

## Girişimcilik Eğitimlerinin Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimlerine Olan Etkilerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma: Pamukkale Üniversitesi Honaz Meslek Yüksekokulu Örneği

*A Research on Determining The Effects of Entrepreneurship Tendencies of The Students Getting The Entrepreneurship Education: Sample of Honaz Vocational School at Pamukkale University*

**Ali SOYLU**

Pamukkale Üniversitesi  
İletişim Fakültesi, Denizli, Türkiye  
[asoylu@pau.edu.tr](mailto:asoylu@pau.edu.tr)

**Dilek ŞENEL**

Pamukkale Üniversitesi Honaz Meslek  
Yüksekokulu, Denizli, Türkiye,  
[dsenel@pau.edu.tr](mailto:dsenel@pau.edu.tr)

**Veli Rıza KALFA**

Pamukkale Üniversitesi Honaz Meslek  
Yüksekokulu, Denizli, Türkiye  
[vrkalfa@pau.edu.tr](mailto:vrkalfa@pau.edu.tr)

**M. Levent KOCAALAN**

Pamukkale Üniversitesi, Honaz Meslek  
Yüksekokulu, Denizli, Türkiye  
[mlkocaalan@pau.edu.tr](mailto:mlkocaalan@pau.edu.tr)

### Özet

Girişimcilik olgusu, gerek işsizliğe çare olma, istihdam yaratma, üretim artışı sağlama gibi gelişmekte olan ülkelerin bir çok sosyo-ekonomik sorununa çözüm getirmekte, gerekse uluslararası platformda ülke vizyonuna katkı sağlamaktadır. Ülke vizyonuna katkı sağlayan önemli kurumlardan biri de üniversitelerdir. Bu bağlamda üniversitelerin öğrencilerini potansiyel birer girişimci olarak görüp yönlendirmeleri, ülke vizyonu ve sorunları çerçevesinde özel bir önem arz etmektedir.

Çalışmanın temel amacı, girişimcilik derslerinin öğrencilerin girişimcilik eğilimlerine olan etkilerini ortaya koymaktır. Bu amaçla Pamukkale Üniversitesi Honaz Meslek Yüksekokulunda girişimcilik dersi alan öğrencilerle bir alan çalışması yapılmıştır. Çalışmada ilk olarak girişimcilik ve girişimci kişilik özelliklerine yönelik kavramlar açıklanmıştır. Daha sonra girişimci kişilik özellikleri bağlamında öğrenciler arasındaki belirsizliğe tolerans, risk alma, yenilikçilik, yaratıcılık, bağımsızlık, başarı ihtiyacı, insanlarla ilişkiler, içsel kontrol odağı boyutları incelenerek, istatistiksel analizler yapılmıştır. Araştırma sonucunda, girişimcilik eğitimlerinin öğrencilerin girişimcilik eğilimlerine olan etki düzeyi belirlenmeye çalışılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Girişimcilik eğitimi, Girişimcilik eğilimleri, Honaz Meslek Yüksekokulu

### ***Abstract***

*The concept of entrepreneurship both brings solution to the socio-economic problems of many developing countries such as unemployment, job creation, increasing the production and contributes to the national vision on an international platform. One of the most important institutions that contribute to the national vision is the universities. In this context, seeing and guiding the university students as potential entrepreneurs is of particular importance within the framework of national vision and problems.*

*The main aim of the study is to reveal the effects of the entrepreneurship courses on the entrepreneurship orientation of the students. For this purpose, Pamukkale University conducted a field study with students taking entrepreneurship courses in Honaz Vocational School. First of all, concepts on entrepreneurship and entrepreneurial personality are described in the study. Then, statistical analysis was conducted in the context of entrepreneurial personality traits by examining the aspects of tolerance to uncertainty, risk-taking, innovation, creativity, independence, need for achievement, relationship with people, internal locus of control among the students. Consequently, the level of impact of the entrepreneurship courses on the entrepreneurship orientation of the students was determined.*

**Keywords:** *Entrepreneurship Education, Entrepreneurship Orientation, Honaz Vocational School*

### **1. Giriş**

Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçtiğimiz bu süreçte, çağın getirdiği ve gerektirdiği yoğun rekabet ortamı, teknolojik gelişmeler, değişimler ve dönüşümler toplumlara, ellerinde bulunan sınırlı kaynakları daha verimli ve etkin kullanmaya zorlamaktadır. Bu mecburiyet, en başta üretim faktörlerini kâr elde etmek amacıyla bir araya getirip, farklı, yenilikçi mal ve/veya hizmetleri sunmak durumunda kalan girişimcileri hızlı bir döngünün içine sokmaktadır. Girişimciler, günümüzde üretim artışı sağlayarak ülkelerin gayri safi milli hasıllarında (GSMH) bir artış unsuru olmakta, ayrıca istihdam sağlayarak işsizliğe bir çözüm oluşturdukları için ülke ekonomileri açısından büyük önem taşımaktadırlar. Bu nedenle birçok ülkede girişimcilğe verilen önem hızla artmaktadır. Son yıllarda üniversiteler de bu önemin bir göstergesi olarak “Girişimci Üniversite” kavramına odaklanarak vizyon ve misyonlarını geliştirmeye çalışmakta, bu yaklaşımın bir uzantısı olarak da müfredatlarına girişimcilik eğitimine yönelik dersler eklemektedirler.

Ülkemizde özellikle üniversiteye adım atan her öğrenciye girişimci adayı gözüyle bakmak ve onları içinde yaşadıkları çevrenin ve potansiyellerinin farkına varacakları, sorunları fırsata dönüştürebilecekleri bilgi ve becerilerle donatmak, yaratıcılığı bastırılmayıp özendirilmiş insanlar olarak yetişmelerini sağlamak büyük önem arz etmektedir (Arslan, 2002, s. 3).

Misyonunu ve vizyonunu çağdaş medeniyetler seviyesine çıkarmak olarak belirleyen üniversiteler ve eğitim kurumlarının bu değişim ve ilerlemelerden uzak kalması düşünülmemelidir. Bu nedenle potansiyel girişimcilerin belirlenmesi, girişimcilik eğilimlerinin saptanması ve girişimcilik profillerinin elde edilmesi gelecek adına da bir kazanım olacaktır (Patır ve Karahan, 2010, s. 28).

## 2. Girişimci ve Girişimcilik Kavramı

Girişimciliğin geçmişi insanlık tarihi kadar eskilere dayanmış olsa da, tanım olarak iktisat teorilerinde yüzyıllarca yer bulamamış, ancak 20.yy'dan sonra yaygın olarak kabul görmeye başlamıştır. Adam Smith 1776 yılında “Wealth of Nation” adlı eserinde kapitalizmi tanımlamış ve kapitalist ile girişimciyi bağdaştırmıştır. Ancak 18.yy'da Richard Cantillon tarafından tanımlanan Fransızca “entreprendre” ve Almanca “unternehmen” kelimelerinde türetilen ve İngilizce “entrepreneurship” kavramlarının literatürde kullanılmasıyla girişimcilik tanımı gelişmeye başlamıştır (Gümüšoğlu ve Karagöz, 2013, s. 64).

Türkçe de ise “Müteşebbislik” olarak karşılana terim, son yıllarda “Girişimcilik” olarak kullanılmaktadır (Kayalar ve Ömürbek, 2007, s. 186).

Girişimcilik kavramı ilk kez Fransız ekonomist Richard Cantillon tarafından kullanılmıştır. Cantillon iktisadi birimleri toprak sahipleri, girişimciler ve işçiler olmak üzere üçe ayırmıştır. Bu çerçevede girişimciyi "belirsizlik şartları altında pazarın oluşumunda karar verici ve bir koordinatör" olarak tanımlamıştır (Roolaht, 2006, s. 104). Daha sonra J. Babtiste Say ile de bu kavram bugün kullanılan anlama kavuşmuştur. Say'a göre girişimci, bütün üretim faktörlerini bir araya getirerek kıymetli olduğu sanılan bir malı üreten ve elde edeceği kâr için riski göze alan kişidir (Aytaç, 2006, s. 141).

Ekonomik gelişme sürecine bağlı olarak girişimcilik tanımına yeni nitelikler eklenmiştir. Girişimci tanımı R. Cantillon'dan sonra J.B. Say tarafından da geliştirilerek, girişimcinin risk üstlenme kadar üretim girdilerini örgütlenme ve yönetme niteliğine sahip olması gereği üzerinde de durulmuştur. Girişimcinin yenilikçi ve dinamik olma özelliği ile ekonomik kalkınmada, insan kaynaklarının temel yapı taşlarından birisi olduğunu ilk kez vurgulayan ve gündeme getiren kişi ise J.A. Schumpeter'dir (Müftüoğlu ve Diğ., 2004, s. 4).

Schumpeter'in çalışmalarında girişimcilik kavramı, yenilik yaratma ve teknolojik buluşlar ile açıklanmaya çalışılmış ve yeni mallar, yeni hizmetler, yeni süreçler, yeni arz kaynakları ve yeni pazarlar yaratmak için yeni kaynakların yaratılması gibi konulara ağırlık verilmiştir. Schumpeter'in bakış açısıyla girişimci, toplumda değişimi yaratacak kişi ve kurumlar olarak tanımlanmaktadır (Müftüoğlu ve Diğ., 2004, s. 4).

1980'li yılları takip eden ve ulusal ve uluslararası alanda sosyal, kültürel, hukuksal ve ekonomik yapıları yeniden şekillendiren iki onyıllık “girişimcilik onyılları” olarak adlandırılmasına karşın, bu döneme isim babalığı eden “girişimcilik” ve “girişim” terimlerinin genel kabul gören, tatminkâr bir tanım ve açıklaması bugüne kadar yapılamamıştır. Çeşitli yazar ve kuramcılar tarafından verilmiş bulunan pek çok girişimcilik ve girişimci tanımlarının, farklı yaklaşım, algılama, anlayış, birikim ve deneyimler sonucu kavram ve içerik olarak benzer olmadıkları görülmektedir. Buna karşın, söz konusu tanımların risk alma, yaratıcılık, bağımsızlık, yenilik/yenilikçilik, kendi kendini güdüleme gücü, gereksinim ve istekleri karşılama ve olumsuz koşullara karşın yılmamlık göstermeme gibi ortak terimleri içerdikleri de bir gerçektir (Gürol, 2006, s. 3).

Girişimci, ekonomik mal ve/veya hizmet üretmek ve/veya pazarlamak üzere, üretim faktörlerini ele geçirip, düzenli bir biçimde bir araya getiren, kâr amacı güden ve girişimlerinin sonucu doğabilecek tüm risklere katlanan kişidir (Marangoz, 2012, s. 3).

Zimmerer ve Scarborough (1998)'e göre girişimci; riskle karşılaşabileceği halde, fırsatları değerlendirerek, belirsizlik altında büyüme ve kâra ulaşma amacıyla, sermaye yaratabilmek için gerekli kaynakları toplayarak, yeni iş ya da işletme oluşturan kişidir (Bozkurt ve Alparslan, 2013, s. 9).

Müftüoğlu'na göre girişimci, üretim faktörlerini bir araya getirerek, iktisadi mal ve hizmet üretmek için gerekli girişimi başlatan; ayrıca üretim için gerekli finansman kaynaklarını ve üretimin değerlendirileceği pazarları bulan kişidir (Müftüoğlu, 2001, s. 11).

Hisrich ve Peters'e göre girişimci, kaynakları; emek, hammadde ve diğer varlıkları daha büyük bir değer yaratacak şekilde bir araya getiren kişidir. Girişimci aynı zamanda değişiklikler, yenilikler ve yeni bir düzen yaratır (Güney ve Nurmakhamatuly, 2007, s.64).

Girişimci, işletmeyi kuran ve fırsatları algılayan kimsedir (Bygrave ve Zacharakis, 2010, s. 49). Girişimci başkalarının sorun olarak gördüğü durumlardan yeni bir iş fırsatı yaratan kişidir (Atasoy, 2012, s. 22).

Girişimci; başkalarında olmayan bazı yetenekler sayesinde başkalarının göremediği fırsat ve imkanları görüp onları birer iş fikrine dönüştürebilme beceri ve kabiliyetini kullanarak riskin üstesinden gelen kişidir (Kaya, 2007, s. 45).

Literatürde girişimci kavramına ilişkin olarak yapılan tanımların ortak noktası, girişimcinin başkalarının göremediği ya da algılayamadığı fırsatları sezip, bunları cazip birer iş fikrine dönüştürme yeteneğine sahip olmaları ve bu amaçla da risk almaya yatkınlıklarıdır (Arıkan, 2004, s. 46).

Girişimcilik tanıma ilişkin olarak da literatürde şu tanımlamalar yer almaktadır.

Girişimcilik; parasal ve kişisel tatmin ödülü karşılığında, finansal, psikolojik ve sosyal riskleri üstlenerek, gerekli zaman ve çabayı harcayıp farklı değerde mal ve hizmet yaratma sürecidir (Yurtseven, 2007:61; Hisrich ve Peters, 2002).

Girişimcilik, kişilerin bireysel başarıya ulaşmayı hedefleyerek toplumun ihtiyaç duyduğu mal ve/veya hizmetleri üretmek amacıyla risk almak ve yatırım yapmak suretiyle gerçekleştirdikleri süreci ifade etmektedir (Okutan ve Balaban, 2013, s. 25).

Girişimcilik; gerekli zaman ve çaba harcayarak ekonomik, fiziksel ve sosyal riskler alınması sonucunda, bireysel tatmin ve ekonomik ödüller elde etmeyi içeren farklı bir değer yaratma sürecidir (Akpınar, 2011, s. 14).

Girişimcilik, bir işletmenin kurulması, yönetsel süreçlerin işletilmesi, üretim ve pazarlamaya yönelik tüm risklerin üstlenilmesi gibi, bir işin kurulması ve yönetilmesine ilişkin faaliyetler bütünü olarak tanımlanmaktadır (Küçük, 2013, s. 27).

Girişimcilik; belirli bir mal ya da hizmeti üretmek ve/veya pazarlamak amacıyla bazı fırsatları önceden görebilen, yeni teknik ve teknolojiler kullanarak ya da mevcut teknik ve teknolojileri geliştirerek, gerekli kaynakları tespit ve temin eden, birtakım beceriler (bireysel, yönetsel ve teknik) ile donatılmış gerçek veya tüzel kişinin (girişimcinin) kâr ya da zarar etme riskini göze alarak hayata geçirdiği ekonomik, yönetsel ve psikososyolojik bir süreçtir (Mecek, 2013, s. 494).

Girişimcilik kavramı, ortaya çıkan fırsatlardan yararlanma ya da yeni fırsatlar yaratabilme amacıyla üretimin girdilerini örgütlenme yeteneği ve risk alma özelliklerinin bağdaştırılması sürecidir (Müftüoğlu ve Diğ., 2004, s. 4).

Girişimcilik kavramı esas itibariyle ekonomik bir çerçevede içinde yer almaktadır. Ekonomik açıdan girişimci, arz ve talebi yönlendiren, pazar arayan kişi iken girişimcilik ise, daha çok kaynakları ekonomik olarak seferber etme, harekete geçirme faaliyetidir. Buna göre girişimcilik risk alma, fırsat kovalama, hayata geçirme ve yenilik yapma süreçlerinin tamamını ifade eder. Bu çerçevede, hem işyeri açma süreci, hem de yenilik yapma süreci girişimciliğin kapsamına girer (Tutar ve Altınkaynak, 2013, s. 5).

### 3. Girişimci Kişilik Özellikleri

Girişimciliğin ortaya çıkmasına etki eden faktörler öteden beri tartışma konusu olmuştur. Kimi yazarlar aile, eğitim, kültür, devlet gibi çevresel faktörler üzerinde dururken, kimileri de kişilik faktörleri üzerinde durmuştur. Bunun yanında bütün faktörlerin ayrı ayrı rolü olduğunu belirtenler de vardır. Girişimcilik özellikleri, aynı zamanda girişimcilerin sıradan insanlardan farklı özellikler ve beceriler gösterdiği noktaları ifade etmektedir. Bu açıdan sadece para sahibi olan, yeni bir işletme kuran kimseyi girişimci olarak kabul etmek kavramsal olarak yanlış tanımlamalara yol açacaktır (Soylu, 2011, s. 11).

Temelde girişimcilik konusunda günümüze dek cevaplandırılması en zor sorulardan birisi de, girişimcinin kim olduğu ve özde onu belirleyen özelliklerin niteliği olmuştur. Araştırmacılar girişimcinin kişilik özelliklerini ayrıntıları ile ortaya koyabilmek için uzun zaman ve çaba harcamışlardır. Bu etütler sonucu girişimcilerin sahip oldukları karakteristik özellikler belirlenmişse de, bunların hiçbiri bu alanda başarının kanıtı olabilecek “özellikler set” ini belirgin bir şekilde ortaya koyamamıştır. Belki de gerçek, Kao'nun da (1989) ifade ettiği gibi, hiçbir zaman görünürdeki bütün özellikleri içeren tek bir girişimci profilinin ortaya konulamayacağı, buna karşın belli bir spektrum çerçevesinde girişimci tip ve davranışlarından bahsedilebileceğidir (Gürol, 2006, s. 12).

Müftüoğlu'na göre girişimci, bazı nitelikleri, davranışları ve olaylara bakış açısıyla diğer insanlardan ayrılmaktadır. Bu nitelikler; girişkenlik, güçlü ikna yeteneği, üstüne risk alabilme, esneklik, yaratıcılık, bağımsızlık, sorunları ivedilikle çözebilme, başarıma gereksinimi, hayal gücü, başkalarının kaderlerini yönetebileceğine dair güçlü bir inanç, liderlik yeteneği ve çok çalışmadır (Müftüoğlu, 2001, s. 20).

Bir kişinin girişimci olabilmesi için temelde; risk ve sorumluluk üstlenebilme, dinamik bir kişiliğe sahip olma, yeniliklere açık olma, büyüme tutkusu gibi belirli özelliklere sahip olması gerekir Bunun yanında başarılı girişimcilerde; çalışkanlık, organizasyon yeteneği, denetim yeteneği, bilgi, kendisiyle barışık olma, çevresiyle iyi iletişim kurabilme, azim, basiret (stratejik bakış), akılcılık, kararlılık, kendine güven ve sürekli kendini yenileme gibi özelliklerin bulunduğu görülmektedir. (Tutar ve Altınkaynak, 2013, s. 19).

Daft'a göre girişimci kişilik özellikleri yedi temel başlıkta incelenmektedir. Bunlar; İç kontrol, enerji düzeyi, başarı gereksinimi, kendine güven, geçen zamanı fark etme, belirsizliğe karşı hoşgörü, demografik faktörler, yönetsel yetenek ve teknik bilgidir (Yurtseven, 2007, s. 68).

Girişimciler ve diğer kişiler üzerine yapılan ampirik araştırmalarda, nüfusun geneline göre farklılaşan girişimcilik özelliklerinin; başarı ihtiyacı, risk alma eğilimi, belirsizliğe karşı tolerans, kontrol alanı oluşturma, kendine yeterlilik, amaçlara odaklılık olduğu tespit edilmiştir (İrmiş ve Diğ., 2010, s. 22).

21. Yüzyılda girişimcilerin temel özelliklerini Kuratko ve Hodgetts şu şekilde ifade etmektedirler; fırsatlardan yararlanan, yetenekli, yaratıcı, vizyon sahibi, bağımsız düşünen, çalışkan, iyimser, yenilikçi, risk alan ve lider (Yurtseven, 2007, s. 120).

Literatürde de birçok araştırmacının işaret ettiği girişimci kişilik özellikleri şu şekilde sıralanmaktadır:

### **3.1. Belirsizliğe Karşı Tolerans**

Belirsiz bir durum bir birey tarafından, yeterli veri olmaması nedeniyle tam olarak yapılandırılmayan veya kategorize edilemeyen bir durumdur. Belirsizlik toleransı ise, belirsiz durumlarda olumlu tepki verebilme yeteneğidir. Birey, belirsiz bir çevrede aldığı karara, daha fazla bilgi aramaya kalkışmaksızın halen güvенеbiliyorsa, yüksek toleransa sahip demektir. Hofstede'ye (1991) göre risk, bir olayın meydana gelme olasılığının oranı iken, belirsizlik ise, bir olasılığa bağlı kalmadan, herhangi bir şeyin olabileceğine yönelik beklentidir ve kaygı yaratır (İşcan ve Kaygın, 2011, s. 447).

Koh'a göre (1996) belirsizliğe toleransı yüksek olan birey, daha iyi performans sağlayabilmek ve istikrarsız ve tahmin edilemeyen durumların üstesinden gelmek için çaba gösteren ve mücadele eden kişi olarak görülmektedir. Girişimciler, sadece belirsiz bir ortamda faaliyet göstermeyip, istekli bir şekilde bilinmeyen sorumluluğunu da alıp yönetmelidir. Bir girişimci kişilik özelliği olarak belirsizliğe karşı toleransa sahip olan bireyler, diğerlerine göre girişimciliğe daha çok eğilimlidir ve kendilerinden belirsizliğe karşı tolerans göstermeleri beklenir (Özgür, 2013, s. 90).

Belirsizliğe tolerans konusunda yapılan araştırmalar, girişimcilerin bu konuda diğer kesimlerden daha yüksek tolerans düzeyine sahip olduklarını göstermektedir. Örneğin Shere (1982), büyük ekonomik kuruluşların yöneticileri ile girişimciler arasında yaptığı bir karşılaştırmada, girişimcilerin daha yüksek toleransa sahip olduğunu bulmuştur.

Sexton ve Bowman (1985), ise yöneticilerle girişimcileri karşılaştırmış ve girişimcilerin daha yüksek toleransa sahip olduklarını bulmuştur. Bir başka araştırmada da benzer bir sonuca ulaşılmış, girişimciler ile girişimci olmayanlar arasında belirsizliğe karşı tolerans açısından anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Bu nedenle, belirsizliğe katlanmanın bir girişimcilik özelliği olduğu kabul edilmektedir (Soylu, 2011, s. 15).

### **3.2. Bağımsızlık İhtiyacı**

Girişimcilerin önemli kişilik özelliklerinden olan bağımsızlık ve kendini gerçekleştirme arzusu, girişimciliğin gelişimi ve öneminin artmasında önemli bir rol oynamaktadır. Özellikle gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde ortaya çıkan sosyal yaşamda bireyselleşme ve kişisel özgürlük alanını genişletme eğiliminin artmasına paralel olarak iş yaşamında da bireylerin kendi adlarına bağımsız olarak çalışma arzusunun arttığı görülmektedir. Başkasından emir alan değil emir veren, kendi kararlarını alan, sınırlı gelir yerine risk alarak yüksek gelir ve buna bağlı olarak harcama özgürlüğüne sahip bir girişimci olma isteği giderek artmaktadır (Soylu, 2011, s. 17).

Hisrich ve Peters'e göre (2002), bağımsızlık arzusu belki de başka gelir elde etme yolları varken girişimcinin neden bir girişimde bulunarak risk aldığını açıklayan en önemli özelliktir. Girişimci, mevcut sermaye birikimini, enerjisini ve sosyal statüsünü başkalarına ekonomik olarak bağımlı olmama, karar alırken ve uygularken başkalarından emir almama, başarı ve başarısızlığı paylaşmama ve kimseye hesap vermeme ve sadece kendi potansiyelini herkesten bağımsız olarak gerçekleştirme hedeflerine yönlendirmiştir (Alpkan vd., 2002).

### 3.3. Risk Alma Davranışı

Risk alma, girişimcileri ayırtıran en önemli özelliklerden biri olarak kabul edilmektedir. Girişimci terimini ilk defa geliştiren ve girişimciyi kâr ve zarar riskine katlanan kişi olarak tanımlayan Fransız Cantillon'dan bu yana risk alma, girişimciliğin temel bir unsuru olarak değerlendirilmektedir (Hisrich ve Peters, 2002, s. 46)

En basit ifadeyle risk, kontrol edilemeyen faktörlerin olumsuz sonuçlar doğurma olasılığıdır. Girişimcinin risk alması ve cesareti, başarısını önemli ölçüde etkilemektedir. Çünkü cesaret, kahramanlık ve riski göze alma gibi özellikler, başarılı bir insanın bir şey meydana getirme arzusu kadar başarısı için de gerekli olan öğelerdendir. Bu nedenle inisiyatif kullanan veya eline geçen fırsatları değerlendiren her bir girişimci riske giriyor demektir. Girişimcilikle ilgili tüm etkinlikler risk içerdiği için girişimcilikle ilgili yapılan araştırmaların çoğunda, risk alma girişimciyi yöneticiden ve girişimci olmayandan ayıran temel faktör olarak ifade edilmiştir (Marangoz, 2012, s. 9).

Girişimciliğin risk alma boyutu, bazı dezavantajlarına karşın birtakım avantajlara da sahiptir. Girişimci, bağımsızlık, finansal fırsatlar, iş güvenliği, aile istihdamı ve toplumsal hizmet gibi avantajlara sahiptir. Önemli olan girişimcinin girişiminde, hesaplanabilir ve kabul edilebilir düzeyde risk almasıdır (İşcan ve Kaygın, 2011).

Kâr elde etmede belirli bir kontrol ve yeteneğe sahip oldukları durumlarda, girişimciler, orta derecede riskleri almayı tercih etmektedirler. Çünkü girişimcinin diğer özelliği olan başarıya ihtiyacı faktörü, daha yüksek düzeyde risk almasını engellemektedir (Alpkan ve Diğ, 2002).

### 3.4. Yenilikçilik (İnovasyon)

Yenilikçilik kavramı, bir girişimcilik özelliği olarak ilk defa, Schumpeter tarafından kullanılmıştır. Schumpeter'in girişimcilik tanımında yenilik vardır ve bu yenilik mevcut kaynakların yeni bir birleşimini ifade eder. Ona göre beş çeşit yenilikçi davranış vardır (Hofstede, 2010, s. 13);

- Yeni bir malın ya da hizmetin üretimi
- Yeni bir üretim metodunun geliştirilmesi
- Yeni bir pazarın oluşturulması
- Yeni bir hammadde kaynağının bulunması
- Endüstrinin yeniden yapılandırılması

Schumpeter'in bahsettiği bu yenilik çeşitleri zaten piyasada var olan ve girişimcinin kontrolü altında olan kaynaklardan gelen yeniliklerdir. Bu durumda yapılan yenilik mutlaka bir icat olmak zorunda değildir. Girişimciler icatçı olabilirler, fakat yeniliğin doğması için icat gerekli değildir (Soyly, 2011, s. 12).

İnovasyon kavram olarak yeni ürün ve üretim süreçlerinin ortaya çıkartılmasıyla veya mevcut olanların iyileştirilmesiyle iktisadi fayda yaratılmasıdır. Higgins inovasyonu, bir kişi, örgüt, grup, sektör veya toplum için önemli bir etkiye sahip organizasyon süreçlerinin yaratılması veya mevcut mamuller ve hizmetlerin geliştirilmesi ya da yan mamuller veya hizmetlerin yaratılması süreci olarak tanımlamaktadır (Şahbaz ve Şahbaz, 2013, s. 110). Cumming (1998) ise yenilikten ürün ya da sürecin başarılı ilk uygulaması olarak bahsetmektedir.

Davis ve Davinney'e (1996) göre yenilik, yeni ürünleri, yeni üretim süreçlerini, yeni malzemeleri, yeni kaynakları, yeni pazarları, yeni yönetim yaklaşımlarını ve yeni organizasyon biçimlerinin hepsini kapsayan bir tanımla "yeni ya da mevcut bir problemi/ihtiyacı gidermek için yeni ya da farklı çözüm yollarıdır" (İrmiş ve Özdemir, 2011:139). Drucker'a göre yenilik; "zenginlik üreten kaynaklar yaratmanın ya da mevcut kaynakların zenginlik yaratma potansiyelini artırma aracıdır" (Müftüoğlu ve Diğ., 2004, s. 43).

Drucker'a göre yenilikçilik, girişimciliğin en önemli parçasıdır, girişimci değişimleri fark eder ve bunları farklı işler için fırsata çevirir. Başarılı bir yenilik için girişimci değişimin kaynağını, nedenlerini ve sonuçlarını içerdiği fırsatları iyice değerlendirmelidir (Gümüšoğlu ve Karaöz, 2013, s. 64).

Yenilikçilik ve yenilik kavramları girişimcinin tamamlayıcı bir özelliği olarak görülmektedir. Aslında, yeni birşeyler sunmak anlamında yenilikçilik, girişimcinin en zor görevlerinden biridir çünkü yalnızca yaratma yeteneği değil, aynı zamanda mevcut ortamda var ve etkin olan bütün güçleri hesaba katmayı da gerektirmektedir. Bu tanımdaki yenilik kavramı ise, yeni bir ürün ya da hizmet yaratmaktan, yeni bir dağıtım kanalı ya da yolu sunmaktan, yeni bir organizasyon oluşturmaya kadar herşeyi kapsamaktadır (Atasoy, 2012, s. 7).

### **3.5. Başarı İhtiyacı**

McClelland (1961) tarafından ileri sürülen başarı ihtiyacı teorisi, başarı ihtiyacının girişimcilik davranışlarını etkileyen bir faktör olduğunu ileri sürmektedir. Bu bağlamda başarı ihtiyacı güdüsü yüksek olan kişilerin başarmak için daha istekli olmaları, onların girişimcilik eğilimlerinin daha yüksek olmasına neden olmaktadır. Literatürde başarı ihtiyacı ile girişimcilik arasındaki ilişkilerin çeşitli çalışmalarda ele alındığı görülmektedir. Girişimcilik eğilimi yüksek olan ve olmayan kişiler arasındaki farklılıkların nedenlerinin araştırıldığı çeşitli çalışmalarda, başarı ihtiyacının girişimci olanlarda, olmayanlara göre daha fazla olduğu belirlenmiştir (Özden ve Diğ., 2009, s.5).

Başarı ihtiyacı, kişinin, olayların kendi sorumluluk ve kararları ile olumlu neticelere ulaştığını görmesi ve tatmin olmak istemesidir. Bir bakıma, kişinin, başarılarla kendini tatmin etmesidir (Avşar, 2007:15).

Bu konuda en önemli isimlerden biri olan McClelland'a (1961) göre, yüksek başarı ihtiyacına sahip olan kişilerin, kişisel çaba ve beceri gerektiren, makul bir risk düzeyi olan ve başarı ile ilgili geri bildirimleri içeren faaliyetleri ve görevleri üstlenme eğilimleri, düşük başarı ihtiyacı olan kişilere göre daha fazladır.

Johnson'a (1990) göre de başarı ihtiyacıyla girişimsel faaliyetler arasında dikkate değer bir ilişki vardır ve başarı ihtiyacı işletme kuran kişileri toplumun diğer bireylerinden farklılaştırır. Collins ve arkadaşlarının yaptığı araştırmada ise başarı



ihtiyacı ile girişimcilik arasında önemli bir ilişki olduğu ve başarı ihtiyacının işletme kuranlarla diğer kişileri birbirinden ayırt etmede etkili bir araç olduğunu ileri sürmüştür (İrmiş ve Diğ., 2010, s. 22).

Shouming'e göre, yüksek seviyede başarıya güdüsüne sahip bireyler bazı amaçlara ulaşmak için mücadele ve rekabet etmeye eğilimli olmaktadır. Bu amaçlar ulaşılması zor olan amaçlar olmasına rağmen başarıya ihtiyacı yüksek olan bireyler bu belirsiz durumlarda dahi risk almaya eğilimli olmaktadır (Özgür, 2013, s. 89).

### **3.6. İletişim**

Girişimcilerin başarıya ulaşmaları için sahip olmaları gereken özelliklerden biri de insani ilişkiler yani iyi iletişim kurma becerisidir. Personeli en iyi şekilde motive etme, yönlendirme ve etkili iletişim girişim sürecinin her aşamasında gerekli ve de önemlidir. Girişimci, insanlarla iyi geçinebilen, ilişkileri sağlam olan bir tutum içinde olmalıdır. İletişimin etkin ve ilişkilerin sağlam olması; güvenilir olma, hızlı karar alabilme, belirsizlik ve riske karşı yüksek tolerans gösterme, strese dayanıklı olma, ikna kabiliyetine sahip olma, iletişimi kolayca başlatabilme, çevrenin farkında olma ve geri beslemeye önem verme faktörlerinin bütünleşmesi ile mümkün olur (Tikici ve Aksoy, 2009, s. 35).

### **3.7. İçsel Kontrol Odağı**

Kontrol odağı kavramı ilk kez Rotter (1966) tarafından, sosyal öğrenme kuramı çerçevesinde yapılandırılmış bir kişilik özelliği olarak ele alınmıştır. Bu teoriye göre, kişiler başlarına gelen iyi ve kötü olayların sebeplerini algılama bakımından farklılaşmaktadır. Kişilerin yaşadığı olayları nelerin kontrol ettiğine dair inancını ifade eden bu kavram; kişilerin yaşadıkları pekiştirmeleri, yani elde ettikleri sonuç veya ödülleri ya da başarı ya da başarısızlık durumlarını nelere atfettikleriyle ilişkilidir. Yapılan bu atıflar kişilerin dışında kader, şans veya dış güçler gibi faktörlerle ilişkilendirildiği gibi; kişilerin kendi tavır ve davranışlarının sonuçlarıyla da ilişkilendirilmektedir (Çetin, 2011, s. 74).

İç kontrol; bireylerin geleceklerinin kendi kontrolü altında olduğuna ve diğer dış faktörlerin etkisinin sınırlılığına ilişkin inançlardır. Geleceğe ulaşmak bireyin kendi elindedir. Bununla birlikte bir çok insan, dünyanın belirsizliklerle dolu olduğunu ve onu kendi istedikleri gibi değiştiremeyeceğine inanır (Yurtseven, 2007, s. 68).

Kontrol odağı, bireylerin bir olayın sonucunu kendi kontrol ve anlayışlarının ötesinde veya kendi kontrol ve anlayışlarının içerisinde algılamalarıdır. Dışsal kontrol odağına sahip olanlar, faaliyetlerinin sonuçlarının, başarı veya başarısızlığın, kader veya şans gibi kontrolleri dışındaki güçlerden kaynaklandığına inanırlar. İçsel kontrol odağına sahip olanlar ise, faaliyetlerinin sonuçlarını, kendi üstünlük veya eksikliklerinin belirlediği düşüncesine sahiptirler. Bu nedenle içsel kontrol odaklılık; kabiliyet, çok çalışma, kararlılık ve başarılan veya meydana getirilen sonuçların planlayıcısı olma gibi özelliklere önem verme anlamına gelir. Girişimci davranış ile içsel kontrol odağı arasında doğru yönlü bir ilişki vardır. Çünkü içsel kontrol odaklı bireyler daha aktif ve yenilikçidir. Onlar yenilikçi durumları benimserler, yeniliğe liderlik ederler, daha fazla risk alır ve daha aktif davranırlar (Marangoz, 2012, s. 8).

### 3.8. Yaratıcılık

Yaratıcılık mutlak veya yoktan var etme anlamında değil, var olan kavramlar arasındaki ilişkilerden yeni kavramlar ya da düşünceler üretmek şeklinde kullanılmaktadır. Yaratıcılığın merkezinde yer alan düşünce, hayal gücüne dayalı gelişir (Müftüoğlu ve Diğ., 2004, s. 21).

Yaratıcı insanlar her zaman sıra dışı olmuşlardır. Sürekli yeni yollar deneyerek belirsizliklerin üzerine giden ve kaosun içindeki pırlantaları bulup çıkararak kişilerdir. Mizahi bir güce sahiptirler, işe uymayan mevcut kuralları ciddiye almaz ve bunları uygulamazlar. Rutin işlerden sıkılırlar, kestirmeden giderler ve değişimden, değişmekten zevk alırlar. Hayal güçleri, sezgileri, öngörileri algılayarak kavrayabilme yetenekleri çok güçlüdür. Yaratıcı insanlar için yapılan bu benzetimler aynı zamanda girişimciler için de geçerlidir. Girişimciler de kesinlikle klasik bir düşünce izlemezler ve çoğu zaman mevcut klasik yaklaşımlara aykırı yolu benimserler. Ayrıca sorunları çözerken esnek ve uyarlayıcı şekilde düşünürler. Bu özellik onların yaratıcılık süreçlerinin bir kısmını da oluşturmaktadır (Top, 2006, s. 274).

Yaratıcılık kavramının pek çok tanımı yapılmıştır. Bunlardan birkaçı şöyledir;

Taylor'a göre, yaratıcılık "Yeni ve geçerli fikirlerin yaratılmasıyla sonuçlanan bir süreçtir".

Clemen'e göre, yaratıcılık "Daha önce görülmemiş yöntemlerle, temel amaçları başarmaya neden olacak unsurları sağlayacak yeni seçenekler araştırmaktır".

Stoor'a göre, yaratıcılık "Yeni bir şeyi var etme yeteneğidir".

Vance'e göre, yaratıcılık "Yenin oluşturulması ve eskisinin elden geçirilmesidir".

Bentley'e göre, yaratıcılık "Bilginin alınması ve yeni bir şekil alana ya da yeni bir düşünce oluşturana kadar şekil verilmesi ve yeniden düzenlenmesi sürecidir".

Plamer'e göre, yaratıcılık "Bağılantısız görünen şeyleri birbirine bağlayabilmektir" (Müftüoğlu ve Diğ., 2004, s. 21).

## 4. Materyal ve Yöntem

### 4.1. Materyal

Çalışmanın verilerini 2014-2015 eğitim-öğretim yılında Pamukkale Üniversitesi Honaz Meslek Yüksekokulunda öğrenim gören öğrencilerden anket yoluyla elde edilen birincil veriler oluşturmaktadır. Anket uygulaması 2015 yılının Mart ayı içerisinde yapılmıştır. Pamukkale Üniversitesi Honaz Meslek Yüksekokulundaki girişimcilik dersi verilen 5 bölümde toplam 2230 öğrenci bulunmaktadır. Toplam 594 öğrenciye ulaşılmış ve elde edilen anketler değerlendirmeye alınmıştır. Bu sayı, araştırma evreninin %27'sini oluşturmaktadır.

### 4.2. Yöntem

Çalışmada kullanılan anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde girişimcilik özellikleri ve girişimcilik eğilimleri, ikinci bölümde ise demografik özellikler yer almaktadır. Değerlendirmeler 5'li Likert ölçeğine göre yapılmıştır (Hiç katılmıyorum 1, Az katılıyorum 2, Orta Derecede Katılıyorum 3, İleri Derecede

Katılıyorum 4, Maksimum Derecede Katılıyorum 5). Elde edilen veriler SPSS Programı kullanılarak analiz edilmiştir.

Girişimcilik eğilimlerinin belirlenmesinde Avşar'ın (2007) “Yükseköğretimde Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimlerinin Araştırılması, Çukurova Üniversitesi'nde Bir Uygulama” isimli çalışmasında kullandığı ölçek esas alınmıştır.

### 4.3. Anket Formunun Güvenilirliği ve Geçerliliği

Yükseköğretimde okuyan öğrencilerin girişimcilik eğilimlerini ölçmeye yönelik kullanılan ölçekler güvenilirlik testinden geçirilmiştir ve güvenilirliğini ölçmek için kullanılan Cronbach Alfa (Cronbach's Alpha) değerleri Tablo 1'de verilmektedir. Öğrencilerin girişimcilik eğilimlerini ölçmek amacıyla oluşturulan 40 soru, beklenen güvenilirlik düzeylerini sağladığı için herhangi bir soru çıkarılmamıştır. Ankette yer alan 40 soru 8 gruba ayrılmış ve ankette yer alan soruların Cronbach Alfa değeri her bir soru grubu için ayrı ayrı hesaplanmıştır.

Anket formunun birinci bölümündeki araştırma soruları 5'li likert ölçek türü kullanılarak hazırlanmıştır ve 8 aşamadan oluşmaktadır. Bu aşamalar; belirsizliğe tolerans, bağımsızlık ihtiyacı, risk alma, yenilikçilik, başarıma ihtiyacı, iletişim, içsel kontrol ve yaratıcılık şeklindedir. Anketin ikinci kısımda ise, sosyo-demografik faktörlerin tespit edilmesine yönelik sorularla birlikte, öğrencilerin okudukları bölümlerin, girişimcilik dersinin alıp-almadıklarının belirlenmesine yönelik sorular yer almaktadır.

**Tablo1.Soru Gruplarının Cronbach Alfa Katsayıları**

Soru Grupları	Cronbach Alfa Katsayısı
A (Belirsizliğe Tolerans)	0,49
B (Bağımsızlık İhtiyacı)	0,43
C (Risk Alma)	0,56
D (Yenilikçilik)	0,68
E (Başarıma İhtiyacı)	0,73
F (İletişim)	0,60
G (İçsel Kontrol Odağı)	0,56
H (Yaratıcılık)	0,73

Çalışmaya, soru grupları arasından Cronbach alfa katsayı değerleri tutarlı olan (0,60'dan yüksek değerler alan) D, E, F ve H grupları ile devam edilmiş, A, B, C ve G grupları Cronbach alfa katsayı değerlerinin 0,60'dan düşük olması nedeniyle bu soru grupları analiz kısmına dâhil edilmemiştir.

### 4.4. Normallik Sınamasının Yapılması

Çalışmanın normallik sınaması için Tek Örneklem Kolmogorov Simirnov testi uygulanmıştır. Test sonuçlarına bakıldığında D, E, F ve H gruplarında yer alan soruların p değerlerinin 0,000 olarak bulunduğu, “Veriler normal dağılmaktadır” şeklinde kurulan  $H_0$  hipotezinin, hesaplanan p değerlerinin 0,05 anlamlılık düzeyinden daha düşük bir değer alması ( $p=0,000<0,05$ ) nedeniyle kabul edilmediği, bu nedenle de verilere nonparametrik testlerin uygulanması gerektiği sonucuna ulaşılmaktadır.

#### 4.5. Araştırma rneklerinin Demografik zellikleri

Anket alışması sonucunda toplam 594 geçerli anket formu elde edilmiştir. Bu anketlerin demografik verilerine ilişkin istatistiksel sonuçları Tablo 2’de verilmiştir.

**Tablo 2. Araştırma rneklerinin Demografik Yapısı**

<b>Değişkenler</b>	<b>đrenci Sayısı</b>	<b>%</b>
<b>Programlar</b>		
Bankacılık ve Sigortacılık	121	20,4
Büro Yönetimi ve Yönetici Asistanlığı	83	14,0
Halkla İlişkiler ve Tanıtım	177	29,8
İşletme Yönetimi	89	15,0
Lojistik	124	20,9
<b>Toplam</b>	<b>594</b>	<b>100,0</b>
<b>Cinsiyet</b>		
Erkek	267	45
Kadın	327	55
<b>Toplam</b>	<b>594</b>	<b>100</b>
<b>Girişimcilik Dersini Alma Durumu</b>		
Daha nce Aldım	150	25,3
Bu Dönem Alıyorum	184	31,0
Almadım	260	43,8
<b>Toplam</b>	<b>594</b>	<b>100,0</b>
<b>Yař</b>		
17-20	326	54,9
21-25	263	44,3
26-30	5	0,8
<b>Toplam</b>	<b>594</b>	<b>100,0</b>
<b>Medeni Durum</b>		
Evli	5	0,8
Bekar	589	99,2
<b>Toplam</b>	<b>594</b>	<b>100,0</b>
<b>Sınıf</b>		
1.sınıf	375	63,1
2. sınıf	208	35,0
3+	11	1,9
<b>Toplam</b>	<b>594</b>	<b>100,0</b>
<b>đrenim Türü</b>		
Normal đretim	340	59,00
İkinci đretim	244	41,00
<b>Toplam</b>	<b>594</b>	<b>100,0</b>

Araştırmaya katılan öğrencilerin eğitim aldıkları bölümlerin dağılımına bakıldığında; %20,4’nn Bankacılık ve Sigortacılık Bölümünde, %14’nn Büro Yönetimi ve Yönetici Asistanlığı Bölümünde, %29,8’inin Halkla İlişkiler Bölümünde,

%15'inin İşletme Yönetimi Bölümünde ve %20,9'unun Lojistik Bölümünde eğitim aldıkları görülmektedir.

Ankete katılan öğrencilerin %45'inin erkek, %55'inin kadın olduğu tespit edilmiştir.

Ankete katılan öğrencilerin yaklaşık %66'sı girişimcilik dersi almış veya almakta, %44'ü ise girişimcilik dersi almadığı saptanmıştır.

Ankete katılan öğrencilerin yarısından fazlasının (%55) 20 yaşın altında olduğu, geri kalanınsa 20 yaşın üstünde olduğu saptanmıştır.

Ankete katılanların %99,2'sinin bekâr, %0,8'inin evli olduğu belirlenmiştir.

Araştırmaya katılan öğrencilerin %63,1'i birinci sınıf, %35'i ikinci sınıf ve %1,9'u üçüncü sınıf ve üstü olduğu ayrıca %59'nun normal öğretimde, %41'inin ise ikinci öğretimde eğitim gördüğü belirlenmiştir.

#### **4.6. Kullanılan İstatistikî Yöntem ve Hipotezler**

Bu çalışmada, değişkenler arasında anlamlı bir farklılığın olup olmadığını belirlemede en çok kullanılan nonparametrik testlerden biri olan Kruskal-Wallis test istatistiği kullanılmıştır.

Kruskal Wallis H testi, bağımsız değişkenin ikiden fazla kategorili olması durumlarda kullanılmaktadır. Test, tek yönlü varyans analizinin parametrik olmayan şekli olup, ele alınan değişken için iki ya da daha fazla kategorinin ortalama sıra sayıları arasında anlamlı bir fark olup olmadığını belirlemektedir. Kruskal Wallis H testi, yaklaşık olarak ki-kare dağılmaktadır. Bu nedenle de  $H_0$  hipotezinin reddedilip edilmeyeceği kararı, hesaplanan değer ki-kare tablo değeri ile karşılaştırılması sonucu verilmektedir (Özdemir, 2013, s. 343-344).

Kruskal Wallis Test İstatistiği ile aşağıda verilen 4 hipotez test edilmiştir.

H<sub>1</sub>: Girişimcilik dersi alıp almama ile yaratıcılık boyutu arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

H<sub>2</sub>: Girişimcilik dersi alıp almama ile yenilikçilik boyutu arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

H<sub>3</sub>: Girişimcilik dersi alıp almama ile iletişim boyutu arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

H<sub>4</sub>: Girişimcilik dersi alıp almama ile başarıya ihtiyacı boyutu arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

#### **4.7. Girişimcilik Dersini Alıp-almama İle Yaratıcılık Boyutu Arasındaki İlişki**

Araştırmada girişimcilik dersi alıp almama durumu ile yaratıcılık boyutu arasında anlamlı bir fark olup olmadığı belirlenmeye çalışılmıştır. Ankete katılan öğrencilerin yaklaşık %66'sı girişimcilik eğitimi almış veya almakta, %44'ü almamıştır.

Bu çalışmanın amaçlarından biri de girişimcilik dersi alıp-almama ile kişilerin yaratıcı fikirlere sahip olmaları, karşılaştıkları problemlere karşı yaratıcı çözümler üretmeleri, hayatlarının daha etkili hale gelmesi için bir arayış içinde olmaları arasında

anlamly bir ilişkinin olup-olmadığını belirlemektir. Bu amaçla yapılan Kruskal-Wallis analizinden elde edilen sonuçlar Tablo 3’te gösterilmiştir.

**Tablo 3. Girişimcilik Dersini Alıp-Almama İle Yaratıcılık Boyutu Arasındaki İlişkinin Tespitinde Kullanılan Kruskal-Wallis Analizi Sonuçları**

Girişimcilik Dersi Alıp-Almama		Öğrenci Sayısı	Sıra Ortalaması
Yaratıcılık Grup Ortalaması	Aldım	150	324,83
	Bu dönem alıyorum	184	301,52
	Hayır almadım	260	278,88
	<b>Toplam</b>	594	
<b>Ki-Kare Test İstatistiği</b>	7,053	<b>p değeri</b>	0,029

Tablo 3’te yer alan ortalama sıra puanlarına bakıldığında girişimcilik dersini alan öğrencilerin dersi almayan öğrencilere göre daha yaratıcı fikirlere sahip oldukları bir başka ifade ile girişimcilik dersini almanın, öğrencilerin yaratıcı olmalarında etkili bir faktör olduğu görülmektedir. Tablo 3’teki sonuçlar, girişimcilik dersini alan öğrencilerin yaratıcılık sıra ortalamasının (324,83), girişimcilik dersini almayan öğrencilerin yaratıcılık sıra ortalamasından (278,88) daha fazla olduğu, girişimcilik dersi alan öğrenciler ile dersi almayan öğrencilerin yaratıcılık sıra puan ortalamaları arasında 0,05 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunduğu sonucuna ulaştırmaktadır.

#### 4.8. Girişimcilik Dersini Alıp-Almama İle Yenilikçilik Boyutu Arasındaki İlişki

Girişimcilik dersini alıp-almama ile yenilikçilik boyutu arasında anlamlı bir farklılık olup-olmadığı incelendiğinde de yukarıda sonuca benzer bir sonuçla karşılaşılmıştır. Tablo 4’te Kruskal-Wallis test istatistiği sonuçları verilmektedir.

**Tablo 4. Girişimcilik Dersini Alıp-Almama İle Yenilikçilik Grup Ortalaması Arasındaki İlişkinin Tespitinde Kullanılan Kruskal-Wallis Analizi Sonuçları**

Girişimcilik Dersi Alıp-Almama		Öğrenci Sayısı	Sıra Ortalaması
Yenilikçilik Grup Ortalaması	Aldım	150	333,45
	Bu Dönem Alıyorum	184	294,31
	Almadım	260	279,02
	<b>Toplam</b>	594	
<b>Ki-Kare Test İstatistiği</b>	9,751	<b>p değeri</b>	0,008

Tablo 4’te yer alan sonuçlara bakıldığında girişimcilik dersini alan öğrencilerin dersi almayan öğrencilere göre daha yenilikçi fikirlere sahip olduğu ortalama sıra puanları yardımıyla ortaya çıkmaktadır. Tablo 4’ün son sütununa bakıldığında girişimcilik dersini alan öğrencilerin yenilikçilik sıra ortalamasının (333,45), girişimcilik dersini almayan öğrencilerin yenilikçilik sıra puanlarına göre (279,02) daha fazla olduğu görülmektedir. p ve ki-kare değerlerine bakıldığında ise girişimcilik dersi alan öğrenciler ile dersi almayan öğrencilerin yenilikçilik sıra ortalamaları arasında 0,01

anamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunduğu ( $p = 0,008 < 0,01$ ), ( $\chi^2_{hesap} = 9,751 > \chi^2_{tablo} = 5,99$ ) görülmektedir.

#### 4.9. Girişimcilik Dersini Alıp-Almama İle İnsanlarla İlişki ve Başarma İhtiyacı Boyutu Arasındaki İlişki

Girişimcilik dersi alıp-almama ile insanlarla ilişki ve başarma ihtiyacı boyutları arasında anlamlı bir fark olup-olmadığı yine Kruskal-Wallis test istatistiği ile test edilmiştir. Test sonuçları Tablo 5 ve Tablo 6’da verilmiştir.

**Tablo 5: Girişimcilik Dersini Alıp-Almama İle İnsanlarla İlişki Grup Ortalaması Arasındaki İlişkinin Tespitinde Kullanılan Kruskal-Wallis Analizi Sonuçları**

Girişimcilik Dersi Alıp-Almama		Öğrenci Sayısı	Sıra Ortalaması
İletişim Grup Ortalaması	Aldım	150	307,76
	Bu dönem alıyorum	184	299,26
	Hayır almadım	260	290,33
	<b>Toplam</b>	594	
<b>Ki-Kare Test İstatistiği</b>	1,021	<b>p değeri</b>	0,600

Tablo 5’in son sütununda yer alan iletişim grup ortalaması sıra ortalama değerlerine bakıldığında girişimcilik dersini alan öğrencilerin sıra ortalamasının (307,76), bu dersi almayan öğrencilerin sıra ortalamasına (290,33) göre daha yüksek bir değer aldığı görülmektedir. Bir başka ifade ile girişimcilik dersinin, insanlarla ilişki kurmada etkili bir faktör olduğu görülmekle beraber, p değeri ile ki-kare test istatistiği değerlerine bakıldığında sıra puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farkın olmadığı ( $p = 0,600 > 0,05$ ), ( $\chi^2_{hesap} = 1,021 < \chi^2_{tablo} = 5,99$ ) sonucuna varılmaktadır.

Çalışmada ayrıca Girişimcilik dersi alıp-almama ile başarma ihtiyacı gruplarının grup ortalama değerleri arasında anlamlı bir fark olup-olmadığı Kruskal-Wallis test istatistiği kullanılarak incelenmiş, Tablo 6’da test istatistiği sonuçları verilmiştir.

**Tablo 6: Girişimcilik Dersini Alıp-Almama İle Başarma İhtiyacı Grup Ortalaması Arasındaki İlişkinin Tespitinde Kullanılan Kruskal-Wallis Analizi Sonuçları**

Girişimcilik Dersi Alıp-Almama		Öğrenci Sayısı	Sıra Ortalaması
Başarma İhtiyacı Grup Ortalaması	Aldım	150	317,00
	Bu dönem alıyorum	184	304,49
	Hayır almadım	260	281,30
	<b>Toplam</b>	594	
<b>Ki-Kare Test İstatistiği</b>	4,605	<b>p değeri</b>	0,100

Tablo 6’daki sonuçlar bir önceki tabloda yer alan sonuçlarla benzerlik göstermektedir. Başarma ihtiyacı grup ortalaması sıra ortalama değerlerine bakıldığında girişimcilik dersini alan öğrencilerin sıra puanları ortalamasının (317,00), bu dersi almayan öğrencilerin sıra ortalamasına (281,30) göre daha yüksek bir değer aldığı görülmektedir. Bu sonuçlar Girişimcilik dersinin, öğrencilerin başarmak için daha

istekli olmalarında etkisinin bulunduğunu göstermekle beraber, p değeri ile ki-kare test istatistiği değerlerine bakıldığında sıra puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın bulunmadığı ( $p = 0,100 > 0,05$ ), ( $\chi^2_{hesap} = 4,605 < \chi^2_{tablo} = 5,99$ ) sonucuna ulaşılmaktadır.

### 5. Sonuç ve Öneriler

Bu çalışma girişimcilik eğitiminin öğrencilerin girişimcilik eğilimlerine olan etkilerini saptamak amacıyla yapılmıştır. Bu amaçla Pamukkale Üniversitesi Honaz Meslek Yüksekokulu öğrencilerine yönelik bir uygulama yapılmıştır. Çalışmada 8 bölüm ve 40 sorudan oluşan bir anket uygulanmıştır. Anket formu iki kısımdan oluşmaktadır. Birinci kısımda araştırma soruları 5'li likert ölçek türü kullanılarak hazırlanmıştır ve 8 aşamadan oluşmaktadır. Bu aşamalar belirsizliğe tolerans, bağımsızlık ihtiyacı, risk alma, yenilikçilik, başarıma ihtiyacı, iletişim, içsel kontrol ve yaratıcılık şeklindedir. Anketin ikinci kısımda ise, sosyo-demografik faktörlerin tespit edilmesine yönelik sorularla birlikte, öğrencilerin okudukları bölümlerin, girişimcilik dersini alıp-almadıklarının belirlenmesine yönelik sorular yer almaktadır. Elde edilen veriler SPSS programı ile değerlendirilmiştir. İlk olarak anketin güvenilirlik ve geçerliliği analiz edilmiş, sonucunda ise ankette yer alan; belirsizliğe tolerans, bağımsızlık ihtiyacı, risk alma ve içsel kontrol odağı boyutlarında Cronbach Alfa katsayı değeri 0,60' dan düşük çıktığı için bu boyutlar analiz kısmına dahil edilmemiştir. Ankette yer alan diğer boyutlar olan yenilikçilik, başarıma ihtiyacı, iletişim ve yaratıcılık boyutları ile araştırmaya devam edilmiştir.

Girişimcilik dersini alan öğrencilerin dersi almayan öğrencilere göre yaratıcılık boyutunda değerlendirildiğinde; girişimcilik dersi alanların almayanlara göre daha fazla yaratıcı fikirlere sahip oldukları ortaya çıkmaktadır.

Aynı şekilde girişimcilik dersini alan öğrencilerle, bu dersi almayan öğrenciler yenilikçilik boyutunda değerlendirildiğinde ise, girişimcilik dersi alanların almayanlara göre daha fazla yenilikçi fikirlere sahip oldukları ortaya çıkmaktadır.

Girişimcilik dersi alanlar ile almayanlar arasında iletişim ve başarıma ihtiyacı boyutları da ele alınmış, bu konularda girişimcilik dersi alanlarda daha yüksek bir farkındalık görülmekle beraber istatistiki olarak anlamlı bir sonuca ulaşılamamıştır.

Gerek istihdam yaratmak gerekse üretim artışı sağlamak gibi birçok sosyo-ekonomik sorunun çözüm noktasında olan girişimciliğin önemi her geçen gün daha da artmaktadır. Girişimciliğin bu denli önem kazanması bireylerin kendilerini girişimci bir ruha sahip hissetmelerinin ve gelecekte kendi işlerini kurma niyetinde olmalarının da önemi artmıştır. Elbette ki, kendini girişimci hisseden herkesin, girişimcilik vasıfları taşıması ve gelecekte iş kurması söz konusu olamamaktadır, hatta iş kurma niyeti de gelecekte işin kurulması ve başarılı olunması için tek başına yeterli değildir. Ancak, ne kadar çok birey kendinde girişimcilik vasıflarını keşfederse, gelecekte iş kurma niyetinde olanların sayısının o kadar artacağı açıktır (İrmiş ve Barutçu, 2012, s. 21).

Klofsten'e göre (2000), bir üniversitenin girişimciliği harekete geçirmeye yönelik üç temel faaliyette bulunması gerekir. İlki üniversitede tam bir girişimcilik kültürü oluşturmak ve sürdürmektir. İkincisi öğrencilere girişimciliğin bir ders olarak verilmesidir. Üçüncüsü de kendi işini kurmak isteyen bireyler için özel eğitim programları teklif etmektir (Bozkurt ve Alparslan, 2013, s. 9).



Yapılan bu çalışma da göstermektedir ki girişimlik dersleri öğrencilerin girişimcilik eğilimlerinin arttırılmasına ve farkındalık sağlanmasına olumlu yönde etki yapmaktadır. Bu durumun teyidi noktasında farklı kurumlarda ve daha geniş platformlarda uygulamaların yapılması, tüm girişimcilik faktörlerinin dahil edilebileceği ölçümlenmelerin yapılması önem taşımaktadır. Böylece konuyla ilgili literatürün genişletilmesi, beraberinde girişimcilik eğitimlerinin nitelik ve nicelik bakımından geliştirilmesi ve iyileştirilmesine katkı sağlayacaktır.

Sonuç olarak ülkemizde girişimcilik kültürünün oluşturulmasına gelişmiş ülkelerde olduğu gibi alt kademe okullardan başlanmalı, yüksek öğrenim ve staj dönemlerinde devam edilmelidir. Girişimci adaylarının eğitim yolu ile uygun yeteneklere ve motivasyona sahip olmaları sağlanmalıdır. Girişimcilik, eğitim sistemi dahilinde geliştirilmeli ve girişimcilik eğitimi, hem potansiyel girişimciler, hem de mevcut girişimciler açısından düşünülmelidir. Girişimcilik eğitiminde, kadınlar, gençler, uzun süredir işsiz olanlar ve özürllüer öncelikli gruplar olmalıdır. Üniversiteler başta olmak üzere, mesleki eğitim kurumları ile işletmeler arasında girişimciliği teşvik edecek türden çalışmalar yapılması için işbirliğine gidilmelidir. Ülke olarak önemli kaynaklarımızı kendi bünyemizde toplayarak, globalleşen ekonomik koşulların zorlamasına karşı kendi girişimcilerimizi desteklemeli ve ulusal müteşebbis yetiştirme programlarını devlet desteği ile tekrar planlamamız gerekmektedir. Özellikle, eğitimin ilk aşaması olan ilk ve orta dereceli okulların eğitim programlarına öğrencilerin seviyelerine uygun girişimci yetiştirme programları konulmalıdır. Üniversitelerde ise girişimcilik dersinin sadece işletme programlarında değil, diğer bilim dallarında da bu dersin zorunlu olmasını sağlayacak şekilde koşullar getirilmeli, özellikle mühendislik bilimi ile ilgili bölümlerde ders programlarına bu dersin alınması konusunda çalışmalar yapılmalıdır. Bu eğitimlerin içeriği, öğrencilerin risk alma, yenilik yaratma gibi girişimci kişilerde olan araştırmalarla kanıtlanmış özelliklerini geliştirilebilecek şekilde düzenlenmelidir

([http://vizyon21yy.com/documan/Egitim\\_Ogretim/Onemli\\_Gunler\\_Kuruluslar/Girisimcilik\\_Haftasi/Turkiyede\\_Girisimcilik\\_Egitimi.pdf](http://vizyon21yy.com/documan/Egitim_Ogretim/Onemli_Gunler_Kuruluslar/Girisimcilik_Haftasi/Turkiyede_Girisimcilik_Egitimi.pdf)).

Öğrenciler ilgi alanlarına göre yapacakları projeler ile iş piyasasına yönlendirilmelidir. Girişimcilik derslerinin önemli bir bölümüne farklı sektörlerden başarılı girişimciler davet edilmelidir. Bu sayede sektörden uygulama örneklerinin aktarılması, başarılı girişim hikayelerinin aktarılması mümkün olacak, girişimcilikle ilgili farkındalığın oluşmasına katkı sağlayacaktır (Bozkurt ve Alparslan, 2013, s. 22).

Girişimcilik eğitimlerinin alan farkı gözetmeksizin tüm fakülte ve yüksekokul müfredatlarına konulması ve girişimcilik temelli eğitimin yaygınlaştırılması büyük önem taşımaktadır. Ayrıca KOSGEB, İŞKUR, Kalkınma Ajansları gibi kuruluşların fakülte ve yüksekokullarda girişimciliği teşvik edici eğitimler vermeleri, sunmuş oldukları desteklerden haberdar etmeleri vb. gibi çalışmaların, öğrencilerde girişimcilik kültürünün oluşmasında önemli bir katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

### Kaynakça

- Akpınar, S., (2011). Girişimciliğin Temel Kavramları, Umuttepe Yayınları, Kocaeli.
- Alpkan, L., Keskin, H., Zehir, C., (2002). “Girişimcilik Hisleriyle Girişimcilik Potansiyeli Arasındaki İlişki: Gebze ve Civarındaki Girişimciler Üzerine Bir Saha Araştırması”, 21.Yüzyılda KOBİ’ler Sempozyumu, Doğu Akdeniz Üniversitesi, Gazimagosa, Kıbrıs.
- Arıkan, S., (2004). Girişimcilik Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular, Siyasal Kitapevi, Ankara.
- Arslan, K., (2002). “Üniversiteli Gençlerde Mesleki Tercihler ve Girişimcilik Eğilimleri”, Doğu Üniversitesi Dergisi, Cilt:6/I-II.
- Avşar, M., (2007). “Yükseköğretimde Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimlerinin Araştırılması”, Çukurova Üniversitesinde Bir Uygulama, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.
- Atasoy, T., (2012). Kendinizin Patronu Olmak: Girişimcilik, Odtü Yayıncılık, Ankara.
- Aytaç, Ö., (2006). “Girişimcilik: Sosyo-Kültürel Bir Perspektif”, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı 15.
- Bozkurt, Ö., Alparslan A. M., (2013). “Girişimcilerde Bulunması Gereken Özellikler İle Girişimcilik Eğitimi: Girişimci ve Öğrenci Görüşleri”, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, Cilt 8.
- Bygrave W., Zacharakis, A., (2010). Entrepreneurship, Second Editon. USA: John Wiley&Son. Inc.
- Çetin, F., (2011). “Örgüt İçi Girişimcilikte Öz Yeterlilik Algısı ve Kontrol Odağının Rolü”, Business and Economics Research Journal, Vol. 2, No. 3, pp. 69-85.
- Gümüşoğlu, Ş., Karaöz, B., (2013). “Tarihsel Süreçte Girişimcilik: Muğla Örneği”, Uluslararası Girişimcilik ve Kariyer Sempozyumu Bildiriler Kitabı, 63-83.
- Güney, S., Nurmakhmatuly, A., (2007). “Kültürün Girişimciliğe Etkisi: Kazakistan ve Türkiye Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesine Yönelik Kültürlerarası Araştırma”, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 10, Sayı 18, 62-86.
- Gürol, M. A., (2006). Küresel Arena’da Girişimci ve Girişimcilik, Gazi Kitapevi, Ankara.
- Hisrich R, Peters M., (2002). Entrepreneurship, Eight Edition, McGraw Hill/Irwin, New York.
- Hofstede, G., (2010). Culturel and organizations: Software of the Mind, 3rd ed., Mcgraw-Hill Comp.
- İrmiş, A., Durak İ., Özdemir L., (2010). Girişimcilik Kültürü, Ekin Yayınevi, Bursa.
- İrmiş, A., Özdemir L., (2011). “Girişimcilik ve Yenilik İlişkisi”, Yönetim Bilimleri Dergisi, Cilt: 9/1, 139-161.

- İrmiş, A., Barutçu, E., (2012). “Öğrencilerin Kendilerini Girişimci Bir Kişiliğe Sahip Görmelerini ve İş Kurma Niyetlerini Etkileyen Faktörler: Bir Alan Araştırması”, Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt:26/2, 1-25.
- İşcan, Ö. F., Kaygın, E., (2011). “Üniversite Öğrencilerinin Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma”, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt: 15/2, 443-462.
- Kaya, A., (2007). Bilişim ve İletişim Işığında Girişimcilik ve KOBİ Yönetimi, Eğitim Kitapevi yayınları, Konya.
- Kayalar, M., Ömürbek N., (2007). “Girişimci Adayların Risk Almaya Yatkınlık Özelliğinin Cinsiyet Bağlamında İncelenmesi”, İktisadi İdari Bilimler Dergisi, Cilt: 21/ 1 186-200.
- Kuratko, D. F., Hodgetts, R. M., (2007). Entrepreneurship Theory, Process, Practice, Seventh Editon. Canada: Thomson South-Western.
- Küçük, O., (2013). Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Marangoz, M., (2012). Girişimcilik, Beta Basım Yayın, İstanbul.
- Mecek, M., (2013). “Kamu Kurumları ve Kamu İdarelerinin Tarihsel Süreç İçerisinde Girişimcilik Üzerine Etkileri”, Uluslararası Girişimcilik ve Kariyer Sempozyumu Bildiri Kitabı, 488-509.
- Müftüoğlu, T., (2001). Girişimcilik, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.
- Müftüoğlu, T., Ürper, Y., Başar, M., Tosunoğlu, B. T., (2004). Girişimcilik, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.
- Okutan, E., Balaban, Ö., (2013). “Kültürel Yapının Girişimcilik Eğilimine Etkisi”, Uluslararası Girişimcilik ve Kariyer Sempozyumu Bildiri Kitabı, 13-27.
- Özdemir, A., (2013). Yönetim Bilişim Sistemlerinde İleri Araştırma Yöntemleri ve Uygulamaları, Beta Yayınları, İstanbul.
- Özden, K., Temurlenk, S., Başar, S., (2009). “Girişimcilik Eğilimi: Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi ve Atatürk Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma”, FBE Journal, Volume 10/11 Fall 2008-2009.
- Özgür, A. Ö., (2013). “Üniversite Öğrencilerinin Girişimci Kariyer Değeri ve Girişimcilik Eğilimlerinin Belirlenmesine Yönelik Araştırma”, Uluslararası Girişimcilik ve Kariyer Sempozyumu Bildiri Kitabı, 85-108.
- Patır, S., Karahan, M., (2010). “Girişimcilik Eğitimi ve Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Profillerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Alan Araştırması”, İşletme ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, Cilt:1/2, 27-44.
- Roolah, T., (2006). "The Company's Involvement in International Networks as an Entrepreneurial Decision", Baltic Journal of Management, Vol. 1, No. 1, 102-115.
- Soyly, A., (2011). Türkiye’de Kamu Destekli Girişimcilik, Gazi Kitapevi, Ankara.
- Şahbaz A., Şahbaz Ü., (2013). “İnovasyon ve Girişimcilik”, Uluslararası Girişimcilik ve Kariyer Sempozyumu Bildiriler Kitabı, 109-127.

Tikici, M., Aksoy, A., (2009). Girişimcilik ve Küçük İşletmeler, Nobel Yayınevi, Ankara.

Top, S., (2006). Girişimcilik Keşif Süreci, Beta Yayınları, İstanbul.

Tutar, H., Altınkaynak, F., (2013). Girişimcilik, Detay Yayıncılık, Ankara.

Yurtseven, H. R., (2007). Girişimcilik, Detay Yayıncılık, Ankara.

[http://vizyon21yy.com/documan/Egitim\\_Ogretim/Onemli\\_Gunler\\_Kuruluslar/Girisimcilik\\_Haftasi/Turkiyede\\_Girisimcilik\\_Egitimi.pdf](http://vizyon21yy.com/documan/Egitim_Ogretim/Onemli_Gunler_Kuruluslar/Girisimcilik_Haftasi/Turkiyede_Girisimcilik_Egitimi.pdf)

## **A Research On Determining The Effects of Entrepreneurship Tendencies of The Students Getting The Entrepreneurship Education: Sample of Honaz Vocational School At Pamukkale University**

**Ali SOYLU**

Pamukkale University,  
Faculty of Communication,  
Denizli, Turkey  
[asoylu@pau.edu.tr](mailto:asoylu@pau.edu.tr)

**Dilek ŞENEL**

Pamukkale University,  
Honaz Vocational School,  
Denizli, Turkey  
[dsenel@pau.edu.tr](mailto:dsenel@pau.edu.tr)

**Veli Rıza KALFA**

Pamukkale University,  
Honaz Vocational School,  
Denizli, Turkey  
[vrkalfa@pau.edu.tr](mailto:vrkalfa@pau.edu.tr)

**M. Levent KOCAALAN**

Pamukkale University,  
Honaz Vocational School,  
Denizli, Turkey  
[mlkocaalan@pau.edu.tr](mailto:mlkocaalan@pau.edu.tr)

### **Extensive Summary**

#### **1. Introduction**

Entrepreneurship contributes to the vision of the country in many aspects not only helping decrease the effects of unemployment, create new jobs, supply production increase to solve socio-economical problems of developing countries, but also adding to the vision of the country regarding the international platform. One of the foundations adding to the vision of the country is the university. Thus, it is very important to see and lead the university students as potential entrepreneurs in terms of vision and problems of the country.

In the period of developing into information society from industry society, intense competition because of the need to bring that era , technological developments , changes and transformations forces the societies to use the limited resources at their disposal more efficiently and effectively. This obligation makes the entrepreneurs who needs to offer different, innovative goods and / or services go into a fast cycle bringing the factors of production for profit together. The facilities of the entrepreneurs becomes a factor in increasing the Gross national product of the countries in the informal (GDP) growth by providing the rise of production in general ; moreover, it is very important regarding the economies of the countries as they serve as a solution for unemployment by providing recruitment. Therefore, in many countries it is rapidly increasing importance of the entrepreneurship. Recently, the universities have been adding courses to the curriculum for entrepreneurship education as an indicator of giving importance and trying to develop the vision and mission of becoming" Entrepreneurial University ".

It is very important to look upon each student who steps into college as a candidate of entrepreneurs so that they can be aware of the potential problems that can equip them in the environment they live with the opportunity to convert knowledge and skills in addition to ensuring their growth encouraging creativity (Arslan, 2002, p. 3).

In the studies by Schumpeter, entrepreneurship has been tried to be explained as, innovation and technological inventions and subjects such as new products, new services, new processes, new sources of supply and the creation of new resources to create new markets have been given importance (Müftüoğlu vd., 2004, p. 4).

The factors effecting the emergence of entrepreneurship has been a subject of discussion recently. While some of the scholars focus on environmental factors such as family, education, culture and government, other focus on personality factors. Moreover, there are the ones who declare all the factors have an each role. The features of entrepreneurship also define that entrepreneurs have different features and capabilities compared to the ordinary ones (Soylu, 2011, p. 11). In the literature, it is repeated that entrepreneurs have common features in terms of their tolerance to the uncertainty, internal focus of control having high potential of risk taking with desire to succeed and independent work, successful in communication with others, having an innovative and over creative personality. Focusing on all the headlines, a field study has been conducted with the students taking entrepreneurship classes at Honaz Vocational College in Pamukkale University. Analyses have been made statistically regarding the entrepreneur personality features in order to analyse the tolerance of the students for uncertainty, taking risk, innovation, creativity, independence, the need for success, human relations internal control focus. As a result of the study the level of entrepreneurial training on the students' entrepreneurial orientation has been tried to be determined.

## **2. The Purpose and Scope of The Study**

The main aim of the study is to define the effects of entrepreneurship classes on the tendency of the students about entrepreneurship. The data of the study has been gained as primary data collected from the students attending Honaz Vocational School at Pamukkale University in the period of 2014-2015 education academic year by using survey. The survey was conducted in March 2015. The entrepreneurship course at Pamukkale University Honaz Vocational School has a total of 2230 students in five sections. 594 of them has been reached and the surveys have been analysed. This number constitutes 27% of the research universe. While determining the tendencies, the scale of Avsar (2007), "Investigation of Students Entrepreneurship in Higher Education Trends, Cukurova University Application", has been employed. The survey has two sections. The first section includes entrepreneurial characteristics and entrepreneurial trends, and the second section includes demographic features. The Evaluations were made according to the Likert scale 5. (Disagree 1, Less Agree 2, Moderately Agree 3 Agree advanced level 4, Agree on Maximum Level 5). The obtained data were analyzed using SPSS program. The reliability analysis has been conducted at the beginning of the study first. From the Question groups the questions have been chosen where Cronbach's alpha coefficient values are consistent (high value area from 0.60) such as Innovation, Success Needs, Communication and Creativity groups, On the other hand, some of the question groups were excluded from the analysis part such as .Uncertainty Tolerance, Independence Needs, Internal Control and Risk Taking the focus groups because the value of Cronbach's alpha coefficient is lower than 0.60.

## **3. Method**

### **3.1. Performing Normality Test**

The basic criteria in determining the statistical techniques to be used in the study is to decide on whether non-parametric analysis or parametric testing will be used. In order to use the parametric tests it must be tested to understand whether they provide some certain assumptions. One of the assumptions is normal scatter assumption. "Data are normally distributed" must be established in the form of acceptance of the hypothesis  $H_0$  for the implementation of Parametric tests. In case of not accepting the hypothesis, data needs to be applied the with the non-parametric test instead of parametric tests. One sample data Kolmogorov- Smirnov test was used to test the normality of the study.

When the test results have been analysed it is concluded that the p-value of as the questions in D, E, F, H group has been found as 0.000, as "The data are normally distributed" in the form of the established hypothesis  $H_0$  0.05 get a lower value than the calculated p-value ( $p = 0.000 < 0.05$ ) significance level and it hasn't been accepted, therefore the data should be applied to non-parametric tests.

### 3.2. Statistical Methods and Obtained Results

In this study, Kruskal-Wallis test statistic is used as one of the most widely applied non-parametric tests in order to determine whether there is a significant difference between variables.

4 Kruskal-Wallis test statistic with the following four hypotheses were tested.

$H_1$ : There is a significant correlation between whether to take entrepreneurship courses and creativity.

$H_2$ : There is a significant difference between taking entrepreneurship courses and innovation.

$H_3$ : There is a significant correlation between whether to take entrepreneurship courses and human relations.

$H_4$ : There is a significant correlation between whether to take entrepreneurship courses and the need for being successful.

Here are test results obtained from Kruskal Wallis statistics,

When the order averages calculated for creativity have been analysed, it is seen that the students taking entrepreneurship classes are more creative than the students who don't take these classes; namely, getting entrepreneurship courses is seen as an effective factor in terms of the students' being creative. The results show that the order average of the students' creativity taking entrepreneurship classes (324,83), is higher than the order average of the students' creativity not taking entrepreneurship classes (278,88). Moreover, there is a statistical significant difference 0,05 ( $p = 0,029 < 0,05$ ), ( $\chi^2_H = 7,053 > \chi^2_T = 5,99$ ) between the average order of the students' creativity depending on whether taking entrepreneurship classes or not.

When the estimated average order for innovative dimension has been analysed it is clearly observed that that the students taking entrepreneurship classes have more innovative ideas than the students who don't take these classes. Moreover, the results show that the average order for innovation regarding the students taking entrepreneurship courses (333,45) are more than the average order for innovation regarding the students taking entrepreneurship courses (279,02). When the values of p

and chi-square have been analysed there is a statistical significant difference 0,01 ( $p = 0,008 < 0,01$ ), ( $\chi^2_H = 9,751 > \chi^2_T = 5,99$ ) between the average order of the students' innovation depending on whether taking entrepreneurship classes or not.

When the estimated average order for human relations dimension has been analysed the average order taking entrepreneurship classes have a higher value (307,76) than the average order of the students not taking entrepreneurship classes (290,33). It means that the course of entrepreneurship is a significant factor for communication. On the other hand, when the values of p and chi-square have been analysed there is not a statistical significant difference ( $p = 0,600 > 0,05$ ), ( $\chi^2_H = 1,021 < \chi^2_T = 5,99$ )s between the average orders.

When the estimated average order for need for success dimension has been analysed the average order taking entrepreneurship classes have a higher value (317,00) than the average order of the students not taking entrepreneurship classes (281,30). The results show that entrepreneur classes have an effect on the students' motivation regarding the need for success. When the values of p and chi-square have been analysed there is not a statistical significant difference ( $p = 0,100 > 0,05$ ), ( $\chi^2_H = 4,605 < \chi^2_T = 5,99$ ) between the average orders.

#### 4. Results and Suggestions

This study has been conducted in order to determine the effect on entrepreneurial orientation and entrepreneurship training. An application including the students at Honaz Vocational School in Pamukkale University has been conducted. Kruskal-Wallis test as one of the most commonly used nonparametric tests has been applied on data obtained from the survey.

The results obtained from the test statistics are summarized below.

When the creativity of the students have been analysed comparing the students taking entrepreneurship course with the ones who don't take it, it is concluded that the students taking entrepreneurship courses have more creative ideas than those who don't take it.

Similarly, when the innovative ideas of the students have been analysed comparing the students taking entrepreneurship course with the ones who don't take it, it is concluded that the students taking entrepreneurship courses have more innovative ideas than those who don't take it.

Moreover, the dimensions of human relations and need for success have been handled comparing the students taking entrepreneurship course with the ones who don't take it, It hasn't had a significant result statistically although the students taking the course have an awareness.

Students should be directed to the labor market according to their interests and projects. Successful entrepreneurs from different sectors should be invited to an important part of the course. Sector practice, businessmen and sample stories can be inserted into the scope of entrepreneurship courses for the interaction with students (Bozkurt and Alparslan, 2013, s. 22).



Regardless of the field of entrepreneurship, education for all faculties and schools should be put in practice and of entrepreneurship -based curriculum should be promoted which is of great importance. Moreover, KOSGEB, TEO, development agencies and so on. Should provide training for organizations promoting entrepreneurship in schools and colleges and notify the support and incentives as it is considered that students will make a significant contribution in the development of the entrepreneurial culture.

This study shows that the tendency of the students taking the entrepreneurship should be increased as it has a positive effect on awareness of the students. In order to confirm this situation, more applications should be performed in different foundations and more developed platforms, and it is important that the measurements which all the factors of entrepreneurship could be included must be done. Thus, the literature should be enlarged in this subject and the training of entrepreneurship should be developed in terms of quality and quantity in order to make better contributions.