin KOSGEB Desteklerine Bakış Açıları ve Girişimcilik Eğilimleri Üzerine Bir Araştırma: Uşak Üniversitesi Örneği”, **Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 6(3), 80-98.
- Alkaya, Emrah (2014), “Endüstriyel Simbiyoz ve Girişimcilik”, **Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı**, <http://www.ttgiv.org.tr/concent/docs/green-entrepreneurhip-in-turkey>(25.10.2014).
- Allen, John C. ve Malin, Stephanie (2008), “Green Entrepreneurship: A Method for Managing Natural Resources”, **Sand Natural Resources**, 21, 828-844.
- Altunışık, Remzi ve diğerleri (2012), **Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı**, 7.Baskı İstanbul: Sakarya Yayıncılık.
- Altuntaş, Gültekin ve Dönmez, Dilek (2010), “Girişimcilik Yönelimi ve Örgütsel Performans İlişkisi: Çanakkale Bölgesinde Faaliyet Gösteren Otel İşletmelerinde Bir Araştırma”, **İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi**, 39(1), 50-74.
- Arıkan, Semra, (2004), **Girişimcilik**, 2. Baskı, Ankara, Siyasal Kitapevi.
- Arslan, Kahraman (2002), “Üniversiteli Gençlerde Mesleki Tercihler ve Girişimcilik Eğilimleri”, **Doğuş Üniversitesi Dergisi**, 6, 1-11.

- Aslan, Şebnem ve Atabey, Ayşegül (2007), “Küresel Rekabette Kadın Girişimcilerin Rolü ve Türk Kadın Girişimci Tipolojisi”, **Journal of Azerbaijani Studies**, 10(3-4), 1-17.
- Aşkın, Ayşin ve diğerleri (2011), “Tarihsel Süreçte Girişimcilik Kavramı ve Gelişimi”, **Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi**, 6(2), 55-72.
- Avşar, Mustafa (2007), **Yüksek Öğretimde Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimlerinin Araştırılması: Çukurova Üniversitesinde Bir Uygulama**, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aydın, Erhan ve Çakar, Ulaş (2014), “Ekogirişimcilik ve Yaratıcılık İlişkisi: Geri Dönüşüm Sektöründe Bir Araştırma”, **Celal Bayar Üniversitesi Yönetim ve Ekonomi Dergisi**, 21(1), 77-89.
- Aykan, Ebru (2012), “Girişimciliğin Değişen Yüzü: Ekogirişimcilik”, **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 17(3), 195-212.
- Bahadırılı, Serah ve diğerleri (2012), **Büyüyen Kapsayıcı Piyasalar Türkiye’de Sosyal Girişimcilik Vakaları**, 1.Baskı, İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Bakırtaş, Hülya ve Tekinşen, Ali (2006), “E-Ticaretin Girişimcilik Üzerindeki Etkileri”, **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 16, 125-138.
- Balcı, Fatma İnce (2011), “Girişimciliğe Ekolojik Yaklaşım: Eko-Girişimcilik Teorik Çerçeve”, **Nevşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 1, 187-206.
- Basım, Nejat ve diğerleri (2009), “Öğrenen Örgüt Algısının Örgüt İçi Girişimciliğe Etkisi: Kamuda Bir Araştırma”, **Ankara Üniversitesi SBF Dergisi**, 64(3), 27-44.
- Başar, Mehmet ve diğerleri (2013), **Girişimcilik**, 1. Baskı, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Bayar, Yılmaz (2012), “Girişimcilik Finansmanında Risk Sermayesi ve Melek Finansmanı”, **Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi**, 7(2), 133-144.
- Bayrakdar, Seda (2011), “Avrupa Birliği Mesleki Eğitim Programlarında Girişimcilik Eğitimlerinin Ekonomik Kalkınmadaki Önemi”, **Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, 12(1), 245-264.

- Bekar, İlter ve Korkut, Derya Sevim (2011), “Girişimcinin Özellikleri ve Ekonomideki Önemi”, **Ormancılık Dergisi**, 116-122.
- Besler, Senem (Ed.) (2010), **Sosyal Girişimcilik**, 1. Baskı, İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Bilge, Hürriyet ve Bal, Vedat (2012), “Girişimcilik Eğilimi: Celal Bayar Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma”, **Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 16, 131-148.
- Bireysel Katılım Sermayesi Kanun Maddesi (2012), **T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı**, 4059, 13.06.2012.
- Bohoney, Jason ve diğerleri (2011), **The Entrepreneurship Toolkit Successful Approaches to Fostering Entrepreneurship**, Business Growth Initiative 1-86.
- Bozkurt, Özlem Çetinkaya (2011), **Dünya ve Türkiye’de Girişimcilik Eğitimi: Başarılı Girişimciler ve Öğretim Üyelerinden Öneriler**, Sözkese Matbaacılık, 1. Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Bulut, Çağrı ve diğerleri (2008), “Kurumsal Girişimcilik: Kavramsal Yapı Üzerine Bir Tartışma”, **Journal of Yaşar University**, 3(10), 1389-1416.
- Cosgun, Oktay (2013) “Yeni Bir Finansal Araç: Bireysel Katılım Sermayesi”, **Mali Çözüm Dergisi**, SMMMO, 147-156.
- Çelik, Adnan ve Akgemci, Tahir (2007), **Girişimcilik Kültürü ve KOBİ’ler**, 2.Baskı, Ankara: Gazi Kitapevi.
- Çesteneçi, Yusuf (2012), **Göçmenlik Olgusunun Girişimcilik Eğilimi Üzerindeki Etkileri**, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çetindamar, Dilek ve diğerleri (2010), “Sosyal Dönüşümün Ajanları: Sosyal Girişimciler”, **Sabancı Üniversitesi Müzesi**, <http://www.sosyalinovasyonmerkezi.com.tr/yayin/2020100002.pdf>.
- Demireli, Cemalettin ve diğerler (2014) “Farklı Öğrenim Düzeyindeki Öğrencilerin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Alan Araştırması”, **Manas Sosyal Araştırmalar Derneği**, 3(1), 1-17.

- Duygulu, Ethem (2008), ‘‘Institutional Profiles and Entrepreneurship Orientation: A Cash of Turkish Graduate Students’’, **Munich Personal RePEc Archive**, 19, 1-17.
- Erdal, Cengiz ve Karşu, Damla (2013), ‘‘Dijital Girişimcilik ve Bütünleşik Pazarlama İletişimi: Gittigidiyor.com Örneği’’, **Uluslararası Girişimcilik ve Kariyer Sempozyumu**, 1-8
- Erkocaoğlan, Ertan ve Özgen Hüseyin (2009), ‘‘Kurumsal Girişimcilik İle Örgüt Yapısı Arasındaki İlişki’’, **Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 18(1), 203-214.
- Erman, Elif (2012), ‘‘Türkiye’de Start-Up Olmak’’, **Kapak Dergisi**, [http://www.magazine.com.tr\(27.10.2014\)](http://www.magazine.com.tr(27.10.2014)).
- Görün, Mustafa ve Kara, Mustafa (2010), ‘‘Kentsel Dönüşüm ve Sosyal Girişimcilik Bağlamında Türkiye’de Kentsel Yaşam Kalitesinin Artırılması’’, **Yönetim Bilimleri Dergisi**, 8(2), 141-164.
- Gözek, Sadık ve Akbay, Cuma (2012), ‘‘Girişimci Adaylarının Girişimcilik Eğilimleri ve Sorunları’’, **Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 9(2), 45-60.
- Güler, Burcu Kümbül (2010), **Sosyal Girişimcilik**, 1.Baskı, Ankara: Elif Yayıncılık.
- Güney, Semra (2004), **Girişimcilik Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular**, 2. Baskı, Ankara: Siyasal Kitapevi.
- Güney, Semra ve Nurmakhmatuly, Arman (2007), ‘‘Kültürün Girişimciliğe Etkisi: Kazakistan ve Türkiye Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesine Yönelik Kültürlerarası Araştırma’’, **Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 10(18), 62-96.
- Gürel, Esra B. Bulgurcu (2012), ‘‘İç Girişimcilik: Bir Literatür Taraması’’, **Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi**, 6, 56-75.
- Gürol, M. Ali (2000), **Türkiye’de Kadın Girişimci ve Küçük İşletmesi: Fırsatlar, Sorunlar, Beklentiler ve Öneriler**, Yayın No:2, Ankara: Atılım Üniversitesi Yayınları.

- İbicioğlu, Hasan ve diğerleri (2010), “Üniversite Eğitiminin Girişimcilik Düşüncesinin Değişimine Etkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama”, **Alanya İşletme Fakültesi Dergisi**, 2(1), 53-74.
- İstanbul Ticaret Odası Yayınları (2010), **Stratejik Düşünce ve Kurumsal Girişimcilik**, No.121, İstanbul: İTO Yayınları.
- İşcan, Ömer Faruk ve Kaygın, Erdoğan (2011), “Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma”, **Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 15(2), 443-462.
- İşeri, Müge ve diğerleri (2011), “ İşletmeler İçin 2023 Vizyonu”, Gökğöz, Gülsüm ve Sönmez, Asuman (Haz.), **KOBİ’ler ve Verimlilik Kongresi Bildiri Kitabı**, 3-30, İstanbul : TC İstanbul Kültür Üniversitesi Yayınları.
- Kalaycı, Şeref (Ed.) (2010), **SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri**, 5. Baskı, Ankara: Asil Yayın Dağıtım Ltd. Şti.
- Karabulut, A. Tuğba (2009), “Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerini ve Eğilimlerinin Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma” **Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 16(1), 331-356.
- Karadal, Himmet (2013), **Girişimcilik**, 2. Baskı, İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Kaya, Dursun ve diğerleri (2011), “Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Araştırılması: Atatürk Üniversitesinde Bir Araştırma”, **Kafkas Üniversitesi İİBF Dergisi**, 1(2), 76-89.
- Kaya, İlhan (TY), “Avrupalı Türkler: Misafir İşçilikten Avrupa Vatandaşlığına”, **Eastern Geographical Review**, 19, 149-166.
- Kayalar, Murat ve diğerleri (2013), “Isparta ve Prizren (Kosova)’daki Lise Son Sınıf Öğrencilerinin Risk Alma Özelliklerinin Belirlenmesi”, **Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi**, 4(8), 39-62.
- Keleş, Hatice Necla (2013), “Girişimcilik Eğiliminin Kuşak Farkına Göre İncelenmesi”, **Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi**, 13(26), 23-43.
- Kesim, Mustafa (2010), **Girişimcilik Ders kitabı**, Ankara: Sistem Yayınları.

- Keskin, Sevtap (2014), “Türkiye’de Kadın Girişimciliğin Durumu”, **Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi**, 9(1), 71-94.
- Kılıç, Recep ve diğerleri (2012), “Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimleri Üzerine Bir Araştırma: Bandırma İİBF İşletme Bölümü Örneği”, **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 17(2), 423-435.
- Koçak, Orhan (TY), “Bilgi Teknolojilerini Kullanan Yeni Girişimcilik Modelinin İş Yaratma Etkisi”, **Sosyal ve Siyasal Konferans**, 57(12), 381-405.
- Koçak, Orhan ve Kavi, Ersin (2014), “Sosyal Politika Aktörü Olarak Sosyal Girişimci Belediyecilik”, **HAK-İŞ Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi**, 3(6), 26-49.
- Koçberber, Seyit (2006), “Kalkınma Ajansları ve Sayıştay Denetimi” **Sayıştay Dergisi**, 61, 37-55.
- Korkmaz, Oya (2012), “Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma: Bülent Ecevit Üniversitesi Örneği”, **Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 6(2), 209-226.
- Köksal, Mustafa (2001), “Genel Teşvik Sisteminin Değerlendirilmesi ve Bazı Öneriler”, **Amme İdaresi Dergisi**, 34(3), 109-117.
- Kristof, Kora ve diğerleri (2004), “ Türk Kökenli Girişimciler İçin İşletme Check-up’ı”, **Wuppertal Özel Yayınları**, (32), [http://www.google.com.tr/url?sa=t&rct=r&g\(27.10.2014\)](http://www.google.com.tr/url?sa=t&rct=r&g(27.10.2014)).
- KOSGEB (2013), **Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı 2014-2016**, 85.
- KOSGEB (2014), **Girişimcilik Destek Programı Uygulama Esasları**, 1-38.
- Küçük, Orhan (2005), **Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi**, 2. Baskı, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Marangoz, Mehmet (2011), “Girişimciler İçin Sınırsız Ticaret: E-Ticaret”, **Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi**, 6(1), 181-201.
- Marangoz, Mehmet (2012), **Girişimcilik**, 1. Baskı, İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Martin, By Roger L. ve Osberg, Sally (2007), “Social Entrepreneurship: The Case for Definetion”, **Stanford Social Innovation Review**, 29-39.

- Meydan, Mustafa Caner (2014), “Kalkınma Ajanslarının Desteklerinin Değerlendirilmesi: Karşıt Durum Etki Değerlendirme Örneği”, **T.C. Kalkınma Bakanlığı Bölgesel Gelişme ve Yapısal Uyum Genel Müdürlüğü**, Uzmanlık Tezi, Yayın No: 2862, 1-236.
- Niethammer, Carmen (2013), “Women, Entrepreneurship and The Opportunity to Promote Development and Business”, **Enterprising Solutions: The Rol of The Private Sector in Eradicating Global Poverty**, 31-39.
- Onay, Meltem ve Çavuşoğlu, Selin (2010), “İşletmelerde Girişimcilik Özelliğini Etkileyen Faktörler: İç Girişimcilik”, **Celal Bayar Üniversitesi Yönetim ve Ekonomi Dergisi**, 17(1), 47-67.
- Özdemir, Lütfiye (2013), “Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Sosyo-Demografik Özellikler Açısından Değerlendirilmesi”, **International Conference on Eurasian Economies**, Session: 3C, Girişimcilik, 617-626.
- Ören, Kenan ve Biçkes, Mehmet (2011), “Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Potansiyeli Üzerindeki Etkileri (Nevşehir’deki Yüksek Öğrenim Öğrencileri Üzerinde Yapılan Bir Araştırma)”, **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 16(3), 67-86.
- Özdevecioğlu, Mahmut ve Cingöz, Ayşe (2009), “Sosyal Girişimcilik ve Sosyal Girişimciler: Teorik Çerçeve”, **Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 32, 81-95.
- Özkan, Şule ve diğerleri (2003), “Türkiye’de Girişimcilik ve Belirleyicileri: Marmara ve Doğu Anadolu Bölgesi Üzerine Bir Uygulama”, **Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi Dergisi**, 58(4), 145-172.
- Özmen, Nebile (2013), “Avrupa’daki Müslüman Göçmenlerin Mülk İle İmtihani: Uyum Ölçütü Yahut Çatışmanın Saklı Aktörü Ekonomi”, **Toplum Bilimleri Dergisi**, 7(14), 199-216.
- Parlak, Kemalettin (2013), “Girişimci Kişilik Özelliklerine Sahip Olmak ile Kendini ve Başkalarını Tanıma (İçsel ve Sosyal) Zekaları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi”, **İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 3, 55-64.

- Patır, Sait ve Karahan, Mehmet (2010), “Girişimcilik Eğitimi ve Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Profillerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Alan Araştırması”, **İşletme ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi**, 1(2), 27-44.
- Pinchot, Gifford (1985), **Intrapreneurship**, New York, Harper and Row.
- Saraçoğlu, Gamze Varol (2006), “Çernobil Nükleer Kazası Sonrası Türkiye’de Kanser”, **Türk Tabipler Birliği Yayınları**, 1.Baskı, 1-103.
- Sarıkaya, Muammer (2010), “Üçüncü Sektörde Yönetmel ve Kavramsal Dönüşüm: Sosyal Kar Amaçlı Örgütler”, **Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, 11(1), 87-100.
- Sezgin, Aslı G. Şat (2013), “Dünya’da ve Türkiye’de E-Ticaret Sektörü”, **İktisadi Araştırmalar Bölümü**, <http://ekonomi.isbank.com.tr>(26.10.2014).
- Solmaz, Seyit Ahmet ve diğerleri (2014), “Üniversite Öğrencilerinin Girişimci Kişilik Özelliklerinin Belirlenmesi: Turizm Lisans ve Ön Lisans Öğrencileri Üzerine Bir Alan Araştırması”, **Kahramanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi**, 16(26), 41-55.
- Soysal, Abdullah (2010), “Kadın Girişimcilerin Özellikleri, Karşılaştıkları Sorunlar ve İş Kuracak Kadınlara Öneriler: Kahramanmaraş İlinde Bir Araştırma”, **Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 5(1), 71-95.
- SPK (2010), “Girişim Sermayesi Yatırım Ortaklıkları”, **SPK Yatırımcı Bilgilendirme Kitapçıkları**”, <http://www.spk.gov.tr/> (26.12.2014).
- SPK (2014), “Girişim Sermayesi Yatırım Ortaklıklarına İlişkin Yıllık İstatistikler”, <http://www.spk.gov.tr/indexcont.aspx?>, (23.12.2014).
- Şahbaz, Ussal ve diğerleri (2014), “Türkiye’de E-İhracat Fırsatlar ve Sorunlar”, **Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı**, 1-40, (25.12.2014).
- Taş, Ali ve Çiftçi, Umut Sanem (2009), “Göçmen Girişimcilerin Girişimsel Yolculukları: Türkiye’deki Balkan Girişimciler”, **1. Uluslararası Balkanlarda Tarih ve Kültür Kongresi**, 1, 375-388.

- T.C Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı (2014), “Bireysel Katılım Sermayesi İlerleme Raporu”, **Mali Sektörle İlişkiler ve Kambiyo Genel Müdürlüğü**, 1-15, (26.12.2014).
- T.C Kalkınma Bakanlığı (2013), “İnternet Girişimciliği ve E-Ticaret Ekseni Mevcut Durum Raporu”, <http://www.bilgitoplumstratejisi.org> (23.10.2014).
- T.C Kalkınma Bakanlığı (2014), “Onuncu Kalkınma Planı 2014-2018 Girişimciliğin Geliştirilmesi Özel İhtisas Komisyonu Raporu” 1-114, (13.12.2014).
- Tekin, Mahmut ve Arslan, Emine (2011), “Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Girişimcilik Yeteneklerinin Belirlenmesi: Selçuk Üniversitesi Akşehir Meslek Yüksekokulu Örneği”, **XI. Üretim Araştırmaları Sempozyumu**, 92-102.
- Tok, Naciye ve diğerleri (2014), “Ziraat Fakültesi Son Sınıf Öğrencilerinde Girişimcilik Özellikleri Algısı ve Eğilimi: Çukurova ve Adnan Menderes Üniversitesi Örneği”, **Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi**, 3(1), 47-74.
- Toksöz, Gülay ve diğerleri (2012), “Türkiye’ye Düzensiz Emek Göçü ve Göçmenlerin İş Gücü Piyasasındaki Durumları”, **IOM International Organization for Migration**, <http://www.google.com.tr/url?> (28.10.2014).
- Top, Seyfi (2006), **Girişimcilik Keşif Süreci**, 1.Baskı, İstanbul: Beta Yayınları.
- TSPAKB (2009), **Finansal Yönetim, Sermaye Piyasası Faaliyetleri İleri Düzey Lisansı Eğitimi**<http://www.tim.com.tr/egitim/finansal-yonetim.pdf> .
- TUIK (2014), **Girişimcilik, 2012**, Haber Bülteni, <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=16190>. (31.10.2014).
- Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı 2014-2016**, 2013 (11.12.2014).
- Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı (2012), **Türkiye’de Yeşil Girişimcilik**, Final Raporu, 1-7. (11.12.2014).
- Uluyol, Osman (2013), “Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimlerinin Belirlenmesi: Gölbaşı Meslek Yüksekokulu Örneği”, **Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 15, 349-372.

- URL, “40 Yaş Altı En Başarılı Türk Girişimciler”<http://www.isplaniornekleri.org/40-yas-alti-en-basarili-turk-girisimciler/> (11.12.2014).
- URL, “ Türkiye Teknolojisi Geliştirme Vakfı, Desteklerimiz”, <http://www.ttg.gov.tr/tr/destekleme-yaklasimi> (25.12.2014).
- URL, “Turkishtime Global Export, Almanya Türk Yatırımcısına Büyük Fırsatlar Sunuyor”, <http://www.hsbc.com.tr> (26.12.2014).
- URL, “En Başarılı 12 Girişimci” <http://www.businews.eu/2010/03/en-basarili-12-genc-girisimci/> (11.12.2014).
- URL, “Girişimcilik, 2012, Toplam İstihdam İçinde 2012 Yılında İşveren Olarak Çalışanların Payı %5 Oldu” <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=16190> (11.12.2014).
- URL, “Girişimcilik Destek Programı”, <http://www.kosgeb.gov.tr>(25.12.2014).
- URL, “Melek Yatırımcı” <https://www.kobilersizincin.com/melek-yatirimci.aspx> (11.12.2014).
- URL, “Sahibinden.com 2014’ün En Beğenilen E-Ticaret Şirketi Seçildi” <http://www.sahibinden.com/index.php?a=3131>(20.12.2014).
- Yıldız, Ecevit (1993), “Kadın Girişimciliğın Yaygınlaşmasına Yönelik Bir Model Önerisi”, **Kadını Girişimciliğe Özendirme ve Destekleme Paneli Bildiriler ve Tartışmalar, Devlet Bakanlığı Kadın ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, Eğitim Serisi, Yayın No: 74, 15-34.**

EKLER

Değerli Katılımcı;

Elinizdeki anket çalışması Karadeniz Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Finans Anabilim Dalı Yüksek Lisans Programı kapsamında, Trabzon'daki Meslek Liseleri öğrencilerinin girişimcilik özelliklerinin belirlenmesi amacıyla yapılan bir yüksek lisans tez çalışmasına veri sağlamak üzere hazırlanmıştır. Vereceğiniz cevaplar kümülatif olarak değerlendirilecek olup, anket üzerine kimlik bilgilerinizi kesinlikle yazmayınız. Katılarınız için şimdiden teşekkür eder, başarılar dileriz.

Doç.Dr. Bünyamin ER – Salih AYDIN

A. ANKETİ CEVAPLAYANIN KİŞİSEL ÖZELLİKLERİNE İLİŞKİN SORULAR

1. Sizi en iyi tanımlayan özellik hangisidir?

Zeki [] Çalışkan []
Dürüst [] Lider []
Cesur [] Güler yüzlü []

2. Genel ruh halinizi nasıl tanımlarsınız?

Gergin [] Huzurlu []
Hırslı [] Mutlu []
Kadercı [] Hayalperest []

3. Daha önce girişimcilik konulu bir ders veya etkinliğe katıldınız mı?

Evet [] Hayır []

4. Kimse ile paylaşmadığınız bir iş fikriniz var mı?

Evet [] Hayır []

5. Anketi cevaplayan kişinin cinsiyeti nedir?

Kadın [] Erkek []

B. ANKETİ CEVAPLAYANI GİRİŞİMCİLİK ÖZELLİKLERİNE İLİŞKİN SORULAR

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1. Kurallara karşı çıkmaktan hoşlanırım.	[]	[]	[]	[]	[]
2. Belirsiz durumlara fazla tahammül edemem.	[]	[]	[]	[]	[]
3. Rahat yaşamak için risk gereklidir.	[]	[]	[]	[]	[]
4. Risk almaktan çekinmem.	[]	[]	[]	[]	[]
5. Başarı için daha önce denemediklerimi denemekten çekinmem.	[]	[]	[]	[]	[]
6. Ekonomik bağımsızlığım için de olsa başkalarından emir almayı sevmem.	[]	[]	[]	[]	[]
7. Farklı olmaktan korkmam.	[]	[]	[]	[]	[]
8. Bir şeye inanıyorsam başkasından onay beklemem.	[]	[]	[]	[]	[]
9. Bir şeyi yaparım diyorsam, yaparım.	[]	[]	[]	[]	[]
10. Bir kişinin beni yönlendirmesini istemem.	[]	[]	[]	[]	[]
11. Kontrol amaçlı soru. Lütfen "Katılmıyorum" seçeneğini işaretleyiniz.	[]	[]	[]	[]	[]
12. Daha çok para kazanmak için her şeyi yaparım.	[]	[]	[]	[]	[]
13. Başladığım bir işi başarıyla bitirmek isterim.	[]	[]	[]	[]	[]
14. Benim için başarmak para kazanmaktan daha önceliklidir.	[]	[]	[]	[]	[]
15. Başarılı olmak için elimden gelenin fazlasını yapabilirim.	[]	[]	[]	[]	[]
16. Yapacağım işte herkesten iyi olmayı isterim.	[]	[]	[]	[]	[]
17. Orijinal fikir ve düşünceler geliştirebilirim.	[]	[]	[]	[]	[]
18. Gelecekteki fırsatları yakalayacak yeteneğe sahibim.	[]	[]	[]	[]	[]
19. Yeni fikirlere her zaman açıgımdır.	[]	[]	[]	[]	[]
20. Kendini yenilemeyen başarısız olmaya mahkûmdur.	[]	[]	[]	[]	[]
21. Kendi fikirlerimi hayata geçirecek işlere yönelmeyi severim.	[]	[]	[]	[]	[]
22. Kontrol amaçlı soru. Lütfen "Katılıyorum" seçeneğini işaretleyiniz.	[]	[]	[]	[]	[]
23. Çok çalışarak her işin üstesinden gelebilirim.	[]	[]	[]	[]	[]
24. Kendime her konuda güvenim tamdır.	[]	[]	[]	[]	[]
25. Her zaman bildiğim yoldan gitmeyi tercih ederim.	[]	[]	[]	[]	[]
26. Karşılaştığım problemleri kendim çözerim.	[]	[]	[]	[]	[]
27. Üzerinde çalıştığım bir konuda hata yapmaktan çekinmem.	[]	[]	[]	[]	[]

ÖZGEÇMİŞ

Salih AYDIN, 26.11.1990 tarihinde Trabzon ilinin Sürmene ilçesinde doğdu. İlk ve orta öğrenimini Sürmene'de tamamladı. 2012 yılında Karadeniz Teknik Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü'nden mezun oldu. Aynı yıl Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Finans Programında yüksek lisans eğitimine başladı. AYDIN, yabancı dil olarak İngilizce bilmektedir.