

## Girişimcilik Eğitiminin Gençlerin Girişimcilik Motivasyonlarının Gelişimindeki Rolü

Mutlu UYGUN\*

Ebru GÜNER\*\*

Sinan METE\*\*\*

### ÖZ

*Bu araştırmanın temel amacı, bir üniversitede okuyan genç girişimci adayların eğitim öncesi durumları da dikkate alınarak, aldıkları girişimcilik eğitimi ile girişimcilik motivasyonları arasındaki ilişkileri incelemektir. Nicel yaklaşımla yürütülen araştırmada, "ön-deneysel" araştırma deseninin "tek gruplu ön-test son-test" türünden yararlanılmıştır. Araştırmada, Aksaray Üniversitesi'nde girişimcilik dersi alan öğrencilerden kolayda örnekleme ile eğitim öncesi ve sonrası bir anketle veri toplanmıştır. Toplanan 1340 kullanılabilir katılımcı verisi, faktör analizi, ilişkili örneklem t-testi ve ANCOVA (kovaryans analizi) ile analiz edilmiştir. Sonuçlar, üniversitede okuyan genç girişimci adaylarından oluşan katılımcıların girişimcilik motivasyonlarının duygusal ve akılcı olmak üzere iki alt boyutta toplandığını ve alınan girişimcilik eğitimi ile girişimcilik motivasyonunun her iki alt boyutu arasında da istatistiksel olarak anlamlı ilişkiler olduğunu ortaya koymuştur. Buna göre, alınan girişimcilik eğitimi sonrasında katılımcıların girişimciliğe yönelik akılcı motivasyonlarının ortalama puanlarının daha çok olumlu yönde bir değişim ve gelişim gösterdiği; buna karşın duygusal motivasyonlara yönelik ortalama puanlarında, görece olumsuz yönde bir değişim ya da düşüş gerçekleştiği tespit edilmiştir. Çalışmada, ayrıca daha önce bir işte çalışmış olanların çalışmayanlara, babası özel sektörde ve kendi işinde çalışanların ise babası kamu sektöründe memur ya da işçi olanlara kıyasla alınan girişimcilik eğitimi sonrasında eğitim öncesine göre her iki motivasyon boyutuna yönelik ortalama puanlarında olumlu değişimler ya da gelişimler yaşandığı da belirlenmiştir. Bu sonuçların, gençlerin girişimcilik motivasyonlarının gelişimi açısından girişimcilik eğitiminin ve eğitim türünün önemini ortaya koyabilme yönüyle dikkate değer olduğu düşünülmektedir.*

**Anahtar Kelimeler:** Girişimcilik Eğitimi, Girişimcilik Motivasyonu, Girişimcilik

**JEL Sınıflandırması:** L26, M13, I00

## The Role of Entrepreneurship Education in the Improvement of Entrepreneurship Motivations of Young People

### ABSTRACT

*The main aim of this study is to examine the relationships between entrepreneurship motivations and entrepreneurship education by taking into consideration the pre-education situations of the young entrepreneur candidates who are studying at a university. In the research conducted with a quantitative approach, the one-group "pre-test post-test" type of the "pre-experimental" research design was utilized. In the study, data were collected by a questionnaire before and after the education according to convenience sampling from students taking entrepreneurship education at Aksaray University. The collected 1340 paired utilizable participant data were analyzed by factor analysis, paired sample t-test and one-way ANCOVA (analysis of covariance) techniques. The results revealed that the entrepreneurship motivations of the young participants studying at the university were gathered in two sub-dimensions as emotional and rational motivation and, that there was a*

\* Dr. Öğr. Üyesi, Aksaray Üniversitesi İİBF, İşletme Bölümü, mutluuygun@gmail.com

\*\* Arş. Gör., Aksaray Üniversitesi İİBF, İşletme Bölümü, ebruguner1981@gmail.com

\*\*\* Dr. Öğr. Üyesi, Aksaray Üniversitesi İİBF, İşletme Bölümü, sinanmete@hotmail.com

*statistically significant relationships between entrepreneurship education and these two sub-dimensions of entrepreneurship motivation. Accordingly, it was determined that the average scores of the rational entrepreneurship motivations of the participants after entrepreneurship education showed a more positive change and improvement; However, it was found that there was a relative negative change or decrease in the average scores of emotional entrepreneurship motivations after the entrepreneurship education. In the study also after the entrepreneurship education, it was determined that there were positive changes or improvements in the average scores of both motivational dimensions of the employees who had previously worked in a job compared to those who did not work and, that there were positive changes or improvements in the average scores of both motivational dimensions of his / her father employees in the private sector and in his own business compared to those of his / her father employees in the public sector. The results are thought to include remarkable clues in terms to reveal the importance of entrepreneurship education and types of entrepreneurship education for entrepreneurship motivations of young people.*

**Keywords:** Entrepreneurship Education, Entrepreneurship Motivation, Entrepreneurship  
**JEL Classification:** L26, M13, I00

## GİRİŞ

İşletmecilik içeriğinin yanında, toplumsal hayatta çeşitli rolleri olan ve çok boyutlu bir nitelik taşıyan girişimcilik, son yıllarda psikolojik bakış açısıyla da ele alınmaya başlamıştır. Girişimciliğin kişisel önemsenme, sosyal kabul görme, başarı ve bağımsızlık başta olmak üzere çeşitli motivasyonlardan etkilendiği ve bu motivasyonların da bireyleri girişimci olmaya yönlendirebildiği tartışmasını merkeze alan psikolojik kuramlarda; kâr dışı motivasyonlara yapılan vurgularla, girişimciliği ve girişimci bireyi daha iyi anlamaya önemli katkılar sağlanmaktadır.

Alanyazın incelendiğinde; konu ile ilgili çalışan bazı araştırmacıların da (Carsrud ve Brannback, 2011; Edelman vd., 2010; Shane vd., 2003) dikkat çektiği gibi, son yıllara kadar girişimci olma açısından bireyin öznel varlığının rolünün nispeten göz ardı edilmiş olduğu, motivasyonların rolünün yeterince incelenmediği göze çarpmaktadır. Bireyler, motivasyonları yönünde hareket etmekte ve bu motivasyonlar bireylere göre farklılaşmaktadır. Dolayısıyla yeni bir girişimde, girişimci motivasyonları da önemli bir belirleyici olabilmektedir (Carsrud ve Brannback, 2011: 9; Dracke, 2014: 40). Bazı araştırmacılar (Pinillos, 2011; Shane vd., 2003) bireyin eyleminin büyük ölçüde motivasyonunun bir sonucu olduğuna, bu yüzden girişimci süreçteki rolünün mutlaka anlaşılması gerektiğine vurgu yapmaktadırlar.

Alanyazında bir yandan girişimciliği belirleyen faktörler üzerinde durulurken; bir yandan da bu faktörleri teşvik etme ve hız kazandırmada girişimcilik eğitiminin rolü yoğun biçimde tartışılmaya başlanmıştır. Bu tartışmanın odağında, girişimcilik eğitimi ile girişimciliğin çeşitli yönleriyle öğretilebileceği görüşü yer almaktadır. Kuratko'ya göre (2003: 11), girişimcilik ya da onun belli yönlerinin öğrenilebileceği giderek daha da netleşmektedir. Dolayısıyla girişimcilik eğitimi, girişimciliğe yönelik farkındalığı ve yeni girişimlerin ortaya çıkışını teşvik eden önemli bir etken olarak değerlendirilmektedir (Durrant, 2014: 4).

Korkmaz'a göre (2012) girişimcilik eğitimi, özellikle genç girişimci adayların girişimciliğe karşı tutum ve davranışlarının oluşmasındaki en önemli

faktörlerden biri kabul edilebilir. Eğilimler, tutumlar tarafından belirlenmekte, tutumlar da motivasyonlar ve durumsal değişkenler gibi unsurlardan etkilenmektedir (Soutaris vd., 2007: 568). Motivasyonlar tutumları etkilediğinden, bunların eğilimleri de etkileme olasılığının yüksek olabileceği varsayılabilir. Dolayısıyla ekonomik, sosyo-kültürel, psikolojik ve kişilik özelliklerinin birleşimiyle şekillenen girişimcilik, yüksek girişimcilik motivasyonuna ve ruhuna sahip olma ile de yakından ilişkilidir. Eğer girişimcilik öğrenilebiliyorsa, aynı zamanda bireysel düzeyde girişimci düşünceyi ve davranışı geliştirmek de olanaklı olabilir (Reimers-Hild, 2005: 24). Cruz ve meslektaşları (2009) girişimcilik eğitiminin girişimciliğin peşinden gitme kararını etkileyebildiğini ve bir girişimcinin yaptığı işte başarılı olma şansını artırdığını tartışmaktadırlar. Hansemark (1998: 34) ise, başarı ihtiyacı ve öz-kontrol algısı sosyal olarak öğrenilebildiğinden, girişimcilik eğitim programlarında bu motivasyonların da dikkate alınması gerektiğini dile getirmektedir. Buna bağlı olarak girişimcilik motivasyonlarının girişimcilik eğitiminden etkilenebileceği söylenebilir. Ancak, alanyazında girişimcilik motivasyonlarını ve bu motivasyonların girişimcilik eğitimi ile ilişkisini inceleyen özellikle Türkiye’de neredeyse yok denecek kadar az çalışma yapılmış olduğu ve bu yönde bir araştırma ihtiyacının varlığı dikkat çekmektedir. Buna dayalı olarak bu çalışmanın temel problemi, “genç girişimci adayların aldıkları girişimcilik eğitimleri ile girişimcilik motivasyonları arasındaki ilişkileri, başka bir deyişle alınan girişimcilik eğitiminin girişimcilik motivasyonlarının gelişimindeki rolünü belirlemektir”. Bu problem çerçevesinde çalışmada, bir üniversitenin farklı fakülte, bölüm ve programlarında okuyan genç girişimci adayların aldıkları girişimcilik eğitime bağlı olarak girişimcilik motivasyonlarındaki değişimleri, kişisel ve demografik özellikleri de dikkate alarak incelemek amaçlanmıştır.

## **I. GİRİŞİMCİLİK MOTİVASYONU**

Girişimcilik motivasyonu; girişimci çabayla ilişkili olup, bir bireyi nihai bir amaç olarak girişimciliğe çeken içsel gücü temsil etmektedir (Dej, 2008: 82). Bu anlamda motivasyon, bir girişimcinin ya da girişimci adayının tüm eylemlerinin önemli bir belirleyicisi (Krishna, 2013: 1) olabilmektedir. Shane ve meslektaşları (2003), girişimci süreçteki karar alımlarını etkileyen amaçlar ve sahip olunan becerilere de bağlı olarak girişimci sürecin bir bireyin motivasyonundan etkilediğini belirtmektedirler. Naffziger ve meslektaşları (1994: 30) bireylerin niçin kendi işlerini kurdukları ve kendi işlerini kurmayanlardan nasıl farklılaştıkları sorularına yanıt sağlayabilmede, girişimcilik motivasyonlarını anlamının yararlı olabileceğini ifade etmektedirler. Dolayısıyla son yıllarda konu ile ilgili çalışan araştırmacılar (Carsrud, ve Brannback, 2011; Dracke, 2014; Edelman vd., 2010; Zimmerman ve Chu, 2013) girişimciliği tam olarak anlayabilmek ve teşvik edebilmek için bireyleri girişimciliğe yönlendiren motivasyonların girişimci süreçte önemli bir faktör olduğunun göz ardı edilmemesi gerektiğine daha sık dikkat çekmektedirler.

Motivasyon; ne tür kararlar aldığımızı, niçin bu kararları aldığımızı, bu yönde nasıl sıkı çalıştığımızı ve niçin bireylerin aynı uyarıcıya farklı tepkiler

verdiklerini açıklayan (Dracke, 2014: 24) önemli değişkenlerden biri olduğundan, girişimci olma kararları açısından da yürütülecek bu yöndeki çalışmaların önemli olduğu söylenebilir. Dolayısıyla bireyleri girişimciliğe yönelten motivasyonların daha iyi anlaşılmasının, yeni girişimler yaratma açısından katkı sağlayabileceği (Pinillos, 2011: 285; Zimmerman ve Chu, 2013: 77-78) düşünülmektedir.

Alanyazında önceden yapılmış olan bazı araştırmalardan elde edilen bulgular (Aligba, 2013; Astebro ve Chen, 2014; Bajaj, 2014; Kalyani ve Kumar, 2011; Kane, 2015; Lofstrom vd., 2014; Stephan vd., 2015) bireylerin bir kariyer tercihi olarak girişimciliği seçmelerinde bağımsızlık, karşılaşılan fırsatlar, kendi becerilerinden yararlanma arzusu, yaratıcılık ve yenilikçilik yönelimi, özgürlük, kendi işinin patronu olma, diğer insanlar tarafından tanınma, kabul görme ve takdir edilme (saygı görme), kendini gerçekleştirme, girişimci amaçları başarma ve rekabet ihtiyacı, macera arayışı, finansal teşvikler, daha fazla kazanma arzusu ve finansal başarı kazanma, topluma faydalı olma ve sosyal duyarlılık yönelimi ve çeşitli olumsuzluklar ya da alternatifsizlikten ortaya çıkan zorunluluk algısı gibi motivasyonların söz konusu olduğuna işaret etmektedir. Bu anlamda çalışmalarda, bu girişimcilik motivasyonlarının sıklıkla benzer olarak “itme ve çekme faktörleri” (Astebro ve Chen, 2014; Kane, 2015; Lofstrom vd., 2014), “iç ve dış kaynaklı motivasyonlar” (Carsrud ve Brannback, 2011; Dracke, 2014; Zimmerman ve Chu, 2013), yer yer de girişimciler sınıflandırılarak “proaktif ve reaktif girişimciler” (Bajaj, 2014) ya da “zorunluluk ve fırsat yönlü girişimciler” (Malebana, 2014; Stephan vd., 2015) ayrımına gidilerek sınıflandırıldığı göze çarpmaktadır. Dolayısıyla bu çalışmada yanıt aranan araştırma sorularından (AS) ilki aşağıdaki biçimde ifade edilebilir:

*AS<sub>1</sub>: Üniversite öğrencilerinden oluşan genç girişimci adayların girişimcilik motivasyonları hangi alt boyutlardan oluşmaktadır?*

## **II. GİRİŞİMCİLİK EĞİTİMİ VE GİRİŞİMCİLİK MOTİVASYONU İLE İLİŞKİSİ**

Genel anlamda yeni bir iş ya da işletme kurmaya ilişkin verilen eğitim olarak ele alınan (Linan vd., 2008: 46) girişimcilik eğitimi; girişimci adaylarına bir iş kurma ve işte başarı şanslarını artırmaya yönelik bilgi, beceri, tutum (Kalyani ve Kumar, 2011; Urbano ve Guerrero, 2013) ve motivasyon (Curry, 2012) kazandırma faaliyeti olarak görülebilir. Hansemark (1998: 32), geleneksel eğitimin bilgi ve becerideki bir dönüşümle belirlendiğini, buna karşın girişimcilik eğitiminde tutumları ve motivasyonları da değiştirmenin amaçlandığını belirtmektedir. Bu yüzden girişimcilik eğitimi, girişimcilik bilgi ve becerilerinin yanı sıra, bireylerin gerçek anlamda çekici bir alternatif olarak girişimciliği düşünmelerine katkı sağlayan belli inançların, değerlerin ve tutumların; başka bir deyişle, belli psikolojik özelliklerin de geliştirilmesi ile ilgilidir. Girişimcilik eğitimi ile bir bireye yaşamındaki fırsatların farkına varma, yeni fikirler öğrenerek ve ihtiyaç duyulan kaynakları bularak fırsatların peşinden gitme, yeni bir iş kurma ve işletme, yaratıcı ve eleştirel düşünme yeteneği gibi öz bilgiler kazandırılabilir (Raposo ve Paço, 2011: 454). Dolayısıyla, girişimcilik eğitimi açısından;

“farkındalık kazandırma eğitimi, işe başlama ya da iş kurma eğitimi, mevcut girişimciler için sürekli eğitim ve girişimci dinamizmine yönelik eğitim” olmak üzere girişimcilik sürecinin her aşamasında farklı bir role sahip dört temel eğitim kategorisinden bahsedilebilir. Girişimciliğe yönelik farkındalık eğitiminde, girişimciliği geçerli ve akılcı bir seçenek olarak dikkate alarak önemseyen birey sayısını artırmak; işe başlama ya da iş kurma eğitiminde ise, pratik yönlerle odaklanılarak küçük işletmelerin faaliyete geçişi ile ilgili tüm hazırlıkları içeren bilgi ve becerileri kazandırmak amaçlanmaktadır. Buna karşın, mevcut girişimciler için sağlanan sürekli ve dinamizm kazandırma eğitimleri ise, farklı büyüklükteki işletme sahiplerinin mevcut yeteneklerini ve işletme faaliyetlerine dinamizm kazandıracak davranışlarını geliştirebilmek için yürütülen özel yetişkin eğitim türüne karşılık gelmektedir (Guzman ve Linan, 2005: 7; Linan vd., 2008: 49). Girişimci sayısını artırmayı stratejik bir amaç olarak benimseyen Türkiye ve benzeri ülkeler için farkındalık kazandırma eğitimleri öne çıkmakta, girişimcilik eğitiminin içeriğinin iş kurma öncesi, iş kurma aşaması ve sonrası aşamalar dikkate alınarak tasarlanması büyük önem taşımaktadır (Uygun ve Güner, 2016: 737).

Alanyazında girişimcilik eğitiminin girişimcilik motivasyonu ile ilişkisini incelemeye yönelik yapılan az sayıda araştırma (Farhanguehr vd., 2016; Jones vd., 2011; Solesvik, 2013), girişimcilik eğitimi alan üniversite öğrencilerinin kendi işlerini kurmak için daha yüksek bir girişimcilik motivasyonuna sahip olduklarına, başka bir deyişle girişimcilik eğitiminin üniversite öğrencilerinin girişimci olma motivasyonunu geliştirdiğine işaret eden sonuçlar içermektedir. Buna dayalı olarak çalışmada irdelenen bir diğer araştırma sorusu da aşağıdaki gibidir:

**AS<sub>2</sub>:** *Üniversite öğrencilerinden oluşan genç girişimci adayların aldıkları girişimcilik eğitimi ile girişimcilik motivasyonları arasında bir ilişki var mıdır?*

Girişimcilik motivasyonu, aynı zamanda girişimci adayın bazı kişisel ve demografik özelliklerine bağlı olarak da farklılaşabilmektedir. Konuya ilişkin alanyazında yapılan bazı çalışmalar girişimcilik motivasyonlarının cinsiyet (Bastian ve Zali, 2016; Sandybayev, 2017; Shiri vd., 2013), yaş (Ramaswamy, 2013), daha önce bir işte çalışıp-çalışmama (girişimcilik deneyimi) (Barba-Sanchez ve Atienza-Sahuquillo, 2017), aile özellikleri (anne-baba mesleği, eğitim düzeyi gibi) ve aile ya da yakınlarından kendi işini yapan birinin olup-olmaması (rol modeli) (Ramaswamy, 2013; Shiri vd., 2013) gibi özelliklere bağlı olarak farklılaştığına işaret etmektedir. Buna göre, bu kişisel özelliklerin girişimcilik eğitimi ile ilişkili olarak ele alınan girişimcilik motivasyonları açısından da belirleyici olabileceği beklenebilir:

**AS<sub>3</sub>:** *Katılımcıların eğitim öncesindeki girişimcilik motivasyon puanları kontrol edildiğinde, demografik ve kişisel özelliklere göre eğitim sonrasındaki girişimcilik motivasyon puanları farklılaşmakta mıdır?*

### **III. YÖNTEM**

Nicel yaklaşımın esas alındığı çalışmada, değişkenleri inceleme biçimine göre “ilişkisel araştırma” türünden ve ön-deneyisel araştırma deseninin “tek gruplu ön-test son-test” türünden yararlanılmıştır. Tek gruplu öntest-sontest tasarımında; tek bir gruba uygulama öncesi bir ön-test, sonra bir uygulama ve ardından bir son-

test yapılmakta (Neuman, 2007: 208) ve uygulamanın etkileri değerlendirilmektedir. Yöntemle ilgili diğer ayrıntılar, alt başlıklarda sunulmuştur.

### A. Evren, Örneklem ve Veri Toplama Süreci

Çalışmanın evrenini, Aksaray Üniversitesi'nde farklı fakülte, yüksekokul, meslek yüksekokulu bölüm ve programlarında okuyan ve girişimcilik dersi alan öğrenciler oluşturmaktadır. Aksaray Üniversitesi'nde, 2012-2013 eğitim-öğretim yılı itibarıyla girişimcilik dersi üniversite genelinde zorunlu ders kapsamına alınarak, tüm okulların eğitim müfredatlarında bu derse yer vermeye başlanmıştır.

Aksaray Üniversite'sinde okuyan gençler, geleceğin girişimci adayları olarak girişimcilik konusunda anahtar bireyler olmaları, sosyal yapı içerisinde girişimcilik eğitimine ilişkin hazır bir grubu temsil etmeleri nedeniyle tercih edilmiştir. Araştırmada, gönüllülük esasına göre güz ve bahar eğitim-öğretim dönemlerinde girişimcilik dersi alan katılımcılardan kolayda örnekleme ile planlanan haftalarda derste o an sınıfta olan 2360 katılımcıdan veri toplanmış; ancak, ön ve son verisi eşleşen 1340 kullanılabilir katılımcı verisi analizlere esas teşkil etmiştir. Katılımcılara verilen girişimcilik dersi, KOSGEB tarafından kapsamı belirlenen Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi çerçevesinde 14 hafta olarak yürütülmüştür. Kişisel katılımcı özellikleri, Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1. Kişisel Katılımcı Özellikleri

ÖZELLİKLER (N=1340)		%	ÖZELLİKLER (N=1340)		%
Cinsiyet	Erkek	46,3	Yaş	20 yaş altı	10,2
	Kadın	53,7		20 ile 24 arası	75,8
				25 ile 29 arası	5,1
				30 yaş ve üzeri	8,9
Anne Meslek	Kamuda Memur/İşçi	2,7	Baba Meslek	Kamuda Memur/İşçi	22,2
	Özel sektör çalışanı	3,3		Özel sektör çalışanı	16,2
	Kendi işinde çalışan	1,5		Kendi işinde çalışan	25,4
	Ev Hanımı	92,5		Emekli / İşsiz	36,2
Anne Eğitim Durumu	İlköğretim	85,8	Baba Eğitim Durumu	İlköğretim	66,3
	Lise	11,5		Lise	23,3
	Üniversite	2,6		Üniversite	10,4
Okuduğu Okul	Fakülte	45,8	Büyüdüğü Yer	Köy ya da belde	17,6
	Yüksekokul	7,5		İlçe merkezi	23,0
	MYO	46,7		Orta büyük. il merkezi	22,9
				Büyükşehir veya ilçesi	36,4
Çalışma Deneyimi	Var	79,8	Ailede Girişimci Olma Durumu	Evet	38,4
	Yok	20,2		Hayır	61,6
Sosyal Kulüp Üyeliği	Evet	18,7	Önceden Girişimcilik Dersi Alma	Evet	21,9
	Hayır	81,3		Hayır	78,1

### B. Veri Toplama Aracı ve Veri Analizi

Araştırmada, ilgili alanyazında belli amaçlarla geliştirilmiş, güvenilirlik ve geçerliği sınanmış "girişimcilik motivasyonu" ölçeğinden ve tam yapılandırılmış sorulardan oluşturulan bir anketle veri toplanmıştır. Veri toplama aracına son şeklinin verilmesi ve içerik geçerliğinin değerlendirilmesi amacıyla konu ile ilgili çalışan 2 farklı araştırmacıdan da görüş alınmıştır. Anketin ilk bölümünde, kişisel katılımcı bilgilerine ve konuya ilişkin kişisel özgeçmiş özelliklerine; ikinci bölümünde ise, "girişimcilik motivasyonu ölçeğine" (Benzing vd., 2009; Stefanovic vd., 2010; Malebana, 2014) yer verilmiştir. Girişimcilik motivasyonu

ölçeği, orta noktası nötr olan beşli Likert tipi ölçeğe uygun düzenlenmiş ve 16 madde ile temsil edilmiştir.

Veriler, SPSS istatistik paket yazılım programının 20.sürümüyle analiz edilmiştir. Ölçekte yer alan boyutların belirlenmesi ve ölçeğin yapı geçerliği bakımından açıkladığı varyans yeterliliğinin değerlendirilmesi için faktör analizi yapılmıştır. Tabachnick ve Fidell (2007: 614) tarafından belirtilen faktör analizi veri uygunluk ölçütleri dikkate alınarak, girişimcilik motivasyonu ölçeği için elde edilen ,91 KMO > ,60 ve  $p=0,000 < 0,001$  değerleri, verinin faktör analizine uygun olduğunu göstermiştir. Faktör analizi sonrası, ölçeğin geneline ve alt boyutlarına ilişkin Cronbach's Alpha katsayıları hesaplanarak, güvenilirliği test edilmiştir. Nunnally (1978: 245) tarafından güvenilirlik için eşik kabul edilen ,70 Alpha değeri ölçütüne göre; ölçeğin geneline ilişkin elde edilen ,87; akılcı motivasyonlar alt boyutu için ,74 ve duygusal motivasyonlar alt boyutu için ,86 Alpha değerleri ölçeğin yeterli ve yüksek sayılabilecek düzeyde güvenilir olduğu, başka bir deyişle katılımcılar tarafından sağlanan verinin kendi içinde tutarlı olduğu biçiminde yorumlanabilir.

Üniversitede okuyan genç girişimci adaylardan oluşan katılımcıların girişimcilik motivasyonlarının hangi alt boyutlardan oluştuğu (AS<sub>1</sub>) faktör analizinden yararlanılarak incelenmiştir. Çalışmada, katılımcıların aldığı girişimcilik eğitimi öncesi ve sonrası girişimcilik motivasyonlarındaki değişimleri inceleyebilmek için (AS<sub>2</sub>) İlişkili Örneklem t testi yapılmıştır. Her bir katılımcının iki durum ya da koşula göre durumunun değişip değişmediğinin aynı ölçek ile değerlendirildiği bu analizde; eşleştirilen 30 puan çiftinden oluşan bir örneklem boyutunun orta düzeyli kabul edilebilir sayılabileceği ifade edilmektedir (Green ve Salkind, 2005: 162). Dolayısıyla bu çalışmada eşleştirilen 1340 puan çiftinden oluşan örneklem büyüklüğünün yüksek düzeyde kabul edilebilirliğinin olduğu söylenebilir.

Girişimcilik motivasyonlarına ilişkin ön-test puanlarına göre düzeltilmiş son-test puanları ile katılımcıların demografik ve kişisel özellikleri arasında bir ilişkinin olup olmadığını (AS<sub>3</sub>) belirleyebilmek için tek yönlü kovaryans analizinden (ANCOVA) yararlanılmıştır. Bu analiz için gruplar içi regresyon eğilimlerinin eşit olması, yordanan değişken ve ortak değişken arasında doğrusal bir ilişkinin olması, bir faktöre göre oluşan grupların her biri için yordanan değişkene ait puanların evrendeki dağılımının normal ve varyanslarının eşit olması ve ortalama puanları karşılaştırılacak örneklemelerin ilişkisiz olması gerekmektedir (Büyüköztürk, 2017: 122). Bu analiz öncesi, ilgili varsayımların uygunluğu kontrol edilmiştir.

#### IV. BULGULAR

Çalışmanın bu bölümünde, verilerin araştırma soruları doğrultusunda analiz edilmesiyle ulaşılan bulgulara ve yorumlara yer verilmiştir. Bu anlamda, sırasıyla her araştırma sorusu ayrı başlıkta ele alınmış ve değerlendirilmiştir.

## A. Girişimcilik Motivasyonunun Boyutları

Katılımcıların girişimcilik motivasyonunun hangi boyutlardan oluştuğunu belirleyebilmek için faktör analizi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 2’de verilmiştir.

**Tablo 2.** Girişimcilik Motivasyonu Boyutlarına Yönelik Faktör Analizi Sonuçları

Ölçek Maddeleri (N=1340)	Duygusal	
	Motivasyonlar	Akılçı Motivasyonlar
Başarı duygusunu hissetme arzusu	.790	
Hoşlanılan işi yapma arzusu	.748	
Başkalarına yardım etme arzusu	.746	
Toplumun bir ihtiyacını karşılama arzusu	.691	
Toplum içinde iyi bir itibara sahip olma arzusu	.629	
Bağımsız olma arzusu	.589	
Yüksek bir statü elde etme arzusu	.577	
Yeni bir şeyler geliştirebilme olanağından elde edilecek haz	.561	
Yeni fırsatları keşfederek bunlardan yarar sağlama arzusu	.541	
Durağan bir işte çalışmaktan çok yeni işlere girişme arzusu	.516	
Sadece kendisi için çalışma arzusu		.761
Elde edilecek kariyer fırsatının başka işlerde sınırlı olması		.714
Başka bir iş alternatifine sahip olmama		.601
Daha esnek bir çalışma yaşamına sahip olma arzusu		.497
Yüksek gelir elde etme arzusu		.489
İşte mutlak kontrol sahibi olma arzusu		.465
<b>Öz Değer</b>	6,113	1,721
<b>Açıklanan Varyans</b>	% 29,297	% 19,666
<b>Rotasyon Yöntemi: Varimax</b>	<b>Toplam Açıklanan Varyans: % 48,96</b>	

Tablo 2’den, faktör analizi sonucu katılımcıların girişimcilik motivasyonlarının duygusal motivasyonlar (10 madde) ve akılcı motivasyonlar (6 madde) olarak iki alt boyutta toplandığı, bu alt boyutların toplam varyansın % 48,96’sını açıkladığı anlaşılmaktadır. Çalışmada; bu aşamadan sonra yapılan analizler, bu iki alt boyut dikkate alınarak gerçekleştirilmiştir.

## B. Girişimcilik Eğitimi İle Girişimcilik Motivasyonu İlişkisi

Girişimcilik eğitimi ile girişimcilik motivasyonlarının alt boyutları arasında ilişki olup olmadığını belirleyebilmek için her bir değişkenle ayrı ayrı ilişkili örneklem t-testi yapılmıştır. Bu analize ilişkin elde edilen sonuçlar Tablo 3’te sunulmuştur. Alınan girişimcilik eğitimi ile girişimciliğe yönelik akılcı motivasyonlar arasında bir ilişki olup olmadığını belirleyebilmek için yürütülen ilişkili örneklem t-testinden elde edilen  $t(1339) = -6,428$ ;  $p = ,000 < ,01$ ; ön-test ort.=26,50 ve son-test ort.=27,78 değerleri alınan girişimcilik eğitimi öncesi ve sonrası girişimciliğe yönelik akılcı motivasyon puanlarının ortalamalarının istatistiksel olarak % 99 güven aralığında anlamlı biçimde farklılaştığını ve bu farkın olumlu yönde olduğunu göstermektedir. Buna karşın; girişimciliğe yönelik duygusal motivasyonlar için elde edilen  $t(1339) = 2,346$ ;  $p = ,019 < ,05$ ; ön-test ort.=38,00 ve son-test ort.=37,46 değerleri alınan girişimcilik eğitimi öncesi ve sonrası girişimciliğe yönelik duygusal motivasyon puanlarının ortalamalarının istatistiksel olarak % 95 güven aralığında anlamlı biçimde farklılaşmakla birlikte, bu farklılaşmanın olumsuz yönde bir seyir izlediğini göstermektedir. Başka bir deyişle, alınan girişimcilik eğitimi sonrası katılımcıların girişimciliğe yönelik duygusal motivasyonlarının ortalamasında bir düşüş yaşandığı göze çarpmaktadır.



**Tablo 3:** Girişimcilik Motivasyonu Ön-Test ve Son-Test Ortalama Puanlarına İlişkin t-Testi Sonuçları

Girişimcilik Motivasyonları		Ortalama*	Standart Sapma	t	p
Akılcı Motivasyon	Ön-Test	26,50	4,64	-6,428	,000
	Son-Test	27,78	4,81		
Duygusal Motivasyon	Ön-Test	38,00	5,43	2,346	,019
	Son-Test	37,46	6,06		

\*Ortalama puanlar, katılımcıların ölçek maddelerine verdikleri yanıtların toplam puanları dikkate alınarak hesaplanmıştır.

### C. Girişimcilik Motivasyonları-Kişisel / Demografik Özellik İlişkisi

Katılımcıların eğitim öncesindeki girişimcilik motivasyon puanları kontrol edildiğinde, demografik ve kişisel özelliklere göre eğitim sonrasındaki girişimcilik motivasyon puanlarının farklılaşp-farklılaşmadığını belirleyebilmek için tek yönlü ANCOVA'dan yararlanılmıştır. Bu anlamda duygusal ve akılcı girişimcilik motivasyonlarına ilişkin ön-test puanları ortak (kovaryant) değişken olarak alınarak, duygusal ve akılcı motivasyon son test puanları ile kişisel ve demografik özellikleri temsil eden her bir değişkenle ayrı ayrı ANCOVA analizi yapılmıştır.

Duygusal girişimcilik motivasyonları ile demografik ve kişisel özellikler arasındaki ilişkileri incelemek amacıyla yürütülen ANCOVA analizinden elde edilen  $F(1,906) = ,931, p = ,331 > .05$  sonuçlarına göre cinsiyet;  $F(2,905) = ,990, p = ,372 > .05$  sonuçlarına göre kayıtlı olunan okul türü;  $F(3,903) = ,935, p = ,423 > .05$  sonuçlarına göre büyümüş olunan şehir;  $F(1,901) = ,520, p = ,471 > .05$  sonuçlarına göre daha önce girişimcilik dersi alma durumu;  $F(1,903) = ,513, p = ,474 > .05$  sonuçlarına göre ailede girişimci olma durumu;  $F(1,903) = 3,510, p = ,061 > .05$  sonuçlarına göre bir sosyal kulübe üyelik;  $F(2,893) = 1,582, p = ,206 > .05$  sonuçlarına göre baba eğitim durumu;  $F(2,850) = 2,237, p = ,107 > .05$  sonuçlarına göre anne eğitim durumu ve  $F(3,887) = ,187, p = ,904 > .05$  sonuçlarına göre anne mesleği ile duygusal girişimcilik motivasyonuna ilişkin ön-test puanlarına göre düzeltilmiş son-test ortalama puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olmadığı belirlenmiştir. Buna karşın; Tablo 4'te sunulmuş olan  $F(1,905) = 5,724, p = ,017 < .05$  sonuçlarına göre daha önce bir işte çalışma durumu ve  $F(3,886) = 3,874, p = ,009 < .05$  sonuçlarına göre baba mesleği ile duygusal girişimcilik motivasyonuna ilişkin düzeltilmiş son-test ortalama puanları arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 4'den de izlenebileceği gibi, daha önce bir işte çalışmış olanların (Düzeltilmiş Ort.= 41,86) çalışmayanlara (Düzeltilmiş Ort.= 40,50); babası özel sektörde (Düzeltilmiş Ort.= 42,42) ve kendi işinde çalışanların (Düzeltilmiş Ort.= 41,97) babası kamu sektöründe memur ya da işçi olanlara (Düzeltilmiş Ort.= 40,25) kıyasla alınan girişimcilik eğitimi sonrasında duygusal girişimcilik motivasyonlarına yönelik ortalama puanlarının daha olumluya doğru bir değişim gösterdiği anlaşılmaktadır.

**Tablo 4.** Daha Önce Bir İşte Çalışmış Olma ve Baba Mesleğine İlişkin Düzeltilmiş Duygusal Motivasyon Puanlarının Gruplara Göre ANCOVA Sonuçları

Yordayıcı Değişken (Varyans Kaynağı)		Ortalama	Standart Sapma	Düzeltilmiş Ortalama	F	p
Önceden Bir İşte Çalışmış Olma	Evet	41,87	6,23	41,86	5,724	,017
	Hayır	40,45	7,79	40,50		
Baba Mesleği	Kamuda Memur / İşçi	40,14	7,75	40,25	3,874	,009
	Özel sektör çalışanı	42,60	5,80	42,42		
	Kendi işinde çalışan	41,92	6,64	41,97		
	Emekli / İşsiz	41,80	6,63	41,77		

Akılci girişimcilik motivasyonları ile demografik ve kişisel özellikler arasındaki ilişkileri incelemek amacıyla yürütölen ANCOVA analizinden elde edilen  $F(1,906) = 2,320, p = ,128 > .05$  sonuçlarına göre cinsiyet;  $F(2,905) = 1,623, p = ,198 > .05$  sonuçlarına göre kayıtlı olunan okul türü;  $F(3,903) = ,851, p = ,466 > .05$  sonuçlarına göre büyümüş olunan şehir;  $F(1,901) = ,083, p = ,773 > .05$  sonuçlarına göre girişimcilik dersi alma durumu;  $F(1,903) = 1,206, p = ,272 > .05$  sonuçlarına göre aile girişimci olma durumu;  $F(1,903) = 3,330, p = ,068 > .05$  sonuçlarına göre sosyal kulübe üyelik;  $F(2,893) = ,804, p = ,448 > .05$  sonuçlarına göre baba eğitim durumu;  $F(2,850) = 1,573, p = ,208 > .05$  sonuçlarına göre anne eğitim durumu ve  $F(3,887) = ,351, p = ,788 > .05$  sonuçlarına göre anne mesleği ile akılcı girişimcilik motivasyonuna ilişkin düzeltilmiş son-test ortalama puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olmadığı görölmektedir. Ancak, Tablo 5'te sunulmuş olan ANCOVA analizinden elde edilen  $F(1,905) = 6,125, p = ,014 < .05$  sonuçlarına göre daha önce bir işte çalışma durumu ve  $F(3,886) = 3,510, p = ,015 < .05$  sonuçlarına göre baba mesleği ile akılcı girişimcilik motivasyonuna ilişkin ön-test puanlarına göre düzeltilmiş son-test ortalama puanları arasında anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir.

**Tablo 5.** Daha Önce Bir İşte Çalışmış Olma ve Baba Mesleğine İlişkin Düzeltilmiş Akılcı Motivasyon Puanlarının Gruplara Göre ANCOVA Sonuçları

Yordayıcı Değişken (Varyans Kaynağı)		Ortalama	Standart Sapma	Düzeltilmiş Ortalama	F	p
Önceden Bir İşte Çalışmış Olma	Evet	23,78	4,04	23,77	6,125	,014
	Hayır	22,78	4,77	22,87		
Baba Mesleği	Kamuda Memur / İşçi	22,82	4,51	22,85	3,510	,015
	Özel sektör çalışanı	24,32	3,66	24,28		
	Kendi işinde çalışan	23,75	4,28	23,76		
	Emekli / İşsiz	23,65	4,17	23,65		

Tablo 5'te göröldüğü üzere, daha önce bir işte çalışmış olanların (Düzeltilmiş Ort.= 23,77) çalışmayanlara (Düzeltilmiş Ort.= 22,87); baba mesleği özel sektör çalışanı olanların (Düzeltilmiş Ort.= 24,28) kamu sektöründe memur ya da işçi olanlara (Düzeltilmiş Ort.= 22,85) kıyasla alınan girişimcilik eğitimi sonrasında akılcı girişimcilik motivasyonlarına yönelik ortalama puanlarında daha çok olumlu yönde bir değişim ya da gelişim gerçekleştiği göze çarpmaktadır.

## SONUÇ

Çalışmadan elde edilen sonuçlar, Aksaray Üniversitesi'nde okuyan genç girişimci adayların girişimcilik motivasyonlarının duygusal ve akılcı olmak üzere iki alt boyutta toplandığına işaret etmektedir. Katılımcıların duygusal girişimcilik motivasyonları, "başarı, hoşlanılan işi yapma, başkalarına yardım etme, toplumun

bir ihtiyacını karşılama, toplum içinde iyi bir itibara sahip olma, bağımsız olma, yüksek bir statü elde etme, yeni bir şeyler geliştirebilme olanağından elde edilecek haz, yeni fırsatları keşfederek bunlardan yarar sağlama ve durağan bir işte çalışmaktan çok yeni işlere girişme” gibi arzuların oluşmaktadır. Akılcı girişimcilik motivasyonları ise, “sadece kendisi için çalışma, elde edilecek kariyer fırsatının başka işlerde sınırlı olması, başka bir iş alternatifine sahip olmama, daha esnek bir çalışma yaşamına sahip olma, yüksek gelir elde etme ve işte mutlak kontrol sahibi olma” gibi durumları ya da arzuları kapsamaktadır.

Çalışmada, alınan girişimcilik eğitimine bağlı olarak katılımcıların her iki alt girişimcilik boyutunda da eğitim sonrası anlamlı farklılaşmalar olduğu belirlenmiştir. Buna göre, alınan girişimcilik eğitimi sonrasında katılımcıların girişimciliğe yönelik akılcı motivasyonlarının ortalama puanlarının daha çok olumlu yönde bir değişim ve gelişim gösterdiği; buna karşın duygusal motivasyonlara yönelik ortalama puanlarında, görece olumsuz yönde bir değişim ya da düşüş gerçekleştiği tespit edilmiştir. Bu sonuçlar, verilen girişimcilik eğitiminin içeriğinin daha çok teknik unsurlara ağırlık verilerek, farkındalık eğitimleri gibi içerikler ile geliştirilebilecek duygusal yönlerin ihmal edilmesi kadar, Türkiye’deki mevcut kültür ve durumsal koşullarla da ilgili görünmektedir. Türkiye’de (Benzing vd., 2009; Özsoy vd., 2001) ve özellikle gelişmekte olan ülkelerde (Benzing vd., 2005; Chu vd., 2007; Stefanovic vd., 2010; Yalçın ve Kapu, 2008) girişimciler ya da girişimci adayları ile yürütülmüş olan bazı araştırmalarda da daha çok akılcı motivasyonların kişileri girişimciliğe teşvik ettiğinin belirlendiği dikkat çekmektedir.

Girişimcilik eğitiminin girişimcilik motivasyonu ile ilişkisini incelemek amacıyla yürütülen az sayıdaki araştırmada da (Farhangehr vd., 2016; Solesvik, 2013) bu çalışma ile benzer şekilde girişimcilik eğitimi alan öğrencilerin kendi işlerini kurmak için daha yüksek bir girişimcilik motivasyonuna sahip oldukları sonucu elde edilmiştir. Solesvik (2013) yaptığı araştırmada, sunulan girişimcilik eğitiminin öğrencilerde girişimcilik ile ilgili olumsuz yöndeki tutumlarının azalmasında, girişimcilik motivasyonunun artmasında ve girişimcilik için gerekli bilgi ve becerinin kazandırılmasında önemli bir rol oynadığını belirlemiştir. Benzer şekilde Farhangehr ve meslektaşları da (2016) girişimcilik eğitiminin üniversite öğrencilerinin girişimci olma motivasyonunu geliştirdiğine işaret eden sonuçlara ulaşımlardır. Carsrud ve Brannback (2011: 12) de bu durumu destekler yönde, girişimcilik motivasyonunun eğilim ve eylem ile ilişkili olduğunu ve bireylerin girişimcilik eğitimi yoluyla motivasyonlarının geliştirilerek gizli bir eğilimin gerçek bir eyleme dönüşmesine yardımcı olabileceğini tartışmaktadırlar. Bu bağlamda özellikle girişimciliğe yönelik farkındalığın artmasına katkı sağlayan bir eğitim programının, akılcı girişimcilik motivasyonlarının yanı sıra duygusal girişimcilik motivasyonlarının da gelişmesine katkı sağlayacağı söylenebilir.

Çalışmada, katılımcıların bazı kişisel ve demografik özellikleri dikkate alınarak yapılan analizlerden elde edilen sonuçlar, daha önce bir işte çalışmış olanların çalışmayanlara, babası özel sektörde ve kendi işinde çalışanların ise babası kamu sektöründe memur ya da işçi olanlara kıyasla alınan girişimcilik

eğitimi sonrasında eğitim öncesine göre her iki motivasyon boyutuna yönelik ortalama puanlarında da olumlu değişimler ya da gelişimler yaşandığını ortaya koymuştur. Ancak, çalışmada ele alınan diğer kişisel ya da demografik özelliklerden cinsiyet, kayıtlı olunan okul türü, büyüdükleri şehir, daha önce (bu eğitim öncesi) girişimcilik dersi alıp-almama, ailede girişimci olup-olmaması, bir sosyal kulübe üyelik, anne ve baba eğitim durumu ve anne mesleğine bağlı olarak alınan girişimcilik eğitimi sonrası ön-test puanlarına göre düzeltilmiş her iki motivasyon puanlarının ortalamasının da anlamlı biçimde farklılaşmadığı belirlenmiştir.

Çalışmadan, son dönemlerde alanyazında sıkça tartışılan girişimcilik eğitiminin işlevini değerlendirebilme açısından etkili sonuçlar sağlanabildiği düşünülmektedir. Türkiye gibi sayıca fazla genç nüfusa sahip ülkelerde, kişilerin motivasyonlarının geliştirilerek girişimciliğe yönltebilmesine katkı yapacak uygulamaların önemi dikkate alındığında; bu araştırmadan elde edilen olumlu ipuçlarının, girişimcilik eğitiminin bu konudaki önemine yönelik bir farkındalıkla, ülke genelinde daha da yaygınlaştırılması ve geliştirilmesi için alınacak kararlara girdi sağlayabileceği umulmaktadır.

#### **A. Uygulamaya ve Gelecek Araştırmalara Yönelik Öneriler**

Sonuçlar, üniversiteli gençleri girişimciliğe özendirme açısından akılcı motivasyonların yanında ve belki de çok daha önemli düzeyde duygusal motivasyonların da önemli olduğuna işaret etmektedir. Bu nedenle, ülke karar alıcılarının aldıkları kararlarda ve geleceğe yönelik üretecekleri politikalarda genç girişimci adayların girişimciliğe yönelik taşıdıkları bu olası motivasyonları girdi olarak dikkate almalarının önemli olduğu düşünülmektedir.

Çalışma yoluyla ulaşılan sonuçlar, üniversiteli genç girişimci adaylarının aldıkları girişimcilik eğitiminin özellikle akılcı girişimcilik motivasyonlarının gelişiminde önemli bir rolü olduğunu göstermiştir. Girişimciliğe yönelik farkındalık sağlamadan ziyade, daha çok iş kurma esas alınarak sunulan uygulamalı girişimcilik eğitiminde büyük ölçüde temel kavramlar, iş fikri ve buna dayalı iş planı hazırlamadan oluşan teknik konular, bunlarla daha çok ilişkili olan akılcı motivasyonlarda istendik artışlar sağlanırken; duygusal motivasyon boyutlarının göz ardı edilmesi sonucu bu motivasyonlarda arzulanan gelişmelerin elde edilemediği düşünülmektedir. Bu durum, sağlanmış olan girişimcilik eğitiminin içeriğinin de özellikle duygusal girişimcilik motivasyonlarının gelişimi açısından önemli bir etkiye sahip olabileceği biçiminde yorumlanabilir. Bu açıdan test edilebilir değerlendirmeler için kısıtlılık gösteren bu çalışmanın ilerleyen araştırmalarda farklı türdeki girişimcilik eğitimleri esas alınarak yinelenmesi, önemli ve yararlı bilgiler sağlayabilir.

Bu araştırmanın sonuçları, ilgili karar alıcılar ve eğitimler tarafından Türkiye’de girişimcilik eğitim programının içeriğini tasarlamada dikkate alınabilir. Günümüzde Türkiye’de yaygın olarak verilen girişimcilik eğitiminin bu unsurlar göz önünde bulundurmadan daha çok teknik bilgi düzeyinde gerçekleştirildiği dikkate alındığında, bu son derece önem taşımaktadır. Sonuçlar, girişimcilik

motivasyonunu artırmak için verilecek eğitimlerde sadece rasyonel ve teknik boyutların değil, özellikle eleştirel düşüncüyü de işe koşarak duygusal boyutların da kapsanarak öğrencilerin girişimciliğe yönelik psikolojik ve sosyal yönelimli yeterliliklerinin geliştirilmesinin de önceliklenmesi gerektiğine işaret etmektedir. Başka bir deyişle, bu unsurların da dikkate alındığı, öğrencilere ilham veren ve onları girişimciliğe etkili şekilde motive eden daha yenilikçi girişimcilik eğitimlerine de odaklanılması kaçınılmaz görünmektedir.

Araştırmada, veriler öz-aktarıma dayalı anket yoluyla toplandığından; katılımcıların doğru veri sağladıkları varsayımı ile sınırlı olan sonuçlar, bu durum çerçevesinde değerlendirilmelidir. Bu araştırma; bir kentteki bir kamu üniversitesi öğrencileri ile sınırlı olduğundan, ileriki çalışmalarda, bu araştırmanın başka şehirlerde ve üniversite eğitimi almamış genç katılımcılarla da tekrarlanması yararlı bilgiler sağlayabilir. Konu, kendi işini yapan girişimciler açısından da ele alınarak bu kişiler ve girişimci adayları arasında karşılaştırmalar da yapılabilir. Gelecek araştırmalarda girişimcilik eğitiminin ve motivasyonların girişimcilik sürecinin her aşaması ile ayrı ayrı ilişkisinin incelenmesi de yararlı sonuçlar ortaya koyabilir. Ayrıca, güttükleri amaçlar dikkate alınarak her bir girişimcilik eğitim türüne ilişkin en etkili içeriğin belirlenebilmesi için yürütülecek karşılaştırmalı ve eylem araştırmalarının da çok önemli kazanımlar sağlayabileceği düşünülmektedir.

#### KAYNAKÇA

- Aligba, A. O. (2013). Exploring the motivations and entrepreneurial characteristics of youths in the Niger Delta, *PHD*, Walden University
- Astebro, T. & Chen, J. (2014). The entrepreneurial earnings puzzle: Mismeasurement or real?. *Journal of Business Venturing*, 29(1), 88-105.
- Bajaj, N. (2014). Examining entrepreneurial motivations of Indian immigrants, *PHD*, Capella University.
- Barba-Sanchez, V. & Atienza-Sahuquillo, C. (2017). Entrepreneurial motivation and self-employment: Evidence from expectancy theory. *Int. Entre. Manag. J.*, 13, 1097-1115.
- Bastian, B. L. & Zali, M. R. (2016). Entrepreneurial motives and their antecedents of men and women in North Africa and the Middle East. *Gender in Management: An International Journal*, 31(7), 456-478.
- Benzing, C., Chu, H. M. & Kara, O. (2009). Entrepreneurs in Turkey: A factor analysis of motivations, success factors and problems. *Journal of Small Business Management*, 47(1), 58-91.
- Benzing, C., Chu, H. M. & Szabo, B. (2005). Hungarian and Romanian entrepreneurs in romania-motivation, problems and differences. *Journal of Global Business*, 16, 77-87.
- Büyüköztürk, Ş. (2017). *Sosyal bilimler için veri analizi*. Ankara: Pegem Akademi.
- Carsrud, A. & Brannback, M. (2011). Entrepreneurial motivations: What do we still need to know?. *Journal of Small Business Management*, 49(1), 9-26.
- Chu, H. M., Benzing, C. & McGee, C. (2007). Ghanaian and Kenyan Entrepreneurs: A comparative analysis of their motivations, success characteristics, and problems. *Journal of Development Entrepreneurship*, 12(3), 295-322.
- Cruz, N. M., Escuredo, A. I. R., Barahona, J. H., & Leitao, F. S. (2009). The effect of entrepreneurship education programmes on satisfaction with innovation behaviour and performance. *Journal of European Industrial Training*, 33, 198-214.
- Curry, M. (2012). Students' perception of entrepreneurship at a historically black university in central Mississippi, *PHD*, Mississippi State University.
- Dej, D. (2008). The nature of entrepreneurial motivation. In J. A. M. León, M. Gorgievski & M. Lukes (Eds.), *Teaching psychology of entrepreneurship: perspective from six european countries* (pp. 81-102). Madrid: Universidad Nacional de Educacion a Distanci.
- Dracke, F. (2014). Entrepreneurial motivation in change, Copenhagen: Copenhagen Business School.

- Durrant, D. E. (2014). Entrepreneurial intentions: Making the case for entrepreneurship education, *PHD*, Capella University.
- Edelman, L. F., Brush, C.G., Manolova, T.S. & Greene, P.G. (2010). Start-up motivations and growth intentions of minority nascent entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*, 48(2), 174–196.
- Farhanguehr, M., Gonçalves, P. & Sarmiento, M. (2016). Predicting entrepreneurial motivation among university students: The role of entrepreneurship education. *Education + Training*, 58(7/8), 861-881.
- Green, S. B. ve Salkind, N. J. (2005). *Using SPSS for Windows and Macintosh: Analyzing and understanding data*. New Jersey: Pearson Education, Inc, Upper Saddle River.
- Guzman, J. & Linan, F. (2005). Perspectives on entrepreneurial education: A US-Europe Comparison. Hoyo de Manzanares (Madrid): Jean Monnet European Studies Centre, Universidad Antonio Nebrija.
- Hansemark, O. C.(1998). The effects of on entrepreneurship programme on need for achievement and locus of control of reinforcement. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 4(1), 28-50.
- Jones, P., Miller, C., Jones, A., Packham, G., Pickernell, D. & Zbierowski, P. (2011). Attitudes and motivations of Polish students towards entrepreneurial activity. *Education + Training*, 53(5), 416-432
- Kalyani, B. P.R. & Kumar Dileep M. (2011). Motivational factors, entrepreneurship and education: study with reference to women in SMEs. *Far East Journal of Psychology and Business*, 3(3), 14-35.
- Kalyani, B. P.R. & Kumar Dileep M. (2011). Motivational factors, entrepreneurship and education: Study with reference to women in SMEs. *For East Journal of Psychology and Business*, 3(3), 14-35.
- Kane, T. (2015). *The entrepreneurial decision: A two-system survey of D.C. Food-truck q-owners, economic survey research*, Wahington D.C.: Hudson Institute.
- Korkmaz, O. (2012). Üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerini belirlemeye yönelik bir araştırma: Bülent Ecevit Üniversitesi örneği. *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF Dergisi*, XIV(II), 209-226.
- Krishna, M. (2013). Entrepreneurial motivation: A case study of small scale entrepreneurs in Mekelle, Ethiopia. *Journal of Business Management & Social Sciences Research*, 2(1), 1-6.
- Kuratko, D. (2003). *Entrepreneurship education: Emerging trends and challenges for the 21st century: From Legitimization to Leadership*. Coleman Foundation White Paper Series.
- Linan, F., Moriano, J. A. & Zarnowska, A. (2008). *Stimulating entrepreneurial intentions through education*. In J. A. M., Leon, M., Gorgievski & M., Lukes (Eds.), Teaching psychology of entrepreneurship (pp. 45-68). Madrid: Universidad Nacional de Educacion a Distanci.
- Lofstrom, M., Bates, T. & Parker, S. C. (2014). Why are some people more likely to become small-businesses owners than others: Entrepreneurship entry and industry-specific barriers. *Journal of Business Venturing*, 29, 232-251.
- Malebana, J. (2014). Entrepreneurial intentions of South African rural university students: A test of the theory of planned behavior. *Journal of Economics and Behavioral Studies*, 6(2), 130-143.
- Naffziger, D. W., Hornsby, J. S. & Kuratko, D. F. (1994). A proposed research model of entrepreneurial motivation. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 18(3), 29-42.
- Neuman, L. W. (2007). *Basic of social research qualitative and quantitative approaches (2nd ed.)*, Pearson Education, Inc.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory (2nd Edt.)*, New York: McGraw-Hill.
- Özsoy, O., Oksoy, D. & Kozan, K. (2001). *The characteristics of Turkish entrepreneurs and their enterprises*. Long Island, NY: College of Business, Alfred University.
- Pinillos, M.-J. (2011). The intellectual structure of entrepreneurial motivation: A citation/cocitation analysis'. *China-USA Business Review*, 10(4), 285-297.
- Ramaswamy, G. (2013). Psychosocial and psycho-entrepreneurial predictors: An exploratory study

- on Indian women entrepreneurs. *Women's Studies*, 42, 163-192.
- Raposo, M. & Paço, A. (2011). Entrepreneurship education: Relationship between education and entrepreneurial activity. *Psicothema*, 23(3), 453-457.
- Reimers-Hild, C. I. (2005). Locus of control, need for achievement and risk tasking propensity: A framework for the entrepreneurial learner of the 21st century, *PHD*, Lincoln: University of Nebraska.
- Sandybayev, A. (2017). Entrepreneurial motivations as determinants of youth entrepreneurship challenges: A case of business college in UAE. *International Conference on Education and Workplace Development at HCT Abu Dhabi's Women's College, UAE*, 14(1), 14-28.
- Shane, S., Locke, E. A. & Collins, C. (2003). Entrepreneurial motivation. *Human Resource Management Review*, 13(1), 257-279.
- Shiri, N., Alibaygi, A. & Faghiri, M. (2013). Factors affecting entrepreneurial motivation of agricultural students: A case from Iran. *Journal of Educational Sciences & Psychology*, III(2), 66-71.
- Solesvik, M. Z. (2013). Entrepreneurial motivations and intentions: investigating the role of education major. *Education + Training*, 55(3), 253-271
- Souitaris, V., Zerbinati, S. & Al-Laham, A. (2007). Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business Venturing*, 22(4), 566-591.
- Stefanovic, I., Prokic, S. & Rankovic, L. (2010). Motivational and success factors of entrepreneurs: The evidence from a developing country. *Journal of Economics and Business*, 28(2), 251-269.
- Stephan, U., Hart, M. & Drews, C.-C. (2015). *Understanding motivations for entrepreneurship a review of recent research evidence*, Birmingham: Enterprise Research Centre and Aston Business School, Aston University.
- Tabachnick, B. G. & Fidell, L.S. (2007). *Using multivariate statistics (5th Edt.)*, Boston: Pearson Education.
- Urbano, D. & Guerrero, M. (2013). Entrepreneurial universities: Socioeconomic impacts of academic entrepreneurship in a european region. *Economic Development Quarterly*, 27(1), 40-55.
- Uygun, M. & Güner, E. (2016). Girişimcilik eğitimi ile girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkiler. 7. *Uluslararası Girişimcilik Kongresi Bildiriler Kitabı*, 731-749.
- Yalçın, S. & Kapu, H. (2008). Entrepreneurial dimensions in transitional economies: A review of relevant literature and the case of Kyrgyzstan. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 13(2), 185-203.
- Zimmerman, M. A. & Chu, H. M. (2013). Motivation, Success and Problems of Entrepreneurs in Venezuela. *Journal of Management Policy and Practice*, 14(2), 76-90.

## SUMMARY

In recent years, encouraging entrepreneurship among young entrepreneur candidates, especially among university students, has attracted more attention from politicians, educators and researchers, and it is argued that the spread of young entrepreneurship is critical. In this respect, it is noted that the literature is emphasized more frequently that entrepreneurial motivation plays an important role in encouraging young people to entrepreneurship.

The main aim of this study is to examine the relationships between entrepreneurship motivations and entrepreneurship education by taking into consideration the pre-education situations of the young entrepreneur candidates who are studying at a university. In the research conducted with a quantitative approach, the one-group “pre-test post-test” type of the “pre-experimental” research design was utilized. In the study, data were collected by a questionnaire before and after the education according to convenience sampling from students

taking entrepreneurship education at Aksaray University. The collected 1340 paired utilizable participant data were analyzed by factor analysis, paired sample t-test and one-way ANCOVA (analysis of covariance) techniques.

The results revealed that the entrepreneurship motivations of the young participants studying at the university were gathered in two sub-dimensions as emotional and rational motivation and, that there was a statistically significant relationships between entrepreneurship education and these two sub-dimensions of entrepreneurship motivation. Accordingly, it was determined that the average scores of the rational entrepreneurship motivations of the participants after entrepreneurship education showed a more positive change and improvement; However, it was found that there was a relative negative change or decrease in the average scores of emotional entrepreneurship motivations after the entrepreneurship education. In other words, after entrepreneurship education, there was a positive increase in utilitarian (limited career opportunities to other jobs, lack of alternative employment, the desire to have flexible working hours, the ability to maintain a life or to earn high income etc.) and technical knowledge and skill-related rational motivations, while a decrease was observed in psychological (to be independent, to obtain high status, to be able to develop new things, to engage in new jobs rather than to work in a stationary business etc.) and sociological (to meet the needs of the society, to have a good reputation in society, social acceptance etc.) oriented emotional motivations. These results are thought to be related to the content of the entrepreneurship education which is mostly related to the technical aspects and to neglect the emotional aspects that can be developed with content such as awareness education. These results are considered to be relevant at the same time with existing cultural and situational conditions in Turkey.

In the study also after the entrepreneurship education, it was determined that there were positive changes or improvements in the average scores of both motivational dimensions of the employees who had previously worked in a job compared to those who did not work and, that there were positive changes or improvements in the average scores of both motivational dimensions of his / her father employees in the private sector and in his own business compared to those of his / her father employees in the public sector. These results for the country's relevant decision-makers and educators in Turkey are thought to include remarkable clues in designing the content of entrepreneurship education programs for university students, encouraging them to become an entrepreneur in the future by creating both rational and emotional entrepreneurship motivations.