T.C.

HARRAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANA BİLİM DALI
(YÜKSEK LİSANS TEZİ)

Z KUŞAĞI ÖĞRENCİLERİNİN GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMLERİNİN BELİRLENMESİNDE GİRİŞİMCİLİK EĞİTİMİNİN ROLÜ: NİZİP İLÇESİNDEKİ LİSE ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Yonca BAKIR

ŞANLIURFA-2020

T.C.

HARRAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANA BİLİM DALI
(YÜKSEK LİSANS TEZİ)

Z KUŞAĞI ÖĞRENCİLERİNİN GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMLERİNİN BELİRLENMESİNDE GİRİŞİMCİLİK EĞİTİMİNİN ROLÜ: NİZİP İLÇESİNDEKİ LİSE ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Yonca BAKIR

Danışman
Prof. Dr. Ferit KÜÇÜK

ŞANLIURFA-2020

T. C.
HARRAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Enstitünüz İşletme Anabilim Dalı 185217002 numaralı Yonca BAKIR'ın hazırladığı "Z KUŞAĞI ÖĞRENCİLERİNİN GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMLERİNİN BELİRLENMESİNDE GİRİŞİMCİLİK EĞİTİMİNİN ROLÜ: NİZİP İLÇESİNDEKİ LİSE ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA" konulu **yüksek lisans** tezi ile ilgili tez savunması, 08/06/ 2020 tarihinde, saat 13:00'da yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda adayın tezinin KABUL (başarılı) olduğuna oybirliği/oy çokluğu ile karar verilmiştir.

08/06/2020

Sınav Jürisi	Unvan, Adı Soyadı	Kanaati	İmzası
Danışman	Prof. Dr. Ferit KÜÇÜK	KABUL	
Üye	Prof. Dr. H. Mustafa PAKSOY	KABUL	
Üye	Doç. Dr. Baran ARSLAN	KABUL	

Bu tezin İşletme Anabilim Dalında Yapıldığını ve Enstitümüz Kurallarına Göre Düzenlendiğini Onaylarım.

08/07/2020

Prof. Dr. Şevket ÖKTEN
Müdür

Not: a) Bu tezde kullanılan özgün ve başka kaynaktan yapılan alıntıların, çizelge, şekil ve fotoğrafların kaynak gösterilmeden kullanımı, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunundaki hükümlere tabidir.

b) Tez, HÜBAK'tan Bilimsel Araştırma Projesi mali destek ☐Almıştır ☐Almamıştır.

HARRAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

ORJİNALLİK RAPORU VE BEYAN BELGESİ

ÖĞRENCİ BİLGİLERİ

Adı-Soyadı: Yonca BAKIR
Öğrenci Numarası: 185217002
Enstitü Anabilim Dalı: İşletme
Programı: Tezli Yüksek Lisans
Başlık: Z Kuşağı Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Belirlenmesinde Girişimcilik Eğitiminin Rolü: Nizip İlçesindeki Lise Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Yukarıda başlığı belirtilen "Z Kuşağı Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Belirlenmesinde Girişimcilik Eğitiminin Rolü: Nizip İlçesindeki Lise Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma" çalışmamın a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 90 sayfalık kısmına ilişkin, 02/05/2020 tarihinde şahsım/ danışmanım tarafından **Turnitin** adlı intihal tespit programından aşağıda belirtilen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan orijinallik raporuna göre, benzerlik oranı % 29'dur.
Uygulanan filtrelemeler:

1- Kabul/Onay ve Bildirim sayfaları hariç,
2- Kaynakça dahil
3- Alıntılar hariç/dâhil
4- 6 kelimeden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç

Yukarıda bilgileri verilen tezli/tezsiz lisansüstü programlarda seminer, dönem projesi, tez vb Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulu tarafından kabul edilen lisansüstü orijinallik raporu alınması uygulama esasları ile belirlenen azami benzerlik oranlarını aşmadığını ve bütün bilgilerin, akademik kurallara uygun olarak toplanıp sunulduğunu, çalışmada bana ait olmayan tüm veri, düşünce ve sonuçları andığımı, blok şeklinde alıntılar yapmadığımı ve tüm alıntıların bilimsel atıf kuralları çerçevesinde kaynağını gösterdiğimi, Yükseköğretim kurulu bilimsel araştırma ve yayın etiği yönergesi ile Harran Üniversitesi bilimsel araştırma ve yayın etiği yönergesinin 8. maddesinde yer alan etik ihlallerden her hangi birisinin yer almadığını, etik ihlal tespiti halinde, Enstitü yönetim kurulunca, diplomamın iptal edilmesini kabul ediyorum.

Gereğini saygılarımla arz ederim.

14/05/2020
Yonca BAKIR

Yukarıda yer alan raporun ve beyanın doğruluğunu onaylarım. 14/05/2020

Prof. Dr. Ferit KÜÇÜK

ÖZET

Z KUŞAĞI ÖĞRENCİLERİNİN GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMLERİNİN BELİRLENMESİNDE GİRİŞİMCİLİK EĞİTİMİNİN ROLÜ: NİZİP İLÇESİNDEKİ LİSE ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

BAKIR, Yonca

Yüksek Lisans Tezi

İşletme Ana Bilim Dalı

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Ferit KÜÇÜK

Haziran, 2020, 90 sayfa

Sürekli bir değişim ve dönüşümlere entegre olan günümüz dünyasında girişimcilik; toplumların gelişmesinde, dengeli bir kalkınma stratejisinin izlenmesinde, toplum refahının sağlanmasında ve yaşam standartlarının yükselmesinde önemli bir rol almaktadır. Bu sebeple küresel ve bölgesel anlamda ekonomik ve toplumsal kalkınmanın sağlanması adına girişimcilere gereksinim duyulmaktadır. Bu açıdan bakıldığında, toplumların kalkınması için bireylerin, ülke ekonomisi ve toplumun ihtiyacına göre eğitim görmeleri, eğitim gördükleri alanlarda istihdam edilmeleri ve kendi alanlarında girişimcilik kültürüne sahip olmaları, sahip olduğu kültür ve yetenekle yeni istihdam alanları yaratmaları ve girişimde bulunmaları büyük önem taşımaktadır.

Bu çalışmanın birinci, ikinci ve üçüncü bölümünde literatür çalışması yapılmış olup, girişimcilik, girişimcilik eğilimi, girişimcilik eğitimi, kuşaklar ve Z kuşağı kavramsal olarak açıklanmaya çalışılmıştır. Araştırmanın dördüncü bölümünde Nizip ilçesindeki lise öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerinin belirlenmesinde girişimcilik eğitiminin çeşitli değişkenler çerçevesinde incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda araştırmaya konu olan Nizip ilçesindeki farklı liselerde okuyan öğrencilerin girişimcilik eğilimleri ve girişimcilik eğitimi araştırmaya konu edinerek, alınan girişimcilik eğitimi ile girişimcilik eğilimi arasındaki ilişki düzeyleri incelenmiştir.

Elde edilen veriler SPSS 22.0 istatistiksel analiz programında analiz edilmiş ve bunun sonucunda; Nizip ilçesinde araştırmaya katılan lise öğrencilerinin

girişimcilik eğitimi almadıkları ancak, girişimcilik eğitimi almak istedikleri belirlenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre lise öğrencilerine verilecek olan girişimcilik eğitimi girişimcilik eğilimini pozitif yönde etkiledikleri belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Girişimcilik Eğilimi, Girişimcilik Eğitimi, Kuşaklar, Z Kuşağı

ABSTRACT

THE ROLE OF ENTREPRENEURIAL EDUCATION IN STATING THE ENTREPRENEURSHIP TENDENCY OF GENERATION Z'S STUDENTS: A RESEARCH ON HIGH SCHOOL STUDENTS IN NİZİP

BAKIR, Yonca

Master's Thesis

Department of Business Administration

Advisor: Prof. Dr. Ferit KÜÇÜK

June, 2020, 90 pages

In today's world, entrepreneurship that is integrated to the continuous alteration and conversion has an important role in development of societies, monitoring of development strategy, meeting of public walfere, and coming up in the world. Therefore, entrepreneurs are in need of meeting economical and community development as global and regional. When viewed from this aspect, having education according to the economy of the country and the needs of society, being employed in the related education areas, having the spirit of entrepreneurship that is related to individuals own field, providing new employment areas and attempting on these areas with culture and ability are of capital importance.

In the first, second and third part of this study, a literature study has been carried out, and entrepreneurship, entrepreneurship tendency, entrepreneurship education, generations, and the Z generation were tried to be explained conceptually. In the fourth part of the research, it was aimed to examine entrepreneurship education within the framework of various variables in determining entrepreneurship tendencies of high school students in the district of Nizip. For this purpose, the entrepreneurship tendencies and entrepreneurship education of students studying in different high schools in the Nizip district, which is the subject of the research, were examined, and the relationship levels between entrepreneurship education and entrepreneurship tendency were examined.

The data obtained were analyzed in the SPSS 22.0 statistical analysis program and as a result, it was determined that high school students who participated in the

research in Nizip district did not receive entrepreneurship education, but they wanted to study entrepreneurship. According to the results of the research, it was determined that entrepreneurship education to be given to high school students positively affect entrepreneurship education.

Keywords: Entrepreneurship, Entrepreneurship Tendency, Entrepreneurship Education, Generations, Z Generation

Z KUŞAĞI ÖĞRENCİLERİNİN GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMLERİNİN BELİRLENMESİNDE GİRİŞİMCİLİK EĞİTİMİNİN ROLÜ: NİZİP İLÇESİNDEKİ LİSE ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

İÇİNDEKİLER

TEZ ONAY SAYFASI II

ORJİNALLİK RAPORU VE BEYAN BELGESİ III

ÖZET IV

ABSTRACT VI

İÇİNDEKİLER VIII

TABLOLAR LİSTESİ XIII

ŞEKİLLER LİSTESİ XIV

EKLER LİSTESİ XV

GİRİŞ 1

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİMCİLİK

1.1. GENEL OLARAK GİRİŞİMCİLİK KAVRAMLARI 5

1.1.1. Girişim Kavramı 5

1.1.2. Girişimci Kavramı 6

1.1.3. Girişimcilik Kavramı 7

1.1.4. Girişimciliğin Önemi 9

1.1.5. Girişimciliği Etkileyen Faktörler 10

1.1.6. Girişimci Olmak İçin Gerekli Kişilik Özellikleri 11

1.1.6.1. Risk Alma Eğilimi 12

1.1.6.2. Yenilikçilik 12

1.1.6.3. Liderlik 12

1.1.6.4. Özgüven Ve İnanç 13

1.1.6.5. Başarı Arzusu 13

1.1.7. Girişimcilikte Başarı Ve Başarısızlık Faktörleri 14

1.1.7.1. Girişimcilikte Başarı Faktörleri 14
1.1.7.2. Girişimcilikte Başarısızlık Faktörleri 15
1.1.8. Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi 15
1.1.9. Türkiye'de Girişimciliğin Gelişimi 17
1.1.10. Dünya' da Girişimciliğin Gelişimi 18

İKİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİ VE GİRİŞİMCİLİK EĞİTİMİ

2.1. GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİ 20
2.1.1. Girişimcilik Eğilimi Kavramı 20
2.1.2. Girişimcilik Eğilimlerinin Unsurları 21
2.1.2.1. Davranışa Yönelik Tutum (Sosyal Değerler) 21
2.1.2.2. Kişisel Norm (Öznel Değerler) 22
2.1.2.3. Algılanan (Varsayılan) Davranış Kontrolü 23
2.1.3. Girişimcilik Eğilimini Etkileyen Faktörler 23
2.1.3.1. Kişilik Özellikleri 23
2.1.3.2. Aile Faktörü 24
2.1.3.3. Sosyal Çevre Faktörleri 25
2.2. GİRİŞİMCİLİK EĞİTİMİ 26
2.2.1. Girişimcilik Eğitimi Kavramı 26
2.2.2. Tarihte Girişimcilik Eğitimi 28
2.2.3. Girişimcilik Eğitiminin Amacı 29
2.2.4. Türkiye'de Ve Dünya'da Girişimcilik Eğitimi 30
2.2.4.1. Türkiye'de Girişimcilik Eğitimi 30
2.2.4.2. Dünya'da Girişimcilik Eğitimi 32

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KUŞAK KAVRAMI VE Z KUŞAĞI

3.1. KUŞAK KAVRAMININ TANIMI 34
3.2. SESSİZ KUŞAK 35
3.3. BEBEK PATLAMASI (BABY BOOMERS) KUŞAĞI 36

3.4. X KUŞAĞI 37
3.5. Y KUŞAĞI 38
3.6. K KUŞAĞI 39
3.7. Z KUŞAĞI 40
3.7.1. Z Kuşağının Özellikleri 40
3.7.2. Z Kuşağı Ve Eğitim 41
3.7.3. Z Kuşağı Ve İş Hayatı 42

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

Z KUŞAĞI ÖĞRENCİLERİNİN GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMLERİNİN BELİRLENMESİNDE GİRİŞİMCİLİK EĞİTİMİNİN ROLÜ: NİZİP İLÇESİNDEKİ LİSE ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

4.1. YAPILMIŞ OLAN ARAŞTIRMALAR 44
4.2. ARAŞTIRMANIN AMACI 47
4.3. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ 47
4.4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ 48
4.4.1. Araştırmada İzlenen Metodoloji 48
4.4.2. Araştırmanın Modeli 49
4.4.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklem 49
4.4.4. Veri Toplama Yöntemi 50
4.4.4.1. Demografik Faktörler Ölçeği 50
4.4.4.2. Kişisel Tutumlar Ölçeği 50
4.4.4.3. Sosyal Değerler Ölçeği 51
4.4.4.4. Algılanan Davranışsal Kontrol Ölçeği 51
4.4.4.5. Girişimcilik Eğilimi Ölçeği 52
4.4.4.6. Girişimcilik Eğitimi Ölçeği 52
4.5. VERİLERİN ANALİZİ 53
4.5.1. Araştırmanın Hipotezleri 53
4.5.2. Tanımlayıcı İstatistik Sonuçları 55
4.5.3. Güvenilirlik Analizi Sonuçları 56
4.5.4. Hipotez Testi Sonuçları 57
4.5.4.1. Korelasyon Analizi Sonuçları 57

4.5.4.2. Resgresyon Analizi Sonuçları 60
4.5.4.3. Bağımsız t Testi Sonuçları 62
4.5.4.4. ANOVA Sonuçları 64
SONUÇ VE ÖNERİ 74
KAYNAKÇA 79
EK

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1: Katılımcılara ve Ailelerine İlişkin Demografik Bulgular 55
Tablo 2: Güvenilirlik Analizi Sonuçları 57
Tablo 3: Z Kuşağındaki Öğrencilerin Kişisel Tutumları İle Girişimcilik Eğilimleri Arasındaki Korelasyon Analizi Sonuçları 57
Tablo 4: Z Kuşağındaki Öğrencilerin Sosyal Değer Algıları İle Girişimcilik Eğilimleri Arasındaki Korelasyon Analizi Sonuçları 58
Tablo 5: Z Kuşağındaki Öğrencilerin Davranışsal Kontrolleri İle Girişimcilik Eğilimleri Arasındaki Korelasyon Analizi Sonuçları 59
Tablo 6: Z Kuşağındaki Öğrencilerin Girişimcilik Eğitimleri İle Girişimcilik Eğilimleri Arasındaki Korelasyon Analizi Sonuçları 59
Tablo 7: Z Kuşağındaki Öğrencilerin Kişisel Tutumlarının, Girişimcilik Eğilimlerini Etkilemesine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları 60
Tablo 8: Z Kuşağındaki Öğrencilerin Sosyal Değer Algılarının, Girişimcilik Eğilimlerini Etkilemesine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları 60
Tablo 9: Z Kuşağındaki Öğrencilerin Davranışsal Kontrollerinin, Girişimcilik Eğilimlerini Etkilemesine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları 61
Tablo 10: Z Kuşağındaki Öğrencilerin Girişimcilik Eğitimlerinin, Girişimcilik Eğilimlerini Etkilemesine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları 61
Tablo 11: Katılımcıların Girişimcilik Eğilimlerinin Cinsiyete Göre t Testi Sonuçları 62
Tablo 12: Katılımcıların Girişimcilik Eğilimlerinin Aile ve/veya Akraba Arasında Kendi İşini Kuran Olup Olmamasına Göre t Testi Sonuçları 62
Tablo 13: Katılımcıların Girişimcilik Eğilimlerinin Girişimcilik Dersi/Eğitimi Alıp Almamasına Göre t Testi Sonuçları 63
Tablo 14: Katılımcıların Girişimcilik Eğilimlerinin Girişimcilik Dersi/Eğitimi Alma İsteklerine Göre t Testi Sonuçları 63
Tablo 15: Katılımcıların Girişimcilik Eğilimlerinin, Eğitim Gördükleri Liseye Göre ANOVA Sonuçları 64
Tablo 16: Katılımcıların Girişimcilik Eğilimlerinin, Kardeş Sayısına Göre ANOVA Sonuçları 65
Tablo 17: Katılımcıların Girişimcilik Eğilimlerinin, Annelerinin Çalıştıkları Alana Göre ANOVA Sonuçları 66

Tablo 18: Katılımcıların Girişimcilik Eğilimlerinin, Babalarının Çalıştıkları Alana Göre ANOVA Sonuçları 67
Tablo 19: Katılımcıların Girişimcilik Eğilimlerinin, Ailelerinin Gelirine Göre ANOVA Sonuçları 68
Tablo 20: Katılımcıların Girişimcilik Eğilimlerinin, Kariyer Planlarına Göre ANOVA Sonuçları 69
Tablo 21: Katılımcıların Girişimcilik Eğilimlerinin, Annelerinin Eğitim Durumuna Göre ANOVA Sonuçları 70
Tablo 22: Katılımcıların Girişimcilik Eğilimlerinin, Babalarının Eğitim Durumuna Göre ANOVA Sonuçları 71
Tablo 23: Hipotezlerin Kabul / Ret Tablosu 72

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Araştırmanın Metodolojisi 46

Şekil 2: Araştırmanın Modeli 47

EKLER LİSTESİ

EK-1: Anket Formu ek s.1

GİRİŞ

İnsanoğlunun varoluş sürecinden günümüz modern dünyasına kadar geçen zamanda, insanların ihtiyaçları sürekli değişime uğramış ve buna bağlı olarak geçim kaynaklarında da değişim meydana gelmiştir. Yaşanan bu değişim süreci beraberinde toplum yapısında da bir takım değişimlere zemin hazırlamıştır. İnsanlar, günlük yaşamlarında el gücünün yanısıra zamanla önce hayvanları evcilleştirerek onlardan yararlanmışlar, bu gelişmeyi ise 1.sanayi devrimi ile birlikte buhar gücü ve 1800 lü yılların sonu ile birlikte insan hayatına giren elektirk takip etmiştir. 11. ve 12. yy.'da tarım ve hayvancılığın yanı sıra ticari faaliyetler de önem kazanmaya başlamıştır. Ticaretin gelişmesiyle beraber ülkeler arası ticareti başlatmak ve geliştirmek amacıyla yollar yapılmaya başlanmıştır. İlerleyen dönemlerde ticaret, önemli bir gelir kaynağı halini almıştır. Ülkeler arası ticaretin gelişmesi ile beraber 16. yy'da toplumlar arası ilişkiler de gelişmeye başlamıştır. Bu gelişmelerin yaşanması özellikle Avrupa için önemli gelişmelerin yaşanmasına yol açmıştır. Bu süreçte özellikle ekonomi, Batı Avrupa'nın buhar makinesini icat etmesi ile değişmeye başlamıştır.

Bilimsel gelişmelerin tarım ve ticaret gelirlerini arttırdığı 17. yy'da Endüstri Devrimi'nin de temelleri atılmıştır. Endüstri Devrimi ile beraber ekonomik yaşamda köklü değişiklikler meydana gelmiştir. Teknolojide yaşanılan gelişmeler makineleşmeyi arttırmış bu durum ise insan gücüne dayanan ihtiyacın azaltmasına neden olmuştur. Makineleşmenin tarımsal faaliyetlerde kullanımın yaygınlaşması ile birlikte ürün miktarlarında artışlar meydana gelmiş olup, bu durum ise beraberinde tarım alanlarına duyulan ihtiyacın artmasına zemin hazırlamıştır. Bilgisayar ve internetin icat edilmesi ile de bilginin hızlı paylaşımı sayesinde ticaret gelişimini hızlandırmıştır. Bilimde ve teknolojide yaşanılan bu gelişmeler günümüz ekonomisinin şekillenmesine katkı sağlamıştır.

Bilginin sürekli arttığı ve teknolojinin hızla geliştiği günümüzde, bireylerin refah seviyelerini yükseltme ve yüksek kazanç elde etme isteği, onları yeni yatırım yollarına ve buluşlara yöneltmiştir. Bu yeni yatırım yolları genellikle bireylerin sürekli hayalini kurduğu fakat bazı nedenlerden ötürü gerçekleştiremediği işler olarak görülebilmektedir. Bireylerin kişisel özellikleri, aile yapıları, ekonomik bağımsızlıkları ve sosyokültürel özellikleri bu hayalleri gerçekleştirebilmelerinde

önemli bir rol oynayan ve bu hayalleri şekillendiren faktörler olarak nitelendirilmektedir. Örgütlerde, mal ve hizmetlerin üretiminde kullanılan üretim faktörlerinin (emek, sermaye, doğal kaynak ve girişimci) kısıtlı olması birçok riskin oluşmasına sebep olmaktadır. Ancak bilgiye ulaşımın kolaylaştığı günümüz teknolojisinde üretim faktörlerinin kullanımı kolaylaşmış fakat bu da bilgi yığınları altında kalan bireyleri kararsız hale getirmiştir. Bu sebeple işletmelerde bilgiye ulaşmak kadar bu bilgileri doğru yer ve zamanda kullanabilecek bireylere duyulan ihtiyaç da artma göstermiştir. Bu bireyler, yenilikçi ve yaratıcı özellikleri sayesinde, kendileri ve ülke ekonomisi için değer yaratan, gelişime katkıda bulunan ve olası riskleri göze alan "girişimci" bireyler olarak ifade edilmektedir.

Küreselleşme olgusu sonrasında toplumların değişen düşünce yapısı bereaberinde ekonomide de bir takım olumlu gelişmelerin yaşanmasına katkı sağlamıştır. İşte bu ekonomik hareketlenmeyi sağlayan girişim, girişimci ve girişimcilik kavramlarının önemi günden güne artmaktadır. Özellikle Sanayi İnkılabı ile toplumların girişimciliğe bakışı değişmiş, ekonomik gelişimin ve kalkınmanın temelinin girişimcilikten geçtiği düşüncesi oluşmuştur. Bu düşünce zamanla, girişimcilik kültürünün yerleşmesine ve desteklenmesine öncü olmuştur. Bu doğrultuda, ekonomik refah ve istihdamın sağlanmasında, girişimcilik önemli bir etken haline gelirken; buna paralel bir biçimde girişimcilik eğilimi de önem kazanmıştır. Değerli ve önemli bir hale gelen girişimcilik, günümüz modern dünyasında ekonominin ve toplumsal gelişmenin, istihdam alanları yaratmanın ve gelir dağılımını dengelemenin temel ögesi olarak değerlendirilmeye başlandığı gözlemlenmektedir.

Günümüzde girişimcilik, gelişmiş toplumların ekonomilerini şekillendiren önemli bir güçtür. Gelişmiş toplumlar bu güçle ekonomik bağımsızlıklarını koruyabilmekte ve refah seviyelerini yükseltebilmektedir. Bu gücü sürekli elinde bulundurmak isteyen ve daha da geliştirmek isteyen toplumlar için; yenilikçi ve yaratıcı fikirler sunacak ve bunu hayata uygulayabilecek genç beyinlerin varlığı oldukça önemlidir. Bu noktada genç nesil arasında, girişimcilik kültürünün oluşması ve girişimcilik eğiliminin açığa çıkması amacıyla girişimcilik eğitimi büyük bir önem arz etmektedir. Gençlerin girişimcilik eğilimi açığa çıktıkça ve bu fikirler

faaliyete geçirildikçe girişimcilerin sayısı artacak ve buna bağlı olarak ülkelerin de gelişmişlik düzeyleri aynı oranda artacaktır.

İlgili yazın incelendiğinde "girişimciliğin doğuştan gelen bir özellik mi, yoksa daha sonra eğitim ile kazanılan bir yetenek mi tartışmaları yapılırken (Ulucan, 2015); genel görüş, bireyin girişimci olarak doğmadığı, girişimcilik yeteneğinin toplum kültürü, sosyolojisi, psikolojisi ve ekonomisinin çevre faktörleriyle birlikte bireylere kazandırıldığı yönündedir. Sosyal ve ekonomik kazanç elde etmek, işletmeler kurabilmek, sürekli gelişim kaydedebilmek, bireysel ve toplumsal fayda sağlayabilmek için iyi bir eğitime ihtiyaç duyulmaktadır.

Girişimciliğin gelişmesinde en önemli etkenlerden biri bu alanda verilen eğitimlerin yaygın bir hale getirilmesi ve bireylerin girişimcilik yeteneklerinin geliştirilmesidir. Girişimci kişiliğin oluşumu, kişilik özellikleri ve çevre faktörlerinin etkisiyle başlamaktadır. Ancak bu kişiliğe asıl şeklini veren ve bunu açığa çıkaran eğitimdir. Bu sebeple gençlerin aldıkları eğitim girişimcilik eğilimlerini etkilemekte ve bu bağlamda girişimcilik eğitimi alan genç bireyler topluma yeni mal ve hizmetler sunarak toplum refahını sağlamaktadırlar.

Bu çalışmayla Z kuşağı öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerinin belirlenmesinde girişimcilik eğitiminin rolü incelenmiş ve Nizip ilçesindeki lise öğrencilerinin bu konudaki fikirleri araştırılmaya çalışılmıştır. Bu amaçla yaptığımız çalışma dört bölümden oluşmaktadır.

Birinci bölümde; girişim, girişimci ve girişimcilik kavramları, girişimciliğin önemi, girişimciliği etkileyen faktörler, girişimci olmak için gerekli kişilik özellikleri, girişimcilikte başarı ve başarısızlık faktörleri, girişimciliğin tarihsel gelişimi, Türkiye'de ve Dünya'da girişimciliğin gelişimi hakkında detaylı bilgilere yer verilmiştir.

İkinci bölümde; girişimcilik eğilimi kavramı ve kapsamı, girişimcilik eğilimlerinin unsurları, girişimcilik eğilimini etkileyen faktörler, girişimcilik eğitimi kavramı, tarihte girişimcilik eğitimi, girişimcilik eğitiminin amacı, Türkiye'de ve Dünya'da girişimcilik eğitimi teorik olarak açıklanmıştır.

Üçüncü bölümde; kuşak kavramının tanımı, sessiz kuşak, bebek patlaması (Baby Boomers) kuşağı, X kuşağı, Y kuşağı, K kuşağı, Z kuşağı, Z kuşağının özellikleri, Z kuşağının eğitimi ve Z kuşağının iş hayatı hakkında bilgi verilmiştir.

Çalışmanın dördüncü ve son bölümünde ise, Z kuşağı öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerinin belirlenmesinde girişimcilik eğitiminin etkisine yönelik bir araştırma yapılmıştır. Bu kapsamda; Nizip ilçesinde 11105 lise öğrencisi içerisinden toplam 400 öğrenciyle yüz yüze anket yöntemi uygulanmıştır. Elde edilen verilerin analizi sonucunda girişimcilik eğilimi, girişimcilik eğitiminin girişimcilik eğilimi üzerine etkisi ile demografik özellikleri arasındaki ilişki incelenmiş, hipotezler oluşturulmuş ve sonuçlar değerlendirilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre lise öğrencilerine verilecek olan girişimcilik eğitimi girişimcilik eğilimini pozitif yönde olduğu belirlenmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİMCİLİK

1.1. GENEL OLARAK GİRİŞİMCİLİK KAVRAMLARI

1.1.1. Girişim Kavramı

Türk Dil Kurumu (TDK) girişimi; "Bir işe girişme, teşebbüs" biçiminde tanımlamaktadır (https://sozluk.gov.tr, Erişim Tarihi: 24 Mayıs 2019).

Günlük veya iktisadi yaşantıda ise girişim kavramı, ticari çalışmaları ortaya koymak amacıyla oluşturulan ekonomik amaçlı birimlerdir (Tutar ve Küçük, 2003, s.161-162).

Girişim kavramı söz konusu olduğunda farklı tanımlamalar yapılabilmektedir. Örneğin, işgücü ve maddi kaynakların bir araya getirilerek oluşan bir kavram olduğunu ifade edenler de vardır, bir işletmeyle aynı nitelikleri taşıyan ancak, farklı işlevlere sahip olan bir olgu şeklinde ifade edenler de vardır. Buradan, girişim ve işletme bir oluşumun iki ayrı değeri şeklinde düşünülebilir. Girişim, bir işletmeyi kurabilme yeteneğine sahip olma, bununla ilgili hedefler koyma, bu hedefler için çaba harcama ve bu uğraşlar sonucu bir işletmeyi veya işi kurma biçiminde ifade edilebilir (Doğan, 2010, s.27).

Günlük hayatta da girişim sözcüğü ve işletme sözcüğü çoğunlukla birbirlerinin yerlerine kullanılmaktadırlar. Ancak kapsayıcılık ilişkisi bakımından bu kavramlar farklı anlamlar içermektedir. Bu çerçevede girişim, ihtiyaçları devamlı bir biçimde karşılamak amacıyla pazarı olan, ekonomik mal ve hizmetleri oluşturan ve kar amacı güden örgütlenmeyi ifade etmektedir. İşletme ise, girişim çalışmalarının yürütülebilmesi için kurulan ekonomik birimlerdir. Örneğin, Sabancı Şirketler Grubu birden fazla işletmeyi içeren bir girişimi ifade ederken, buna bağlı bir biçimde faaliyette olan bir gıda üretim tesisi işletmeyi ifade etmektedir (Sabuncuoğlu ve Tokol, 2001, s.38).

Girişimi doğuran temel faaliyet arz ile talep arasında oluşan dengesizliktir. Sürekli bir şekilde değişen pazarlara uyum sağlamak ve karşılarına çıkan fırsatlardan kar elde etmek isteyen kişiler girişim faaliyetlerine başvurmaktadırlar (Doğan, 2010, s.28).

Girişimin özelliklerini aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Tutar ve Küçük, 2003, s.162):

- Girişimde kazanç ve yarar sağlama amacı vardır.
- Belirli bir fiyat karşılığında satmak için mal ve hizmet üretmek veya fon sağlamak girişimin zorunlu unsurudur.
- Girişimdeki üç ana fonksiyon; üretim, satış ve finansmandır.
- Girişimin tüzel bir kişiliği olduğundan, faaliyetlerini kendi kişiliği çerçevesinde yürüterek bir kısım haklara sahiptir ve buna bağlı olarak yükümlülükleri bulunmaktadır.
- Finansal bir örgütlenme olan girişim öz ve yabancı kaynaklara sahiptir.

1.1.2. Girişimci Kavramı

Girişimci, TDK sözlüğünde; "Üretim için bir işe girişen, ticaret, sanayi gibi alanlarda sermayeyle girişimde bulunan kişi, müteşebbis" olarak tanımlanmaktadır (https://sozluk.gov.tr, Erişim Tarihi: 24 Mayıs 2019). Bununla beraber farklı disiplinler girişimci kavramını farklı şekillerde ifade etmişlerdir. Ekonomistler girişimciyi, iş gücünü, gerekli kaynak ve materyalleri bir noktada toplayan ve bunlardan daha fazla değer, kar güden kişi olarak tanımlamışlardır. Girişimcinin psikologlar tarafından tanımı, bir şeyi elde etmek, denemelerde bulunmak, başarı sağlamak, mevcut otoriteyi elinde bulundurmak isteğinde olan kişi olarak yapılmıştır. Bir işletme sahibi için ise girişimci, piyasada tehdit unsuru oluşturabilecek bir rakip olabileceği gibi, işbirlikçi bir kişi olarak da ifade edilebilmektedir (Arıkan, 2002, s.28).

Girişimci kavramının tanımını ilk olarak 18. yy da İrlandalı ekonomist Richard Cantillon (1734) yapmıştır. Cantillon girişimciyi, "belirlenmemiş bir fiyat üzerinden üretimde bulunmak üzere satın almak durumunda olduğu mal ve hizmeti alarak üretim yapan kişi" olarak tanımlar. Girişimcinin hammadde ve malzemeleri belirli bir fiyattan alıp da belirsiz bir fiyatla satan kişi olduğu düşüncesini savunan Cantillon, gelecekteki bilinmezlikten dolayı girişimcinin risk alma yönüne dikkat çekmiştir (Güven vd., 2016, s. 3-4). Buradan hareketle girişimcilik de, risk alma, kar elde etme, fırsatları değerlendirme sürecidir (Korkmaz, 2012, s.210). Yani girişimci, fırsatları görüp bu fırsatları işe dönüştürebilen, mal ve hizmetin üretiminde yer alan,

girdileri bir araya getirip risk alarak işletme kuran kişidir (Karadal ve Saygın, 2016, s.11).

Girişimde bulunmak isteyen bir kişi sadece kendi çıkarlarını gözeten değil, aynı zamanda toplumun da menfaatine hizmet ettiği bilinciyle girişimde bulunmalıdır. Piyasanın sunduğu avantajarı fırsata dönüştürmesi ile ekonomiye yön vermesi girişimcinin önemli bir özelliğidir. İşsizliğin giderilmesi ve yeni istihdam alanı açması, yapmış olduğu katkıya paralel biçimde toplumun refah seviyesinin yükselmesine katkıda bulunması, girişimcinin değerini ortaya koyan özelliklerinin başında yer almaktadır (Bingöl, 1998, s.187).

Girişimcilik, ailede, okulda, sosyal hayatta, işte özetle hayatın her noktasında olabilir. Hayalini gerçeğe dönüştürebilen herkese girişimci denilebilmektedir. Bu doğrultuda bilgiyi baz alıp, kendine uygun bir alanda bilgi ve yeteneğini ortaya koyarak, toplum yararına mal ve hizmet üretmek için girişimde bulunup ekonomik zenginliğini, bağımsızlığını ve sosyal statüsünü girişimde bulunduğu işte sürdüren herkes girişimcidir (Akdemir 2009, s.30).

Sosyal bilimciler için girişimcide bulunması gereken özellikler şöyledir (İlhan, 2005, s.222):

- Fırsatları değerlendirebilen ve riski yönetebilen,
- Motivasyon ve yüksek enerjiye sahip,
- Sorumluluklarının bilincinde olan,
- Verdiği kararların sonuçlarını öngörebilen,
- Organize etme yeteneği olan,
- Katlandığı zorlukların sonucunda statü ve kazanç elde edebilen kişilerdir.

1.1.3. Girişimcilik Kavramı

Ekonomik gelişmeleri takip ederek yeni iş imkanları bulan, sermaye ve üretimi için gereken iş gücünü, hammadde ve malzemeyi üretim yeri ve benzerlerini temin edip organizasyonel bir yapı kuran ve işleten kişilere "girişimci" bu sürecin tamamına ise "girişimcilik" denilmektedir (Küçüktekin, 2006, s.6).

Girişimcilik piyasadaki fırsatları değerlendirmek amacıyla bir iş fikriyle pazara girmek ve buna bağlı olarak mal ve hizmet üretmek için sermaye, kaynak ve

emek gibi faktörlerin bir araya getirilip işlenmesiyle ilgili faaliyetlerin tümüdür (Tekin, 2004, s.3-4). Girişimcilik Türkçede "üstlenmek" anlamına gelmektedir. Gerçek anlamda da girişimcilik bir işletmede organizasyonu sağlama, yönetme, risk alma gibi sorumlulukların üstlenmesi anlamına gelmektedir (Arıkan, 2002, s.27). Ekonomik, psikolojik ve toplumsal riskleri göze alarak iktisadi ve kişisel kazançların elde edildiği bir süreç olarak da ifade edilmektedir (Hisrich ve Peters, 2002, s.10).

Girişimcilik, üretimin ve ekonominin temel taşıdır. Üretim faktörlerini, rekabeti ve yenilikçiliği risk ile birleştirerek üretim sürecinin başlaması girişimciliği oluşturur. Bu açıdan bakıldığında girişimci, karışıklığın ve kaosun olduğu durumlarda fırsatları görüp, değerlendiren kişiler olarak tanımlanabilmektedir (Kuratko ve Hodgetts, 1998, s.5).

Girişimcilik vizyon, yenilik ve yaratıcılık gibi faktörleri içinde barındıran bir süreçtir. Girişimcilikte tutku ve enerji önemli iki unsurdur. Oluşan fırsatlardan yararlanmak ve yeniliğe uyum sağlamak için bu enerji gereklidir (Yalçıntaş, 2010, s. 95). Girişimcilik, kişi veya kişilerin mal ve hizmet üretimini hedefleyen, kar amacı güden ve işin devam etmesi ve büyümesi için sorumluluk alan bir faaliyettir (Gözek, 2006, s.3).

Girişimcilikle ilgili yukarıda yapılan tanımlardan da yola çıkarak şunları söylemek mümkündür (Yılmaz vd., 2009, s.196):

- Girişimcilik, kişinin ve toplumun refahı için ekonomik imkanları oluşturmak, yeniliklere cevap vermek ve ekonomideki farklılıklara neden olma sürecidir.
- Girişimcilik, kar hedefleyerek yeni bir işletme kuran ve buna bağlı olarak mal ve hizmet yaratmak sürecidir.
- Girişimcilik, belirli bir zamanda değişim, dönüşüm ve yenilik yaklaşımlarının oluşturulmasını sağlayan, çalışmaların organizasyonunu, kişi ve ekiplerin koordinasyonunu, yeni ürün, hizmet ve teknoloji ile toplumlara ve pazarlara değer sağlayan bir süreçtir.

Girişimcilik, elde olan kaynakları ekonomiye katkı sağlayacak biçimde etkin ve verimli kullanılması, yeni istihdam alanlarını oluşturup işsizliğin azaltılması, kişilerin refah seviyelerini yükselterek yaşam standartlarını iyileştirmeye gitmesi ve toplumsal huzurun sağlanmasında birleştirici rol alır (İlhan, 2005, s.218).

Özetle girişimcilik, çevredeki fırsatları sezme, o sezgileri düşlere çevirme, düşlerden projeler üretme, projeleri gerçeğe taşıma ve kazanç sağlayarak toplumun hayatını kolaylaştırma yeteneğidir (Arslan 2002, s.2).

1.1.4. Girişimciliğin Önemi

Girişimcilik, endüstri çağından bilgi çağına geçişle beraber hızlanan bir alandır. Pek çok araştırmacının ve bilim dalının dikkatini çekerek var olan bilginin çoğaltılmasına çaba harcanan bir alan olarak görülmektedir. Günümüzde de yükselen bir trend haline gelen girişimcilik, hayalini gerçeğe dönüştürmek ve fark yaratma isteği olan kişilerin bir kariyer fırsatı olarak değerlendirdikleri öncelikli alanlardan biridir (Ries, 2014, s.78).

Potansiyel girişimci adayının, girişimci olmasının kendisine sağlayacağı yararları göz önünde bulundurmasında fayda vardır. Bu yararlar genel anlamda; kendi kaderini belirleme fırsatı, kendi tarzını yaratma fırsatı, tam potansiyele ulaşma fırsatı, önemli miktarda kazanç sağlama fırsatı, zevk aldığı işi yapabilme fırsatı, toplumun refahına katkıda bulunma ve tanınma fırsatı şeklindedir. Kendi kaderini belirleme fırsatı, girişimcinin hayalini kurduğu işi başarma bağımsızlığı ve fırsatları değerlendirmesi ile alakalıdır. Kendi tarzını yaratma fırsatı, ekonomiye, sosyal yaşama ve çevresel etkenlere önem verme ve kendi tarzını yaratma ile ilgilidir. Tam potansiyele ulaşma fırsatı, yapmış olduğu işi işten çok oyun gibi görme ve tek sınırının yaratıcılık, istek ve vizyonu olması ile ilgilidir. Önemli miktarda kazanç sağlama fırsatı, paranın ekonomik zenginliğe ulaşma yolunda önemli bir motive edici unsur olması ile ilgilenmektedir. Zevk aldığı işi yapabilme fırsatı, kişinin hobilerini ve tutkularını işe çevirmesi ile ilgilidir. Toplumun refahına katkıda bulunma ve tanınma fırsatı, pazarda önemli bir rol üstlenme ve ülkenin ekonomisine katkıda bulunması ile ilgilidir (Scarborough, 2014, s.9-12).

Girişimcilik, geri kalmış ve gelişmekte olan ülkelerin ekonomilerinin canlanması, dinamikleşmesi ve ülke refahının artması için gereken temel unsurlardan biri şeklinde ifade edilmektedir. Bir toplumda girişimcilik faaliyetlerinin artması, yeni iş imkanlarının da oluşması anlamına gelir. Türkiye gibi gelişmekte olan ve işsizliğin önemli bir sorun olduğu ülkelerde işsizlik sorununun çözümü ve ekonominin güçlendirilmesinde girişimcilik önemli bir rol oynar (Döm, 2012, s.33). Girişimciliğin ekonomik yapılanma ile birlikte bir gelişim süreci izlediğini söylemek

mümkündür. Girişimcilerin ekonomiyi kalkındıran bir güç olup , yeni mal ve hizmetlerin pazarlara sunulmasında ve yeni pazarların oluşumunda önemli bir paylara vardır. Girişimciler inovasyona açık olmaları sayesinde değişen pazara liderlik yapabilmektedirler. Bu sebepten dolayı bir toplumun ya da ülkenin girişimci gücü o toplumun ya da ülkenin ekonomik gücü olarak değerlendirilmektedir (İlter, 2010, s.10).

Toplumlar girişimciliğe teşvik için girişiminde başarılı olanları ödüllendirmeli, başarısız olanları ise hoşgörülü karşılamalıdır. Çünkü başarılı olsun ya da olmasın girişimciler ekonomik kalkınmanın olmazsa olmazlarındandır. Buradan hareketle ekonominin kalkınmasında girişimciliğin önemini şu şekilde sıralayabiliriz (Güney, 2008, s.13-14):

- Girişimciler, yeni fikirler yaratarak yeni sektörler oluştururlar.
- Ekonomik kalkınmanın yanı sıra sosyal hayatın iyileşmesine katkı sağlarlar.
- Girişimciler kendi iş fikirlerini gerçeğe dönüştürerek kendi işini kurması ve yeni istihdam alanı açarak işsizlik sorununa çözüm sağlamasıyla ekonomik büyümeye önemli bir katkı sağlar.
- Girişimciler teknolojideki gelişmeleri takip ederek verimliliği arttırırlar.
- Girişimciler hammadde ve malzemeleri etkin ve verimli kullanılmasını sağlayarak üretime katkıda bulunurlar.
- Girişimci, toplumdaki ihtiyaçları belirleyip, bu ihtiyaçları yatırıma dönüştürerek, üretim, istihdam ve kişilerin gelir düzeylerini yükselterek toplum refahına da katkı sağlamaktadır.

1.1.5. Girişimciliği Etkileyen Faktörler

Girişimcilik, karşılaşılan her fırsatı iş fikrine dönüştürerek yeni iş imkanlarının oluşturulduğu etkin bir süreçtir. Bu süreçte en önemli unsur olan girişimcinin girişimde bulunmasını etkileyen birçok etken bulunmaktadır. Potansiyel girişimci adaylarını girişimci olmaya yönlendiren faktörleri üç grupta toplamak mümkündür. Bunlar (Tekin, 2004, s.8):

- Kazanç elde etme isteği
- Kendi işini kurarak bağımsız olma isteği

- Kişisel tatmini sağlama isteği

Girişimci adayları, kuracakları işin gelirinin kendilerine ait olacağını düşündüğünden, iş kurmanın kendilerine ve ailelerine daha iyi bir gelecek sunacağını söylemektedirler. Daha iyi bir kazanç sağlayacağını düşünen bireyler girişimde bulunmaktadırlar (Hava ve Erturgut, 2009, s.6). Doğuştan gelen yeteneklerin yanı sıra sonradan kazanılan özellikler de girişimcilik üstünde önemli bir etkiye sahiptir. Eğitim bu özelliklerin en üstünde yer almaktadır. Eğitimin girişimcilik üzerinde olumlu veya olumsuz etkisi gözlemlenmektedir. Yapılan araştırmalar, sürekli değişim gösteren ve geçerliliği kısa süren bilgileri öğrenmek yerine yeni bilgi ve becerilerin ortaya çıkarılması üstünde duran eğitimle, potansiyel girişimci adaylarının girişimciliğe daha yakın olacakları bilgilerine ulaşmıştır (İlhan, 2003, s.73).

Girişimcilik ile ilgili birçok faktör toplumun girişimcilik için sağladığı destek ile belirlenmektedir. Girişimcilik, toplumsal bir olgu olduğundan, sosyal olaylardan etkilenme ve onları etkilemektedir. Girişimci özelliklerin toplumsal çevrede kabul görmesi ve onay alması sayesinde girişimcilik hızlıca yaygınlaşmaktadır (Börü, 2006, s.13).

Bir toplumun girişimcilik kültürü, girişimcilik eğilimi ve yeterli sermayesinin olması o toplumun insanlarının girişimci bireyler olmasını sağlamaktadır. Ayrıca o toplumdaki insanların çalışma arzusu, çalışma hayatındaki zorluklarla mücadele edebilme isteği, başarı odaklı olması ve kültürel miras varlığı da bireylerin girişimci olmalarını etkilemektedir (Tekin, 2004, s.10).

1.1.6. Girişimci Olmak İçin Gerekli Kişilik Özellikleri

Karakter, bireyin gerek iç gerekse dış çevresiyle kurmuş olduğu, diğer bireylerden farklı, tutarlı ve oturmuş bir kişilik biçimidir (Cüceloğlu, 1994, s.403-404). Dolayısıyla girişimci olmak isteyen bir bireyin öncelikle kişilik özelliklerinin eksiksiz olması gerekmektedir. Çünkü bireyin kendisi ve karakteristik özellikleri ile uymayan bir mesleği veya işi seçmesinin sonucu başarısızlıkla sonuçlanabilmektedir. Birey, kişilik özelliklerinden emin olduğu sürece, iş tercihini daha doğru bir şekilde yapabilecektir. Bundan dolayı kişilik, girişimcilik üzerinde etkin bir rol almaktadır (Aytaç, 2001, s.22-24).

1.1.6.1. Risk Alma Eğilimi

Risk alma eğilimi, girişimcilik için oldukça önemli bir faktördür. Girişimcilikte bu derece öneme sahip olma sebebiyse, girişimcinin attığı her adımda girişimin beraberinde getirdiği risklerin yanı sıra ekonomik, kişisel ve kariyer risklerini de üstlenmesidir. Girişimcilikte yaşanacak en ufak bir başarısızlık, yukarıda saydığımız konularda kişiyi ciddi zararlarla karşı karşıya bırakabilmektedir. Ancak, yanlış adım ve başarısızlıkların başarıya ulaşabilmek ve vizyonu gerçekleştirebilmek için gerekli birer adım olarak tanımlanması gerekmektedir (Gürol, 2006, s.13).

1.1.6.2. Yenilikçilik

Girişimci bireyler, yaratıcı ve yenilikçe düşünebilme yeteneklerini kullanıp, farklı fikirlere sahip olan, yeni iş imkanları yaratan ve bununla beraber eldeki kaynakları analiz ederek yeni işler elde edebilen bireylerdir (Öztürk, 2016, s.14).

Yaratıcı ve yenilikçi birey özellikleri şu şekildedir (Cabar, 2006, s.23, Karabulut, 2009, s.332-355):

- Yenilikçi birey, bağımsız ve özerktir. Yeni heyecanlara ve duygulara açıktır.
- Merak düzeyleri oldukça yüksektir.
- Yeni fikirlerin risk ve tehditlerini gözlerinde büyütmezler.
- Yeniliğe açık olan bireylerin özgüvenleri yüksektir.
- Kısa sürede pek çok fikir üretebilirler.
- Basit detaylar ile uğraşmaktan ziyade çözüm odaklıdırlar.

1.1.6.3. Liderlik

Liderlik özelliklerine sahip olan bireyler, etkileyici, olayları doğru bir perspektif ile yorumlayan, yenilikçi ve dürüstlük özelliklerine sahiptirler (Çevik, 2006: 63). Dünyanın en ünlü girişimci iş adamlarından biri olan Bill Gates bir liderin taşıması gerektiği özellikleri şu şekilde ifade etmiştir (Reca, 2006, s.75-76):

- Çalışanlarını önemsemek
- İleri görüşlü olmak
- Programlı ve verimli çalışmak
- İşi bilen kişilerle çalışmak
- Belirli bir alanda başarı odaklı olmak
- Kaliteden ödün vermemek

- İşi zamanında bitirmek ve teslim etmek
- Açık olmak fakat saf olmamak
- Zeki olmak fakat kurnaz olmamak
- Pazarı takip ederek pazara yön vermek
- Çalışanlarıyla ılımlı ilişkilerde bulunmak
- Statü ayrımı yapmaksızın sosyalleşmeyi önemsemek

1.1.6.4. Özgüven Ve İnanç

Kişinin kendine olan güveni; davranışlarını, fiziki ve duygusal özelliklerini, yetenek ve fikirlerini bir bütün halinde kendisiyle ilgili değerlendirmeleri kapsamaktadır (Demir, 2002, s.80). Özgüvenin ve inancın temeli çocukluk dönemine dayanmaktadır. Ancak bu genellemeden hareketle bu özelliklerin zamanla değişime uğramayacağı düşüncesi çıkarılmamalıdır. Her ne kadar çocukluk dönemi güven ve güvensizlik duygularının gelişimi için önemli ve kritik bir dönem olarak görülse de, yaşanılan diğer dönemlerde de kişiler etkilenmektedir (Yöndem, 2006, s.104-105).

Girişimci kişiler kendilerine duydukları güveni çalışanlarına da duymalıdırlar. Çünkü günümüz dünyasında bireysel başarıdan ziyade ekip başarısı öne çıkmaktadır. Kendisine ve ekibine güvenen girişimci bireyler, hedeflerine ulaşmak için daha istekli ve başarılı olmaktadırlar (Yıldırım, 2008, s.37).

1.1.6.5. Başarı Arzusu

Girişimciler, başarılı olma isteği olan, özgüveni ve motivasyonu yüksek, risk almaktan çekinmeyen, araştırmacı ve sorumluluk alma özelliklerine sahip olan kişilerdir. Yüksek başarı arzusu duyan girişimciler, kendilerini zorlayan işlerde fazla çalışarak üne ve çok paraya sahip olmak gibi diğer etkenlere itibar etmezler (Çevik, 2006, s.59).

Başarı, her türlü birey için diğer bireylerden üstün olmak isteğini taşıyan, rekabete yönelik bir davranış biçimidir. Başarı ihtiyacı girişimciliğe uzun dönemde etki etmektedir (Lumpkin ve Erdoğan, 1999, s.3-5).

1.1.7. Girişimcilikte Başarı Ve Başarısızlık Faktörleri

1.1.7.1. Girişimcilikte Başarı Faktörleri

Bir işletmenin kurulmasında girişimcinin rolü ne kadar önemli ise işletmenin iktisadi faaliyetlerinin başarılı bir şekilde yürütülmesinde de girişimcinin rolü o kadar önemlidir (Küçük, 2005, s.43). İşletmenin başarılı olmasında en önemli görev girişimciye düşmektedir. Buna bağlı olarak iş hayatında başarıyı elde etmek için girişimcinin daha önce değindiğimiz özellikleri taşıması gerekmektedir (Karagöz, 2009, s.64-65). Genel bir biçimde girişimcilikte başarı faktörleri şu şekilde sıralanabilir:

- İş imkanlarının belirlenmesi; girişimci, yapacağı Pazar araştırmalarıyla pazardaki ihtiyaçları ve bu ihtiyaçların mevcut yatırım ya da ürünlerle karşılanıp karşılanmadığını belirlenmelidir. Bununla beraber girişimci yaratıcı ve yenilikçi özelliklerini kullanarak, pazarın ihtiyaç duyduğu ancak piyasada olmayan ürünleri belirleyip, bu ürünleri üreterek başarı sağlayabilirler. Özetle, girişimciler rakip işletmelerin rekabet gücünü ve kendi kaynaklarını göz önünde bulundurarak kendilerine bir hedef pazar seçmelilerdir (Küçük, 2005, s.44).
- Girişimde bulunmak için uygun zamanın belirlenmesi; işe başlamak için en uygun zamanın belirlenmesi, en önemli başarı faktörlerindendir. Kriz ortamlarında piyasadaki belirsizlikle beraber fark edilmeyen fırsatların ortaya çıkması ve bazı işletmelerin zorunlu olarak pazardan çekilmeleri, girişimde bulunmak için en uygun zaman olarak görülmektedir (Küçük, 2005, s.45).
- Yönetim yeteneği ve tecrübe; yönetim, bir organizasyonun ya da işletmenin hedeflerini gerçekleştirmek amacıyla organizasyonun kaynaklarını planlı, koordineli ve kontrollü bir biçimde kullanılmasını sağlayan süreçtir (Bedük, 2010, s.287). Yetenek ise, bireyin bir şeyi anlayabilme ve yapabilme özelliği olarak ifade edilmektedir (www.tdk.gov.tr, Erişim Tarihi: 27 Mayıs 2019). Girişimciler, kendi yetenekleri ve karşılaştıkları gerek olumlu gerekse olumsuz durumlarla kazandıkları deneyim ile beraber her türlü sorunla baş edebilecek ve aynı zamanda kendilerini tüm olumsuzluklara karşı hazır hale getireceklerdir.

- Riske karşı sigorta; başarı faktörlerinde yer alan riske karşı sigorta, gelişmelere hazırlıklı olmayı ve değişimlere uyum sağlayabilmeyi ifade etmektedir. Burada, oluşacak fırsatların değerlendirmesinin yanında ön görülemeyen durumlarda meydana gelebilecek sıkıntılar dikkate alınıp, işletme faaliyetlerinin ve kaynaklarının sigorta kapsamında değerlendirilmesi oldukça önemlidir (Küçük, 2005, s.46).

1.1.7.2. Girişimcilikte Başarısızlık Faktörleri

- Kuruluş yerinin iyi seçilmesi olması; amaçlarını gerçekleştirmek isteyen her girişimci, girişiminin yaşamını ve sürekliliğini sağlamak için en uygun kuruluş yerini seçmelidir. Aksi durumda sağlıklı bir girişim gerçekleşmemiş olacaktır (Alpugan vd., 1997, s.84).
- Rekabet faktörlerinin dikkate alınmaması; girişimciler pazarda bir faaliyette bulunmadan önce piyasayı araştırmalı, rakiplerini belirleyip izlemeli ve rakiplerine göre üstünlük ve zayıflıklarını belirlemelidir. Bu sebeple rekabet edebileceği ve aynı zamanda amaçlarını gerçekleştirebileceği pazarları tercih etmelidir (Küçük, 2005, s.48).
- Sermaye yetersizliği; sermaye yetersizliğinden dolayı işletilemeyen veya düşük kapasiteyle işletilmek zorunda kalan birçok işletme bulunmaktadır. Girişimcinin sermayesi de yatırımı tamamlanamadan tükenebilir. Bundan dolayı girişimci, yatırımını tamamlamak için yüksek faiz oranıyla borçlanabilmekte ve ileri dönemlerde ödeme sıkıntısıyla karşı karşıya kalmaktadır (Çetinkaya, 2011, s.16).
- Hazırlık yapmadan işe başlamak; herhangi bir hedef yoksa ve gideceğin yeri bilmiyorsan ulaştığın yerin de bir önemi yoktur. Başarıya ulaşmak için durum analizi yapma ve planlı hareket etme en önemli faktörlerdendir. Eğer girişimci faaliyette bulunmadan önce gerekli altyapıyı oluşturmadıysa karşılaşacağı sorunlar, altından kalkamayacağı büyük bir risk oluşturur. Bundan dolayı girişimci yeni ve yaratıcı fikirlerini ortaya koyarken, analitik zekâsı, deneyimi ve yeteneğiyle her türlü olasılığa karşı hazırlıklı olmalı ve buna göre karar vermelidir.

1.1.8. Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi

Girişimcilik kavramına tarihsel ilerleme sürecinde farklı anlamlar

yüklenmiştir. Örneğin, ilk çağlarda girişimcilik, Uzak Doğu'da ticaret yapmak biçiminde ifade edilirken; Rönesans'ta ise endüstriyelleşme ve teknolojik gelişmeler ile birlikte girişimcilik anlayışı ve bu kavrama yüklenen ifadeler de değişmeye başlamıştır. Girişimci kavramı popülaritesini son zamanlarda arttırmış olsa da 18. yy' da Cantillon'ın bu kavrama risk unsurunu da ekleyerek günümüz modern girişimcilik kavramına yakın bir anlayış ortaya çıkardığı görülmektedir (Ercan ve Gökdeniz, 2009, s.61).

Hızla değişen ve gelişen dünyamızda 19. yy' a doğru gelindiğinde girişimcilik tanımı biraz daha genişletilerek planlama, örgütleme, denetleme gibi bazı unsurlar eklenmiştir. 1930'lu yıllara kadar girişimcilik anlayışında ve girişimcilik kavramının anlamında önemli değişiklikler olmamıştır. Joseph Alois Schumpeter'ın çalışmalarından sonra girişimcilik, statik bir olgu iken dinamik bir olgu haline gelmiştir. Çünkü Schumpeter, girişimcilik süreçlerinde yeni ve denenmemiş teknolojilerin bulunması gerektiğini belirtmiştir. Bu anlayışla beraber, girişimcilik kavramına, yeni pazarlar bulmak, yeni fırsatlar aramak, yeni teknikler kullanmak gibi dinamik olguların eklendiği görülmektedir (Naktiyok, 2004, s.5). Bu olguların eklenmesiyle girişimcilik kavramının günümüz girişimcilik anlayışına yavaş yavaş evirilmeye başladığı görülmektedir.

Girişimciliğin gelişiminde Toffler'in "üç önemli dalga" yaklaşımı faydalı bilgiler sunmuştur. Toffler bu yaklaşımla, insanlığın iki önemli aşamadan geçtiğini, üçüncü aşamanın da başlangıcında olduğunu ifade etmektedir. Toffler'e göre, birinci dalga "avcılık-toplayıcılıktan tarıma geçiş" burada toprak en değerli hazine olarak görülmektedir. İkinci dalga "Sanayi Devrimi" burada toprağın yerini artık fabrikalar almıştır ve sanayi toplumuna geçiş yaşanmıştır. Üçüncü dalga ise, "bilişim devrimi" yani en önemli değerin bilgi olduğu düşüncesidir. Alvin Toffler'in bu yaklaşımlarına bakıldığında girişimciliğin gelişiminin uzun bir zamana yayıldığı görülmektedir (Çelik vd., 2013, s.34-35).

Bununla beraber yönetim biliminin önde gelen isimlerinden Peter Drucker de girişimciliği üç dönemde değerlendirmiştir (Güven vd., 2016, s.13-14):

Birinci dönem; 1895-1905 dönemi, burada ilk kez yönetim ve yönetici kavramları kullanılmıştır.

İkinci dönem; 1920-1950 dönemi, burada ise komuta kontrol merkezli kuruluşlar oluşturulmuştur. Dupont Şirketi buna örnektir.

Üçüncü dönem ise, 1990'lı yılları kapsamaktadır. İletişimin halim olduğu bir dönem olarak belirtilmektedir .

Girişimcilik temel bir ifadeyle kişilerin talep ve isteklerinin karşılanması ve bundan bir kazanç elde edilmesi olarak nitelendirildiğinde tarihsel süreçte meydana gelen her türlü değişim ve gelişmeden doğrudan etkilenen bireylerin istekleri de değişmektedir. Bu değişmeler doğrultusunda girişimcilik kavramının/anlayışının evirilmesi de kaçınılmaz olmuştur. İnsanlık tarihi ile birlikte var olan girişimcilik, insanlığın gelişmesiyle ilerlerken, daha sonraki zamanlarda insanlığı yönlendirecek bir hale gelmiştir (Çelik vd., 2013, s.34-35).

1.1.9. Türkiye'de Girişimciliğin Gelişimi

Türkiye'de girişimciliğin tarihsel gelişim sürecini Cumhuriyet Döneminin ilk yılları, 1950-1980 arası ve 1980 sonrası biçiminde üç döneme ayırabiliriz. Mustafa Kemal Atatürk Kurtuluş Savaşı'nda kazanmış oldukları bağımsızlığı ekonomide de kazanmak amacıyla girişimci bir sınıf oluşturma fikrini sunmuştur. Cumhuriyet ilan edilmeden önce 17 Şubat 1923'te İzmir'de 1. İktisat Kongresi toplanmış ve kongreye tüccar, sanayici, esnaf, çiftçi ve işçilerden oluşan 1135 üye katılmıştır. Kongre'de alınan ilk kararlardan biri "Türk ve Müslüman halktan tüccar ve iş adamı yetiştirme" olmuştur (Küçük, 2014, s.37-38). Bu politika 1930'lu yıllara kadar devam etmiştir. Ulusal kalkınmayı sağlamak, ekonomiyi millileştirmek, cumhuriyetten önce yabancı şirketlerin elinde olan imtiyazları geri almak için devletin başlattığı endüstriyelleşme büyük önem arz etmekteydi (Çevik, 2006, s.29-30). Yapılan bu faaliyetler sonucunda 1930-1939 yılları arasındaki yıllık oranı %12'leri bulmuştur (Eşiyok, 2006, s.9).

1923'te Lozan Antlaşması'yla kapitülasyonlar kaldırıldıktan ve cumhuriyetin ilanından sonra Türkiye Cumhuriyeti ekonomik gelişmelere iki yönde hız vermiştir. Bunlardan ilki, yabancı şirketlerin elindeki imtiyazları satın alarak millileştirmek, ikincisi ise; sanayileşmeye gidilirken ulaşım yollarını planlamak (Güney, 2008, s.44).

1929-1939 yılları arasında ortaya çıkan küresel ekonomik çöküş (Büyük Buhran) Amerika'da ve Avrupa ülkelerinde olduğu gibi Türkiye ekonomisini de etkilemiştir. Bunun sonucu olarak özel sermaye yetersizliğinden dolayı devletin

yatırım yapmasını amaçlayan devletçilik politikasına geçilmiştir. Devletçilik politikasının benimsenmesiyle beş yıllık sanayi planları da hazırlanmıştır (İlter, 2010, s.27-28).

İlerleyen dönemlerde devletçilik olgusu reddedilerek endüstriyelleşmenin özel sektöre devredilmesi benimsenmiştir. Günümüzde faaliyette olan birçok işletmenin kurulduğu tarih bu döneme denk gelmektedir. Kredilerin tercihe göre kullandırılması, hükümetin yaptığı sözleşmeler ve ithalatta döviz kullandırılması girişimciliğe teşvik etmiştir. Kıbrıs Barış Harekatı'ndan sonra yapılan ambargolar, petrol şokları, ithal ikame politikalarının tıkanması, dövizde yaşanan sıkıntılar girişimcilikte olumsuz etki yaratmıştır (Tikici ve Aksoy, 2009, s.46).

1980 sonrasında ise, ülkemizde önemli gelişmeler meydana gelmiştir. 24 Ocak 1980'de yürürlüğe giren strateji değişikliği bu gelişmelerin en önemli göstergesidir. İthal ikamesine dair kalkınma stratejilerinden vazgeçilip serbest piyasa ekonomisi kapsamında ihracat kalkınma ekonomisi seçilmiştir. Bu stratejik değişikliğe paralel bir biçimde girişimciliği destekleyen politikalar yürürlüğe konulmuştur (Güney, 2008, s.20-21). 2000'li yıllara gelindiğinde ise ülkemizde kurulan işletmelerin birçoğunun aile şirketi kimliği altında olduğu görülmektedir (Aydınlık Ülgen, 2016, s.9).

1.1.10. Dünya' da Girişimciliğin Gelişimi

İnsanlığın varoluşundan itibaren insanlar, yaşamlarını devam ettirebilmek için tüm olumsuz koşullarla mücadele ederek gereksinimlerini karşılamaya çalışmışlardır. Yerleşik hayata geçişle üretici toplumların ihtiyaç fazlası olan ürünlerini pazarlarda satması girişimcilik olarak kabul edilebilir. Dünya'da girişimciliğin tarihsel gelişim sürecini, ekonominin geçirdiği süreçleri inceleyerek anlamak mümkün olabilir.

Girişimciler, 17. yy'da hükümetler ile iş sözleşmeleri yapıp, karlarını ve zararlarını üstlenmek istemişlerdir. Söz konusu sözleşmeler ile girişimciler, mal sahibi ve üreticiden sabit bir fiyat ile mal satın alıp pazarın koşullarına göre mallarını satarak risk almaya başlamışlardır. Bu sözleşmelerde yer alan fiyat sabit olduğu için kar/zarar girişimciye ait olacak bir biçimde düzenlenmiştir (İlter, 2010, s.25).

18. yy'da yaşanan Endüstri Devrimi toplum yaşamında ve girişimcilikte değişikliğe neden olmuştur. Endüstriyelleşme ile beraber ekonomide ve teknolojide

ilerlemeler olmuştur. Bu da gerek üretime gerekse rekabete farklılık kazandırmıştır. Ürünlerin yüksek yüksek oranlarda üretimi işletmelerin daha ucuz bir fiyatla mal satmasına ve piyasaya hakim olmasına yol açmıştır. Bu kazanımlar sayesinde girişimciler, yeniliğe ve ilerlemeye yönlendirilmişlerdir (Güven vd., 2016, s.12). 19. yy'da da işletme sahibi ve yönetimin ayrılmasıyla girişimcilik önem kazanmıştır. Bu sayede girişimcinin pozisyonu yeniden gündeme gelmiş ve ticaretteki önemi vurgulanmıştır. Girişimciler, serbest piyasa ekonomisinin egemen olduğu 20. yy'da ise, yeni malların ve hizmetlerin üretimi ya da icat edilmesi şeklinde tanımlanan "yenilik" kavramını önemli bir güç olarak kullanmışlardır. Burada girişimci, yenilikler yaparak durgun ekonomiyi ileri taşımayı hedefleyen kişi olarak tanımlanmaktadır (Aydınlık Ülgen, 2016, s.6).

Teknoloji ve bilimdeki ilerlemelerin hızla yaşandığı çağımız olan 21. yy'da ise, girişimciliğin ve girişimcilerin ekonomideki önemi ve toplumdaki yeri daha da önemli hale gelmiştir. Böylece kişiye ve kişisel yeteneğe yönelik girişimcilik öne çıkarak, girişimciye topluma öncülük etme yeteneği kazandırılmıştır (Aşkın vd., 2011, s.70).

İKİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİ VE GİRİŞİMCİLİK EĞİTİMİ

2.1. GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİ

2.1.1. Girişimcilik Eğilimi Kavramı

Türk Dil Kurumu eğilim kelimesini bir kavram olarak "bir şeyi sevmeye, istemeye ya da yapmaya içten yönelmedir." şeklinde açıklamıştır (www.tdk.com, Erişim Tarihi: 28 Mayıs 2019). Girişimcilik eğilimi ise, bireyin yeni bir girişimde bulunması yönündeki yatkınlığı şeklinde açıklanmaktadır. Fırsatların görülmesini ve ortaya çıkarılmasını kapsayan girişimcilik kavramı, yenilikçi olma, gelişime açıklık, risk alma eğilimi ve yeni ürün ve hizmet ortaya koyma gibi faktörleri içinde bulunduran çok yönlü bir eğilimi ifade etmektedir (Yıldız ve Kapu, 2012, s.44) Girişimcilik eğilimi, kişisel faktörlerle çevresel faktörlerin birleşmesi ile beraber kişilerin işlerini kurmasındaki istekli ve kararlı olması durumu olarak ifade edilmektedir. Kişinin bir işi ne derece hayata geçirmek istediğini, sergileyeceği performansı ve kendi işini kurmasında atacağı adımlar büyük oranda eğilimleriyle ortaya çıkmaktadır (Yılmaz ve Özkan Pir, 2017, s.12).

Girişimcilik eğilimi, kişilerin kendi işlerini yapmasındaki istek ve kararlılığı ifade etmekle beraber girişimciliğin bir parçası olarak özerklik, yenilikçilik, risk alma, rekabetçi olma ve proaktiflik gibi temel unsurlar ile birlikte bütünü oluşturmaktadır (Börü, 2006, s.22).

Girişimcilik faaliyeti genel olarak bireyin arzu ve isteğine göre şekillenir. Bu açıdan bakıldığında, girişimcilik faaliyeti niyetle oluşturulan planlı bir davranıştır (Timuroğlu ve Çakır, 2014, s.79). Girişimci bireyler, girişimci olmadan evvel belirli bir derece kadar girişimcilik eğilimi veya niyeti gösterirler. Başka bir ifadeyle, kişiler bazı tetikleyicileri (harekete geçirici unsurları) olmadan hemen girişimci olmaları pek mümkün olmamaktadır. Kişilerin öncelikle davranışa yönelik olarak bir eğilimde bulunmaları gerekmektedir (Koe vd., 2012, s.67). Potansiyel girişimci adayların kendilerini girişimsel davranışlara yöneltecek nitelik, beceri ve isteğe sahip olması gerekmektedir (Özdemir, 2015, s.43).

Girişimcilik eğilimi, girişimci olabilme kabiliyetiyle ilgili bir kavramdır. Girişimcilik eğilimi kişilerin girişimciliğini etkileyen faktörler ile de yakından ilgilidir (Karakaya vd., 2017, s.599).

Girişimcilik eğilimini çeşitli etkenler etkilemektedir. Bunlar (Güreşçi, 2014, s.27):

- Ülkenin sosyal, siyasal ve ekonomik yapısı
- Toplumsal kültür yapısı
- Kişilik özellikleri
- Genel ve mesleki eğitim düzeyi
- İş tecrübesi ve inanç

Bununla birlikte bazı kişilerin iş olanaklarından memnun olmaması, istihdam edilememesi, istediği kariyeri elde edememesi gibi etkenler de kişilerin girişimciliğe eğilimli olmasına sebep olmaktadır (Börü, 2006, s.27-28).

2.1.2. Girişimcilik Eğilimlerinin Unsurları

2.1.2.1. Davranışa Yönelik Tutum (Sosyal Değerler)

Bir değişkeni ifade eden davranışa yönelik tutumlar, bireyin düşünsel belleği, inançları, hafızasındaki kayıtlı bilgileri gibi pek çok faktörün birleşmesiyle oluşan, bireyin içinde bulunan olumlu ve olumsuz duyguları da biçimlendirerek eğilimi davranışa dönüştürmektir (Top, 2012, s.231). Başka bir ifadeyle davranışa yönelik tutum, bir davranışın oluşmasına bağlı olarak meydana gelmesi olası sonuçlar üzerinde kişinin sahip olduğu inançlar ve kişisel değerlendirmeler ile ifade edilmektedir (Küçük, 2011, s.147). Literatürde araştırmacılar davranışa yönelik tutumu öznel ve nesnel olmak üzere iki ana bölümde değerlendirmişlerdir.

Öznel tutum, bireyin kendisiyle ilgili ve bireysel düşünceler temelinde oluşan bir yapıya sahiptir. Davidsson bu tutumları girişimcilikte beklenen risk, ödül, toplumsal katkı, teknik bilgi düzeyi veya diğer bir ifadeyle know-how ile bireysel bilgi düzeyi olarak ifade etmiştir (Marcoux, 1997, s.330).

Nesnel tutumda ise, genel tutum öğeleri bireyin tercihlerine yönelik bakışındaki gerçek ve samimi düşüncelerini ifade etmektedir. Davidsson nesnel tutumun öğelerini ise, değişime uyum sağlama inancı, yüksek kar inancı, başarı

inancı ve bağımsız olma inancı olarak ifade etmiştir. Değişime uyum sağlama inancı, bireyin değişime yön verme arzusundan kaynaklanarak bireyi girişimciliğe yönelten önemli unsurlardan biridir. Yüksek kar inancı, yüksek gelir elde etmenin bireyi daha başarılı kıldığı fikri çerçevesinde bireyi motive eden unsurdur. Başarı inancı ve bağımsız olma inancı ise bireyin sosyal yaşamdaki normlar çerçevesinde kendisini topluma ve bundan da önce kendine kabul ettirecek unsurlardır. Bu tutumlar önce inanca sonrasında ise eğilim ile davranışa dönüşmektedirler. Nesnel tutumlar genellenebilir ve pek çok girişimcilik düşüncesinin oluşumundaki nedenler arasına dahil edilebilir bir yapıda olmaktadırlar (Ajzen, 1991, s.210).

2.1.2.2. Kişisel Norm (Öznel Değerler)

Bir davranışın yapılması veya yapılmaması konusunda algılanan sosyal baskıyı ifade eder. Kişisel norm, kişinin belli bir davranışta bulunması ile diğer kişilerden ne tür bir tepki göreceğine yönelik beklentisi biçiminde tanımlanabilir (Doğan vd., 2015, s.6). Davranışta bulunup bulunmamasına ilişkin hissedilen sosyal baskıyı işaret eden sosyal bir faktördür. Daha açık bir ifadeyle kişinin, başkalarının onun davranışları hakkında ne düşündüğü ile ilgili beklentileri ve kişinin bu beklentilere ne derece tabii olacağı kişinin niyetini etkilemektedir (Şahin vd., 2016, s. 453).

Öznel değerler, bireyin girişimcilik kararı üzerinde normatif inançlar ve motivasyon uyumu açısından oldukça önemlidir. Normatif inanç, aile, akraba, arkadaş komşu gibi aralarında bağ olan kişilerin algılanan davranışsal beklentisidir. Motivasyon uyumu, bireyin bir davranışa ilişkin, referans gruplarının birinde bulunan herhangi birinin düşüncelerine uyma isteği olarak tanımlanabilmektedir (Kement, 2013, s.17).

Özetle, sosyal çevredeki algılanmış baskılar girişimcilik eğilimine etki edebilmektedir. Bu baskılar tahrik edici, tetikleyici ya da pasifleştirici olabilmektedir. Örneğin doğu toplumlarında işteki başarısızlık olumsuz karşılanan bir olgu iken, ABD' de öğrenme süreci için önemli bir motivasyondur (Top, 2012, s.231).

2.1.2.3. Algılanan (Varsayılan) Davranış Kontrolü

Davranışta bulunacak kişinin söz konusu davranışı gerçekleştirebilmesinin kolaylık ya da zorluk derecesine olan inancıdır. Bireyin yapmayı planladığı davranışı yerine getirebilmesindeki yapılabilirlik algısını ifade etmektedir. Bu faktör, eğer davranış kontrolü kişinin kendi isteğine bağlı değil ise davranışı doğrudan açıklayabilir. Genel bir kural olarak "davranışa yönelik tutum" ne derece olumluysa, "öznel değerler" ne derece kabul edilebilirse ve "algılanan davranış kontrolü" ne derece güçlüyse kişinin söz konusu davranışı yerine getirmesi de o derece güçlüdür (Erten, 2002, s.69).

Algılanan davranış kontrolü, fırsatların nasıl algılanacağını ve algılanan fırsatların kontrolünün nasıl olacağını iki şekilde etkilemektedir. Algılanan öz çıkar fayda veriyor ise ve kişisel normlarla da aynı ise kişiler ya da girişimciler niyetlerini belli eden davranışlarda bulunacaklardır. Algılanan fırsatların kontrol edilebilirliği de dolaylı yoldan girişimcinin davranışlarını etkilemektedir (Bozkurt Çetinkaya, 2014, s.31-32). Varsayılan davranış kontrolü yalnızca bir şeyi başarma duygusunu değil, aynı zamanda davranışın kontrol edilebilmesi konusundaki algıyı da içermektedir (Kalkan, 2011, s.195).

Sorunları çözme, karar verme, yaratıcılık, liderlik gibi kişisel becerileri etkileyen içsel kontrol öğeleriyle girişim ortamı, devlet desteği, hükümetin politikaları ve ekonomik kaynakların etkisi ile değişen dışsal kontrol öğeleri algılanan davranış kontrolünü oluşturmaktadır. İçsel ve dışsal öğeler, davranışlarda önemli birer unsurdur (Yüzüak, 2010, s.32).

2.1.3. Girişimcilik Eğilimini Etkileyen Faktörler

2.1.3.1. Kişilik Özellikleri

Kişiliğin oluşumunu sağlayan ve onu etkileyen sosyolojik, psikolojik, fizyolojik ve kalıtımsal tüm unsurlar girişimciliğin oluşumunda da etkilidir (Kılıç vd., 2012, s.426). Girişimcilik potansiyeli başarıyı elde edebilme olasılığı olarak da nitelendirilebilir. Girişimciden istenen başarı onun azmi ve kararlılığı, enerjisi, ekonomik gücü, bilgi ve tecrübeleri ile ilişkilidir. Girişimcinin başarılı olmasında çevresel faktörler şarttır ancak asıl önemli olan faktör kişilik özellikleridir (Alpkan vd., 2002, s.4). Girişimci, başkalarının otoritesi altında olmayı, bir yapı ya da örgüte

bağlı olmayı kabul etmez. Bu sebeple girişimci, kişilik özellikleri sebebiyle diğer insanlardan farklı özelliklere sahip kişilerden oluşmaktadır (Aytaç, 2006, s.142-143).

Kişiliğin, bireyin ya da girişimcinin iş hayatındaki etkisi incelendiğinde, kişilik özelliklerinin girişimci kişilik üzerinde ne derece önemli olduğu anlaşılabilmektedir (Demirel vd., 2004, s.52). Girişimci olmak isteyen kişilerin belirli bir vizyon sahibi oldukları, girişimcilik tutkularının ve başarma arzularının yüksek olduğu kolaylıkla görülebilmektedir (Bozkurt, 2006, s.99).

Girişimci kişilik, girişimcileri diğer kişilerden ayıran özelliklere sahiptir. Girişimci bireyler belirli bir görüşe sahip oldukları için başarı arzusu ve girişimcilik tutkusuna sahip, yaratıcı, analitik düşünebilme, çabuk karar verebilme yeteneği olan kişilerdir (Kutanis, 2006, s.13). Girişimcinin kişilik oluşumunda doğuştan gelen kişilik özelliklerinin yanında çevresel etkenlerin etkisi de yapılan araştırmalarda görülmüştür (İrmiş vd., 2012, s.3). Çevresel etkenler başarılı bir girişimci için şarttır. Girişimciliğe uygun kişilik özellikleri çevresel faktörler ile birleştiği zaman daha anlamlı ve önemli hale gelmektedir (Marangoz, 2016, s.50).

2.1.3.2. Aile Faktörü

Aile, bireyin kişiliğinin oluşumunda ve toplumda yer edinmesinde, toplumdaki sosyokültürel özellikleri bireye aktaran temel bir kurumdur. Bu sebeple aile, kişinin davranışlarını düzenleyen sosyal ortam özelliği taşır. Gündelik hayatta bile bireyler verecekleri kararlar için güvendikleri ve inandıkları kişilerin görüşlerini alırlar. Burada bireyin kararlarını etkileyebilecek kişiler öncelikle aile bireylerinden oluşmaktadır (Çerik, 2002, s.3). Ailenin maddi ve sosyal durumu, çocuğa verdiği eğitim ve ahlak kuralları bireylerin hayatlarında etkili olabilmektedir. Ailenin, bireyin girişimci özellikler taşıması yönünde önemli etkisi vardır (Çetinkaya Bozkurt, 2011, s.21). Ailede girişimci ruha sahip ya da girişimci bireylerin olması, bireyin girişimcilik niyetine sahip olmasına doğrudan etki edebilmektedir (Naktiyok vd., 2009, s.92). Aile desteği iki şekilde görülebilmektedir. İlki, yüksek gelirli ailelerde yetişen bireylerin kuracakları işletmelere aileleri tarafından maddi destek sağlanması, bireylerin girişimcilik eğilimlerini desteklemektedir. İkincisi, girişimciliğe destek veren ailelerde yetişen bireylerin girişimcilik eğilimleri yüksektir (İrmiş vd., 2012, s.3-4).

Ailenin tutum ve davranışları bireyin üzerinde olumlu ya da olumsuz etkilerde bulunduğundan, ailenin yapısı, kültürü, eğitim düzeyi oldukça önem arz etmektedir. Girişimci kültürüne sahip bir ailede yetişen birey, ailenin bu özelliğini kendine örnek almaktadır. Ayrıca ailenin teşvikleri de bireyin yeni ve yaratıcı fikirler sunmasını sağlayacaktır. Fakat kısıtlayıcı ya da baskıcı bir ailede yetişen bireyin çekingen, başkalarından kolaylıkla etkilenen, aşırı hassas bir kişiliğe sahip olması ve isyankâr davranışlarda bulunması olasıdır (Özdemir vd., 2012, s.93-94). Oysa özgür bir hayat anlayışına sahip ailede yetişen bir birey girişimci ruha sahip, özgüvenli, kendi kararlarını alıp uygulayan, sorumluluk sahibi, bağımsız davranan kişiler olabilmektedirler (Çerik, 2002, s. 4).

2.1.3.3. Sosyal Çevre Faktörleri

İnsan, kalıtım ve çevrenin ortak eseridir ve bulunduğu kültür yapısından hayatı boyunca etkilenmektedir (Bozkurt, 2006, s.97). Bu sebeple insan, sahip olduğu kültürü var olduğu sisteme de yansıtmaktadır. Bu kültürel yansımaların birleşimi ile sisteme ait kültür oluşmaktadır (Demirel vd., 2004, s.53). Kültür, sistemlerin tanıtıcı kimliğidir. Kültür girişimcilerin başarılı olmasına katkı sağlamaktadır. Şöyle ki işletmenin kurularak başarı elde etmesini önemseyen bir kültür, bu başarıyı önemseyen kültüre oranla daha fazla işletmenin kurulmasını sağlayacaktır. İçinde yaşanılan kültür girişimciliğin kabul edilmiş özelliklerinden olan bireysellik, kendi işinin patronu olma, başarılı olma, maddi ve manevi kazanç sağlama gibi özellikleri ön planda tutuyor ise böyle bir kültürün girişimciliği yeteri kadar desteklediği söylenebilir. Böyle bir kültüre sahip bir toplumda yeni iş yerlerinin kurulma oranları da yüksektir. Bununla beraber başarıya önem vermeyen yani başarısızlığı maddi ve manevi itibarsızlık olarak nitelendiren toplumlarda girişimcilik eğilimi yok denecek kadar azdır (Çarıkçı vd., 2010, s.7).

Toplum kültürü, girişimci kişilerin, yöneticilerin, çalışanların davranış ve tutumları üzerinde etkili olmaktadır. Kültür yapısının girişimcilik ruhunun oluşmasında önemli bir yeri vardır. Çünkü insan içinde bulunduğu toplumun kültürel değerlerini özünde barındırmaktadır. Toplum kültürünün girişimciler üzerindeki etkisi yalnızca iç faktörler açısından değerlendirilmemelidir. Çünkü tüketici ihtiyaç ve arzuları, kanunlar ve hükümetin politikaları da kültürden etkilenen unsurlar olup, işetmenin üretimi, pazar yeri, hizmet ve ekonomisi gibi fonksiyonlarında,

girişimcilerin yenilik yapma isteğinde ve risk alma davranışlarında da etkili olmaktadır. Yani kültür, toplumdaki kişilerin ortak özellikleri olmakla beraber kişiden kişiyi aktarılan öğrenilmiş bir yaşam stilidir (Durak, 2011, s.198).

Girişimcilik eğiliminin ve davranış biçimlerinin oluşmasında da kültür yapısının önemi büyüktür. Geleneklerden ailenin eğitimine, kişilik özelliklerine, davranış biçimine, ahlak kurallarına, yaşam tarzına ve sosyal çevreye kadar pek çok alanda kültürün izlerini görmek mümkündür. Ön yargılar ve olaylar karşısında verilen tepkiler de büyük oranda içinde bulunulan toplumun kültür yapısının bir yansımasıdır.

Kültür ve girişimcilik arasında bir bağ kurulurken hangi kültürün girişimciliğe destek vereceği hangi kültürün girişimciliğe destek vereceği hangi kültürün girişimciliğe engel olabileceği önemlidir. McClleand (1982), girişimciliğe veren kültürlerin üç ana davranışı önde tuttuklarını ifade etmiştir. Bu davranışlar, yüksek sorumluluk bilincinde olmak, hesap ederek risk almak ve performansa yönelik geribildirim talep etmektir. Toplum kültürü, risk almak, belirsizlikten kaçınmak, değişime karşı dirençli olmak, yeniliğe karşı takınılan tavır için belirleyici ve yönlendirici bir rol üstlenip toplumdaki insanlar için genel davranış düzlemi oluşturmaktadır. Bu sebeple girişimcilik, farklı kültürlerde farklı şekillerde görülmektedir (Aytaç, 2006, s.153-154).

2.2. GİRİŞİMCİLİK EĞİTİMİ

Girişimcilik eğitimi başlığı adı altında; girişimcilik eğitiminin kavramı, tarihte girişimcilik eğitimi, girişimcilik eğitiminin amacı, Türkiye' de ve Dünya'da girişimcilik eğitimi gibi kavramlar yer alacaktır.

2.2.1. Girişimcilik Eğitimi Kavramı

Küreselleşen dünyada nitelikli iş gücü ihtiyacı, üretim sektöründeki rekabetin hızla artması ve ekonomik sektördeki hızlı değişmeler gibi birçok faktör girişimcilerin önemini giderek arttırmaktadır. Bu değişmeler toplumların girişimci bireyler yetiştirmesini zorunlu kılmış ve girişimcilik eğitiminin devlet politikası halini almasına neden olmuştur. Eğitim, ülke ekonomisinin kalkınmasında katkısı olan girişimciye yarar sağlamasının yanı sıra toplumda yarattığı etki sebebi ile de önemli bir etken olarak karşımıza çıkmaktadır. Eğitim seviyesinin artmasıyla

verimliliğin arttığı, gelir dağılımının daha adil yapıldığı, demokrasinin iyileştiği ve suç oranlarında azalma olduğu görülmektedir. Kalkınmayı yalnızca iktisadi anlamda değil yaratıcı ve yenilikçi düşünce tarzını da kapsayacak bir süreç olarak düşünmek daha doğru olacaktır (Bayraktar, 2011, s.54).

Girişimcilik özelliklerinin doğuştan geldiğini ve karaktere bağlı olarak şekillendiğini ileri süren görüş günümüze gelindiğinde geçerliliğini kaybetmiş ve bunun yerini girişimciliğin öğrenilebilir bir kavram olmakla beraber liderlik ve işletme yönetimiyle alakalı bilgilere sahip olmak ve girişimcilikte eğitimin zorunluluk olduğu görüşü almıştır (Akkuş ve Menteş, 2017, s.2). Buradan da anlaşıldığı üzere ekonomik kalkınmayı etkileyen girişimcinin geliştirilmesinde temel olan şey eğitimdir. Yeni ve yararlı fikirleri kara dönüştürüp ekonomik kalkınmayı etkileyecek yeteneklere sahip olan girişimci bireyleri daha donanımlı yapmak için girişimcilik eğitimi gerekli olmaktadır.

Girişimcilik eğitimi ilk zamanlarda küçük işletme faaliyetlerinin süreçlerinden biri olarak görülmüş ve böyle değerlendirilmiştir. Zamanla girişimciliğin öğrenebileceği kabul edilmiş ve buna bağlı olarak girişimcilik eğitimi ile ilgili çalışmalar hız kazanmıştır. Bu doğrultuda girişimcilik eğitimi hakkında, "Girişimcilik öğretilebilir mi?", "Girişimcilik eğitimi için hangi doküman ve malzemelerin kullanımı uygun olur?", "Sınıf içi eğitim nasıl olmalıdır?" gibi sorulara cevap aramaya başlanmıştır. Sonuçta girişimcilik eğitiminin teorik olarak verilmesi gerekliliği görüşü öne çıkmıştır. Geçmişte yapılan deneysel çalışmalar girişimciliğin doğuştan gelen bir yetenek olduğunu savunurken, zamanla öğretilebilir, tamamlayıcı, bütünleyici olduğu görüşü ve girişimcilik eğitiminin tüm eğitim seviyesinde verilmesi gerekliliği tespit edilmiştir. Bununla beraber girişimcilik eğitimi, genç girişimcilerin sosyal ve girişimsel davranışlarıyla girişimcilik yeteneklerinin arttırılmasında önemli bir rol oynar (Tağraf ve Halis, 2008, s.92).

Drucker, girişimcilik kavramının tanımı için, "Girişimcilik mistik bir durum mu ifade eder? Girişimcilik sihir veya gizem değildir, bir disiplini ifade etmektedir ve başka disiplinler gibi öğrenebilitesi vardır." ifadelerini kullanmıştır. Girişimcilik için varılan bu yargı bakış açılarını değiştirmek ile beraber girişimcilik eğitiminin organize edilebilirliğiyle ilgili görüşler ortaya çıkmıştır. Literatürde girişimcilik eğitimi için birçok farklı tanım yer almaktadır. Ancak bu eğitimin nasıl ve hangi

şekilde olması gerektiği konusunda ortak bir model bulunmamaktadır. Girişimcilik eğitimi için yapılan önceki çalışmaların çoğu yükseköğretim tabanlı yoğunlaşmıştır. Bununla birlikte ilk ve ortaöğretimde girişimcilik eğitimi ile ilgili yapılan çalışmalar birkaç akademik çalışmadan ileri gidememiştir. Fillion ve Gasse girişimcilikteki temel bilgiler ve pozitif tutumun gelişmesinin çocukluk ve ergenlik zamanlarında olması gerekliliğini vurgulamışlardır. Ortaöğretim öğrencilerinin çalışma hayatındaki karmaşıklığı ve zorlukları anlayabilmek için yeterli tecrübe ve olgunluğa sahip olup olmadıkları ve girişimcilik eğitiminin gerekliliği hususunda devam eden bir tartışma bulunmaktadır. Bireylere olabilen en erken yaşta özellikle de ergenlik dönemlerinde girişimcilik eğitimi verilmesi gerekliliğini savunan araştırmacılar, verilecek bu eğitimle bireylerin daha doğru yönlenebileceği ve kariyer hayatlarına daha iyi hazırlanabileceklerini vurgulamaktadırlar. Ayrıca girişimcilik konusundaki ilk şekillenmenin ortaöğretim düzeyinde olacağı, bununla beraber ergenlik döneminin, bireylerin girişimcilik ile ilgili bilgileri edinme ve girişimcilik hususunda olumlu bir tutum geliştirebileceği en uygun çağlar olduğu savunulmaktadır. Özellikle ortaöğretimdeki öğrencilerin girişimci olma eğilimlerinin daha yüksek düzeyde olacağı belirtilmiştir. Daha da önemlisi, yapacakları her faaliyet için meydana gelebilecek riskleri önemsemeden yaratıcı olan ortaöğretim öğrencilerinin girişimsel davranışlarının bu dönemlerde şekilleneceği ve belirleneceği düşünülmektedir (İbicioğlu vd.,2014, s.57).

2.2.2. Tarihte Girişimcilik Eğitimi

Girişimcilik eğitimi, 1938'de Japonya'nın Kabe Üniversitesinde Shigeru Fijii aracılığı ile başlamıştır (Sexton ve Bowman, 1984, s.18-20). Myles Mace 1947'de Harvard Business School' da ilk kez girişimcilik dersini tanıtmıştır. Takip eden senelerde farklı eğitim kurumlarında girişimcilik eğitimi sayısında yüksek oranlı artışlar görülmüştür (Alberti vd., 2004, s.3). Katz, 2003'te girişimcilik eğitimi ile ilgili geniş bir sıralama ortaya koymuştur. İşletme yönetimi masterı ilk defa Southern California Üniversitesinde yapılmıştır. Girişimcilik üzerine master ise 1971'de yapılmıştır. 1980'li yılların başında 300'den fazla üniversitede küçük işletme yönetimi ve girişimcilik dersleri verilmiş ve ardından 1990'lı yıllarda bu sayı 1050'lere kadar artmıştır (Solomon vd., 1994, s.338-353).

Girişimcilik günümüzde birçok okulda bir ders olmaktan ziyade yüksek lisans ve doktora düzeyinde verilen bir alandır (Çetindamar, 2002, s.96). Dünyanın birçok ülkesinde yükseköğretim kurumlarında girişimcilik dersleri verilmekte ve bu alanda akademik hakemli dergiler yayımlanmaktadır (Finkle vd., 2006, s.184-206).

2.2.3. Girişimcilik Eğitiminin Amacı

Rasmussen ve Sorheim'e göre girişimcilik eğitiminin amacı, girişimci bireyleri ortaya çıkarmaktır. Girişimcilik kültürünün bir birey tarafından üstlenilmesi kolay bir tutum değildir. Çünkü girişimcilik, geniş bir içeriğe sahiptir ve bireye görev ve sorumluluk yüklemektedir. Girişimcilik eğitimi, önemli derecede hedefler, içerik, çıktılar, felsefi düşünce ve eğitimsel yetkinlik içermektedir. Öğrencinin girişimcilik eğitimi almadan girişimci bir birey olamayacağı anlayışına göre hareket edilmektedir. Ayrıca girişimcilik eğitiminin uygulanabilmesi için oluşturulacak iş ortamı da oldukça önem taşımaktadır. Çünkü gerçek bir girişimci yetiştirmek için gerçek bir iş ortamına uygun yerlerin seçilmesi gerekmektedir (Rasmussen ve Sorheim, 2006, s.186).

Girişimcilik eğitiminde amaç, bireydeki girişimcilik potansiyelinde açığa çıkmamış bir takım faktörleri ortaya çıkarmak ve farkına varmasını sağlamaktır. Girişimcilik özelliklerini taşıyan bireylerin yanlış bir girişimde bulunmalarını engellemek, ellerindeki kaynakları daha verimli kullanmalarını sağlamaktır (Balaban ve Özdemir, 2008, s.133-147). Burada hedef, teorik bilgi aktarımından ziyade, bireyleri işi bilen ve yeterli donanıma sahip birer girişimci olarak yetiştirmektir. Bireylerin özgüvenlerini sağlayarak, başarısızlıkla karşılaşmaları durumunda ne yapılması gerektiğini öğretecek biçimde organize bir eğitimle beraber başarıyı yakalamalarını sağlamak daha kolay olacaktır (İbicioğlu vd., 2014, s.59).

Raposo ve Paço girişimcilik eğitiminin amaçlarını aşağıdaki maddelerle ifade etmişlerdir (Raposo ve Paço, 2011, s.455):

- Girişimcilik ile alakalı yararlı bilgiler edinmek,
- Teknikleri kullanarak kapasiteyi arttırmak, işletme durum değerlendirmesi yapmak ve zaman çizelgelerini oluşturmak,
- Girişimcilik yeteneklerini tespit etmek ve desteklemek,
- Girişimciliğe teşvik etmek,

- Değişime ilişkin tutumları geliştirmek,
- İlk kez girişimde bulunanlara ve zaten girişimci olanlara destek vermektir.

Alberti ve arkadaşları ise girişimcilik eğitimi amaçlarını şu şekilde sıralamışlardır (Alberti vd., 2004, s.3):

- Girişimcilikte gerekli kavram, bilgi ve teknikleri öğrenmeyi içermektedir.
- İş hesapları analiz tekniklerini kullanmak ve fiili planların sentezinde beceri kazandırmak. Burada, pazarlama, muhasebe, finans, yönetim hakkında sentez yapmayı, analiz ve bilgi kabiliyetlerini desteklemeyi amaçlamaktadır.
- Girişimcilik becerilerini, kabiliyetini ve ruhunu tanımlayıp desteklemek. Burada ise, yeteneği ile ilgili farkındalık yaparak bireyleri bilinçlendirmek ve desteklemek amaçlanmaktadır.

2.2.4. Türkiye'de Ve Dünya'da Girişimcilik Eğitimi

2.2.4.1. Türkiye'de Girişimcilik Eğitimi

Girişimciliğin ekonomi üzerine yaptığı etkilere bakıldığı zaman, girişimcinin rolü gereği toplumun ilerisinde düşünen bireyler olmasından da hareketle toplumu yeni teknoloji ve kavramlar ile tanıştırma zorunlulukları göze çarpmaktadır. Ekonominin yeni teknolojiler veya üretim teknikleriyle tanışması daha önceden kullanılmamış ya da daha az kullanılmış kaynakları harekete geçirip ekonomideki kaynak kullanımının verimliliğini arttırmaktadır (Üzülmez, 2008, s.21-31). İşte bu yeni teknolojilerle üretim tekniklerini harekete geçirerek verimliliği arttıracak kişiler ortaöğretim ve yükseköğretimde verilecek dersler ile gelecekte ülke ekonomisine katkıda bulunacak girişimcilerle mümkün olabilecektir.

Girişimcilik eğitimi ülkemizde pek yaygın olmasa da ortaöğretim ve yükseköğretimde verilmeye başlanmıştır. Türkiye girişimciliği, 2004 Nisan itibariyle mesleki eğitim ve nitelikli iş gücünü arttırabilmek amacıyla, Avrupa Birliği'nin açtığı, her yaş ve meslekten bireylerin yetiştirilmesinin amaçlandığı Leonardo Da Vinci ve Sokrates programlarına dahil etmiştir. Türkiye'de girişimcilik eğitimi genel olarak bazı lise ve üniversitelerde seçmeli ders olarak görülmektedir. Bunun yanı sıra bazı kurum ve kuruluşlar da ücretli veya sosyal sorumluluk projesi çerçevesinde girişimcilik eğitimleri eğitimleri düzenlemektedirler. Halk Eğitim Merkezlerince belirli kursiyer sayısına ulaşılması şartıyla açılan girişimcilik eğitimi veya Akbank-

Sabancı Üniversitesi işbirliğiyle yapılan Girişimci Geliştirme Programı buna örnek olarak gösterilebilir (Küçüktekin, 2006, s.82-83).

Girişimcilik kültürünün oluşumunda ilköğretimden itibaren her seviyede girişimcilik eğitimin önemi yapılan çalışmalardan anlaşılmaktadır. Bu çalışmaların, ülkemizde uygulanacak girişimcilik eğitiminin, ülke ekonomisine, kültürüne ve toplumsal gelişimine katkı sağlayacağı öngörülmüştür. Bu hususta harekete geçilmesi gelişmiş ülkelere oranla ülkemizde daha fazla zaman almıştır (Olçetin, 2006, s.95).

Girişimcilik kültürünün yerleşmesi için yüksek özgüvene sahip bireyler yetiştirecek eğitime ihtiyaç vardır. GEM'in 2008'de 38 ülkede yapmış olduğu araştırmada; Finlandiya, Kolombiya, Şili gibi ülkelerin okullarında uygulanan girişimcilik eğitimi %40'larda iken, ülkemizde bu oran %6 seviyelerinde gösterilmektedir (GEM, 2008, s.21). 2016 yılında bu oran %16'ya yükselmiştir ancak yine de yetersizdir. Günümüzde Amerika ve Avrupa'nın ilk ve orta dereceli okullarında dahi verilen girişimcilik eğitimi, ülkemizde daha çok üniversite düzeyinde verilmektedir (Yelkikalan vd., 2010, s.56). Bu durumun aşılması, girişimcilik eğitiminin, eğitim ve öğretimde her kademede yer alması için, Milli Eğitim Bakanlığı ile beraber çeşitli bakanlıklar, Yüksek Öğretim Kurumu, Türkiye İş Kurumu, KOSGEB gibi bir çok kuruluş birlikte çalışmaktadırlar (Ağca, 2007, s.23).

Türkiye Cumhuriyeti Milli Eğitim Bakanlığı Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı Öğretim Programlarının oluşturulmasında yer alan kazanımların, öğrencinin girişimcilik özelliklerinin geliştirilmesinde etkili olacağı düşüncesi ön planda tutulmaktadır. Geliştirilen öğretim programları ders kitaplarına, öğretmen davranışlarına, öğretim etkinliklerine ve öğrencilerin kişisel gelişimlerine etki etmektedir. Yine bu programlar, öğrencinin eğitim ve öğretim süresince etkinliği, sorumluluk alma ve karar verme özelliklerinin gelişmesinde ve farklı imkânları görebilecek bir bakış açısı kazanmasında önemli bir yere sahiptir. Ders dışındaki aktivitelerin de öğrencilerin girişimci özelliklerinin girişiminde etkili olduğu gözlemlenmektedir. 2005 yılı itibariyle dersler ile yaşam becerilerinin ilişkilendirildiği ara disiplin kavramı öğretim programlarına dâhil edilmiştir. Yeni öğretim programlarında bulunan ara temel becerilerle disiplin kazanımları arasında girişimcilik yer almaktadır. Girişimcilik becerisiyle öğrencilerin farkındalık

kazanmaları, duyarlılık geliştirmeleri, risk almaları, yenilikçi olmaları, eleştirel düşünmeleri ve cesaretli olmaları gibi özelliklerin kazandırılması amaçlanmaktadır (Eraslan, 2011, s.86).

Gelişmiş ülkelerin yükselen bir eğilimi haline gelen girişimci kültür oluşturma stratejileri Türk Milli Eğitim Sistemince de benimsenmiştir. Okul öncesi eğitimde; iş birliği, paylaşım, yeteneklerin geliştirilmesi ilköğretimde ise; özgüvenin sağlanması, çalışma motivasyonunun oluşması gibi girişimcilik özelliklerini destekleyen konularda eğitim verilmekte, öğrencilerin girişimci özelliklerinin geliştirilerek, girişimci bir toplumun oluşturulması için çalışılmaktadır. Girişimcilik derslerinde, iş planı projesinin geliştirilmesi ve başarılı girişimcilerin öğrenciler ile tanıştırılması birinci sırada önemsenirken; okuma parçaları, örnek olay incelemeleri, konferanslar ikinci sırada gelmektedir. Ülkemizde öncelikli olarak mesleki alanlarda görülen girişimcilik eğitimi zamanla eğitimin her alanında önemsenir hale gelmiştir (Küçük, 2009, s.364). Fakat ilk ve ortaokul ile meslek lisesi özelliğinde olmayan liselerde girişimcilik ayrı bir ders olarak müfredatta yer almamaktadır. Bu eğitim, öğretim programları bünyesinde, öğrencilerin günlük hayatlarında girişimcilik faaliyetlerinde gerçekleştirebilmeleri için müfredata gömülü bir biçimde verilmeye çalışılmaktadır. Bu doğrultuda yaşamsal becerilerin kazanıldığı ilkokulda verilen hayat bilgisi dersleri ülkemizde girişimcilik eğitimine giriş olarak önem taşımaktadır (Eraslan, 2011, s.82-94).

2.2.4.2. Dünya'da Girişimcilik Eğitimi

Girişimciliğin gelişimi konusunda verilen eğitimlerin önemini bilen gelişmiş ülkelerin işsizliğe buldukları çözümlerden biri, eğitim ile işgücü arasındaki koordinasyonunu sağlayarak girişimcilik oranını arttıracak, girişimcilerin daha başarılı olmasını sağlayacak eğitim ve teşvik mekanizmalarını hayata geçirmektir. Girişimcilik eğitiminin uygulanması hususunda ilk adımları ABD'nin attığı görülmektedir. Girişimcilik eğitimi ABD'de ilk kez 1947'de Harvard Business School vermeye başlamıştır. Amerika'da bu hususta ilk akademik çalışma 1960'larda başlamış ve sürekli bir şekilde gelişme göstermiştir (Gürol ve Bal, 2009, s.14).

Girişimciliğin küresel ekonomide önemli bir güç haline gelmesi ile beraber girişimcilik eğitimi için de dikkat çekici ilerleme ve gelişmeler gerçekleşmektedir (Kuratko, 2005, s.577). AB, günümüz ekonomik sektöründe önemli bir yer tutan

girişimciliği desteklemek için çeşitli çalışmalar yapmakta ve eğitimler düzenlemektedir. Girişimcilik kültürünün doğru bir biçimde geliştirilmesi amacıyla, girişimcilik ruhunun oluşturulmasının ve geliştirilmesinin önemini vurgulamaktadır. Girişimcilik eğitimi için Avrupa'da İngiltere ile Fransa 1970'li yıllarda başlayarak ilk olma özelliği gösterirler. Bu hususta asıl ilgi 1990'lı yıllarda artmıştır ve günümüzde de her geçen gün gelişmektedir (Dana, 1992, s.77).

AB üyesi ülkeler, girişimcilik kültürünün oluşturulması ve geliştirilmesi için başarılı girişimcilik öykülerini anlatarak topluma rol modeller sunmaktadırlar. Dünya üniversitelerinde girişimcilik eğitimi daha çok yüksek lisans ve doktora programlarında uygulandığı saptanmıştır. Lisans programlarının ders içerikleri ise spesifik ve programa uyarlanmış biçimdedir. Lisans düzeyindeki girişimcilik dersleri daha çok iktisadi ve idari bilimler programlarında yoğunlaşmakla beraber, mühendislik ve eczacılık gibi çeşitli programlarda da girişimcilik ile ilgili dersler bulunmaktadır. Eczacılık Fakültelerinde ilaç girişimciliği, Seracılık Bölümlerinde sera girişimciliği, Finans Bölümlerindeyse finans girişimciliği dersleri de örnek olarak verilebilir (Yelkikalan, vd., 2010, s.57).

Gelişmiş ülkelerde, ilköğretimden başlayıp devam eden girişimcilik eğitiminin diğer disiplinler içinde öğretilmesine ilişkin disiplinler arası yaklaşımı yaygındır. Bu yaklaşıma yönelik yaratıcılık, inisiyatif ve risk alma gibi girişimcilik davranışları ve becerileri ile ilgili sonuçlar öğretim hedefleri arasındadır (Sönmez ve Toksoy, 2014, s.44-47).

Diğer disiplinler içerisinde verilen girişimcilik becerileriyle beraber doğrudan girişimcilik eğitiminin verildiği ekonomi, iktisadi bilimler ve kariyer eğitim dersleri gelişmiş ülkelerin bazılarında zorunlu bazılarında ise seçmeli olarak verilmektedir. Girişimcilik eğitiminin yer aldığı Sosyal Bilgiler dersleri pek çok ülkede zorunlu olarak okutulan dersler arasındadır. (Kafadar vd., 2018, s.115).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KUŞAK KAVRAMI VE Z KUŞAĞI

3.1. KUŞAK KAVRAMININ TANIMI

Kuşak kavramı kökeni kimi kaynaklarda Antik Yunan'a kimi kaynaklarda ise Eski Mısır Uygarlıklarına dayanmaktadır (Adıgüzel vd., 2014, s.167). Konuya dair bilimsel çalışmalar ise 1830 ile 1840 yılları arasında Auguste Comte tarafından başlamıştır. Comte, kuşak kavramının ortaya çıkışını, birbirleri ile aynı ya da yakın dönemlerde dünyaya gelen insanların özellikleri taşımasından kaynaklandığına bağlamaktadır (Demirkaya vd., 2015, s.187).

Kuşak kavramı, felsefe, sosyoloji, biyoloji gibi çeşitli alanlarda farklı şekillerde tanımlanmıştır. En genel tanımı ise TDK, "Aşağı yukarı aynı yıllarda doğmuş, aynı çağın gerekliliklerini dolayısıyla benzer sıkıntıları yaşayıp benzer kaderleri paylaşmış, benzer ödevlerle sorumlu olmuş kişilerin topluluğu" biçiminde yapmıştır. Ayrıca TDK toplumsal açıdan kuşak kavramını, yaklaşık 25-30 yıllık yaş aralıklarındaki bireylerin oluşturduğu nesil, jenerasyon, batın gibi terimler şeklinde ifade etmektedir (http/www.tdk.gov.tr, Erişim Tarihi: 30 Mayıs 2019).

Geleneksel anlamda kuşak kavramının tanımına bakıldığında "ebeveynler ile çocuklarının doğumları arasındaki ortalama zaman aralığı" biçiminde karşımıza çıkmaktadır (dictionary.com, 2019). Bu biyolojik tanıma göre bin yıl içine 20-25 yıl aralıklar biçiminde birer kuşak yerleştirilmektedir. Günümüz toplumları, yeni teknolojiler, değişen kariyer hedefleri, çalışma seçenekleri ve sürekli değişen sosyal değerlerden dolayı çok hızlı değişim gösterdiği için yirmi yılı kapsayan süre bir kuşak için uzun bir süre olmaktadır. Buna karşılık günümüzde, çocuk doğurma oranları geçmişe göre daha az olduğu için bir kuşak çok daha geniş bir zaman dilimini kapsamaktadır (McCrindle, 2018, s.1).

Tarihte kuşak kavramı ile ilgili yapılmış birçok çalışma ve teori bulunmaktadır. Fakat bu çalışmalar genelde ortaya çıktıkları dönemlerin sorunlarına ilişkin yaklaşımlar ile sınırlı kalan çalışmalardır. Örneğin, Auguste Comte Fransız İhtilali sonrasında meydana gelen karmaşık toplum yapısına çözüm üretebilmek amacıyla insanlığın gelişimiyle ilgili felsefi bir perspektiften yaklaşırken; David

Hume ise, içinde bulunduğu dönemin başlıca sorunlarından olan yönetim biçimiyle ilgili siyasi bir perspektiften yaklaşmıştır (Mannheim, 1952, s.277).

Yapılan bu tanımlar doğrultusunda kuşak kavramı; aynı ya da belirli bir zaman aralığı ve yaş dönemlerinde sosyal, toplumsal, kültürel ve teknolojik gelişmeler gibi içinde bulunulan toplumun dönemsel olayları ve gelişmelerinden etkilenip, şekillenen, ortak değerleri paylaşan nesil veya jenerasyon olarak da isimlendirilen bir kavramdır (Keleş, 2011, s.131).

3.2. SESSİZ KUŞAK

Bu kuşak, 1925-1945 yılları arasında doğan bireylerden oluşan bir kuşak olarak tanımlanmaktadır (Toruntay, 2011, s.69). Sessiz Kuşak, "Depresyon Kuşağı", "Sessiz Jenerasyon", "Gelenekçiler", "Sallantı Kuşağı" biçiminde de anılmaktadırlar (William vd., 2010, s.5). İletişim kurmada genellikle sessiz kalmayı tercih ettiklerinden "Sessiz Kuşak" olarak isimlendirilmişlerdir (D. Stillman ve J. Stillman, 2018, s.15).

Günümüzde Sessiz Kuşak bireylerinin birçoğu emekli, diğer kuşaklar içinde en küçük kuşak grubunu oluşturmakta ve büyük anneanne, babaanne ve dedelerimiz bu grup içinde yer almaktadırlar. Bu kuşaktaki bireylerin çocukluk ve gençlik yıllarında, dünya savaşları ve ekonomik krizler sebebiyle zorlu koşullarda yaşam mücadelesi vermeleri onlarda korku ve güvensizlik duygularının artmasına neden olmuştur. Yaşadıkları kriz ve savaş döneminin sebep olduğu işsizlik onları sade ve tasarruflu bir hayat sürmeye zorlamıştır (Bakırtaş vd., 2016, s.3).

Sessiz Kuşak bireyleri, daha fazla detaylandırma, çıkarımda bulunma ve süreç odaklı olmalarının yanında karar verme aşamasında da bir takım zorluklarla karşı karşıya kalmaktadırlar. Bu kuşak, geçmişe ve otoriteye bağlı, değişimi kabullenmekte zorlanan, yenilikleri kolay kolay benimseyemeyen bu sebeple de teknolojiye ayak uydurmada güçlük çeken, dengeyi ve düzeni kurma taraftarı olan bireylerden oluşmaktadır. Ayrıca, çalışkan, tutarlı, detaycı ve yaptıkları işleri en iyi şekilde ortaya koymaya çabalayan bireylerden oluşmaktadır (Demirkaya vd., 2015, s.188).

3.3. BEBEK PATLAMASI (BABY BOOMERS) KUŞAĞI

Bu kuşağın doğum tarihlere ve yaş aralıkları hakkında çeşitli görüşler bulunmaktadır. Fakat çoğunluk tarafından kabul gören tarih ve yaş aralığı 1946-1964 yıllarıdır. Bu kuşak İkinci Dünya Savaşının ardından doğan, yaklaşık bir milyar bebekten oluşmaktadır. Belirlenen kuşakların içinde en kalabalık kuşak olarak kabul edilmektedir (Berkup, 2014, s.220). Bu tarih aralıklarında doğan bebeklerin sayıca fazla olması, bu kuşağa "Toplumu Yeniden Şekillendiren Kuşak" denmesine de neden olmuştur (Leickaite, 2010, s.171). Bebek Patlaması Kuşağı üyeleri, İkinci Dünya Savaşı ve hemen sonrasında doğan kişilerden oluşturduğundan "Soğuk Savaş Kuşağı" olarak da nitelendirilmektedir (Ünal, 2017, s.11).

Bu kuşak üyeleri, gençlik ve okul dönemlerinde, karakteristik olarak 1960'ların kültür gelişim ve değişiminin birer parçası olmuşlardır ve ırk eşitliği, cinsiyet eşitliği ve çevresel bilinçlenme gibi temel değerlere geniş bir çerçevede kendilerini adamışlardır. Bu sebeple de Bebek Patlaması Kuşağından günümüze kadın-erkek eşitliği, ırk ayrımına karşı mücadele, çevreye korumak ve duyarlı olmak gibi kavramlar miras kalmıştır (Leickaite, 2010, s.171). Bu kuşaktaki üyelerin, işleri için yaşayan, iş hayatındaki hiyerarşi ve otoriteye saygı duyan karakter yapılarına sahiptirler (Kapoor ve Solomon, 2011, s.309). Dolayısı ile iş için yaşamak, bu kuşak üyelerinin çalışma değerlerini oluşturmakta, idealist ve kuralcı yaklaşmaktadırlar (Acılıoğlu, 2015, s.25).

Bu kuşakta doğanlar için sağlık önemli bir unsurdur. Bu gruptaki bireyler yaşlanıyor olsa bile bu gerçeği kabul etmemekte, yaşlanma ile ilgili kalıpları kırmaya odaklanırlar. Bu kuşak yaşlarına uygun olanları değil de yaşamlarına uygun olanları tercih etmektedirler. Bu bireylerin önceliği benliktir ve en iyi yaşam koşullarına sahip olmaları gerektiğini düşünmektedirler (Williams ve Page, 2011, s.5). Ayrıca bu kuşaktakiler, özgürlüklerine düşkün, dünyayı ve yenilikleri keşfetmeyi seven, yeniliğe açık, uyum sağlayabilen, amaç odaklı kişilerdir. Bunların yanında, büyümeyi ve gelişmeyi önemseyen, iyi kariyer ve başarılı olmaya önem veren kişilerdir (Çetin Aydın ve Başol, 2014, s.3). Dolayısıyla da sürekli öğrenmeyi, kişisel gelişimi ve özellikle de kontrollü olmayı sevmektedirler (Fishman, 2016, s.255-256).

3.4. X KUŞAĞI

X Kuşağı terimini, Amerikalı ve İngiliz araştırmacılar Charles Hamblett ve Jane Deverson dönemin gençleri ile diyalogda bulunarak ilk kez 1964'te kullanmışlardır (Leickaite, 2010, s.172). Bebek Patlaması Kuşağının gölgesinde büyümüş olan X Kuşağı, "Görünmez Kuşak", "Kayıp Kuşak", "Gölge Kuşağı" şeklinde de adlandırılmaktadır (Bakırtaş vd., 2016, s.7). Bu kuşak aynı zamanda ara kuşak anlamına gelen "Geçiş Dönemi Çocukları" biçiminde de adlandırılmaktadır. Bu adlandırmanın sebebi ise, bu kuşağın doğduğu dönemlerde dünyada meydana gelen ve öne çıkan önemli olaylardır (Ayhün, 2013, s.100). Bu olaylar arasında, ekonomik kriz, sağ-sol çatışması ve petrol krizi yer almaktadır. Bu dönemde dünyaya gelen X Kuşağı bireyleri aynı zamanda Bebek Patlaması Kuşağının sürdüğü refah hayatın bedelini de ödemek zorunda kalmışlardır (Altundağ, 2012, s.205). Gençlik yıllarında karşılaştıkları bu zorluklar, savaşlar, ekonomik durgunluk, işsizlik gibi bir takım travmatik olaylar X Kuşağının "Kayıp Kuşak" şeklinde etiketlenmesine sebep olmuştur (Pritchard ve Whiting, 20014, s.1610).

Bu kuşağın üyeleri, genellikle iş hayatında olan ebeveynlerin çocukları olduklarından diğer jenerasyonlardan farklı olarak aile yapılarında bir takım değişimlere tanık olmuşlardır ve kimi kaynaklarda boyunlarında ev anahtarlarıyla büyüdükleri için "Ebeveynleri Çalışan Çocuklar" şeklinde de tanımlanmışlardır (Toruntay, 2011, s.73). X Kuşağı, Bebek Patlaması Kuşağının çocuklarıdır. Ebeveynleri ya birden fazla işte çalışıp para kazanmakta ya da işsizlerdir. Bu sebeple işsizliği ailelerinde gören X Kuşağı, işlerine sıkı sıkıya bağlıdırlar ve mecburi bir durum olmadığı sürece de işlerini değiştirmezler (Başgöze ve Bayar, 2015, s.123).

X Kuşağının, aitlik duygusu oldukça yüksek, otoriteye saygılı, sadık, çalışkan, gerçekçi, toplum duyarlılığı yüksek, kanaatkâr, kaygılı ve teknolojiyle ilişkileri düşük gibi genel özellikleri de söz konusudur (Ünal, 2017, s.11). Ayrıca bu kuşak, sorunlar ile baş etmeye alışmış olduklarından iş ya da diğer konularda iyi sonuçlar elde edebilmek için grup desteğine ihtiyaç duyan Bebek Patlaması Kuşağından ziyade kendilerine güvenmektedirler. Dolayısıyla X Kuşağı üyeleri, iş ve özel yaşamlarında, özgüvenli bireyler olma özelliklerine sahiplerdir (Keleş, 2011, s.131).

3.5. Y KUŞAĞI

X Kuşağındaki farklılıkları tanımlamak amacıyla kullanılan Y Kuşağı, terim olarak ilk kez 1993 senesinde ortaya çıkmıştır (Leickaite, 2010, s.173). Literatürde farklı tarih aralıkları yer alsa da genel kanı Y Kuşağının 1980-1999 tarihleri arasında doğan bireylerden oluştuğu yönündedir. Bu kuşak, Bebek Patlaması Kuşağından sonra en yüksek doğum oranına sahip kuşak olması sebebiyle "Eko Patlaması (Echoboomers) "olarak da isimlendirilmektedir. Ayrıca "İnternet Kuşağı", "Gelecek Kuşak", "Bir Sonrakiler" ve "Milenyum Kuşağı" şeklinde de isimlendirilmektedirler (Çetin, Aydın ve Başol, 2014, s.3). Sorgulayıcı olmaları, kolay olmamaları, mantık arayışında olduklarından dolayı Y Kuşağı üyelerinin tanımlanması için kullanılan "Y" ifadesinin İngilizce "why" kelimesinden geldiği düşünülmektedir (Ünal, 2017, s.12-13). Diğer kuşaklar gibi Y Kuşağı da yaşadığı dönemin toplumsal ve küresel olaylarından etkilenmiştir (Bakırtaş vd., 2016, s.8). Bu olaylar arasında en dikkat çekenler, "Çernobil Faciası" (1986), "Berlin Duvarının Yıkılması" (1989), "Körfez Savaşı" (1991) ve "Bosna Savaşı" (1992). Bu tür olaylar, Y Kuşağı üyelerinin hayatı daha fazla sorgulamalarına ve eleştirel bir gözle bakmalarına sebep olmuştur (Kuyucu, 2016, s.715).

Y kuşağı, akıllı, sabırsız, teknoloji ve özgürlüğe düşkün, yüksek yaşam standartlarına sahip, aile ilişkilerini önemseyen, öğrenme isteği olan, işbirlikçi, topluma katkıda bulunmaya istekli, sosyal bilince sahip bireylerden oluşmaktadır (Yüksekbilgili, 2013, s.346). Bu kuşağın üyeleri, yüksek adaptasyona ve çoklu görev alabilme özelliklerine sahip olsalar bile yaptıkları işten hemen sıkılabilmektedirler. Ayrıca, değişime ayak uydurabilme ve anlamlandırmaları süreklilik göstermektedir. İleri seviyede düşünebilme, analiz yapabilme ve bilgileri hızlı edinme özellikleriyle de geleceğe meydan okuyabilme gücüne ve kapasitesine sahip olmaları söz konusudur (Armağan ve Küçükkambak, 2015, s.91).

Bu kuşak, teknolojiyi çok iyi kullanması ve anlamasıyla bilinmektedir. Teknolojiyle bu denli uyumlu ve teknolojiye bağımlılıkları bu jenerasyonun en ilginç ve önemli özelliklerindendir (Sarı vd., 2013, s.89). Teknoloji ile iç içe olmaları Y Kuşağını, teknoloji bağımlısı, gelişim ve değişimlere açık, sabırsız, tatmin seviyesi yüksek bir kuşak yapmaktadır (Arslan ve Staub, 2015, s.7). Ayrıca teknolojiyi

sevmeleri sosyal medyayı aktif kullanmalarına, görüş ve düşüncelerini bu platformlarda rahatlık ifade edebilmelerini sağlamaktadır (Tutgun Ünal, 2013, s.81).

3.6. K KUŞAĞI

K Kuşağı kavramını ilk kez 2015 senesinde kullanan İngiliz araştırmacı Noreena Hertz, 1995-2002 tarihleri arasında doğan, 13 ile 22 yaşları arasındaki gençler ile yaptığı çalışmalar neticesinde, bu gençlerle ilgili daha önce tanımlanmış olan kuşaklardan farklı olarak bu kuşağı; "üreticiler", "oluşturucular" ve "mucitler" kuşağı şeklinde tanımlamıştır. Dijital çağda doğan ve diğer kuşaklara göre farklı dünya görüşlerine sahip olan bu kuşağın üyeleri, dünyanın çeşitli bölgelerinde farklı sosyal, kültürel ve eğitim ortamlarında büyümüş olsalar bile, yaşama dair bir takım ortak özellikleri taşıdıkları ifade edilmektedir. Hertz'e göre K Kuşağı, sadece satın almak ile kalmayıp, bir fikri ya da ürünü tasarlama ile oluşturma sürecinin bir parçası olup, ürün, hizmet ve medyaya kendi damgalarını vurmak istemektedirler. Hertz bu kuşağın adını 2012 senesinde vizyona giren Açlık Oyunları "The Hunger Games" filminin ana karakteri olan Katniss Everdeen'in adının baş harfinden esinlenerek vermiştir. Hertz bu kuşağın, diğer kuşaklardan daha endişeli ama benzersizlik konusunda daha istekli olduğunu düşünmektedir. Bu kuşak, yalnızca aşırı teknolojik bağlılıkları ile değil, ayrıca durgunluğu ve mevcut tehditlere karşı duyarlı davranışları ile de dikkat çekmektedir. Medyanın gelişmesi vasıtası ile olumsuz ekonomik koşullar, işsizlik, terörizm, savaş ve göç gibi olumsuz durumlarda erken yaşlarda karşı karşıya kalan K Kuşağı üyelerinin, fiziksel anlamda etkilenmeseler de psikolojik anlamda olumsuz etkilendikleri düşünülmektedir. Bu kuşakta dünyaya gelen bireyler dünya tarihinde ilk kez; 11 Eylül ve Paris saldırıları, Madrid ve Ankara bombalanmaları, El-Kaide'nin yükselmesi, dünyanın çeşitli bölgelerindeki terör saldırıları gibi yüksek oranda şiddete şahit olmuşlar ve şahit oldukları bu olumsuz durumlar sebebiyle de "Karamsar Kuşak" olarak nitelendirilmişlerdir (Duygulu, 2018, s.639-640).

Hertz bu kuşağın, gereğinden fazla öz çekim (selfie) yapmasına karşın, bencil olmadığını ifade etmektedir. Ayrıca bu kuşağın, gönüllü işlere daha fazla zaman verdiğini ve diğer kuşaklarla karşılaştırıldığında gelirinin büyük bir kısmını da hayır işlerinde harcadığını ifade etmiştir. Her ne kadar bu kuşak sosyal medya aracılığı ile arkadaşlarıyla sürekli iletişimde olsalar da aslında oldukça yalnız bir jenerasyonu

temsil etmektedirler. Tüm bunlarla beraber K Kuşağı bireylerinin, yeni şeyler üretmeyi, icat edebilmeyi, tasarlamayı sevdiği ve aynı zamanda da bunları seslerinin duyurulmasının bir yolu olarak gördükleri gözlemlenmiştir (Arslan ve Nur, 2018, s.335).

3.7. Z KUŞAĞI

Literatürde Z Kuşağı için farklı yaş aralıkları verilse de genel olarak 2000 ve sonrasında doğan yaş grubunu kapsar görüşü hâkimdir. Bu kuşağın eğitim ve iş hayatına bakıldığında, 2020'li yıllara doğru lise ve üniversitelerde, 2030'lu yıllara doğru ise, ekonomik, politik ve sosyal yaşamda söz sahibi olacaklardır. Bu 21. Yüzyıl kuşağının büyüme ve gelişme biçiminin geleceğimizi de şekillendireceği bir gerçektir (Horn, 2013, s.12). Bazı nüfus bilimcilerinin bu kuşağın Y Kuşağından sonra gelen son kuşak olduğunu düşünmesi sebebiyle alfabenin son harfi ile ifade edilen Z Kuşağı için, Gen Z, IGen, İnternet Kuşağı, Next Generation gibi isimlendirmeler de yapılmaktadır (Ericsson Consumerlab, 2012, s.3). Bu kuşağın üyeleri, çocukluk ve ilk gençlik yıllarında, küresel kriz, çevre problemleri, terör saldırıları gibi olumsuz olaylara şahitlik etmişler ve bu olaylardan doğrudan ya da dolaylı bir biçimde etkilenmişlerdir. Bu olumsuzlukların yanında, internet ve sosyal medya gibi dijital teknolojideki gelişmelere ve bilgisayar, cep telefonları ve tablet gibi elektronik cihazların gelişimine ve yaygın kullanımına da tanık olmuşlardır (Grail Research Report, 2011, s.3).

Bu kuşağın ilk küresel kuşak olduğu söylenebilir. Küreselleşmeyle beraber günümüz dünyasının her yerinde benzer olanaklara sahip olmak ve benzer hizmetlere ulaşabilmek mümkün hale gelmiştir. Kültür ile tarihin bireyin tutumları üstünde önemli bir etkisi olsa bile ilk defa Z Kuşağıyla beraber hemen hemen tüm dünyada benzer yüz sekiz (108) kuşak özellikleri gözlemlenmekte ve insanlar ilk defa bu kadar birbirine benzemektedir (Havas People, 2014, s.12).

3.7.1. Z Kuşağının Özellikleri

Z kuşağını diğer kuşaklardan ayıran en belirgin özelliği, teknolojinin daha önceleri hiç bu kadar özel hayat ile entegre olmayışı ve diğer kuşakların dönemlerine göre çok daha yüksek bir hızla gelişiyor olmasıdır (Levickaite, 2010, s.173). Bu kuşak da kendinden önceki diğer kuşaklarda olduğu gibi yaşadığı dönemde küresel

ve ekonomik kriz "Mortgage Krizi" ve tarih boyunca hep var olan terör olaylarına tanık olmuştur ve olmaktadır (Arar ve Yüksel, 2015, s.197).

Bu kuşak, teknolojiyi hızlı bir biçimde kavrayabilen, işlerini kısa zamanda yapmaktan hoşlanan, verilen birçok görevin üstesinden hızla gelebilen, ancak bu hızlılığın bir işten başka bir işe geçişte doğrululuğunun önüne geçtiği bir kuşaktır (Ayhün, 2013, s.102). Ayrıca Z Kuşağının, takım çalışmasında bulunmakta güçlük çekmesi ve asabi davranışlarda bulunması olumsuz özelliklerindendir (Akar, 2015, s.39). Bununla beraber bu kuşak bireylerinin teknolojinin ve insan gelişiminin en son hali olması dolayısıyla, oldukça zeki, ben odaklı ve bilgiyi hemen kavrayıp işleyebilen kişilerdir (Akar, 2015, s.39).

Z Kuşağı, dünyayı değiştirmek isteyen, Y Kuşağına oranla girişimcilik eğilimi daha fazla olan, danışmanlık tercihinden ziyade bağımsız bir biçimde çalışmayı tercih eden ve ekonomi için daha çok endişe duyan bir kuşaktır (Peterson, 2014: 1). Bu kuşağın üyeleri kendinden önceki kuşaklara göre daha gerçekçi, iyimser ve gelişen teknolojinin sayesinde gelecekte karşılaşacakları fırsatların bilincindedirler (Kemp, 2014, s.1). Z Kuşağı önemli olaylar hakkında fazla düşünmemekle beraber; mobiliteden, evrensel değerlerden, sanallaşmadan etkilenen ilk küresel nesil olma özelliği göstermektedir (Micoleta, 2012, s.1).

3.7.2. Z Kuşağı Ve Eğitim

Z Kuşağının bireyleri, doğumları itibariyle ileri teknolojiler ile büyüdüklerinden dolayı teknoloji odaklı bir yaşam biçimine sahiplerdir. Diğer kuşakların aksine teknolojiyi sonradan kavrayan ya da benimseyen değil de teknolojinin ortasına doğan bireyledir. Bu sebeple diğer kuşakların geleneksel yöntemleri bu kuşak için bir anlam ifade etmemektedir. Örneğin herhangi bir konu için ihtiyaç duyulan bilgileri okumak yerine izleyerek elde etmeye çalışırlar. Diğer kuşaklar okuyarak öğrenmeyi benimsemişlerdir, ancak bu kuşak, bilgi ve iletişim teknolojileri ile büyümeleri sebebiyle ihtiyaç duyulan bilgiyi video paylaşım sitelerinde aramaktadırlar. Z Kuşağının bireyleri, sosyal medyada içerik tüketmenin yanında aktif biçimde içerik de üretmektedirler. Z Kuşağı üyelerinin bir çoğu, video bloglarıyla (vlog) milyonlarca takipçilerine yayın yapmaktadırlar (Kapil ve Roy, 2014, s.11-13).

Z jenerasyonu bireylerinin teknolojiyle araları oldukça iyidir, hatta teknoloji bağımlısı oldukları bile söylenebilir. En az bir tane elektronik alete sahiplerdir ve bilgi-iletişim teknolojilerini oldukça sık kullanmaktadırlar. Bu kuşağın teknolojiyle bu kadar içli dışlı olması, eğitim hayatlarında da teknoloji kullanımını kaçınılmaz yapmaktadır (Grail Research, 2011, s.2-5). Eğitimde teknolojinin bu denli aktif kullanılması, bilgiye kolayca ulaşmayı sağladığı için bu gençler bilgiyi ezberlemeyi tercih etmezler. Bilgiyi ezberlemekle zaman kaybetmektense, bilgiye nasıl ulaşabilecekleri, bilgiyi nasıl yorumlayabilecekleri ve bilgiden nasıl yararlanabilecekleri ile ilgilenirler (Sladek ve Grabinger, 2013, s.11).

Bu kuşağın üyeleri, günlük hayatlarında aşırı yoğun bir bilgi karmaşasına maruz kalmaktadırlar. Bu durum, bu kuşağa, karmaşık bilgileri kolay bir biçimde analiz edebilme becerisi kazandırmıştır. Bununla birlikte bilgisayar başında aynı anda birden çok iş ile ilgilenebildiklerinden, çok-görevli (multitasking) bir özelliğe sahip bir yapıya gelmişlerdir. Çok-görevli bir birey öğrenmeye daha açıktır ve çok-görevli olmak, kişinin bilişsel gelişimine katkıda bulunmaktadır. Bu sebeple Z Kuşağının üyeleri, eğitim hayatlarında uygun şartlar sağlandığı zaman son derece başarı sağlayabilmektedirler (Knoll Workplace Research, 2014, s.3-4).

3.7.3. Z Kuşağı Ve İş Hayatı

Z Kuşağı ebeveynlerinin genellikle X Kuşağının üyelerinden olması, Z Kuşağı bireylerinin farklı karakteristik özelliklerinin ortaya çıkmasındaki önemli faktörlerden biridir. Daha önce de belirttiğimiz gibi X Kuşağının pek çok zorlukla kendi başlarına mücadele etmek zorunda olduklarından; çocuklarının hayata daha gerçekçi bir bakış açısıyla bakmalarını, kendi kararlarını verebilmelerini, eğitim ve kariyerleri için geleneksel bir tutuma sahip olmamalarını, kendileri için uygun olan yolu birden çok deneyim neticesinde belirlemelerini istemektedirler. Bu şekilde yetiştirilen Z Kuşağı üyelerinin, yönetim ile liderlik becerilerinin gelişeceği ve iş hayatında değişime sebep olacakları tahmin edilmektedir (Sladek ve Grabinger, 2013, s.1).

Z Kuşağı üyelerinin aile ilişkileri oldukça sıkıdır. Aileleri her ne kadar onların kendi kararlarını vermeyi öğrenmelerini isteseler de, onlar her konuda aile desteği almaya alışmıştırlar. Bu sebeple Z Kuşağı üyelerinin pek çoğu kariyer planlarında ailelerinin etkili olacağını düşünmektedirler (Rabert Half, 2015, s.8).

Z Kuşağının bireyleri, rekabetin yoğun olduğu bir dünyada yaşadıklarından, mücadeleci bir yapıda olmaları gerektiğini düşünmektelerdir (Kapil ve Roy, 2014, s.13). Bunun yanında erken yaşlarda iş tecrübesi kazanmak konusunda oldukça isteklilerdir. Ancak, önceki kuşaklar küçük yaşlarda çalışma yaşamına adım atarken, bu kuşak bireylerinin çoğu ilk gençlik dönemlerinde bile çalışma tecrübesine sahip değillerdir. Bu durumun en önemli nedenleri iş kanunu ve makineleşmedir. Önceleri pek çok çalışma alanında gençlere verilen işler, günümüzde makinelerle yapılmaktadır. Ayrıca günümüzde pek çok iş için 18 yaşının üstünde olmanın gerekliliği Z Kuşağının çalışma tecrübesinin diğer kuşaklara göre geç yaşlarda başlamasına sebep olmaktadır (Sladek ve Grabinger, 2013, s.5).

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

Z KUŞAĞI ÖĞRENCİLERİNİN GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMLERİNİN BELİRLENMESİNDE GİRİŞİMCİLİK EĞİTİMİNİN ROLÜ: NİZİP İLÇESİNDEKİ LİSE ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

4.1. YAPILMIŞ OLAN ARAŞTIRMALAR

Girişimcilik ile ilgili birçok araştırma yapılmıştır. Yapılan çalışmaların çoğunda girişimcilik eğilimini etkileyen faktörlere yer verilmiştir. Bu faktörlerin başında; bireylerin kişilik özellikleri, yetiştiği çevrenin etkisi, ekonomik durumu, anne ve babaların etkisi gelmektedir. Ancak kişilerin aldıkları girişimcilik eğitimlerinin, girişimcilik eğilimine etkisi üzerine çok fazla çalışma bulunmamaktadır.

Keleş ve diğerleri (2012) önlisans öğrencilerinin girişimcilik düzeylerini incelemişlerdir. Araştırma sonuçlarına göre; önlisans öğrencilerinin girişimcilik düzeyleri, ailelerine ait bir işletmenin olmaması, eğitim aldıkları üniversitenin türü ve iş deneyimlerine göre farklılık görülmüştür. Bu sonuçlara göre ailelerine ait işletmeleri olan öğrencilerin girişimcilik düzeyleri çok yüksek, ailelerine ait işletmeleri olmayan öğrencilerin girişimcilik düzeyleri ise orta düzeydedir. Vakıf üniversitesitelerinde öğrenim gören öğrencilerin girişimcilik düzeyleri çok yüksek, kamu üniversitelerinde öğrenim gören öğrencilerin girişimcilik düzeyi ise düşük olduğu görülmüştür. İş deneyimi olan öğrencilerin girişimcilik düzeyinin yüksek, iş deneyimi olmayan öğrencilerin girişimcilik düzeyi ise çok yüksek olduğu belirtilmiştir.

Bilge ve Bal (2012) Celal Bayar Üniversitesi'nde girişimcilik eğilimi üzerine yaptıkları çalışmada, girişimciliğin alt boyutları olan; risk alma, fırsatları değerlendirme, liderlik yönlülük, gelecek odaklılık, kararlılık ve dış faktörlere karşı bireysel güç olarak altı boyut oluşturulmuş, cinsiyetin girişimciliğin bu boyutlar üzerine etkisinin anlamlı olmadığı bulunmuştur. Bunun yanında öğrencilerin öğrenim gördükleri okulların, girişimciliğin bu boyutları üzerindeki etkisi "gelecek odaklılık" ve "liderlik yönlülük" alt boyutları bakımından anlamlı bulunmuştur.

Uluyol (2013) Gölbaşı Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerini incelediği çalışmada, finansal yönetim ile girişimcilik derslerini alan ve almayan öğrencilerin girişimcilik eğilimlerini karşılaştırmıştır. Çalışmanın

sonuçlarına göre, öğrencilerin yüksek düzeyde girişimcilik eğilimi taşıdığı fakat finansal yönetim ve girişimcilik derslerini alan ve almayan öğrencilerin girişimcilik eğilimleri arasında anlamlı bir farklılık görülmemiştir.

Akçakanat ve diğerleri (2014) Süleyman Demirel Üniversitesi'de yaptıkları sözel, sayısal ve eşit ağırlık bölümlerinde okuyan üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerinin bazı demografik değişkenler açısından inceledikleri çalışmada; öğrencilerin "yüksek girişimcilik" özelliğine sahip oldukları sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca öğrencilerin; geldikleri yerleşim birimi, kariyer hedefleri, kendi işini kuran yakının olması, öğrencilik hayatı süresince bir işte çalışma durumu, öğrencilik hayatı süresince gelirini karşılama durumu, aldığı eğitimin kendi işini kurmaya etkisi ve beklenmedik bir şekilde sahip olunan bir parayı değerlendirme değişkenleri açısından öğrencilerin girişimcilik eğilimleri anlamlı bir farklılık gösterirken; üniversiteye yerleştikleri puan türü, cinsiyet, not ortalaması, ailenin gelir seviyesi ve girişimcilik eğitimi alma değişkenleri açısından ise, öğrencilerin girişimcilik eğilimlerinde anlamlı bir farklılık olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Yüksel ve diğerleri (2015) öğrencilerin girişimci kişilik özellikleri ile girişimcilik eğilimleri üzerine yaptıkları çalışmada öğrencilerin girişimcilik özellikleri ile cinsiyet faktörleri ve ebeveyn meslek durumu ile girişimcilik özellikleri arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Örücü vd. (2007) üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerinde ailesel faktörlerin etkisi üzerine yaptıkları çalışmada, yüksek gelirli ailelere sahip öğrencilerin girişimcilik eğilimlerinin daha yüksek olduğu; güvene dayalı bir şekilde yetiştirilen öğrencilerin girişimcilik eğiliminde oldukları ve erkek öğrencilerin kadın öğrencilere göre daha fazla girişimcilik eğiliminde oldukları görülmüştür. Bununla beraber ailede girişimcilerin olması öğrencilerin girişimcilik eğilimini etkilememektedir.

Bozkurt ve Erdurur (2013) potansiyel girişimciler üzerine yaptıkları girişimci kişilik özelliklerinin girişimcilik eğilimindeki etkisi ile ilgili çalışmada, katılımcıların girişimci kişilik özelliklerini taşıdıkları ve girişimcilik eğitimi almalarının girişimcilik potansiyellerinin açığa çıkmasına katkı sağladığı görülmüştür.

İpçioğlu ve Taşer (2009) işletme bölümünde verilen eğitimin girişimci adayı öğrenciler üzerindeki etkileri üzerine yaptıkları çalışmada, girişimciliğin tüm alt boyutlarında (risk alma, yenilikçilik, kendine güven gibi) 4. Sınıf öğrencilerinin 1. Sınıf öğrencilerine oranla girişimcilik hakkında daha olumlu oldukları gözlemlenmiştir. Bunun yanı sıra öğrencilerin; girişimciliğin alt boyutlarından olan risk alma, belirsizliğe karşı tolerans ve kendine güven faktörleri ile ilgili anlamlı farklar elde edilmiştir.

Salik ve Kaygın (2016) Kafkas Üniversitesi'de yaptıkları demografik değişkenler açısından üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerinin belirlenmesi üzerine yaptıkları çalışmada, öğrencilerin girişimcilik eğilimi için risk aldıkları, belirsizliğe karşı tolerans gösterdikleri, yenilikçi oldukları, güçlü içsel kontrole sahip oldukları, kendinlerine güvendikleri ve başarıya ihtiyaç duydukları sonucuna ulaşılmıştır. Ancak daha önceden girişimcilik faaliyetlerinde bulunan bireylerin başarı ihtiyacı azaldığı buna karşılık içsel kontrol odağının güçlendiği gözlenmiştir.

Büyükyılmaz vd. (2016) girişimcilik eğitimi alan bireylerin demografik özellikleri açısından girişimcilik eğilimleri arasındaki farklar üzerine yaptıkları çalışmada ulaşılan sonuçlar şu şekildedir: cinsiyetin proje boyutu yönünden girişimcilik eğilimini farklılaştırdığı belirmiştir. Kadın girişimcilerin yeni projeler ortaya koyma bakımından erkek girişimcilere oranla daha hevesli oldukları görülmüştür. Ayrıca düşünce ve yatırım boyutu yönünden cinsiyetin girişimcilik eğilimi için bir etkisinin olmadığı görülmüştür. Bireylerin girişimcilik eğilimlerini ortaya çıkarmak amacıyla üniversitelerde verilen girişimcilik eğitiminin önemli bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Bunun yanında girişimciliğin tüm boyutlarına bakıldığında; yaş, iş deneyimi ve girişimcilerin çalıştıkları sektörün girişimcilik eğilimi için herhangi bir farklılaştırıcı etkisinin olmadığı görülmüştür.

Girişimcilik ile ilgili yapılan araştırmalarda ortaya çıkan sonuçlar bazı durumlar açısından farklılık göstermesine rağmen girişimcilik eğilimleri ile ilgili olarak ailenin, yaşanılan çevrenin, alınan eğitimin ve sahip olunan geçmiş tecrübelerin girişimcilik eğilimi üzerinde etkisinin olduğu görülmektedir.

4.2. ARAŞTIRMANIN AMACI

Günümüzde girişimcilik, endüstri toplumundan bilgi toplumuna geçişle beraber önem kazanan ve ekonominin gelişmesinde etkin rol oynayan önemli faktörlerden biri haline gelmiştir. Girişimciliğin önem kazanmasıyla bireylerde girişimcilik eğilimleri görülmüş ve girişimcilik eğilimlerini etkileyen unsurlar da önem kazanmıştır. Özellikle kendi işletmesini kurmak isteyen ve yeni atılımlar peşinde olan bireyler için girişimcilik faaliyetlerinin oldukça önemli bir etken olduğu görülmektedir.

Girişimciliğin önemine ve küresel ekonomi üzerindeki etkisine bakıldığında bu konuda verilen veya verilmesi gereken eğitimlerin ne derece önemli olduğunu göstermektedir. Özellikle genç nüfus oranının yüksek olduğu ülkemizde, girişimcilik ve girişimciliğe dair verilecek eğitim oldukça önem arz etmektedir.

Bu bilgiler çerçevesinde hazırlanan bu araştırmanın amacı; Z kuşağı öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerini ve girişimcilik eğitimlerini araştırmaya konu edinerek, alınan girişimcilik eğitiminin girişimcilik eğilimine etkisini incelemek ve bu olgular arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktır.

Konumuzla ilgili, bazı benzer çalışmalar da yapılmıştır. Örneğin; Elif YÜZÜAK Üniversitelerde Öğrenim Gören Kız Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimlerini Etkileyen Faktörler: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi BİGA İİBF Örneği adlı bir tez çalışması yapılmıştır. Ancak bu çalışma girişimcilik eğilimlerini etkileyen faktörlerin bir boyutu ile ilgilidir. Biz bu çalışmada Z kuşağı öğrencilerinin girişimci olma eğilimlerini ve girişimcilik eğilimine etki eden girişimcilik eğitimini tüm boyutları ile ele almaya çalışacağız.

4.3. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

Teknolojinin hızla gelişmesi ve bilgiye ulaşmanın kolaylaşmasıyla beraber gelişen ekonomide girişimcilik, önemli bir faktör haline gelmiştir. X ve Y kuşağının bilincinde olduğu girişimcilik eğilimi Z kuşağı için de önem arz eden bir durum halini almıştır. Bu nedenle Z kuşağı öğrencilerinin girişimci olma eğilimleri ele alınarak Z kuşağına ve girişimcilere sağlayacağı faydaların tespit edilmesi, teorik ve pratik açıdan önemli hale gelmektedir. Konu tüm boyutları ile ele alınacağı için öğrencilerin, girişimcilerin ve bu konuda çalışma yapmak isteyen araştırmacıların

bilgi sahibi olmaları açısından ciddi yararlar sağlayacaktır.

4.4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu bölümde araştırmanın yöntemi hakkında bilgi verilecektir. Araştırmanın yöntemi başlığı adı altında izlenen metodoloji, araştırmanın modeli, araştırmanın evren ve örneklemi ve veri toplama yöntemlerinden yer alan ölçekler yer alacaktır.

4.4.1. Araştırmada İzlenen Metodoloji

Bu çalışmada ulaşılan sonuçların tutarlı ve etkin olması araştırmada izlenen metodoloji ile yakından ilişkilidir. Bu nedenle araştırma sürecinden yapılan işlemlerin ayrıntılı bir şekilde açıklanması araştırma sonucunda elde edilen bulguların değerlendirilmesi açısından büyük önem taşımaktadır. Bu araştırmada izlenen medodoloji Şekil 1'de ayrıntılı olarak gösterilmektedir.

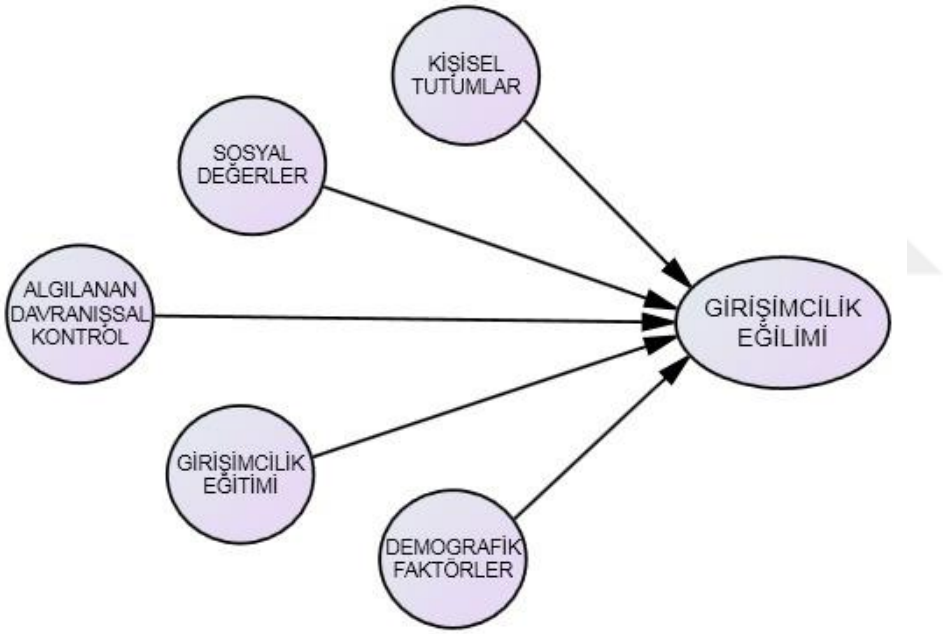
Şekil 1: Araştırmanın Metodolojisi

1. Araştırmanın Amacının ve Hipotezlerin Belirlenmesi
2. Veri Toplama Ölçeğinin Belirlenmesi
3. Veri Toplam Öleçeğinin Hazırlanması
4. Pilot Çalışma Uygulaması
5. Güvenirlik Analizi Testi
6. Uygulama Anketine Son Şeklinin Verilmesi
7. Anakütle ve Örneklem Büyüklüğünün Belirlenmesi
8. Anket Verilerinin Toplanması
9. Eksik ve Yanlış Doldurulan Anketlerin Elenip Düzenlenmesi
10. Verilerin Kodlanması ve Düzenlenmesi
11. İstatistiksel Analizlerin Yapılması
12. Sonuçların Değerlendirilmesi

4.4.2. Araştırmanın Modeli

Z kuşağı öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerinin belirlenmesinde girişimcilik eğitiminin rolünü belirleme amacıyla yapılan bu çalışmada kullanılan araştırma modeli Şekil 2' de görülmektedir. Çalışmanın modeli başta Ajzen (1991) olmak üzere, Linan, Rodriguz-Cohard ve Rueda-Cantuche, (2011) ve Ekici (2016)' nin araştırmalarında kullandıkları modellerinden yararlanarak ve uyarlanarak oluşturulmuştur. Şekil 2' de görüldüğü gibi bu çalışmanın temel amacı Z kuşağı öğrencilerinin girişimcilik eğilimini belirlemede gördükleri girişimcilik eğitiminin, demografik faktörlerinin, kişisel tutumlarının, sosyal değerlerinin ve algılanan davranışsal kontrollerinin ilişkisini belirlemektir.

Şekil 2: Araştırmanın Modeli



Kaynak: Ajzen,1991, s.90; Linan, Rodriguez-Cohard ve Rueda-Cantuche, 2011, s.9; Ekici, 2016, s.66.

4.4.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklem

Nizip ilçesi Gaziantep ili sınırları içerisinde yer almaktadır. Nizip'te toplam 21 lise bulunmaktadır (http://nizip.meb.gov.tr/okulweb/bilgi/index.php). Bu liselerden 1 tanesi fen lisesi, 1 tanesi sosyal bilimler lisesi, 8 tanesi anadolu lisesi, 4 tanesi imam hatip lisesi ve 7 tanesi de meslek lisesidir. Bu liselerde eğitim gören öğrenci sayısı toplam 11.105 kişidir. Krejcie ve Morgan'a (1970) göre, 10.000-

25.000 denekten oluşan bir evreni temsil edebilecek en düşük örneklem sayısı 378 olmalıdır (Krejcie ve Morgan, 1970).

Bu sistematiğe göre Nizip' de eğitim gören tüm lise öğrencileri bu araştırmanın evrenini oluşturduğundan dolayı bu çalışma evreninde seçilecek olan örneklem büyüklüğünün en az 378 olması gerekmektedir. Şeçilen bu örneklemin evreni temsil etme konusunda yeterli bir büyüklüğe sahip olduğu söylenebilir.

Araştırmanın evrenini Nizip'teki liselerde eğitim gören Z kuşağı bireyleri oluşturmaktadır. Çalışmanın örneklemini ise evren içinde yer alan bireyler arasından rastgele seçilen 400 öğrenci oluşturmaktadır. Çalışma evreninde yer alan 5 tür liseye her birine 80 adet olmak üzere toplam 400 anket uygulanmıştır.

4.4.4. Veri Toplama Yöntemi

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak yüz yüze anket yöntemi kullanılmıştır. Kullanılan anket Yüzüak (2010), ve Ekici (2016) kaynaklarından yararlanılarak oluşturulmuştur. Uygulama da yer alan ankette demografik faktörler ve girişimcilik eğilimi etkileyen faktörleri ölçmeye yönelik (Kişisel Tutumlar, Sosyal Değerler, Algılanan Davranışsal Kontrol ve Girişimcilik Eğitimi) ilişkin veriler anketi olmak üzere iki bölüm yer almaktadır.

4.4.4.1. Demografik Faktörler Ölçeği

Demografik faktörler ölçeğinde sorular, araştırmaya katılan bireylerin cinsiyetlerini, eğitim gördükleri liseyi, kardeş sayılarını, annelerinin ve babalarının eğitim durumlarını, annlerinin ve babalarının ne iş yaptıklarını, ailelerinin gelir seviyelerini, okulu bitirdikten sonraki kariyer hedeflerini girişimcilik dersi alıp almadıklarını ve girişimcilik dersi almak isteyip istemedikleri belirlemeye yöneliktir. Demografik faktörler anketine EKLER bölümünde yer verilmiştir.

4.4.4.2. Kişisel Tutumlar Ölçeği

Arjen (1991) girişimcilik eğiliminde önemli bir unsur olan kişisel tutumu, "kişinin bir davranışı olumlu ya da olumsuz bir şekilde değerlendirme-yorumlama derecesi" şeklinde tanımlamıştır. Koe vd. (2012) ise, öğrencilerin girişimcilik eğilimlerinin belirlenmesinde kişisel tutumun rolünü araştırdıkları çalışmada kişisel tutumu, kişiyi yeniliğe, değişime, paraya ve girişimciliğe yönlendiren girişimcilik eğiliminin önemli bir unsuru olarak tanımlamışlardır. Bozkurt Çetinkaya (2014) ise,

bir girişimde bulunma düşüncesinin kişinin girişimciliğe ilişkin tutumu ile ilgili olduğunu; kişinin kişisel tutumunun ise, zengin olma isteği, kendini ispatlama düşüncesi gibi davranışlara yönelik olduğunu belirtmiştir.

Kişisel tutumlar ölçeği anketin ikinci bölümünde yer alan 1., 2., 3., 4 ve 5. Soruları kapasamaktadır. Anket maddeleri 5'li Likert Ölçeği kullanılarak oluşturulmuştur. 5'li Likert Ölçeğinde derecelendirmeler "kesinlikle katılmıyorum (1), katılmıyorum (2), kararsızım (3), katılıyorum (4) ve kesinlikle katılmıyorum (5) şeklinde yapılmıştır. Kişisel Tutumlar Ölçeğine ilişkin veriler anketine EKLER bölümünde yer verilmiştir.

4.4.4.3. Sosyal Değerler Ölçeği

Girişimcilik eğiliminin unsurlarından biri olan sosyal değerleri Arjen (1991) "bir davranışı gerçekleştirme veya gerçekleştirmeme konusunda algılanan sosyal baskı" şeklinde ifade etmiştir. Konuya ilişkin çalışmalar incelendiğinde sosyal değerlerin girişimcilik eğilimine etkisinin tartışmalı bir konu olduğu görülmektedir. Örneğin, Van Gelderen ve arkadaşları (2008) sosyal değerleri girişimcilik eğiliminde önemli bir etken olarak görmektedirler. Kautonen ve arkadaşları (2009) da sosyal değerler ile girişimcilik eğilimi arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğunu ifade etmişlerdir. Ancak, Koe ve arkadaşlarının (2012) yapmış oldukları çalışmada sosyal değerlerin girişimcilik eğilimini açıklamada zayıf bir rol oynadığını belirtmişlerdir.

Sosyal değerler ölçeği anketin ikinci bölümünde yer alan 6., 7., 8., 9. ve 10. soruları kapasamaktadır. Anket maddeleri 5'li Likert Ölçeği kullanılarak oluşturulmuştur. 5'li Likert Ölçeğinde derecelendirmeler "kesinlikle katılmıyorum (1), katılmıyorum (2), kararsızım (3), katılıyorum (4) ve kesinlikle katılmıyorum (5) şeklinde yapılmıştır. Sosyal Değerler Ölçeğine ilişkin veriler anketine EKLER bölümünde yer verilmiştir.

4.4.4.4. Algılanan Davranışsal Kontrol Ölçeği

Girişimcilik eğiliminin bir diğer unsuru olan algılanan davranışsal kontrolünü Arjen (1991) "bir davranışı yapmadaki algılanan kolaylık ya da zorluk" şeklinde tanımlamıştır. Girişimcilik üzerinde önemli bir rolü olan algılanan davranışsal kontrol unsurunu Koe ve arkadaşları (2012) girişimcilik eğilimi üzerindeki en güçlü etken olarak ifade etmişlerdir. Bozkurt Çetinkaya (2014) ise algılanan davranışsal

kontrolü girişimci olabilmek için kişinin algıladığı yapılabilirlik düzeyini ve kontrol edebilme duygusunu içeren bir faktör olduğunu ifade etmiştir.

Algılanan davranışsal kontrol ölçeği anketin ikinci bölümünde yer alan 11., 12., 13., 14., 15., 16., 17., ve 18. soruları kapasamaktadır. Anket maddeleri 5'li Likert Ölçeği kullanılarak oluşturulmuştur. 5'li Likert Ölçeğinde derecelendirmeler "kesinlikle katılmıyorum (1), katılmıyorum (2), kararsızım (3), katılıyorum (4) ve kesinlikle katılmıyorum (5) şeklinde yapılmıştır. Algılanan Davranışsal Kontrol Ölçeğine ilişkin veriler anketine EKLER bölümünde yer verilmiştir.

4.4.4.5. Girişimcilik Eğilimi Ölçeği

Börü (2006) girişimcilik eğilimini, kişilerin kendi işlerini yapmasındaki istek ve kararlılığı ifade etmekle beraber girişimciliğin bir parçası olarak özerklik, yenilikçilik, risk alma, rekabetçi olma ve proaktiflik gibi temel unsurlar ile birlikte bir bütünü oluşturduğunu ifade etmektedir. Yıldız ve Kapu (2012) girişimcilik eğilimini, bireyin yeni bir girişimde bulunması yönündeki yatkınlığı şeklinde açıklamaktadır. Fırsatların görülmesini ve ortaya çıkarılmasını kapsayan girişimcilik kavramı, yenilikçi olma, gelişime açıklık, risk alma eğilimi ve yeni ürün ve hizmet ortaya koyma gibi faktörleri içinde bulunduran çok yönlü bir eğilimi ifade etmektedir. Yılmaz ve Özkan Pir (2017) girişimcilik eğilimini, kişisel faktörlerle çevresel faktörlerin birleşmesi ile beraber kişilerin işlerini kurmasındaki istekli ve kararlı olması durumu olarak ifade etmektedir. Kişinin bir işi ne derece hayata geçirmek istediğini, sergileyeceği performansı ve kendi işini kurmasında atacağı adımlar büyük oranda eğilimleriyle ortaya çıkmaktadır.

Girişimcilik eğilimi ölçeği anketin ikinci bölümünde yer alan 19., 20., 21. ve 22. soruları kapasamaktadır. Anket maddeleri 5'li Likert Ölçeği kullanılarak oluşturulmuştur. 5'li Likert Ölçeğinde derecelendirmeler "kesinlikle katılmıyorum (1), katılmıyorum (2), kararsızım (3), katılıyorum (4) ve kesinlikle katılmıyorum (5) şeklinde yapılmıştır. Girişimcilik Eğilimi Ölçeğine ilişkin veriler anketine EKLER bölümünde yer verilmiştir.

4.4.4.6. Girişimcilik Eğitimi Ölçeği

Balaban ve Özdemir (2008) girişimcilik eğitimi için, bireydeki girişimcilik potansiyelinde açığa çıkmamış bir takım faktörleri ortaya çıkarmak ve farkına

varmasını sağlamak, girişimcilik özelliklerini taşıyan bireylerin yanlış bir girişimde bulunmalarını engellemek ve ellerindeki kaynakları daha verimli kullanmalarını sağlamak ifadesini kullanmışlardır.

Girişimcilik eğitimi ölçeği anketin ikinci bölümünde yer alan 23., 24., 25., 26., 27., 28., ve 29. soruları kapasamaktadır. Anket maddeleri 5'li Likert Ölçeği kullanılarak oluşturulmuştur. 5'li Likert Ölçeğinde derecelendirmeler "kesinlikle katılmıyorum (1), katılmıyorum (2), kararsızım (3), katılıyorum (4) ve kesinlikle katılmıyorum (5) şeklinde yapılmıştır. Girişimcilik Eğitimi Ölçeğine ilişkin veriler anketine EKLER bölümünde yer verilmiştir.

4.5. VERİLERİN ANALİZİ

Araştırmada kullanılan anketlerden toplanan bilgilere SPSS 22.0 istatistik programında çeşitli istatistiksel analizler yapılmıştır.

Değişkenler arasında anlamlı ilişkiler olup olmadığını görmek, anlamlı ilişki varsa bu ilişkinin yönünü (+ -) ve gücünü belirleyebilmek amacıyla Korelasyon Analizi yapılmıştır.

Bir değişkenin diğer değişken üzerinde etkisi olup olmadığını görmek, anlamlı etkisi varsa tek başına bu etkinin % kaçını oluşturduğunu ve bir birimlik artışta bu değişkeni kaç birim arttırdığını tespit etmek amacıyla Regresyon Analizi yapılmıştır.

İki grup arasında farklılık olup olmadığını görmek amacıyla, farklılık varsa bu farklılığın hangi gruptan kaynaklandığını belirlemek amacıyla Bağımsız t Testi yapılmıştır.

İkiden fazla grup arasında farklılık olup olmadığını görmek amacıyla, farklılık varsa bu farklılığın hangi gruptan ya da gruplardan kaynaklandığını belirlemek amacıyla ANOVA Testi yapılmıştır.

4.5.1. Araştırmanın Hipotezleri

H_1: Z kuşağındaki öğrencilerin kişisel tutumları ile girişimcilik eğilimleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_2: Z kuşağındaki öğrencilerin sosyal değer algıları ile girişimcilik eğilimleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_3: Z kuşağındaki öğrencilerin davranışsal kontrolleri ile girişimcilik eğilimleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_4: Z kuşağındaki öğrencilerin girişimcilik eğitimleri ile girişimcilik eğilimleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_5: Z kuşağındaki öğrencilerin kişisel tutumları, girişimcilik eğilimlerini pozitif yönde etkiler.

H_6: Z kuşağındaki öğrencilerin sosyal değer algıları, girişimcilik eğilimlerini pozitif yönde etkiler.

H_7: Z kuşağındaki öğrencilerin algılanan davranışsal kontrolleri, girişimcilik eğilimlerini pozitif yönde etkiler.

H_8: Z kuşağındaki öğrencilerin aldıkları girişimcilik eğitimi, girişimcilik eğilimlerini pozitif yönde etkiler.

H_9: Z kuşağındaki öğrencilerin girişimcilik eğilimleri, cinsiyete göre farklılaşmaktadır.

H_{10}: Z kuşağındaki öğrencilerin girişimcilik eğilimleri, aile ve/veya akrabalar arasında kendi işini kuran olup olmamasına göre farklılaşmaktadır.

H_{11}: Z kuşağındaki öğrencilerin girişimcilik eğilimleri, girişimcilik dersi/eğitimi alıp almamalarına göre farklılaşmaktadır.

H_{12}: Z kuşağındaki öğrencilerin girişimcilik eğilimleri, girişimcilik dersi/eğitimi alma isteklerine göre farklılaşmaktadır.

H_{13}: Z kuşağındaki öğrencilerin girişimcilik eğilimleri, eğitim gördükleri liseye göre farklılaşmaktadır.

H_{14}: Z kuşağındaki öğrencilerin girişimcilik eğilimleri, kardeş sayısına göre farklılaşmaktadır.

H_{15}: Z kuşağındaki öğrencilerin girişimcilik eğilimleri, annelerinin çalıştıkları alana göre farklılaşmaktadır.

H_{16}: Z kuşağındaki öğrencilerin girişimcilik eğilimleri, babalarının çalıştıkları alana göre farklılaşmaktadır.

H_{17}: Z kuşağındaki öğrencilerin girişimcilik eğilimleri, ailelerinin gelir seviyesine göre farklılaşmaktadır.

H_{18}: Z kuşağındaki öğrencilerin girişimcilik eğilimleri, kariyer planlarına göre farklılaşmaktadır.

H_{19}: Z kuşağındaki öğrencilerin girişimcilik eğilimleri, annelerinin eğitim durumuna göre farklılaşmaktadır.

H_{20}: Z kuşağındaki öğrencilerin girişimcilik eğilimleri, babalarının eğitim durumuna göre farklılaşmaktadır.

4.5.2. Tanımlayıcı İstatistik Sonuçları

Bu bölümde araştırmaya katılan katılımcılara ve ailelerine ilişkin demografik özellikler, tanımlayıcı istatistikler aracılığıyla açıklanmıştır.

Tablo 1: Katılımcılara ve Ailelerine İlişkin Demografik Bulgular

Eğitim Görülen Lise Tipi	**n**	**%**		**Kardeş Sayısı**	**n**	**%**
Anadolu Lisesi	80	20		Ailenin tek çocuğu	5	1,3
Fen Lisesi	80	20		2 kardeş	43	10,8
Sosyal Bil. Lisesi	80	20		3 kardeş	126	31,5
İmam Hatip Lisesi	80	20		4 kardeş	96	24
Meslek Liseleri	80	20		5 kardeş	130	32,5
Annenin Eğitim Durumu	**n**	**%**		**Babanın Eğitim Durumu**	**n**	**%**
Okuryazar değil	41	10,3		Okuryazar değil	4	1
Okuryazar	35	8,8		Okuryazar	14	3,5
İlkokul	162	40,5		İlkokul	88	22
Ortaokul	73	18,3		Ortaokul	94	23,5
Lise	61	15,3		Lise	116	29
Üniversite	28	7		Üniversite	84	21

Annenin Çalıştığı Alan	n	%		Babanın Çalıştığı Alan	n	%
Ev hanımı	347	86,8		Çalışmıyor	28	7
Kamu sektörü	26	6,5		Kamu sektörü	97	24,3
Özel sektör	10	2,5		Özel sektör	76	19
Kendi işi	9	2,3		Kendi işi	123	30,8
Diğer	8	2		Diğer	76	19
Ailenin Gelir Seviyesi	**n**	**%**		**Cinsiyet**	**n**	**%**
2000 TL'den az	82	20,5		Erkek	164	41
2000-3000 TL	139	34,8		Kadın	236	59
3000-4000 TL	63	15,8				
4000-5000 TL	57	14,3				
5000 TL ve üstü	59	14,8				
Toplam	400	100		**Toplam**	400	100

Katılımcıların ve ailelerinin demografik özelliklerine bakıldığında 164 kişinin erkeklerden, 236 kişinin ise kadınlardan oluştuğu; eğitim görülen lise tiplerinde her liseden 80 katılımcının olduğu; ailedeki kardeş sayısında 3 ve 5 kardeş olanların katılımcılar içerisinde %64 oranda paya sahip olduğu; katılımcıların annelerinin eğitiminde en çok ilkokul, babalarının eğitiminde ise lise mezunu oldukları; annelerinin %86,8 gibi büyük oranla ev hanımı, babaların ise kendi işlerinde çalıştıkları; ailelerinin gelir seviyesinde ise yarısından fazlasının 3000 TL'den daha az geliri olduğu söylenebilir.

4.5.3. Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Güvenilirlik, ölçme ile ulaşılan sonuçların farklı ölçümler sonucunda da aynı olmasını ifade etmektedir. Güvenilirlik katsayısı 0-1 arasında değer alır ve bu katsayılar şu şekilde yorumlanabilir (Güriş ve Astar, 2014, s. 45-46):

$0 \leq \alpha < 0.5$ ise güvenilir değil

$0.5 \leq \alpha < 0.6$ ise düşük güvenilir

$0.6 \leq \alpha < 0.7$ ise kabul edilebilir derecede güvenilir

$0.7 \leq \alpha < 0.9$ ise iyi derecede güvenilir

$\alpha > 0.9$ ise çok iyi derecede güvenilir

Tablo 4.2'de kişisel tutumlar, sosyal değer algısı, davranışsal kontrol, girişimcilik eğilimi ve girişimcilik eğitimi değişkenlerine ait güvenilirlik analizi sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 2: Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Değişkenler	**İfade Sayıları**	**Cronbach α Katsayısı**
Kişisel Tutumlar	5	,729
Sosyal Değer Algısı	5	,711
Davranışsal Kontrol	8	,834
Girişimcilik Eğilimi	4	,743
Girişimcilik Eğitimi	7	,911

Tablo 2 incelendiğinde girişimcilik eğitimi değişkeninin çok iyi derecede güvenilir; kişisel tutumlar, sosyal değer algısı, girişimcilik eğilimi ve davranışsal kontrol değişkenlerinin ise iyi derecede güvenilir olduğu söylenebilir. Bu sonuçlar ışığında araştırma kapsamında kullanılan ölçeklerin güvenilir oldukları söylenebilir.

4.5.4. Hipotez Testi Sonuçları

Bu bölümde araştırma kapsamında geliştirilen hipotezler test edilmiş ve yorumlanmıştır.

4.5.4.1. Korelasyon Analizi Sonuçları

Bu bölümde araştırma kapsamında geliştirilen H_1, H_2, H_3 ve H_4 hipotezleri, korelasyon analizi ile test edilmiş ve yorumlanmıştır.

Tablo 3: Z Kuşağındaki Öğrencilerin Kişisel Tutumları İle Girişimcilik Eğilimleri Arasındaki Korelasyon Analizi Sonuçları

		Kişisel Tutumlar	Girişimcilik Eğilimi
Kişisel Tutumlar		**1**	**,531**
Pearson Korelasyon	Sig.		**,000**
	N	**400**	**400**
Girişimcilik Eğilimi		**,531**	**1**
Pearson Korelasyon	Sig.	**,000**	
	N	**400**	**400**

Tablo3, kişisel tutumlar ile girişimcilik eğilimi arasındaki korelasyonu göstermektedir. Sig. değerine (,000) bakıldığında bu iki değişken arasındaki ilişkinin anlamlı olduğu yani Z kuşağı öğrencilerinin kişisel tutumları ile girişimcilik eğilimleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu söylenebilir. Pearson korelasyon katsayısı (,531) sıfırdan büyük olduğu için bu iki değişken arasındaki ilişkinin pozitif yönlü olduğunu yani kişisel tutumlar arttıkça girişimcilik eğiliminin de artacağını ifade etmek mümkündür. Pearson korelasyon katsayısının (,531) olması bu iki değişken arasındaki ilişkinin gücünün orta derecede olduğunu göstermektedir (0,50 < r < 0,69). Bu sonuçlara göre H_1 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 4: Z Kuşağındaki Öğrencilerin Sosyal Değer Algıları İle Girişimcilik Eğilimleri Arasındaki Korelasyon Analizi Sonuçları

		Sosyal Değer	Girişimcilik Eğilimi
Sosyal Değer		**1**	**,380**
Pearson Korelasyon	Sig.		**,000**
	N	**400**	**400**
Girişimcilik Eğilimi		**,380**	**1**
Pearson Korelasyon	Sig.	**,000**	
	N	**400**	**400**

Tablo 4, sosyal değer ile girişimcilik eğilimi arasındaki korelasyonu göstermektedir. Sig. değerine (,000) bakıldığında bu iki değişken arasındaki ilişkinin anlamlı olduğu yani Z kuşağı öğrencilerinin sosyal değer algıları ile girişimcilik eğilimleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu söylenebilir. Pearson korelasyon katsayısı (,380) sıfırdan büyük olduğu için bu iki değişken arasındaki ilişkinin pozitif yönlü olduğunu yani sosyal değer algısı arttıkça girişimcilik eğiliminin de artacağını ifade etmek mümkündür. Pearson korelasyon katsayısının (,380) olması bu iki değişken arasındaki ilişkinin gücünün zayıf derecede olduğunu göstermektedir (0,26 < r < 0,49). Bu sonuçlara göre H_2 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 5: Z Kuşağındaki Öğrencilerin Davranışsal Kontrolleri İle Girişimcilik Eğilimleri Arasındaki Korelasyon Analizi Sonuçları

		Dav. Kontrol	Girişimcilik Eğilimi
Dav. Kontrol		**1**	**,691**
Pearson Korelasyon	Sig.		**,000**
	N	**400**	**400**
Girişimcilik Eğilimi		**,691**	**1**
Pearson Korelasyon	Sig.	**,000**	
	N	**400**	**400**

Tablo 5, davranışsal kontrol ile girişimcilik eğilimi arasındaki korelasyonu göstermektedir. Sig. değerine (,000) bakıldığında bu iki değişken arasındaki ilişkinin anlamlı olduğu yani Z kuşağı öğrencilerinin davranışsal kontrolleri ile girişimcilik eğilimleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu söylenebilir. Pearson korelasyon katsayısı (,691) sıfırdan büyük olduğu için bu iki değişken arasındaki ilişkinin pozitif yönlü olduğunu yani davranışsal kontrol arttıkça girişimcilik eğiliminin de artacağını ifade etmek mümkündür. Pearson korelasyon katsayısının (,691) olması bu iki değişken arasındaki ilişkinin gücünün yüksek derecede olduğunu göstermektedir ($0,69 < r < 0,89$). Bu sonuçlara göre H_3 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 6: Z Kuşağındaki Öğrencilerin Girişimcilik Eğitimleri İle Girişimcilik Eğilimleri Arasındaki Korelasyon Analizi Sonuçları

		Gir. Eğitimi	Girişimcilik Eğilimi
Gir. Eğitimi		**1**	**,591**
Pearson Korelasyon	Sig.		**,000**
	N	**400**	**400**
Girişimcilik Eğilimi		**,591**	**1**
Pearson Korelasyon	Sig.	**,000**	
	N	**400**	**400**

Tablo 6, girişimcilik eğitimi ile girişimcilik eğilimi arasındaki korelasyonu göstermektedir. Sig. değerine (,000) bakıldığında bu iki değişken arasındaki ilişkinin anlamlı olduğu yani Z kuşağı öğrencilerinin girişimcilik eğitimleri ile girişimcilik eğilimleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu söylenebilir. Pearson korelasyon katsayısı (,591) sıfırdan büyük olduğu için bu iki değişken arasındaki ilişkinin pozitif yönlü olduğunu yani girişimcilik eğitimi arttıkça girişimcilik eğiliminin de artacağını ifade etmek mümkündür. Pearson korelasyon katsayısının (,591) olması bu iki

değişken arasındaki ilişkinin gücünün orta derecede olduğunu göstermektedir (0,50 < r < 0,69). Bu sonuçlara göre H_4 hipotezi kabul edilmiştir.

4.5.4.2. Resgresyon Analizi Sonuçları

Bu bölümde araştırma kapsamında geliştirilen H_5, H_6, H_7 ve H_8 hipotezleri, regresyon analizi ile test edilmiş ve yorumlanmıştır.

Tablo 7: Z Kuşağındaki Öğrencilerin Kişisel Tutumlarının, Girişimcilik Eğilimlerini Etkilemesine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımlı Değişken: Girişimcilik Eğilimi ***N***= 400					
Bağımsız Değişken	**Beta Katsayısı**	**Standart Hata**	**t değeri**	**p değeri**	**Düzenlenmiş R^2 değeri**
Kişisel Tutumlar	,437	,035	12,513	,000	,281

Tablo 7, Z kuşağı öğrencilerinin kişisel tutumlarının, girişimcilik eğilimleri üzerindeki etkisini göstermektedir. Tablo incelendiğinde p değerinin (,000) kritik değer olan ,05'ten küçük olduğu görülmektedir. Dolayısıyla kişisel tutumların, girişimcilik eğilimini anlamlı bir şekilde etkilediği söylenebilir. Düzenlenmiş R^2 değerinin ,281 olduğu görülmektedir. Bu değer ise kişisel tutum değişkeninin tek başına girişimcilik eğilimi değişkenindeki değişimlerin %28,1'ini açıkladığını göstermektedir. Katılımcıların kişisel tutumlarındaki 1 birimlik artış, girişimcilik eğilimlerini ,437 birim arttırmaktadır (Beta Katsayısı). Bu sonuçlara bakıldığında H_5 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 8: Z Kuşağındaki Öğrencilerin Sosyal Değer Algılarının, Girişimcilik Eğilimlerini Etkilemesine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımlı Değişken: Girişimcilik Eğilimi ***N***= 400					
Bağımsız Değişken	**Beta Katsayısı**	**Standart Hata**	**t değeri**	**p değeri**	**Düzenlenmiş R^2 değeri**
Sosyal Değer Algısı	,366	,045	8,190	,000	,142

Tablo 8, Z kuşağı öğrencilerinin sosyal değer algılarının, girişimcilik eğilimleri üzerindeki etkisini göstermektedir. Tablo incelendiğinde p' değerinin

(,000) kritik değer olan ,05'ten küçük olduğu görülmektedir. Dolayısıyla sosyal değer algılarının, girişimcilik eğilimini anlamlı bir şekilde etkilediği söylenebilir. Düzenlenmiş R^2 değerinin ,142 olduğu görülmektedir. Bu değer ise sosyal değer algısı değişkeninin tek başına girişimcilik eğilimi değişkenindeki değişimlerin %14,2'sini açıkladığını göstermektedir. Katılımcıların sosyal değer algılarındaki 1 birimlik artış, girişimcilik eğilimlerini ,366 birim arttırmaktadır (Beta Katsayısı). Bu sonuçlara bakıldığında H_6 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 9: Z Kuşağındaki Öğrencilerin Davranışsal Kontrollerinin, Girişimcilik Eğilimlerini Etkilemesine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımlı Değişken: Girişimcilik Eğilimi ***N***= 400					
Bağımsız Değişken	**Beta Katsayısı**	**Standart Hata**	**t değeri**	**p değeri**	**Düzenlenmiş R^2 değeri**
Davranışsal Kontrol	,390	,020	19,063	,000	,476

Tablo 9, Z kuşağı öğrencilerinin davranışsal kontrollerinin, girişimcilik eğilimleri üzerindeki etkisini göstermektedir. Tablo incelendiğinde p değerinin (,000) kritik değer olan ,05'ten küçük olduğu görülmektedir. Dolayısıyla davranışsal kontrollerin, girişimcilik eğilimini anlamlı bir şekilde etkilediği söylenebilir. Düzenlenmiş R^2 değerinin ,476 olduğu görülmektedir. Bu değer ise davranışsal kontrol değişkeninin tek başına girişimcilik eğilimi değişkenindeki değişimlerin %47,6'sını açıkladığını göstermektedir. Katılımcıların davranışsal kontrollerindeki 1 birimlik artış, girişimcilik eğilimlerini ,390 birim arttırmaktadır (Beta Katsayısı). Bu sonuçlara bakıldığında H_7 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 10: Z Kuşağındaki Öğrencilerin Girişimcilik Eğitimlerinin, Girişimcilik Eğilimlerini Etkilemesine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımlı Değişken: Girişimcilik Eğilimi ***N***= 400					
Bağımsız Değişken	**Beta Katsayısı**	**Standart Hata**	**t değeri**	**p değeri**	**Düzenlenmiş R^2 değeri**
Girişimcilik Eğitimi	,329	,023	14,599	,000	,347

Tablo 10, Z kuşağı öğrencilerinin girişimcilik eğitimlerinin, girişimcilik eğilimleri üzerindeki etkisini göstermektedir. Tablo incelendiğinde p değerinin (,000) kritik değer olan ,05'ten küçük olduğu görülmektedir. Dolayısıyla girişimcilik eğitiminin, girişimcilik eğilimini anlamlı bir şekilde etkilediği söylenebilir. Düzenlenmiş R^2 değerinin ,347 olduğu görülmektedir. Bu değer ise girişimcilik eğitimi değişkeninin tek başına girişimcilik eğilimi değişkenindeki değişimlerin %34,7'sini açıkladığını göstermektedir. Katılımcıların girişimcilik eğitimlerindeki 1 birimlik artış, girişimcilik eğilimlerini ,329 birim arttırmaktadır (Beta Katsayısı). Bu sonuçlara bakıldığında H_8 hipotezi kabul edilmiştir.

4.5.4.3. Bağımsız t Testi Sonuçları

Bu bölümde araştırma kapsamında geliştirilen H_9, H_{10}, H_{11} ve H_{12} hipotezleri, bağımsız t testi analizi ile test edilmiş ve yorumlanmıştır.

Tablo 11: Katılımcıların Girişimcilik Eğilimlerinin Cinsiyete Göre t Testi Sonuçları

Değişken	Gruplar	N	Ort.	Sapma	t	p
Girişimcilik Eğilimi	Erkek Kadın	164 236	8,23 8,72	2,888 2,833	1,669	,096

Tablo 11, girişimcilik eğiliminin cinsiyete göre farklılaşıp farklılaşmadığını göstermektedir. p değerinin (,096) kritik değer olan ,05'ten büyük olduğu görülmektedir. Dolayısıyla girişimcilik eğiliminin, cinsiyete göre farklılaştığı söylenemez. Erkek ve kadın katılımcıların verdikleri yanıtların ortalamalarının (8,23 ve 8.72) birbirine oldukça yakın olması da bunun bir göstergesidir. Bu sonuçlara bakıldığında H_9 hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 12: Katılımcıların Girişimcilik Eğilimlerinin Aile ve/veya Akraba Arasında Kendi İşini Kuran Olup Olmamasına Göre t Testi Sonuçları

Değişken	Gruplar	n	Ort.	Sapma	t	p
Girişimcilik Eğilimi	Var Yok	298 102	8,54 8,46	2,915 2,713	,232	,817

Tablo 12, girişimcilik eğiliminin aile ve/veya akraba arasında kendi işini kuran olup olmamasına göre farklılaşıp farklılaşmadığını göstermektedir. p değerinin (,817) kritik değer olan ,05'ten büyük olduğu görülmektedir. Dolayısıyla girişimcilik eğiliminin, aile ve/veya akraba arasında kendi işini kuran olup olmamasına göre farklılaştığı söylenemez. Katılımcıların aile ve/veya akrabaları arasında kendi işini kuran ve kurmayan olmasına göre verdikleri yanıtların ortalamalarının (8,54 ve 8.46) birbirine oldukça yakın olması da bunun bir göstergesidir. Bu sonuçlara bakıldığında H_{10} hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 13: Katılımcıların Girişimcilik Eğilimlerinin Girişimcilik Dersi/Eğitimi Alıp Almamasına Göre t Testi Sonuçları

Değişken	Gruplar	n	Ort.	Sapma	t	p
Girişimcilik Eğilimi	Alan	61	7,62	2,788	-2,262	,008
	Almayan	339	8,68	2,849		

Tablo 13, girişimcilik eğiliminin girişimcilik dersi/eğitimi alıp almayanlara göre farklılaşıp farklılaşmadığını göstermektedir. p değerinin (,008) kritik değer olan ,05'ten küçük olduğu görülmektedir. Dolayısıyla girişimcilik eğiliminin, girişimcilik dersi/eğitimi alıp almayanlara göre farklılaştığı söylenebilir. Katılımcıların girişimcilik dersi/eğitimi alıp almayanlara göre verdikleri yanıtların ortalamalarının (7,62 ve 8,68) birbirine kısmen uzak olması da bunun bir göstergesidir. 8,68 ortalama ile girişimcilik dersi/eğitimi almayan katılımcıların girişimcilik eğilimlerinin daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu sonuçlara bakıldığında H_{11} hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 14: Katılımcıların Girişimcilik Eğilimlerinin Girişimcilik Dersi/Eğitimi Alma İsteklerine Göre t Testi Sonuçları

Değişken	Gruplar	n	Ort.	Sapma	t	p
Girişimcilik Eğilimi	İstekli	331	8,21	2,742	-4,913	,000
	İsteksiz	69	10,01	2,968		

Tablo 14, girişimcilik eğiliminin girişimcilik dersi/eğitimi alma isteklerine göre farklılaşıp farklılaşmadığını göstermektedir. p değerinin (,000) kritik değer olan ,05'ten küçük olduğu görülmektedir. Dolayısıyla girişimcilik eğiliminin, girişimcilik

dersi/eğitimi alma isteğine göre farklılaştığı söylenebilir. Katılımcıların girişimcilik dersi/eğitimi alma isteği olan ve olmayanlara göre verdikleri yanıtların ortalamalarının (8,21 ve 10,01) birbirine kısmen uzak olması da bunun bir göstergesidir. 10,01 ortalama ile girişimcilik dersi/eğitimi alma isteği olmayan katılımcıların girişimcilik eğilimlerinin daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu sonuçlara bakıldığında H_{12} hipotezi kabul edilmiştir.

4.5.4.4. ANOVA Sonuçları

Bu bölümde araştırma kapsamında geliştirilen H_{13}, H_{14}, H_{15}, H_{16}, H_{17}, H_{18}, H_{19} ve H_{20} hipotezleri, ANOVA ile test edilmiş ve yorumlanmıştır.

Tablo 15: Katılımcıların Girişimcilik Eğilimlerinin, Eğitim Gördükleri Liseye Göre ANOVA Sonuçları

Lise Tipleri	n	Ort.	Sapma	Ortalama Farkı	Sig.	p değeri
Anadolu Lisesi	80	8,58	2,584	Anadolu L. – Fen L. = -,300	,964	
				Anadolu L. – Sos. Bil. L. = ,438	,870	
				Anadolu L. – İmam Hat. L. = -,088	1,000	
				Anadolu L. – Meslek L. = ,237	,985	
Fen Lisesi	80	8,88	2,961	Fen L. – Anadolu L. = ,300	,964	
				Fen L. – Sos Bil. L. = ,738	,480	
				Fen L. – İmam Hat. L. = ,213	,990	
				Fen L.- Meslek L. = ,537	,759	
Sosyal Bilimler Lisesi	80	8,14	2,699	Sos Bil. L. – Anadolu L. = -,438	,870	,525
				Sos. Bil. L. – Fen L. = -,738	,480	
				Sos. Bil. L. – İmam Hat. L. = -,525	,775	
				Sos. Bil. L. – Meslek L. = -,200	,992	
İmam Hatip Lisesi	80	8,66	2,728	İmam Hat. L. – Anadolu L. = ,088	1,000	
				İmam Hat. L. – Fen L. = -,213	,990	
				İmam Hat. – Sos. Bil. L. = ,525	,775	
				İmam Hat. L. – Meslek L. = ,325	,952	
Meslek Liseleri	80	8,34	3,295	Meslek L. – Anadolu L. = -,237	,985	
				Meslek L. – Fen L. = -,537	,759	
				Meslek L. – Sos. Bil. L. = ,200	,992	
				Meslek L. – İmam Hat. L. = -,325	,952	
Toplam	400	8,52	2,862	Levene Testi sig. = ,352		
				Post hoc: Tukey HSD		
Ortalama farkları 0.05 düzeyinde anlamlıdır						

Tablo 15, katılımcıların girişimcilik eğilimlerinin eğitim gördükleri lise tiplerine göre farklılaşıp farklılaşmadığını göstermektedir. Her lise tipinde eşit sayıda katılımcı olduğundan ve varyanslar homojen dağıldığından (Levene sig. = ,352 > 0,05) post hoc testlerinden Tukey HSD kullanılmıştır. p değeri (,525) > 0,05 olduğundan dolayı katılımcıların girişimcilik eğilimlerinin eğitim gördükleri lise tipine göre farklılaşmadığı söylenebilir. Ort. sütunundaki katılımcıların verdikleri yanıtların ortalamaları ve ortalama farklarının sig. değerleri de incelendiğinde bu değerlerin birbirine çok yakın olması ve sig. değerlerinin anlamsız olması gruplar arasında anlamlı farklılıklar olmadığını göstermektedir. Bu sonuçlara göre H_{13} hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 16: Katılımcıların Girişimcilik Eğilimlerinin, Kardeş Sayısına Göre ANOVA Sonuçları

Kardeş Sayıları	**n**	**Ort.**	**Sapma**	**Ortalama Farkı**	**Sig.**	**p değeri**
Ailenin Tek Çocuğu	5	11,60	4,980	Tek Çocuk – 2 Kardeş = 2,833 Tek Kardeş – 3 Kardeş. = 3,203 Tek Kardeş- 4 Kardeş = 3,402 Tek Kardeş – 5 ve üstü Kar. =2,931	,352 ,195 ,150 ,279	,094
Toplam 2 Kardeş	43	8,77	3,015	2 Kardeş – Tek Çocuk = -2,833 2 Kardeş – 3 Kardeş = ,371 2 Kardeş – 4 Kardeş = ,570 2 Kardeş – 5 ve üstü Kardeş = ,098	,964 ,969 ,880 1,000	
Toplam 3 Kardeş	126	8,40	2,675	3 Kardeş – Tek Çocuk = -3,203 3 Kardeş – 2 Kardeş = -,371 3 Kardeş – 4 Kardeş = ,199 3 Kardeş – 5 ve üstü Kardeş = ,272	,195 ,969 ,992 ,965	
Toplam 4 Kardeş	96	8,20	2,570	4 Kardeş – Tek Çocuk. = -3,402 4 Kardeş – 2 Kardeş = -,570 4 Kardeş – 3 Kardeş = -,199 4 Kardeş – 5 ve üstü Kardeş = ,471	,150 ,880 ,992 ,824	
Toplam 5 ve üstü Kardeş	130	8,67	3,051	5 ve üstü Kar. – Tek Çocuk =,2,931 5 ve üstü Kar. – 2 Kardeş = -,098 5 ve üstü Kar. – 3 Kardeş = ,272 5 ve üstü Kar. – 4 Kardeş = ,471	,279 1,000 ,965 ,824	
Toplam	400	8,52	2,862	Levene Testi sig. = ,190		
	Post hoc: Scheffe					
Ortalama farkları 0.05 düzeyinde anlamlıdır						

Tablo 16, katılımcıların girişimcilik eğilimlerinin kardeş sayısına göre farklılaşıp farklılaşmadığını göstermektedir. Varyanslar homojen dağıldığından (Levene sig. = ,190 > 0,05) post hoc testlerinden Scheffe kullanılmıştır. p değeri (,094) > 0,05 olduğundan dolayı katılımcıların girişimcilik eğilimlerinin kardeş sayısına göre farklılaşmadığı söylenebilir. Ort. sütunundaki katılımcıların verdikleri yanıtların ortalamaları ve ortalama farklarının sig. değerleri de incelendiğinde bu değerlerin birbirine çok yakın olması ve sig. değerlerinin anlamsız olması gruplar arasında anlamlı farklılıklar olmadığını göstermektedir. Bu sonuçlara göre H_{14} hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 17: Katılımcıların Girişimcilik Eğilimlerinin, Annelerinin Çalıştıkları Alana Göre ANOVA Sonuçları

Çalışılan Alan	n	Ort.	Sapma	Ortalama Farkı	Sig.	p değeri
Ev Hanımı	347	8,34	2,822	Ev Hanımı – Kamu S. = -1,663*	,034	,023
				Ev Hanımı – Özel S. = -1,263	,635	
				Ev Hanımı – Kendi İşi = -,663	,958	
				Ev Hanımı - Diğer = -1,288	,710	
Kamu Sektörü	26	10,00	3,175	Kamu S. – Ev Hanımı = 1,663*	,034	
				Kamu S. – Özel S. = ,400	,996	
				Kamu S. – Kendi İşi = 1,000	,892	
				Kamu S. - Diğer = ,375	,998	
Özel Sektör	10	9,60	2,914	Özel S. – Ev Hanımı = 1,263	,635	
				Özel S. – Kamu S. = -,400	,996	
				Özel S. – Kendi İşi = ,600	,991	
				Özel S. – Diğer = -,025	1,000	
Kendi İşi	9	9,00	2,646	Kendi İşi – Ev Hanımı = ,663	,958	
				Kendi İşi – Kamu S. = -1,000	,892	
				Kendi İşi – Özel S. = -,600	,991	
				Kendi İşi – Diğer = -,625	,991	
Diğer	8	9,63	2,264	Diğer- Ev Hanımı = 1,288	,710	
				Diğer- Kamu S. = -,375	,998	
				Diğer- Özel S. = ,025	1,000	
				Diğer- Kendi İşi = ,625	,991	
Toplam	400	8,52	2,862	Levene Testi sig. = ,930		
				Post hoc: Tukey HSD		
Ortalama farkları 0.05 düzeyinde anlamlıdır						

Tablo 17, katılımcıların girişimcilik eğilimlerinin annelerinin çalıştıkları alana göre farklılaşıp farklılaşmadığını göstermektedir. Varyanslar homojen dağıldığından (Levene sig. = ,930 > 0,05) post hoc testlerinden Tukey HSD

kullanılmıştır. p değeri (,023) < 0,05 olduğundan dolayı katılımcıların girişimcilik eğilimlerinin annelerinin çalıştıkları alana göre farklılaştığı söylenebilir. Ort. sütunundaki katılımcıların verdikleri yanıtların ortalamalarının bazıları arasında farklar olması ve sig. değerlerinde anlamlı karşılaştırmalar olması gruplar arasında anlamlı farklılıklar olduğunu göstermektedir. Bu farklılık ise ev hanımları ve kamu sektöründe çalışanlardan kaynaklanmaktadır. Annesi kamu sektöründe çalışan katılımcıların, annesi ev hanımı olan katılımcılara göre girişimcilik eğiliminin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılabilir (Kamu S. – Ev Hanımı = 1,663* ve sig. = ,034 < 0,05). Bu sonuçlara göre H_{15} hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 18: Katılımcıların Girişimcilik Eğilimlerinin, Babalarının Çalıştıkları Alana Göre ANOVA Sonuçları

Çalışılan Alan	n	Ort.	Sapma	Ortalama Farkı	Sig.	p değeri
Çalışmıyor	28	8,75	2,171	Çalışmıyor – Kamu S. = ,389	,997	,899
				Çalışmıyor – Özel S. = ,013	1,000	
				Çalışmıyor – Kendi İşi = ,327	,999	
				Çalışmıyor - Diğer = ,184	1,000	
Kamu Sektörü	97	8,36	2,777	Kamu S. – Çalışmıyor = -,389	,997	
				Kamu S. – Özel S. = -,376	,977	
				Kamu S. – Kendi İşi = -,062	1,000	
				Kamu S. - Diğer = -,205	1,000	
Özel Sektör	76	8,74	2,138	Özel S. – Çalışmıyor = -,013	1,000	
				Özel S. – Kamu S. = ,376	,977	
				Özel S. – Kendi İşi = ,314	,995	
				Özel S. – Diğer = ,171	1,000	
Kendi İşi	123	8,42	3,201	Kendi İşi – Çalışmıyor = -,327	,999	
				Kendi İşi – Kamu S. = ,062	1,000	
				Kendi İşi – Özel S. = -,314	,995	
				Kendi İşi – Diğer = -,143	1,000	
Diğer	76	8,57	3,263	Diğer- Çalışmıyor = -,184	1,000	
				Diğer- Kamu S. = ,205	1,000	
				Diğer- Özel S. = -,171	1,000	
				Diğer- Kendi İşi = ,143	1,000	
Toplam	400	8,52	2,862	Levene Testi sig. = ,030		
				Post hoc: Tamhane		
Ortalama farkları 0.05 düzeyinde anlamlıdır						

Tablo 18, katılımcıların girişimcilik eğilimlerinin babalarının çalıştıkları alana göre farklılaşıp farklılaşmadığını göstermektedir. Varyanslar homojen dağılmadığından (Levene sig. = ,030 < 0,05) post hoc testlerinden Tamhane

kullanılmıştır. p değeri (,899) > 0,05 olduğundan dolayı katılımcıların girişimcilik eğilimlerinin babalarının çalıştıkları alana göre farklılaşmadığı söylenebilir. Ort. sütunundaki katılımcıların verdikleri yanıtların ortalamaları ve ortalama farklarının sig. değerleri de incelendiğinde bu değerlerin birbirine çok yakın olması ve sig. değerlerinin anlamsız olması gruplar arasında anlamlı farklılıklar olmadığını göstermektedir. Bu sonuçlara göre H_{16} hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 19: Katılımcıların Girişimcilik Eğilimlerinin, Ailelerinin Gelirine Göre ANOVA Sonuçları

Gelir Grupları	**n**	**Ort.**	**Sapma**	**Ortalama Farkı**	**Sig.**	**p değeri**
2000 TL'den az	82	8,73	3,002	2000 TL'den az – 2000/3000 = ,250	,983	
				2000 TL'den az – 3000/4000 = ,414	,946	
				2000 TL'den az – 4000/5000 = ,240	,994	
				2000 TL'den az – 5000 TL + = ,189	,997	
2000 TL-3000TL	139	8,48	2,832	2000/3000 – 2000 TL'den az = -,250	,983	
				2000/3000 – 3000/4000 = ,165	,998	
				2000/3000 – 4000/5000 = -,009	1,000	
				2000/3000 – 5000 TL + = -,060	1,000	
3000 TL-4000 TL	63	8,32	2,500	3000/4000 – 2000 TL'den az = -,414	,946	,939
				3000/4000 – 2000/3000 = -,165	,998	
				3000/4000 – 4000/5000 = -,174	,999	
				3000/4000 – 5000 TL + = -,225	,996	
4000 TL-5000 TL	57	8,49	2,592	4000/5000 – 2000 TL'den az = -,240	,994	
				4000/5000 – 2000/3000 = ,009	1,000	
				4000/5000 – 3000/4000 = ,174	,999	
				4000/5000 – 5000 TL + = -,051	1,000	
5000 TL ve üstü	59	8,54	3,375	5000 TL + - 2000 TL'den az = -,189	,997	
				5000 TL + - 2000/3000 = ,060	1,000	
				5000 TL + - 3000/4000 = ,225	,996	
				5000 TL + - 4000/5000 = ,051	1,000	
Toplam	400	8,52	2,862	Levene Testi sig. = ,361		
				Post hoc: Scheffe		
Ortalama farkları 0.05 düzeyinde anlamlıdır						

Tablo 19, katılımcıların girişimcilik eğilimlerinin ailelerinin gelirlerine göre farklılaşıp farklılaşmadığını göstermektedir. Varyanslar homojen dağıldığından (Levene sig. = ,939 > 0,05) post hoc testlerinden Scheffe kullanılmıştır. p değeri (,939) > 0,05 olduğundan dolayı katılımcıların girişimcilik eğilimlerinin ailelerinin gelirlerine göre farklılaşmadığı söylenebilir. Ort. sütunundaki katılımcıların verdikleri yanıtların ortalamaları ve ortalama farklarının sig. değerleri de

incelendiğinde bu değerlerin birbirine çok yakın olması ve sig. değerlerinin anlamsız olması gruplar arasında anlamlı farklılıklar olmadığını göstermektedir. Bu sonuçlara göre H_{17} hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 20: Katılımcıların Girişimcilik Eğilimlerinin, Kariyer Planlarına Göre ANOVA Sonuçları

Kariyer Planı	**n**	**Ort.**	**Sapma**	**Ortalama Farkı**	**Sig.**	**p değeri**
Özelde Çalışmak	71	8,30	2,830	Özelde - Kamuda = -,418 Özelde – Kendi İşi= ,581 Özelde - Diğer = -,961	,703 ,617 ,326	,022
Kamuda Çalışmak	220	8,71	2,861	Kamuda - Özelde = ,418 Kamuda – Kendi İşi = ,999 Kamuda - Diğer = -,543	,703 ,052 ,689	
Kendi İşini Yapmak	70	7,71	3,070	Kendi İşi- Özel = -,581 Kendi İşi - Kamu = -,999 Kendi İşi - Diğer = -1,542*	,617 ,052 ,034	
Diğer	39	9,26	2,209	Diğer- Özelde = ,961 Diğer- Kamuda = ,543 Diğer- Kendi İşi = 1,542*	,326 ,689 ,034	
Toplam	400	8,52	2,862	Levene Testi sig. = ,380 Post hoc: Tukey HSD		
Ortalama farkları 0.05 düzeyinde anlamlıdır						

Tablo 20, katılımcıların girişimcilik eğilimlerinin kariyer planlarına göre farklılaşıp farklılaşmadığını göstermektedir. Varyanslar homojen dağıldığından (Levene sig. = ,380 > 0,05) post hoc testlerinden Tukey HSD kullanılmıştır. p değeri (,022) < 0,05 olduğundan dolayı katılımcıların girişimcilik eğilimlerinin kariyer planlarına göre farklılaştığı söylenebilir. Ort. sütunundaki katılımcıların verdikleri yanıtların ortalamalarının bazıları arasında farklar olması ve sig. değerlerinde anlamlı karşılaştırmalar olması gruplar arasında anlamlı farklılıklar olduğunu göstermektedir. Bu farklılık ise diğer grubu ve kendi işini yapmak isteyen grup arasından kaynaklanmaktadır. Diğer işlerde kariyer planı olan katılımcıların, kendi işini yapmak isteyen katılımcılara göre girişimcilik eğiliminin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılabilir (Diğer – Kendi İşi = 1,542* ve sig. = ,034 < 0,05). Bu sonuçlara göre H_{18} hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 21: Katılımcıların Girişimcilik Eğilimlerinin, Annelerinin Eğitim Durumuna Göre ANOVA Sonuçları

Eğitim Durumu	n	Ort.	Sapma	Ortalama Farkı	Sig.	p değeri
Okuryazar değil	41	8,10	2,905	Okuryazar değil - Okuryazar = -,388	,997	
				Okuryazar değil - İlkokul = -,328	,994	
				Okuryazar değil - Ortaokul = -,656	,927	
				Okuryazar değil - Lise = -,525	,976	
				Okuryazar değil – Üniversite = -,760	,948	
Okuryazar	35	8,49	2,616	Okuryazar – Okuryazar değil = ,388	,997	
				Okuryazar – İlkokul = ,060	1,000	
				Okuryazar – Ortaokul = -,268	,999	
				Okuryazar – Lise = -,137	1,000	
				Okuryazar – Üniversite = -,371	,998	
İlkokul	162	8,43	2,766	İlkokul – Okuryazar değil = ,328	,994	
				İlkokul – Okuryazar = -,060	1,000	
				İlkokul – Ortaokul = -,327	,985	
				İlkokul – Lise = -,197	,999	
				İlkokul – Üniversite = -,431	,991	,847
Ortaokul	73	8,75	2,971	Ortaokul – Okuryazar değil = ,656	,927	
				Ortaokul – Okuryazar = ,268	,999	
				Ortaokul – İlkokul = ,327	,985	
				Ortaokul – Lise = ,130	1,000	
				Ortaokul – Üniversite = -,104	1,000	
Lise	61	8,62	2,899	Lise – Okuryazar değil = ,525	,976	
				Lise – Okuryazar = ,137	1,000	
				Lise – İlkokul = ,197	,999	
				Lise – Ortaokul = -,130	1,000	
				Lise – Üniversite = -,234	1,000	
Üniversite	28	8,86	3,385	Üniversite – Okuryazar değil = ,760	,948	
				Üniversite – Okuryazar = ,371	,998	
				Üniversite – İlkokul = ,431	,991	
				Üniversite – Ortaokul = ,104	1,000	
				Üniversite – Lise = ,234	1,000	
Toplam	400	8,52	2,862	Levene Testi sig. = ,844		
				Post hoc: Scheffe		
Ortalama farkları 0.05 düzeyinde anlamlıdır						

Tablo 21, katılımcıların girişimcilik eğilimlerinin annelerinin eğitim durumuna göre farklılaşıp farklılaşmadığını göstermektedir. Varyanslar homojen dağıldığından (Levene sig. = ,844 > 0,05) post hoc testlerinden Scheffe kullanılmıştır. p değeri (,847) > 0,05 olduğundan dolayı katılımcıların girişimcilik eğilimlerinin annelerinin eğitim durumuna göre farklılaşmadığı söylenebilir. Ort. sütunundaki katılımcıların verdikleri yanıtların ortalamaları ve ortalama farklarının sig. değerleri de incelendiğinde bu değerlerin birbirine çok yakın olması ve sig.

değerlerinin anlamsız olması gruplar arasında anlamlı farklılıklar olmadığını göstermektedir. Bu sonuçlara göre H_{19} hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 22: Katılımcıların Girişimcilik Eğilimlerinin, Babalarının Eğitim Durumuna Göre ANOVA Sonuçları

Eğitim Durumu	**n**	**Ort.**	**Sapma**	**Ortalama Farkı**	**Sig.**	**p değeri**
Okuryazar değil	4	9.75	3,202	Okuryazar değil - Okuryazar = -,107	1,000	
				Okuryazar değil - İlkokul = 1,205	1,000	
				Okuryazar değil - Ortaokul = ,867	1,000	
				Okuryazar değil - Lise = 1,750	,999	
				Okuryazar değil – Üniversite = 1,238	1,000	
Okuryazar	14	9,86	3,255	Okuryazar – Okuryazar değil = ,107	1,000	
				Okuryazar – İlkokul = 1,312	,944	
				Okuryazar – Ortaokul = ,974	,996	
				Okuryazar – Lise = 1,857	,579	
				Okuryazar – Üniversite = 1,345	,930	
İlkokul	88	8,55	2,986	İlkokul – Okuryazar değil = -1,205	1,000	
				İlkokul – Okuryazar = -1,312	,944	
				İlkokul – Ortaokul = -,338	1,000	
				İlkokul – Lise = ,545	,918	,102
				İlkokul – Üniversite = ,034	1,000	
Ortaokul	94	8,88	3,360	Ortaokul – Okuryazar değil = -,867	1,000	
				Ortaokul – Okuryazar = -,974	,996	
				Ortaokul – İlkokul = ,338	1,000	
				Ortaokul – Lise = ,883	,372	
				Ortaokul – Üniversite = ,371	1,000	
Lise	116	8,00	2,246	Lise – Okuryazar değil = -1,750	,999	
				Lise – Okuryazar = -1,857	,579	
				Lise – İlkokul = -,545	,918	
				Lise – Ortaokul = -,883	,372	
				Lise – Üniversite = -,512	,928	
Üniversite	84	8,51	2,731	Üniversite–Okuryazar değil = -1,238	1,000	
				Üniversite – Okuryazar = -1,345	,930	
				Üniversite – İlkokul = -,034	1,000	
				Üniversite – Ortaokul = -,371	1,000	
				Üniversite – Lise = ,512	,928	
Toplam	400	8,52	2,862	Levene Testi sig. = ,017		
				Post hoc: Tamhane		
Ortalama farkları 0.05 düzeyinde anlamlıdır						

Tablo 22, katılımcıların girişimcilik eğilimlerinin babalarının eğitim durumuna göre farklılaşıp farklılaşmadığını göstermektedir. Varyanslar homojen

dağılmadığından (Levene sig. = ,017 < 0,05) post hoc testlerinden Tamhane kullanılmıştır. p değeri (,102) > 0,05 olduğundan dolayı katılımcıların girişimcilik eğilimlerinin babalarının eğitim durumuna göre farklılaşmadığı söylenebilir. Ort. sütunundaki katılımcıların verdikleri yanıtların ortalamaları ve ortalama farklarının sig. değerleri de incelendiğinde bu değerlerin birbirine çok yakın olması ve sig. değerlerinin anlamsız olması gruplar arasında anlamlı farklılıklar olmadığını göstermektedir. Bu sonuçlara göre H_{20} hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 23: Hipotezlerin Kabul / Ret Tablosu

Hipotezler	**Sonuçlar**
H_1: Z kuşağındaki öğrencilerin kişisel tutumları ile girişimcilik eğilimleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul
H_2: Z kuşağındaki öğrencilerin sosyal değer algıları ile girişimcilik eğilimleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul
H_3: Z kuşağındaki öğrencilerin davranışsal kontrolleri ile girişimcilik eğilimleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul
H_4: Z kuşağındaki öğrencilerin girişimcilik eğitimleri ile girişimcilik eğilimleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul
H_5: Z kuşağındaki öğrencilerin kişisel tutumları, girişimcilik eğilimlerini pozitif yönde etkiler.	Kabul
H_6: Z kuşağındaki öğrencilerin sosyal değer algıları, girişimcilik eğilimlerini pozitif yönde etkiler.	Kabul
H_7: Z kuşağındaki öğrencilerin davranışsal kontrolleri, girişimcilik eğilimlerini pozitif yönde etkiler.	Kabul
H_8: Z kuşağındaki öğrencilerin aldıkları girişimcilik eğitimi, girişimcilik eğilimlerini pozitif yönde etkiler.	Kabul
H_9: Z kuşağındaki öğrencilerin girişimcilik eğilimleri, cinsiyete göre farklılaşmaktadır.	Ret
H_{10}: Z kuşağındaki öğrencilerin girişimcilik eğilimleri, aile ve/veya akrabalar arasında kendi işini kuran olup olmamasına göre farklılaşmaktadır.	Ret

H_{11}: Z kuşağındaki öğrencilerin girişimcilik eğilimleri, girişimcilik dersi/eğitimi alıp almamalarına göre farklılaşmaktadır.	Kabul
H_{12}: Z kuşağındaki öğrencilerin girişimcilik eğilimleri, girişimcilik dersi/eğitimi alma isteklerine göre farklılaşmaktadır.	Kabul
H_{13}: Z kuşağındaki öğrencilerin girişimcilik eğilimleri, eğitim gördükleri liseye göre farklılaşmaktadır.	Ret
H_{14}: Z kuşağındaki öğrencilerin girişimcilik eğilimleri, kardeş sayısına göre farklılaşmaktadır.	Ret
H_{15}: Z kuşağındaki öğrencilerin girişimcilik eğilimleri, annelerinin çalıştıkları alana göre farklılaşmaktadır.	Kabul
H_{16}: Z kuşağındaki öğrencilerin girişimcilik eğilimleri, babalarının çalıştıkları alana göre farklılaşmaktadır.	Ret
H_{17}: Z kuşağındaki öğrencilerin girişimcilik eğilimleri, ailelerinin gelir seviyesine göre farklılaşmaktadır.	Ret
H_{18}: Z kuşağındaki öğrencilerin girişimcilik eğilimleri, kariyer planlarına göre farklılaşmaktadır.	Kabul
H_{19}: Z kuşağındaki öğrencilerin girişimcilik eğilimleri, annelerinin eğitim durumuna göre farklılaşmaktadır.	Ret
H_{20}: Z kuşağındaki öğrencilerin girişimcilik eğilimleri, babalarının eğitim durumuna göre farklılaşmaktadır.	Ret

SONUÇ VE ÖNERİ

Teknolojik gelişmelerin sürekli yaşandığı ve bilginin hızla yayıldığı günümüzde, diğer tüm faktörler gibi ekonomi de küresel bir nitelik kazanmıştır. Ekonominin küreselleşmesinin yanında, sosyal yaşamı, istihdamı ve gelir dağılımını dengelemesi sebebi ile girişimci ve girişimcilik kavramlarının önemi daha da artmıştır.

Girişimcilik ile ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde gerek ekonomide gerekse sosyal yaşamda bireylere ve ülkelere olumlu yönde katkılar sağladığı görülmektedir. Bununla beraber toplumların kültürel farklılıkları sebebiyle girişimlerin ve girişimcilik eğilimlerinin farklılaştığı da görülen bir gerçektir. Girişimcilik ruhunun özgürlükçü bireylerde daha fazla olduğu ve girişimcilik süreçlerinde daha başarılı oldukları yapılan araştırmalarda görülmektedir. Girişimci bireyler yaratmak için toplumda özgürlükçü bir yaklaşım sergilemek önemli iken, girişimcilik süreçlerinde başarısız olan bireyleri bu hususta motive etmek ve kabul edilebilir riskleri yeniden alabilecekleri yönünde pozitif anlamda teşvik etmek de bir o kadar önemlidir.

Bilgiye ulaşmanın tek tuşla gerçekleştiği bu zamanda edinilen her bilgiyle yeni fikirler yaratılmakta ve bunun sonucunda da yeni girişimciler doğmaktadır. Bu sebeple ülkeler, bu yeni girişimcilere gereken yasal ve ekonomik şartları uygun koşullarda girişimcilere sunmalıdır. Özellikle de toplumun geleceğinin garantisi ve ekonomik açıdan omurgası olacak girişimci gençlere hangi özelliklerle ve nasıl girişimci olunabileceğiyle ilgili gerekli eğitim verilmelidir.

Girişimcilik eğitiminin lisede verilmesi gerekliliğini savunan çalışmalar ayrıca girişimciliğin öğretilebileceğini de savunmaktadırlar. Girişimcilerin eğitim seviyelerinin yüksek olması diğer bir ifadeyle girişimciliğin eğitimini almış olmaları, yapılan girişimlerin sürdürülebilmesi ve geliştirilebilmesi için önem arz etmektedir.

Genç nüfus oranının yüksek olduğu ülkemizde potansiyel girişimci gençlerin tespiti ve teşvik edilmesi ekonomik istikrar açısından bir gerekliliktir. Bu sebeple gençlerin gerek lise gerekse üniversite eğitimlerinde girişimcilik eğilimlerinin yükseltilmesi önem kazanmaktadır.

Yapılan bu çalışmayla Nizip ilçesindeki lise öğrencilerinin girişimcilik eğilimleri ve girişimcilik eğitiminin girişimcilik eğilimlerine etkisi belirlenmeye çalışılmış, aile ve sosyal çevre, demografik faktörler gibi özelliklerin bu eğilime etkisi betimlenmiştir.

Araştırmada veri toplama amacıyla ilk bölümde 12 maddelik kişisel bilgiler anketi, ikinci bölümde ise girişimcilik eğilimini belirlemek için 22 maddelik kişisel tutumlar, sosyal değer algısı, davranışsal kontrol ve girişimcilik eğilimi anketi; girişimcilik eğitimi için ise 7 maddelik girişimcilik eğitimi anketi kullanılmıştır. Anketler beşli likert ölçeğinde oluşturulmuş; maddeleri "kesinlikle katılmıyorum" dan, "kesinlikle katılıyorum" a kadar sıralanmaktadır. Anketler nihai uygulama öncesi iç tutarlılık analizine tabii tutulmuş ve güvenirlik analizi (Cronbach's Alpha) girişimcilik eğilimi için 0,743; girişimcilik eğitimi için ise 0.911 olarak ölçülmüştür. Ayrıca kişisel tutumlar, sosyal değer algısı ve davranışsal kontrol değişkenlerinin ise iyi derecede güvenilir olduğu söylenebilir. Bu sonuçlar ışığında araştırma kapsamında kullanılan ölçeklerin güvenilir oldukları söylenebilir. Anketlerin uygulanması sonucunda verilen veriler elektronik ortamda kayıt altına alınarak, ilgili istatistiksel teknikler ile analiz edilmiş ve ulaşılan bulgular yorumlanmıştır.

Araştırmaya katılan 400 öğrencinin demografik özelliklerine bakıldığında %41 (164) inin erkek öğrencilerden %59 (236) unun kız öğrencilerden oluştuğu görülmektedir. Eğitim görülen farklı lise tiplerinde her bir liseden 80 katılımcının olduğu belirlenmiştir. Öğrencilerin ailelerindeki kardeş sayısında çoğunlukla 5 kardeş (%32,5) ve 3 kardeş (%31,5) ten oluşmaktadır. Katılımcıların ebeveyn eğitim durumlarında ve çalıştıkları alanlarda, annelerinin en çok ilkokul (%40,5) babalarının ise lise (%29) mezunu oldukları; annelerinin %86,8 gibi büyük bir oranla ev hanımı olduğu, babalarının ise kendi işinde çalıştıkları (%30,8) görülmektedir. Ailelerinin gelir durumunun ise katılımcıların yarısından fazlasının 3000 liradan daha az geliri olduğu söylenebilir.

Yapılan literatür çalışmaları ve elde ettiğimiz bulgular incelendiğinde, Z kuşağı öğrencilerinin kişisel tutumları ile girişimcilik eğilimleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu söylenebilir. Bu durum öğrencilerin bir davranışı gerçekleştirmelerinde ne kadar olumlu bir tutuma sahipler ise, o davranışı gerçekleştirmelerine ilişkin eğilimlerinin de yüksek olacağı ifade etmektedir. Bu değişken ile ilgili ulaştığımız

bulgular ile literatürde bu konu hakkında yapılan çalışmalar ile uyum içindedir. Örnek vermek gerekirse; Bozkurt (2014) çalışmasında, kişisel tutumun öğrencilerin girişimcilik eğilimleri üzerinde olumlu bir etkisinin olduğunu bulmuştur. Linan ve Chen (2009) yaptıkları çalışmada, İspanya ve Tayvan'daki öğrencilerin girişimcilik eğilimini incelemiş, İspanya'daki öğrencilerin girişimcilik eğilimlerini etkileyen en güçlü faktörün "kişisel tutum" olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Sosyal değer algısı ile girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkiye bakıldığında, Z kuşağı öğrencilerinin sosyal değer algıları ile girişimcilik eğilimi arasında bir ilişki olduğu ancak bu iki değişken arasındaki ilişkinin zayıf derecede olduğu görülmektedir. Bozkurt (2014) bu konuda yaptığı çalışmada, sosyal değer algısının öğrencinin girişimcilik eğilimi üzerinde önemli bir etkisinin olmadığı sonucuna varmıştır.

Algılanan davranış kontrolü ile girişimcilik eğilimi arasındaki ilişki incelendiğinde, Z kuşağı öğrencilerinin davranışsal kontrolleri ile girişimcilik eğilimleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu ve bu iki değişken arasındaki ilişkinin gücünün yüksek derecede olduğu görülmektedir. Buradan hareketle araştırmaya katılan öğrenciler, ne kadar fazla imkan ve kaynağa sahiplerse ve karşılaştıkları aksaklıklar ne kadar az ise girişimcilik eğilimleri aynı oranda yükselecektir. Bozkurt (2014) de çalışmasında algılanan davranış kontrolünün öğrencilerin girişimcilik eğilimlerini olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşmıştır.

Girişimcilik eğitimi ile girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkiye bakıldığında ise, Z kuşağı öğrencilerinin girişimcilik eğitimleri ile girişimcilik eğilimleri arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu söylenebilir. Bu iki değişken arasındaki ilişkinin pozitif yönlü olduğunu yani girişimcilik eğitimi arttıkça girişimcilik eğiliminin de artacağını söylemek mümkündür. Ulaştığımız bu sonuçlar literatürde yapılan benzer çalışmalarla uyumluluk göstermektedir. Doğan (2015) yapmış olduğu çalışmada, girişimcilik eğitimi ile girişimcilik eğilimi arasında anlamlı bir ilişkinin olduğunu vurgulamış ve bu sebeple, ülkemizdeki olası girişimcilik potansiyelinin geliştirilebilmesi için en önce kaliteli bir girişimcilik eğitiminin verilmesi gerekliliğini belirtmiştir. Bozkurt, Aslan ve Göral (2011) yaptıkları çalışmada, girişimcilik eğitimini alan üniversiteli öğrencilerin girişimcilik eğitimi almayanlara oranla daha çok girişimcilik eğilimine sahip oldukları sonucuna varmışlardır.

Demografik analiz sonuçları incelendiğinde ise, araştırmaya katılan öğrencilerin girişimcilik eğilimlerinin annelerinin çalıştıkları alana göre farklılık gösterdiği söylenebilir. Buradaki farklılık ev hanımları ve kamu sektöründe çalışanlardan kaynaklanmaktadır. Anneleri kamu sektöründe çalışan öğrencilerin, annesi ev hanımı olan öğrencilere göre girişimcilik eğilimlerinin kariyer planlarına göre farklılaştığı söylenebilir. Bu farklılık ise, diğer grubu ve kendi işini yapmak isteyen grup arasından kaynaklanmaktadır. Diğer işlerde kariyer planı olan öğrencilerin, kendi işini yapmak isteyen öğrencilere göre girişimcilik eğiliminin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılabilir. Ancak, araştırmaya katılan lise öğrencilerinin cinsiyetleri, aile veya akrabada kendi işini kuran birinin olup olmaması, eğitim gördükleri lise türü, kardeş sayısı, babanın çalıştığı alan, ailenin gelir seviyesi, anne ve babanın eğitim durumuyla girişimcilik eğilimleri arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Ekici (2016) yapmış olduğu çalışmada, araştırmasına katılan katılımcıların, cinsiyet, kardeş sayısı, aile veya akraba çevresinde girişimci olup olamaması durumunun girişimcilik eğilimini etkilediği sonucuna ulaşmıştır. Fakat, ailenin gelir durumu ve anne/babanın çalıştıkları alanın girişimcilik eğilimini etkilemediği sonucuna ulaşmıştır.

Elde ettiğimiz bulgular ve analizlerimizin sonuçlarına göre önerilerimiz şu şekildedir.

Araştırmamızın en önemli unsuru olan girişimcilik eğitimi ile ilgili olarak, gerek literatürdeki çalışmalardan gerekse çalışma sonucumuzdan hareketle ülkemizde, özellikle girişimcilik eğitiminin bugünü ve geleceği için önemli adımlar atılmalıdır. Örneğin, girişimcilik dersleri için müfredatın geliştirilmesi ve bu doğrultuda uygun eğitim programları hazırlanması, girişimcilik derslerinin yalnızca araştırmamızın konusu olan liselerde değil aynı zamanda ilk ve ortaokul müfredatında da yer verilmesi ve gerek üniversite gerekse devletin belirlediği diğer kurumlarda girişimciliğe teşvik eden programların hazırlanması gibi. Burada, girişimcilik bilincinin oluşması, girişimcilik hakkında farkındalık oluşturulması ve eğitimden beklenilen faydanın sağlanması bakımından önemli olabileceği düşünülmektedir.

Sürekli bir yenilik ve değişim ile uyum içinde olan günümüzde, girişimci bireylere her zaman olduğundan daha fazla ihtiyacımız olmaktadır. Bu girişimci

bireylerde ihtiyaç duyulan kültür ve özellikleri oluşturmanın temeliyse, lise müfredatına girişimcilik derslerinin eklenmesiyle ve girişimci ruhun öğrencilere kazandırılmasıyla mümkün olabilecektir. Bu amaç doğrultusunda liselerde girişimcilik ile ilgili programlar, dersler ve kurslar yaygınlaştırılmalıdır. Verilecek olan girişimcilik eğitiminin etkilerinin belirli aralıklar ile tespit edilip etkinliğinin arttırılması amacıyla yeni düzenlemeler yapılmalıdır. Bunun yanında girişimcilik derslerinin daha küçük sınıflardan itibaren müfredata eklenmesi, bireylerin daha erken yaşlarda girişimcilik ruhunu kazanmasını sağlayacaktır. Lise döneminde girişimcilik eğitimini alan öğrencilerin, üniversite eğitimi süresinde girişimcilik eğilimlerine yönelik gelişimin tespit edilip, yeni girişimci bireylerin kazandırılması amacıyla yeni eğitim planlamaları yapılmalıdır. Belirli bir girişimcilik eğitimi modeli geliştirilerek pilot uygulama yapılmalı ve en iyi girişimcilik eğitimi modeli belirlenerek ortaöğretimden itibaren uygulanmalıdır.

Sonuç itibariyle yapılan bu çalışma, Z kuşağı öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerinin belirlenmesinde; kişisel tutumun, sosyal değer algısının, davranışsal kontrolün ve en önemlisi girişimcilik eğitiminin etkisini göstermek adına önem taşımaktadır. Bu doğrultuda, Nizip ilçesinde araştırmaya katılan lise öğrencilerinin büyük çoğunluğunun girişimcilik eğitimi almadıkları ancak girişimcilik eğitimi almaya açık bir irade gösterdikleri gözlenmiştir.

KAYNAKÇA

Acılıoğlu, İ. (2015). *"İş" te y kuşağı (2. baskı).* Ankara: Elma Yayınevi.

Adıgüzel, O., Batur, H. Z., ve Ekşili, N. (2014). Kuşakların değişen yüzü ve y kuşağı ile ortaya çıkan yeni çalışma tarzı: mobil yakalılar. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(19), 165-182.

Ağca, V. (2007). Avrupa birliğinin girişimcilik politikası ve türkiye'ye yansımaları. Kurt, M. ve Bayraktaroğlu, S. (Ed.), *Türkiye'de İşletmecilikte Yeni Perspektifler* içinde (s. 169 – 194). Ankara: Gazi Kitabevi.

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179–211.

Akar, F.(2015). *Yetenek yönetimi.* İstanbul: İmge Yayıncılık.

Akçakanat, T., Mücevher, M. H. ve Çarıkçı, İ. H. (2014). Sözel, sayısal ve eşitağırlık bölümlerinde okuyan üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerinin bazı demografik değişkenler açısından incelenmesi: SDÜ örneği. *AKÜ İİBF Dergisi,* 2(16), 137-153.

Akdemir, A. (2009). *İşletmeciliğin temel bilgileri*. Bursa: Ekin Yayınevi.

Akkuş, Y. ve Menteş, S. A. (2017). Uygulumalı girişimcilik eğitimi katılımcılarının girişimcilik eğilimleri: trakya örneği, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 12(1), 1-20.

Alberti, F., Salvatore S. ve Alberto P. (2004). Entrepreneurship education: notes on an ongoing debate. *14th Annual Int. Ent. Conference*, University of Napoli Federico *II,* 4-7 Temmuz, İtalya.

Alpkan, L., Keskin, H. Ve Zehir, C. (2002). Girişimcilik hisleri ile girişimcilik potansiyeli arasındaki ilişki: gebze ve civarındaki girişimciler üzerine bir saha araştırması, *Doğu Akdeniz Üniversitesi 21. Yüzyılda Kobiler: Sorunlar, Fırsatlar ve Çözüm Önerileri Sempozyum Bildirileri*, 3-4 Ocak, Kıbrıs.

Alpugan, O., Demir, H., Oktav, M. ve Üner, N. (1997). İşletme ekonomisi ve yönetimi, İstanbul: Beta Yayıncılık.

Altuntuğ N. (2012). Kuşaktan kuşağa tüketim olgusu ve geleceğin tüketici profili. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi,* 4(1), 203-212.

Arar, T. ve Yüksel, İ. (2015). How to manage generation z in business life?, *Journal of Global Economics, Management and Business Research***,** 4(4), 195-202.

Arıkan, S. (2002). *Girişimcilik temel kavramlar ve bazı güncel konular*, Ankara: Siyasal Kitabevi.

Armağan, E. ve Küçükkambak, S. E. (2015). Y kuşağı tüketicilerinin moda

bloglarına yönelik tutumunun satın alma niyeti etkisi üzerine bir araştırma. *İ.Ü. işletme fakültesi işletme iktisadi, enstitüsü yönetim dergisi,* 26(79), 83-111.

Arslan, A., ve Staub, S. (2015). Kusak teorisi ve içgirisimcilik üzerine bir arastirma. *Kafkas University. Faculty of Economics and Administrative Sciences. Journal*, *6*(11), 1-24.

Arslan, B., ve Nur, E. (2018). Teknolojinin yeni çocuğu: k kuşağı. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 6(15), 229-347.

Arslan, K. (2002). Üniversiteli gençlerde mesleki tercihler ve girişimcilik eğilimleri, *Doğuş Üniversitesi Dergisi,* 1(1), 75-83.

Aydınlık Ülgen, A. (2016). *Girişimcilik* (1.baskı), İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A. Ş.

Ayhün, S. E. (2013). Kuşaklar arasındaki farklılıklar ve örgütsel yansımaları, *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi***,** 2(1), 93-112.

Aytaç, Ö. (2006). Girişimcilik: sosyo- kültürel bir perspektif, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi,* 15, 139-160.

Aytaç, S. (2001). *Çift kariyerli eşler ve çalışma yaşamındaki yeri*, Bursa: Ezgi Kitabevi.

Bakırtaş, H., Divanoğlu, S. U. ve Akkaş, C. (2016). Y kuşağı farkı ne? neyi, niçin, nasıl alır ya da aldırır? Bursa: Ekin Yayınevi.

Balaban, Ö. ve Özdemir, Y. (2008). "Girişimcilik eğitiminin girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisi: sakarya üniversitesi iibf örneği," *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi,* 3(2), 133–147.

Başgöze, P. ve Bayar, N. A. (2015). Eko otellerden hizmet satın alımında kuşaklar arası farklılaşmalar üzerine bir çalışma. *Sosyoekonomi*, 23(24), 118-130.

Bayrakdar S. (2011). Avrupa birliği mesleki eğitim programlarında girişimcilik eğitimlerinin ekonomik kalkınmadaki önemi, *C.Ü İktisadi Bilimler Dergisi*, 12(1) 123-134.

Bedük, A. (2010). *Karşılaştırmalı işletme-yönetim terimleri sözlüğü (2.baskı).* Konya: Selçuk Üniversitesi Basımevi.

Berkup, S. B. (2014). Working with generations x and y in generation z period: management of different generations in business life. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(19), 218–229.

Bilge, H. ve Bal, V. (2012). Girişimcilik eğilimi: celal bayar üniversitesi öğrencileri üzerine bir araştırma. *Journal of Süleyman Demirel University Institute of Social Sciences Year*, 2(16), 131-148.

Bingöl, D. (1998). *İnsan kaynakları yönetimi 4.Baskı.* İstanbul: Beta Yayınları.

Bozkurt Çetinkaya, Ö. (2011). *Dünya'da ve türkiye' de girişimcilik eğitimi: başarılı girişimciler ve öğretim üyelerinden öneriler,* Ankara: Detay Yayıncılık.

Bozkurt Çetinkaya, Ö. (2014). Planlanmış davranış teorisi çerçevesinde öğrencilerin girişimci olma niyetlerinin incelenmesi, *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi,* 3(1), 27-47.

Bozkurt, Ö. (2006). Girişimcilik eğiliminde kişilik özelliklerinin önemi, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi (Journal of Entrepreneurshipand Development),* 1(2), 93-111.

Bozkurt, Ö., Aslan, Z. ve Göral, M. (2011). Yüksek Öğretimde Verilen Girişimcilik Eğitiminin Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimine Etkisi: Teknik Program ve Sosyal Program Karşılaştırmalı Bir Araştırma, İstanbul: *Uluslararası Yönetim Kongresi: Yeni Yönelişler ve Sorunlar, 2(8), 822-833.*

Bozkurt, Ö. ve Erdurur, K. (2013). Girişimci kişilik özelliklerinin girişimcilik eğilimindeki etkisi, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8(2), 57-78.

Börü, D. (2006). Girişimcilik eğilimi – marmara üniversitesi işletme bilimi üzerine bir araştırma, İstanbul: Marmara Üniversitesi Yayınevi.

Büyükyılmaz, O., Karakaya, A, ve Yıldıran, C. (2016). Girişimcilik eğitimi alan bireylerin demografik özellikleri açısından girişimcilik eğilimleri arasındaki farklar, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 10(2), 105-125.

Cabar, H. (2006). Türkiye'de girişimcilik faktörünün oluşmasında etkili faktörler ve denizli örneği, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Kütahya.

Cüceloğlu, D. (1994). İnsan ve davranışı psikolojinin temel kavramları (cilt 5). İstanbul: Remzi Kitabevi.

Consumerlab Ericsson, (2012). Generation z: understanding the digital lives of india's young mobile users. https://www.ericsson.com/res/docs/2012/consumerlab/consumerlab-generation-z.pdf, adresinden edinilmiştir.

Çarıkçı, İ. H. ve Koyuncu, O. (2010). Bireyci – toplumcu kültür ve girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik bir araştırma (a research on to determine the relationship between the individualist-collectivist culture and entrepreneurial trends), *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(3), 1-18.

Çelik, A., Akgemci, T. ve Şimşek, Ş. M. (2013). Girişimcilik ve küçük işletme yönetimi, Ankara: Gazi Kitapevi,

Çerik, Ş. (2002). Ailelerin gençlere karşı tutumları ve gençlerin ailelerinin tutumlarını algılayışlarına yönelik üniversite gençliği üzerine bir araştırma, *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 2(1), 57-69.

Çetin Aydın, G. ve Başol, O. (2014). X ve y kuşağı: çalışmanın anlamında bir değişme var mı? *Electronic Journal of Vocational Colleges*,1(1), 1-15.

Çetindamar, D. (2002). *Türkiye'de girişimcilik,* İstanbul: TÜSİAD Yayınları.

Çetinkaya, Ö. (2011). *Dünyada ve türkiye'de girişimcilik eğitimi: başarılı girişimciler öğretim ve üyelerinden öneriler*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Çevik, E. (2006). Girişimcilerin, girişimcilik tipleri ile çalışma amaçları arasındaki ilişki, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Dana, L. P. (1992). Entrepreneurial education in europe, *Journal of Education for Business*, 68 (2), 74-79.

Demir, E. (2002). Kişilik özelliklerinin girişimciliğe etkisi (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Gebze Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gebze.

Demirel, E. T. ve Tikici, M. (2004). Kültürün girişimciliğe etkileri, *Fırat Üniversitesi Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları Dergisi*, 2(3), 49-58.

Demirkaya, H., Akdemir A., Karaman E. ve Atan Ö. (2015). Kuşakların yönetim politikası beklentilerinin araştırılması. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 186-204.

Doğan, E. (2015). The effect of entreprenurship education on entrepreneurial Intentions of University Students in Turkey, *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Ekonometri ve İstatistik Dergisi, Sayı:23, 79-93.*

Doğan, M., Şen, R. ve Yılmaz, V. (2015). İnternet bankacılığına ilişkin davranışların planlanmış davranış teorisi ve teknoloji kabul modeli kullanılarak önerilen bir yapısal eşitlik modeliyle incelenmesi, *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(22), 1-21.

Doğan, S. (2010), *Avrupa birliği' nin girişimcilik politikası- kobi yaklaşımı ve türkiye,* İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları.

Döm, S. (2012). Girişimcilik ve küçük işletme yöneticiliği, Ankara: Detay Yayıncılık.

Durak, İ. (2011). Girişimciliği etkileyen çevresel faktörlerle ilgili girişimcilerin tutumları: bir alan araştırması, *Yönetim Bilimleri Dergisi*, Cilt: 9(2), 191-213.

Duygulu, S . (2018). Yeni medya teknolojilerinin k-kuşağının ebeveynleri ile olan iletişimine etkisi, TRT Akademi, 3 (6), 632-652 .

Ekici, E. (2016). Üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimini belirlemede planlanmış davranışlar teorisi ve girişimcilik eğitiminin rolü. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Adana.

Eraslan, L. (2011). İlköğretim programlarında girişimcilik öğretimi (hayat bilgisi dersi örneği). *Gazi Üniversitesi Endüstriyel Sanatlar Eğitim Fakültesi Dergisi*. 27, 82-94.

Ercan, S. ve Gökdeniz, İ. (2009). Girişimciliğin gelişim süreci ve girişimcilik açısından kazakistan. *Bilig Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi*, 49, 59-82.

Erten, S. (2002). Kız ve erkek öğrencilerin evde enerji tasarrufu yapma davranış amaçlarının planlanmış davranış teorisi yardımıyla araştırılması, *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi,* 22, 67-73.

Eşiyok, A.B. (2006). *İktisadi dönemler itibariyle türkiye ekonomisinde kalkınma (1923-2004),* Ankara: Türkiye Kalkınma Bankası A. Ş.

Finkle, T. A., Kuratko, D. F. ve Goldsby M. G. (2006). An examination of entrepreneurship centers ın the united states: a national survey. *Journal Of Small Business Management,* 44(2), 184-206.

Global Entrepreneurship Monitor (2009) 2008 executive report https://www.gemconsortium.org/ adresinden edinilmiştir.

Gözek, S. (2006). "Girişimci adayının özellikleri, girişimcilik eğilimleri ve girişimci adaylarına sağlanan destekler", (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Kahramanmaraş.

Grail Research Report. (2011). Consumers of tomorrow: insights and observations about generation z. http://www.integreon.com/pdf/Blog/Consumers_of_Tomorrow_Insights_and_Observations_About_Generation_Z_246.pdf, adresinden edinilmiştir.

Güney, S. (2008). *Girişimcilik temel kavramlar ve bazı güncel konular, genişletilmiş 3. baskı*, Ankara: Siyasal Kitapevi.

Güreşçi, E. (2014). Girişimcilik eğilimi üzerine bir araştırma: ispir hamza polat myo örneği, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi (Journal of Entrepreneurshipand Development),* 9(1), 23-38.

Güriş, S., ve Astar, M. (2014). Bilimsel araştırmalarda SPSS ile istatistik. İstanbul:

Der Yayınları.

Gürol, M. A. (2006). *Küresel arena'da girişim ve girişimcilik.* Ankara: Gazi Kitabevi.

Gürol, Y. ; Bal, Y. (2009). Türkiye'de girişimciliğin evrimi ve gelişimi için girişimcilik eğitiminin önemi https://ideas.repec.org/p/yil/wpaper/0019.html, adresinden edinilmiştir.

Güven, M. ve Avder, E. (2016). *Girişimcilik*, Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.

Havas P. (2014). Marketing to generation z, http://www.havaspeople.com/downloads/MarketingtoGenZWhitePaper.pdf, adresinden edinilmiştir.

Hisrich, R. D. ve Michael P. P. (2002). *Entrepreneurship starting, developing and managing a new enterprise,* America: R. R. Donnelley & Sons Company.

Horn, J. (2013). The youth report, *Strategy*, 24(4), 12-16.

İbicioğlu, H., Taş, S., ve Özmen, H. İ. (2010). üniversite eğitiminin girişimcilik düşüncesinin değişimine etkisi: üniversite öğrencileri üzerine bir uygulama, *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, *2*(1), 5-74.

İlhan, S. (2003). Sosyo-Ekonomik bir fenomen olarak girişimciliğin oluşumunu etkileyen başlıca faktörler, *Muğla Üniversitesi SBE Dergisi,* 11(1) 45-68.

İlhan, S. (2005). "Bazı değişkenler açısından elazığ' da girişimci profili", *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi,*15(1), 53-74.

İlter, B. (2010). *Girişimcilik sürecinde kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunların analizi: kadiger örneği*, Ankara: Adalet Yayınları.

İpçioğlu, İ. ve Taşer, A. (2009). İşletme bölümlerinde verilen eğitimin girişimci adayı öğrenciler üzerindeki etkileri. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,* 2(10), 13-27.

İrmiş, A. ve Barutçu, E. (2012). "Öğrencilerin kendilerini girişimci bir kişiliğe sahip görmelerini ve iş kurma niyetlerini etkileyen faktörler: bir alan araştırması, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi,* 26, (2), 1-25.

Kaapor, C. ve Solomon, N. (2011). Understanding and managing generational differences in the workplace, *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 3(4), 308-318.

Kafadar, T., Öztürk, C., ve Katılmış A. (2018). Farklı ülkelerin sosyal bilgiler öğretim programlarının değerler eğitimi boyutunda karşılaştırılması, ahi evran universitesi, *Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 19, (1), 154-177

Kalkan, A. (2011). "Kişisel tutum, öznel norm ve algılanan davranış kontrolünün girişimcilik niyeti üzerine etkisi: üniversite öğrencileri üzerine bir uygulama", *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(14), 189-206.

Kapil, Y. ve Roy, A. (2014). A critical evaluation of generation z at workplaces. *International Journal o f Social Relevance & Concern.* 2(1) 10-14.

Karabulut, T. A. (2009). Üniversite öğrencilerinin girişimcilik özelliklerini ve eğilimlerini belirlemeye yönelik bir araştırma. *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi*, 26(1), 332-355.

Karadal, H. ve Saygın, M. (2016). Girişimcilik Bilgisi, Geliştirilmiş 4. Baskı, H. Karadal (Ed.), *Girişimcilik* içinde, (s.121-136), İstanbul: Beta Basım A. Ş.

Karagöz, M. (2009). Girişimcilik profili araştırması: ısparta ili örneği, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), SDÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü: Isparta.

Karakaya, A. ve Karakulle, İ. (2017). "Üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimleri üzerine bir araştırma", *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(46), 596-614.

Keleş, H. N. (2011). Y kuşağı çalışanlarının motivasyon profillerinin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi,* 3(2), 129-139.

Keleş, H. N., Özkan, T. K., Doğaner, M., ve Altunoğlu, A. E. (2012). Önlisans öğrencilerinin girişimcilik düzeylerini belirlemeye yönelik bir araştırma. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, (9), 107-118.

Kement, Ü. (2013). Genişletilmiş planlanmış davranış teorisi modeli kapsamında otel müşterilerinin yeşil yıldızlı otelleri tekrar ziyaret etme niyetlerinin incelenmesi, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Ankara.

Kemp, N. (2014). Generation z: a tech time-bomb, http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=97231927&lang=tr&site=eds-live&authtype=ip,uid/adresinden edinilmiştir.

Kılıç, R. Keklik, B. ve Çalış, N. (2012). Üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimleri üzerine bir araştırma: bandırma iibf işletme bölümü örneği, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi,* 17(2), 423-435.

Knoll Workplace Research. (2014). What comes after y? generation z: arriving to the office soon. https://www.knoll.com/media/938/1006/What-Comes-After-Y.pdf, adresinden edinilmiştir.

Koe, W.L., Sa'ari, J.R., Majid, I.A. ve Ismail, K. (2012). Determinants of entrepreneurial intention of millennial generation, *Procedia- Social and Behavioral*

Sciences, 40, 197-208.

Korkmaz, O. (2012). "Üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerini belirlemeye yönelik bir araştırma: bülent ecevit üniversitesi örneği", *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(2), 209-226.

Küçük, E. (2011). Planlanmış davranış teorisi çerçevesinde mali müşavir (smmm) olma niyetinin altında yatan faktörlerin analizi, *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 7(14), 145-162.

Küçük, O. (2005). Girişimcilik ve küçük işletme yönetimi, Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Küçük, O. (2009). Türk eğitim sisteminde girişimcilik ve girişimcilik eğitiminde avrupa birliği hibe projelerinde yararlanma düzeyi: bir uygulama. *II. Uluslararası Girişimcilik Kongresi*, 364-369.

Küçüktekin, K. (2006). Girişimcilik politikası çerçeversinde avrupa birliği'nin kobi politikası ve avrupa birliği müktesebatına uyum çerçevesinde türkiye'nin kobi politikası, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Ankara.

Kuratko, D. F. (2005). The emergence of entrepreneurship education developments, trends and challenges, *Entrepreneurship Theory and Practice*. 29(5), 560-587.

Kuratko, D. F. ve Hodgetts, R. M. (1998). Entrepreneurship: a contempo- rary approach, fourth edition, Philadelphia: The Dryden Press.

Kutanis, Ö. R. (2006). *Girişimci kadınlar*, İstsnbul: Değişim Yayınları.

Kuyucu, M. (2014). Y kuşağı ve facebook: y kuşağının facebook kullanım alışkanlıkları üzerine bir inceleme. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(49), 55-83.

Kuyucu, M. (2017). Y kuşağı ve teknoloji: y kuşağının iletişim teknolojilerini kullanım alışkanlıkları. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 5(2), 845-872.

Levickaité, R. (2010). Generations x, y, z: how social networks form the concept of the world without borders (the case of lithuania), *LIMES*, 3(2), 170-183.

Linan, F., & Chen, Y. (2009). Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions, ET&P, Baylor University, 1042-2587.

Lumpkin, G. T., ve Erdoğan, B. (1999). If not entrepreneurship, can psychological characteristics predict entrepreneurial orientation? a pilot study. *USA Small Business Enterprise (USASBE) Conference*, (ss.3-5), San Francisco.

Mannheim, K. (1952). The problem of generations. essays on the sociology of knowledge, Paul Kecskemeti (Ed.). *Routledge ve Kegan Paul* içinde (ss. 276-322). Londra: İngiltere.

Marangoz, M. (2016). *Girişimcilik (üçüncü basım),* İstanbul: Beta Yayınları.

Marangoz, M. (2017). *Girişimcilikte güncel konular ve uygulamalar*, İstanbul: Beta Yayınları.

Marcoux B. ve Shope, T. (1997). Application of the theory of planned behaviour to adolescent use and misuse of alcohol. *Health Education Research Theory and Practice*, 1(1), 320-335.

McCrindle, M. (2018). *The ABC of XYZ: Understanding the global generations.* Bella Vista: McCrindle Research Pty Ltd.

Micoleta, J. (2012). Generation z teens stereotyped as 'lazy and unaware, http://www.huffingtonpost.com/ adresinden edinilmiştir.

Naktiyok, A. (2004). *İç girişimcilik, 1. baskı,* İstanbul: Beta.

Naktiyok, A. ve Timuroğlu, M.K. (2009). Öğrencilerin motivasyonel değerlerinin girişimcilik niyetleri üzerine etkisi ve bir uygulama, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 23(3), 85-103.

Olçetin, Z. (2006). Profesyonel yaşamda kişisel gelişim eğitimleri, http://www.kobifinans.com.tr/icerik.php?Article=159&Where=danisma_ merkezi&Category=02, adresinden edinilmiştir.

Örücü, E, Kılıç, R, ve Yılmaz, Ö, (2007). Üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerinde ailesel faktörlerin etkisi üzerine bir uygulama, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi,* 2(2), 27–47.

Özdemir, A. (2015). *Girişimcilik*, İstanbul: Gece Kitaplığı.

Özdemir, L. (2015), Kırgızistan- türkiye manas üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerinin sosyo- demografik özellikler açısından değerlendirilmesi, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20(1), 41-65.

Özdemir, Y. ve Mazgal, S. (2012). "Bir kariyer tercihi olarak girişimcilikte dışsal faktörlerin etkisi: sakarya örneği, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi (Journal of Entrepreneurshipand Development),* 7(1), 87-102.

Öztürk, M. D. (2016). Türkiye'de girişimcilik: kadınları girişimciliğe yönelten faktörler, karşılaştıkları sorunlar ve çözüm önerileri. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi) İstanbul Ticaret Üniversitesi, Dış Ticaret Enstitüsü: İstanbul.

Peterson, H. (2014). Millennials are old news – here's everything you should know

about generation z, http://www.businessinsider.com/, adresinden edinilmiştir.

Raposo, M. ve Arminda P. (2011). "Entrepreneurship education: Relationship between education and entrepreneurial activity," *Psicothema,* 23(3), 453-457.

Rasmussen, E. ve Roger S. (2006). Action based entrepreneurship education, *Technovation,* 26(2), 185-194.

Reca, Ö. F. (2006). Bill gates'in liderlik sırları. İstanbul: Akis Kitap.

Ries, E. (2014). *Yalın yeni girişim*. Çev. Ece Elgin. İstanbul: Özyeğin Üniversitesi Yayınları.

Robert H. (2015). Get ready for generation z. https://www.roberthalf.com/sites/default/files/Media_Root/images/rhpdfsAh_0715_wp_genz_nam_eng_sec.pdf, adresinden edinilmiştir.

Sabuncuoğlu, Z. ve Tokol, T. (2001). *İşletme*. Bursa: Ezgi Yayınları.

Salik, N. ve Kaygın, E. (2016). Demografik değişkenler açısından üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerinin belirlenmesi: Kafkas Üniversitesi örneği, *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(1), 145-162.

Şahin, M.D. Söylemez Yıldırım, E. ve Koç, Y. D. (2016). Planlanmış davranış teorisi çerçevesinde aile işletmelerinde kurumsallaşma sürecinin irdelenmesi, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi (Dumlupınar Unıversıty Journal of Socıal Scıences)* Afro - Avrasya Özel Sayısı,192- 204.

Sarı, S., Çetinkaya Bozkurt, Ö. ve Kalkan, A. (2015). Y kuşağının satın alma davranışları üzerinde sosyal medyanın etkisi. *Sözlü Bildiri, 2. Ulusal Yönetim Bilişim Sistemleri Kongresi,* Atatürk Üniversitesi, Erzurum, 1(1), 883-897.

Sarı, S., Gürsoy, S. ve Özmen, M. (2016). Y kuşağının çevrim içi satın alma davranışları. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,* 5(1), 87-104.

Scarborough, N. (2014). *Girişimciliğin ve küçük işletme yönetiminin temelleri*. Çev. Gamze Sart. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Sexton, D. ve Nancy, B. (1984). "Entrepreneurship education: suggestions for increasing effectiveness, *Journal of Small Business Management (pre-1986),* 22(2), 15-37.

Sladek, S. ve Grabinger, A. (2013). Gen z: the first generation of the 21st century has arrived!. http://xyzuniversity.com/wp-content/uploads/2014/02/GenZ_Final.pdf, adresinden edinilmiştir.

Solomon, G., Mark W. ve Lloyd F. (1994). "Pedagogical methods of teaching entrepreneurship: a historical perspective, *Simulation and Gaming,* 25(3), 338– 353.

Sönmez, V. (1998). Sosyal bilgiler öğretiminde öğretmen el kitabı, Ankara: Anı Yayıncılık.

Stillman, D. ve Stillman J. (2018). İşte z kuşağı genç kuşak işyerlerini nasıl dönüştürüyor? Çev. D. P. Kayıhan ve F. Erduran, İstanbul: İstanbul Kültür Üniversitesi İKÜ Yayınları.

Tağraf, H. ve Halis, M. (2008). Üniversitelerdeki girişimcilik eğitiminin girişimsel öz yetkinlik algısı üzerindeki etkisi, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi,* 3(2),85-99.

Tamer, H. ve Erturgut, R. (2009). Girişimci ruhunun geliştirilmesi ve öğrenilmiş çaresizlik olgusu, *Anadolu Uluslararası İktisat Kongresi Bildirisi,* Eskişehir, 17–19 Haziran 2009. 342-360.

Tekin, M. (2004). *Girişimcilik ve küçük işletme yöneticiliği*, Ankara: Beta.

Tikici, M. ve Aksoy, A. (2009). *Girişimcilik ve küçük işletmeler, (Birinci Basım),* Ankara: Nobel Yayınları.

Timuroğlu, M. K. ve Çakır, S. (2014). Girişimcilerin yeni bir girişim yapma niyetlerinin risk alma eğilimi ile ilişkisi, *Journal of Economics and Administrative Sciences,* 16(2), 67-89.

Top, S. (2012). *Girişimcilik keşif süreci, 1. baskıdan (tıpkı 2. basım*), İstanbul: Beta Basım Yayım.

Toruntay, H. (2011). Takım rolleri çalışması: x ve y kuşağı üzerinde karşılaştırmalı bir araştırma. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: İstanbul.

Tutar H. ve Küçük O. (2003). *Girişimcilik ve küçük işletme yönetimi,* Ankara: Seçkin Yayınevi.

Tutgun Ünal, A. (2013). Açık bilim web sitesi, nesiller ayrılıyor: x, y ve z nesilleri. http://www.acikbilim.com/2013/09/ dosyalar/nesiller- ayriliyor-x-y-ve-znesilleri.html, adresinden edinilmiştir.

Ulucan, S. (2015). Girişimcilik eğiliminin ve girişimcilik eğilimini etkileyen faktörlerin analizi: ortaöğrenimde lise 3. ve 4. sınıf öğrencileri üzerinde bir uygulama. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Ankara.

Uluyol, O. (2013). Öğrencilerin girişimcilik eğilimlerinin belirlenmesi: gölbaşı meslek yüksekokulu örneği. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,* 2013(15), 349-372.

Ünal, M. (2017). Y ve z kuşaklarının yönetimi. İstanbul: Beta Basım Yayım.

Üzülmez, H. (2008). Girişimcilik ve konya'da girişimciliğin geleceği. *Girişimcilik ve*

Kalkınma Dergisi, 3(2), 21-31.

Williams, K. C. ve Page, R. A. (2011). Marketing to the generations. *Journal of Behavioral Studies in Business*, 3(1), 3-11.

Williams, K. C., Page, R. A., Petrosky, A. R., ve Hernandez, E. H. (2010). Multi-generational marketing: descriptions, characteristics, lifestyles, and attitudes. *Journal of Applied Business and Economics* 11(2), 79-110.

Yalçıntaş, M. (2010). Çağımızda girişimcilik, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi (Journal of Entrepreneurshipand Development),* 5(1), 95-98.

Yelkikalan, N., Akatay, A., Yıldırım, H. M., Karadeniz, Y., Köse, C., Koncagül, Ö., ve Özer, E. (2010). Dünya ve türkiye üniversitelerinde girişimcilik eğitimi: karşılaştırmalı bir analiz. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 1(2), 51-59.

Yıldırım, H. (2008). *Girişimcilik ateşi ve iş melekleri.* İstanbul: Değişim Yayınları.

Yıldız, S. ve Kapu, H. (2012). Üniversite öğrencilerinin bireysel değerleri ile girişimcilik eğilimleri arasındaki ilişki: kafkas üniversitesi'nde bir araştırma, *Kafkas Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi,* 3(3), 40-59.

Yılmaz F. ve Özkan Pir E. (2017). Esnafların demografik özelliklerinin girişimcilik yönelimleri üzerindeki etkisinin belirlenmesi üzerine bir araştırma", *Journal of Entreprenourship and Development*, 12(1), 1-17.

Yılmaz, E. ve Sünbül, A. M. (2009). Üniversite öğrencilerine yönelik girişimcilik ölçeğinin geliştirilmesi, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,*: 21(1), 195-203.

Yöndem, Z. D. (2006). *Kişilik dinamikleri ve stresle baş etme*. İstanbul: Morpa Kültür Yayınları.

Yüksekbilgili, Z. (2013). Türk tipi y kuşağı. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(45), 342-353.

Yüksel, H., Cevher, E. ve Yüksel, M. (2015). Öğrencilerin girişimci kişilik özellikleri ile girişimcilik eğilimleri üzerine bir araştırma. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi,* 5(1), 143-156.

Yüzüak, E. (2010). Üniversitelerde öğrenim gören kız öğrencilerin girişimcilik eğilimlerini etkileyen faktörler: çanakkale onsekiz mart üniversitesi biga i. i. b. f. örneği, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Çanakkale.

EK

EK-1: Anket Formu

Sayın Katılımcı;

Bu çalışma, Nizip ilçesindeki lise öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerinin belirlenmesinde girişimcilik eğitiminin rolüne ilişkin yapılan yüksek lisans tezi uygulamasına aittir.

Vereceğiniz bilgiler sadece bilimsel bir çalışmada kullanılacak ve hiçbir şekilde başkalarıyla paylaşılmayacaktır. Bu formu yanıtlamak için kullanacağınız ve değerli görüşleriniz, bilimsel bir çalışmanın tamamlanmasına önemli katkılar sağlayacaktır. Katılımınızdan dolayı TEŞEKKÜR EDERİZ.

Saygılarımızla… **Prof. Dr. Ferit KÜÇÜK**

Yonca BAKIR

1- Cinsiyetiniz?

Kadın ( ) Erkek ( )

2- Hangi lisede eğitim görüyorsunuz?

Anadolu Lisesi ( ) Fen Lisesi ( ) Sosyal Bilimler Lisesi ( ) İmam Hatip Lisesi ( ) Meslek Liseleri ( )

3- Kaç Kardeşsiniz?

Ailenin Tek Çocuğuyum ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ( ) 5 ve üstü ( )

4- Annenizin eğitim durumu?

Okuryazar ( ) İlkokul ( ) Ortaokul ( ) Lise ( ) Üniversite ( )

5- Annenizin çalıştığı alan?

Ev Hanımı ( ) Kamu Sektörü ( ) Özel Sektör ( ) Kendi İşini Yapıyor ( ) Diğer ( )

6- Babanızın eğitim durumu?

Okuryazar ( ) İlkokul ( ) Ortaokul ( ) Lise ( ) Üniversite ( )

7- Babanızın çalıştığı alan?

Çalışmıyor ( ) Kamu Sektörü ( ) Özel Sektör ( ) Kendi İşini Yapıyor ( ) Diğer ( )

8- Ailenizin gelir seviyesi?

2000 TL' den az ( ) 2000-3000 TL( ) 3000-4000 TL( ) 4000-5000 TL ( ) 5000 TL ve üstü ( )

9- Okulu bitirdikten sonraki kariyer planınız nedir?

Özel Sektörde Çalışmak ( ) Kamuda Çalışmak ( ) Kendi İşimi Yapmak ( ) Diğer ( )

10- Aile ve/veya akraba bireyleriniz arasında kendi işini kuran var mı?

Evet ( ) Hayır ( )

11- Girişimcilik dersi/eğitimi aldınız mı?

Evet ( ) Hayır( )

12- Girişimcilik dersi/eğitimi almak ister miydiniz?

Evet ( ) Hayır ( )

Aşağıda girişimcilik eğilimlerine ve girişimcilik eğitimine ilişkin bazı ifadeler verilmiştir. Lütfen size uygun gelen ifadeye katılım derecenizi işaretleyiniz. TEŞEKKÜR EDERİZ.	**Kesinlikle Katılmıyorum**	**Katılmıyorum**	**Kararsızım**	**Katılıyorum**	**Kesinlikle Katılıyorum**
1- Girişimci olabilmek için yeterli bilgiye sahip olduğumu düşünüyorum.					
2- Kendimi iyi iş fırsatlarını değerlendirecek biri olarak görüyorum.					
3- Yeni iş fikirleri planlamak için yeterince yaratıcı olduğumu düşünüyorum.					
4- Finansal desteğin olmaması beni girişimci olmaktan alıkoyamaz.					
5- Benim için girişimci olmanın avantajları dezavantajlarından daha fazladır.					
6- Girişimci olup olmama konusunda başkalarının fikirlerini önemserim.					
7- Girişimci olup olmama konusunda çevremdekilerin etkisi vardır.					
8- Girişimci olma isteğim tamamen kendi kararımdır.					
9- Girişimci olma isteğimi annem ve babam olumlu karşılar.					
10- Arkadaşlarım girişimciliğe mantıklı bir seçim olarak bakar.					
11- Bir işi kurmanın ve onu çalıştırmanın benim için kolay olacağını düşünüyorum.					
12- Kendi işimi kurmak için yeterli donanıma sahip olduğumu düşünüyorum.					
13- Girişimci olurken karşılaştığım her zorluğu yeneceğime inanıyorum.					
14- Girişimci olmak uygun bir seçenek gibi görünüyor.					
15- Girişimci olmak iş fikirlerinde yaratıcı olmayı gerektirir.					
16- Kendi işini kurabilmek için uygun bir zemin gerekir.					
17- Bir iş fikrini girişimcilik projesine dönüştürebilecek bilgi ve beceriye sahip olduğumu düşünüyorum**.**					
18- Eğer bir gün kendi işimi kurarsam büyük olasılıkla başarılı olacağımı düşünüyorum.					
19- İleride bir gün girişimci olmayı düşünüyorum.					
20- Girişimcilik pratik bilgi gerektirir.					
21- Gelecekteki mesleğimde kendi kendimi yönetmek isterim.					
22- Bir gün kendi işimi kurmaya gerçekten niyetliyim.					
23- Girişimcilik eğitimi almam girişimcilik ile ilgili bilgilerimin artmasına yardımcı olur.					
24- Girişimcilik eğitimi girişimcilik profilini (özelliklerini) tanımamda yardımcı olur.					
25- Girişimcilik eğitimi girişimci olma tercihimin oluşmasında etkili olur**.**					
26- Girişimcilik eğitimi girişimci olmak için gerekli becerilerimin gelişmesinde etkili olur.					
27- Girişimcilik eğitimi girişimcilik eğilimimin artmasına yardımcı olur.					
28- Girişimcilik eğitimi alırsam girişimcilikte karşılaşacağım güçlüklerle başa çıkabilirim.					
29- Girişimcilik eğitimi beni girişimciliğe yönlendirir.					