

## Üniversite Öğrencilerinin İş Hayatına İlişkin Eğilimleri: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma

### Tendencies of University Students Regarding Business Life: A Research on University Students

Ümmü DEMİR\*, Mert AKTAŞ\*\*

\* Öğretim Görevlisi, Mersin Üniversitesi, Silifke Meslek Yüksekokulu, İşletme Yönetimi Bölümü, ummu@mersin.edu.tr, ORCID: 0000-0003-0209-0778  
\*\* Prof. Dr., Mersin Toros Üniversitesi, İşletme Bölümü, mert.aktas@toros.edu.tr, ORCID: 0000-0003-3791-6664

#### Öz

Bu araştırmanın amacı, girişimcilik boyutlarından hareketle, üniversite öğrencilerinin genç girişimci olma yolundaki isteklerini girişimcilik dersi alıp almama bazında değerlendirmek ve yaratıcılığın girişimcilik performansı üzerindeki etkisini belirlemektir. Araştırmada yaratıcılık ile özgüven, kontrol odaklılık, fırsatları değerlendirme, risk alma, yenilikçilik, kararlılık, başarıma isteği girişimcilik alt boyutlarından oluşan bir model kullanılmıştır. Girişimcilik eğitimi ile girişimci olma istekleri arasındaki ilişkinin incelenmesi bakımından girişimcilik eğitimi de modele dahil edilerek girişimcilik dersi bazında farklılıklar incelenmiştir. Araştırmada Mersin Üniversitesinde eğitim gören 300 öğrenciden veri toplanmıştır. Araştırmada, yaratıcılık ile girişimciliğin tüm alt boyutları arasında pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı ilişkilerin olduğu ortaya çıkmıştır. Araştırmada, bağımsız örnekler için t testi sonuçlarına bakıldığında, girişimcilik dersi almış ve almamış öğrenci gruplarının sadece yenilikçilik bazında istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde ayrıştığı görülmektedir. Buna göre girişimcilik dersi almamış kişilerin yenilikçilik ölçek puanları 3.70 ile girişimcilik dersi almış kişilerden daha yüksektir ve bu farklılık istatistiksel olarak anlamlıdır. Öte yandan girişimcilik ölçeği ve girişimcilik ölçek alt boyutlarının, girişimcilik dersi alıp almama durumu bazında ayrışmadığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Yaratıcılık, Girişimcilik Performansı.

#### Abstract

The purpose of this research, is to evaluate the desire of university students to become young entrepreneurs, based on the dimensions of entrepreneurship, on the basis of whether to take an entrepreneurship course and to determine the effect of creativity on entrepreneurial performance. In the study, a model consisting of creativity and self-confidence, locus of control, evaluating opportunities, taking risks, innovativeness, determination, desire to succeed, entrepreneurship sub-dimensions were used. In terms of examining the relationship between entrepreneurship education and the desire to be an entrepreneur, entrepreneurship education was also included in the model and the differences on the basis of entrepreneurship course were examined. In the research, data were collected from 300 students studying at Mersin University. In the study, it was revealed that there are positive and statistically significant relationships between creativity and all sub-dimensions of entrepreneurship. In the study, when the t-test results for independent samples are examined, it is seen that the groups of students who have taken and who have not taken an entrepreneurship course differ in a statistically significant way only on the basis of innovation. According to this, the innovativeness scale scores of the people who did not take entrepreneurship course are higher than those who took entrepreneurship course with 3.70 and this difference is statistically significant. On the other hand, it was observed that entrepreneurship scale and entrepreneurship scale sub-dimensions did not differentiate on the basis of whether or not they took entrepreneurship courses.

Keywords: Entrepreneurship, Creativity, Entrepreneurial Performance.

## Giriş

Richard Cantillon' dan günümüze gelene kadar girişimcilik kavramı ile ilgili birçok tanımlamaya rastlamak mümkün olmakla birlikte, modern girişimci düşünce ile birlikte anılan kişi, Joseph Schumpeter' dir. Cantillon, girişimciyi serbest çalışan bir kişi olarak tanımlayarak, serbest mesleğe belirsizliğin eşlik ettiğini ve girişimcilerin faaliyetlerini pazar talepleriyle orantılı hale getirmeleri gerektiğini dile getirmektedir. Fransız filozof, makalesinde girişimcilerin, ucuz satın alma ve daha yüksek bir fiyata satış yapma fırsatları yaratabilen talep ve arz arasındaki belirli pazar uyumlarından haberdar olan kişiler olduğunu ve aynı zamanda girişimcilerin bu tür arbitraj durumlarından yararlanarak rekabet piyasasına denge getireceğini ifade etmektedir. Cantillon, "An Essay on the Nature of Commerce" adlı çalışmasında, mal ve ürünlerin dolaşımı ve değişimi ile üretimlerinin yanı sıra Avrupa'da girişimci tarafından ve risk altında gerçekleştirilmekte olduğunu ifade ederek, ilk kez girişimcilik teorisini tanıtmakta, girişimcileri kaynakların ana direktörleri olarak ifade etmektedir. Meslekleri, özellikle rekabet ve değişen zevklerden gelen belirsizlik nedeniyle risklerle gelmektedir. Sonuç olarak, gelirleri çok büyük olabilir, fakat aynı zamanda iflas ihtimali ile de karşı karşıyadırlar. Mülk sahibi arsadan ve kapitalistten daha büyük bir gelir (kira) elde etmekten bağımsızdır veya büyük para sahibi de çıkarlarından bağımsız olarak yaşayabilir. Diğer herkes sonuçta mülk sahiplerinin geçim kaynakları harcamalarına bağlıdır (Cantillon, 1730).

Girişimcilik, sadece bir spekülasyon eylemi olarak gösterilemez, çünkü Cantillon girişimcileri trendleri ve piyasadaki uyumsuzlukları anlamaya çalışan insanlar olarak tanımlar, böylece girişimciler, kâr elde etmek için (riskli) kararlar alabilirler. Cantillon'un on sekizinci yüzyılın başlarında, girişimcilikle yakından ilişkili olan belirsizliğin farkına varan kişi olarak literatüre geçmesini sağlayan, girişimci tanımlamasıdır. (Hébert, 1985).

Bazı yazarlar, Cantillon'un girişimcinin sosyo-ekonomik etkileşimdeki rolünü tasvir etmesinin altını çizdiğini vurgulamaktadır. Başta Joseph Schumpeter (1934) olmak üzere, Knight, daha sonra, İsrail Kirzner (1973), Cantillon'un girişimcilik fenomenine yaklaşımını araştırmış ve 18. yüzyılda "girişimcinin" orijinal tanımının üç farklı sonucuna ve her birinin benzersiz katkılarına neden olmuştur. Cantillon'un girişimci rolünü algılamasıyla inkâr edilemez bir şekilde bağlantılı olan Schumpeter, Knight ve Kirzner, aslen 18. yüzyıl Fransız filozofu tarafından ifade edilen girişimcilik fenomeni ile ilgili çok farklı yaklaşımlar geliştirmişlerdir (Hébert ve Link, 1989).

Knight (1921), Cantillon'un makalesinde tasvir edilen "girişimci" den uzaklaşan bir tanımlama yapmamıştır. Knight, risk kavramını belirsizlikten açıkça ayırmaktadır, çünkü sonuçların belirsiz olduğu durumlarda riskin var olduğunu, ancak bazı olasılıklarla tahmin edilebileceğini vurgulamaktadır. Sonuçların olasılığı tahmin edilemediğinde belirsizliğin ortaya çıkabileceğini savunmaktadır. Bu nedenle, Frank Knight için gelecek sadece bilinmediğinde değil, aynı zamanda sınıflandırılmayan örneklerle ve var olmayan sonuçların dağılımıyla da bilinmeyen bir gerçek belirsizlik oluşturabilmektedir. Knight, Cantillon'un girişimcinin dinamik piyasa ekonomisindeki rolüyle ilgili fikirlerini araştırmıştır. Buradaki, bir girişimcinin başarısı konusundaki belirsizlik, çalışan olmak ve serbest meslek sahibi olmak konusundaki kararın temel özelliğidir (Parker, 1996).

1810' lu yıllarda birçok yönetici yeteneğin, başarılı bir girişimci olmak zorunda olduğunu ve birçok engel ve belirsizliğin girişimciliğe eşlik ettiği görüşünü savunan Jean Baptiste Say dikkatleri üzerine çekmektedir. Alfred Marshall, girişimcilik yeteneklerinin, yönetici olma yeteneklerinin tamamlayıcısı olduğunu 1890' lı yıllarda dile getirmiştir. Girişimciliğin birincil yaratıcı sosyo-ekonomik faktör olduğunu, özünde üretici faktörlerin yeni bileşenlerinin bulunması gerektiğini yirminci yüzyılın başlarında dile getiren, yaratıcılık ve Ekonomik Gelişme Teorisi adlı kitabıyla (1934), Schumpeter, gelişimin dinamik bir süreç olduğunu belirtmektedir. Yazara göre bu durum, ekonomik statükonun rahatsız edilmesini içermektedir ve bu sabit durumu rahatsız etme sorumluluğunun da girişimcide olduğunu dile getirmektedir (Reisman, 2004).

Yeni ürün ve yeni hizmetler yaratma ve piyasaya sunma, bir kişinin belirlediği bir soruna veya ihtiyaca karşı verilen en geçerli cevaptır. Yaratıcılık ve yenilikçilik, bu süreçte oldukça önemlidir (Pretorius, Millard ve Kruger, 2005). Sorunların yaratıcı bir şekilde çözülmesi, ilgi alanlarının nasıl, kim tarafından şekillendirileceği ve bunun gelecekteki ürün ve hizmetleri yaratma fırsatlarını nasıl etkilediğini bilmek ve değerlendirmek, girişimcilik alanında önemli bir husus olarak görülmektedir (Shane ve Venkataraman, 2000). Bu bağlamda, Leibold, Voelpel ve Tekie (2004), yaratıcılığın, bilginin ve yeni fikirlerin daha rekabetçi iş modelleri oluşturmaya yardımcı olduğunu savunan yazarlardır.

Yaratıcılık, yeni ve faydalı fikirlerin ya da ürünlerin ortaya çıkarılmasıdır. Evrensel bir tanıma sahip olmamakla birlikte yaratıcılık, düşüncenin hayal gücünü ve özgünlüğünü göstermek olarak ifade edilebilmektedir. Young (1985), yaratıcılığı tanımlarken, insanın mantıksal tarafının sezgisel tarafı ile bütünleşmesini içeren potansiyelin gerçekleştirilmesi ifadesini kullanmıştır. Ford ve Harris (1992), bir dereceye kadar var olan değiştirilebilir ve kasıtlı bir süreç olduğunu dile getirmektedir. Hunter ve diğ. (2007), yaratıcılığı, bireyle durum arasında, uygun bir ortam ya da iklim tarafından kolaylaştırılan bir birleşmeden ortaya çıkan durum olarak görmektedir (Fillis, Rentschler, 2010). Yeni fikirlerin ortaya çıkmasında, uygulanabilecek ve sonuç odaklı çözümler sunmada yaratıcılık, önemli bir rol oynamaktadır.

Literatüre göre, üniversite öğrencilerini konu edinen birçok araştırmada girişimcilik, farklı açılardan ele alınarak incelenmiştir. Üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerine yönelik yapılan araştırmalardan bazıları şunlardır: İşcan ve Kaygın (2011); Bilge ve Bal (2012); Kılıç vd., (2012); Türkmen ve İşbilir (2015); Sarıtaş ve Duran (2017) yaptıkları çalışmalarda, öğrencilerin girişimcilik eğilimlerini cinsiyet ve eğitim seviyesi ile aylık gelir gibi demografik özellikler açısından incelemişlerdir. Bozkurt (2006) ile Yüksel vd., (2015) üniversite öğrencilerinin girişimci kişilik özelliklerinin girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisini belirlemeye çalışmışlardır. Balaban ve Özdemir (2008), Uluyol (2013) ve Çiçek (2016) üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerini etkileyen faktörleri ve bu eğilimler ile girişimcilik eğitimi/dersi arasındaki ilişkileri belirlemeye yönelik araştırma yapmışlardır. Çarıkçı ve Koyuncu (2010) ile Alparslan ve Özmen (2017) öğrencilerin girişimcilik eğilimleri üzerinde kültürel bağlamın etkisini belirlemeye çalışmışlardır. Bu çalışma ile üniversite eğitimlerine devam eden öğrencilerin yaratıcılık yeteneklerinin girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisi saptanarak, girişimcilik eğitimi ile girişimci olma isteği arasındaki ilişki, girişimcilik dersi alıp almama bazında değerlendirilmektedir.

## Kuramsal Çerçeve

### Yaratıcılık

Girişimcilerin, zamanın gereklerine göre hızla değişen ve gelişen teknoloji ile ivme kazanan iletişim dünyasına hızla adapte olmak; karar alma ve karar verme de ortaya çıkabilecek belirsizlikle baş edebilmek için yaratıcılık ile girişimciliğin birlikteliğini uzun süre devam ettirecek çalışmaları gerçekleştirme yolunda çaba sarf etmeleri gerekmektedir. Yaratıcı girişimcilik kavramının sıkça kullanılmaya başlandığı iş dünyasında, yaratıcılığın aranan bir yetkinlik olması ve bu yetkinliğe geleceğin girişimcilerinin sahip olmasının arzulanması üniversiteleri girişimcilik konusunda eğitim vermeye yöneltmiş ve çoğu programlarda ders olarak müfredata eklenmiştir.

Yaratıcılık kavramı sadece sosyal bilimlerde değil psikoloji, sosyal psikoloji gibi farklı disiplinlerde de dikkat çeken bir kavramdır. Literatürde, yaratıcılığı farklı yönlerden ele alan tanımlamalara sıkça rastlanır. Alınan bilginin, yeni bir şekilde ya da yeni bir düşünceye dönüşene kadar yeniden tasarlanma süreci (Bentley, 1999); bilinci yoğunlaşan bireyin kendini tanımaya başlaması (May, 2010); ihtiyaçları gidermek, sorunlara çözüm bulmak için yeni fikirler üretme ve bu fikirleri hayata geçirme süreci (Luecke (2011); bilimden sanata, eğitimden iş alanına ve günlük yaşama kadar insan faaliyetlerinin herhangi bir alanında orijinal, daha önceden var olmayan fikirlerin ortaya çıkarılmasıdır (Amabile, 1997).

Bazı yazarlar yaratıcılığı tanımlamaktan ziyade yaratıcılık konusunda yaptıkları açıklamalarıyla literatürde yerlerini almışlardır. Bu yazarlardan biri olan Young (1985), yaratıcılığı özel olarak tanımlamamış ancak aşağıdaki açıklamayı yapmıştır: *Yaratıcılık kendimizi yerine getirdiğimiz tutumlardır. Yaratıcılık, potansiyelimizin gerçekleştirilmesidir... Mantıksal tarafımızın bizim ile bütünleşmesidir. Yaratıcılık kendiliğinden olmaktan öte bir şeydir; Bazı çözümlere yaklaştığı için farklı düşünceler var: Sadece olasılıklar üretmiyor, aynı zamanda aralarından birini seçiyor. Sadece tuhaf olma ifade edebilecek özgünlükten daha fazlası ... Yaratıcılık, geçmişte süreklilik ifadesinin yanı sıra bir ilerleme ve değişimdir (Young, 1985, s. 78).*

Renzulli, yetenekli ve yaratıcılık tanımına duyulan ihtiyacı, çeşitli yeteneklerin kişinin başarısına katkıda bulunduğu fikrine dayanarak dile getirdi ve 1986'da kültürel olarak çeşitli öğrenciler için kullanımı uygun görünen "üstün yetenekli" ve "yaratıcılık" tanımını önerdi. Torrance (1984), yaratıcılığa verilen kültürel değer ile çocukların yaratıcı performansı arasında da anlamlı bir ilişki buldu. Yazarların yaratıcılıkla ilgili önerdikleri tanım; Yaratıcılık, bir başkası için var olan değiştirilebilir, kasıtlı bir süreçtir. Tanımlanabilir bir işlemle yol alır ve yaratılan ürün benzersizliği ve faydası ile doğrulanır. Buradan hareketle, yaratıcılığın değiştirilebileceği, öğrenilebileceği ve yaratıcı insanların benzersiz ve faydalı ürünler yapabildiği konusunda da hemfikirlerdir (Ford ve Harris, 1992, s.187).

Yaratıcılığın iki ana tanımının var olduğunu ileri süren yazarlar da mevcuttur. İlk olarak, yaratıcılık yeni ve faydalı fikirlerin veya çözümlerin üretimi olarak tanımlanmaktadır (Amabile, 1983a, b; Sternberg, 1988; Gaspersz, 2005; Burselton ve Selker, 2002; Woodman ve diğerleri, 1993; Amabile ve diğerleri, 1996). İkincisi, insanların yeni ve yararlı fikirler düşünmelerini sağlayan zihinsel süreç olarak tanımlanmaktadır (Gaspersz, 2005; Mayer, 1999). İlk tanım hem fikir üretme hem de problem çözüme sürecine ve gerçek fikir veya soruna atıfta bulunur (Amabile, 1983a, b; Sternberg, 1988). İkincisi ise öncelikle zihinsel süreç odaklanmaktadır. Amabile'ye (1983a) göre bu zihinsel süreç beş aşamadan oluşur: problem veya görev sunumu, hazırlık, cevap oluşturma, cevap doğrulama ve sonuç (Klijn, M., Tomic, W. (2010). Yaratma eylemi zaman içinde belirli bir noktada gerçekleşmez, fakat büyük ölçüde değişkenlik gösteren genişletilmiş bir süreç olarak kendini gösterir. Yaratıcılığı yedi aşamalı bir süreç olarak tanımlayan kişi Wallas' tır (1926). Wallas' a göre yaratıcılık sürecinin aşamaları şunlardır;

**a. Karşılaşma**, bir problemi ya da ele alınması gereken sıra dışı bir şeyi tanımlama aşaması

**b. Hazırlık**, bilgi toplama ve sorunu araştırma

**c. Konsantrasyon**, bir çocuk sorunu çözmek için çaba gösterir,

**d. Kuluçka**, bu aşamada, bir çocuk bir çözümün akla geleceğini umarak kendisini fiziksel olarak durumdan çıkarabilir.

**e. Mumlanma**, bir sonraki aşama, fikir veya çözüme belirginleşir, bu aşama, özel bir şey keşfettiğimizde hissettiğimiz ve sık sık ifade ettiğimiz Eureka'ya benzer.

**f. Doğrulama**, bu aşamada bir çocuk, çözümün uygun olduğunu kanıtlamaya çalışır.

**g. Son aşama olan ikna**, bir çocuk başkasını veya fikrinin sorunu çözdüğü konusunda başka birini ikna etmeye çalıştığı zaman ortaya çıkar.

1982 yılında Motamedi tarafından bir başka yaratıcılık süreci ortaya koyuldu. Motamedi' nin ortaya koyduğu yaratıcılık süreci de Wallas'ın yaratıcılık süreci ile birçok yönden benzeşmekteydi; Çerçeveleme, araştırma, keşfetme, vahiy, doğrulama, çerçeveye oturtma, fark. Wallas'ın süreç modelinden yola çıkarak sorunu tanımladıktan sonra eğitimciler ve psikologlar, sorunu çözüme aşamasına geçtiler. Gay (1978), Torrance (1984) ve Rensulli (1973) bu konuda emek sarf eden yazarlar oldular. Torrance (1981), eğitimcilerin, özellikle ilk yıllarda yaratıcılığa katkıda bulunmaları gerektiğini ileri sürdü (Ford ve Harris, 1992, s.195).

Yaratıcılıkla ilgili literatür incelendiğinde, çalışmaların genel olarak, estetik duyarlılık, sezgi, belirsizliği hoş görme gibi kişisel özellikler kümesinden oluşan incelemeler olduğu görülebilir. Birtakım kişisel özelliklerin yaratıcı başarı ile ilişkili olduğu belirlenmeye çalışılmıştır. Her ne kadar yapılan çalışmalarda kişisel özelliklerin aranmasına rağmen yaratıcı performans dayanağını, yıllarca süren yaratıcılık araştırmalarından almaktadır. Giderek araştırmaların yönünün, bireylerin yaratıcı performansları üzerinde yoğunlaşmaya başladığı söylenebilir (Amabile, 1979, 1982; Amabile, Goldfarb ve Brackfield, 1990; Amabile, & Gyskiewicz, 1989; Amabile, Hennessey, & Grossman, 1986; Carson & Carson, 1993; Koestner, Ryan, Bernieri ve Holt, 1984). Bu araştırmaların birçoğu davranış laboratuvarlarında yapılmış ve içsel motivasyon çerçevesinde yaratıcılık performansını incelemeye yöneliktir. Araştırma sonucunda bir bireyin bir görevi yerine getirmesinin, kendi yaratıcı motivasyonunu etkilediği ve bunun da yaratıcı başarıyı etkilediği sonucuna varılmıştır (Amabile, 1988).

Bireylerin, yüksek düzeyde içsel motivasyon yaşadıklarında yani, bir iş etkinliği konusunda heyecanlandıklarında ve etkinlik uğruna kendileriyle uğraşmakla ilgilendikleri zaman, en yaratıcı oldukları zamandır. Bu şartlar altında, bireyler gereksiz endişelerden arındırılmışlardır Risk almaları, yeni bilişsel yolları keşfetmeleri muhtemeldir. Üstlendikleri görevin iç dünyasına odaklanmış olmaları ve bir fikir ya da bir sorun üzerinde daha uzun süre çalışmak istemeleri olasıdır. Bu tarz çalışmayı ve kalıcılığı teşvik eden durumlar, yaratıcı performans olasılığını arttırmaktadır (Amabile ve ark. 1990). Yaratıcı performans, iki koşulu yerine getiren ürünler, fikirler ya da prosedürler olarak tanımlanabilir;

- Yeni ya da orijinaler ve
- Bir kuruluş için potansiyel olarak alakalı ya da faydalılar.

Ayrıca, mevcut malzemelerin önemli bir rekombinasyonunu veya tamamen yeni malzemelerin kullanılmasını içeriyorsa, bir ürün, fikir veya prosedürü yeni olarak değerlendirmek doğru bir davranış olarak kabul edilebilir. Başka bir deyişle, yaratıcı performans, bireysel düzeyde üretilen ürünler, fikirler ve benzerlerini ifade ederken, yenilikçilik, bu ürünlerin organizasyon düzeyinde başarılı bir şekilde uygulanmasını ifade eder (Oldham ve Cummings, 1996). Yaratıcılık özellikle girişimcilere atfedilen bir nitelik olmakla beraber birçok insan içinde kullanılan bir kavramdır (Morris ve Kuratko, 2002). Yaratıcı insanların kişilik özellikleri diğer insanlara göre farklı özellikler taşırlar. Yaratıcı insanların yeni fikirler üretme yetenekleri daha büyüktür (Cervone ve Pervin, 2008).

King ve Anderson (2002), yaratıcı kişiliğin belirsizlik, özgünlük, ortalamanın üstünde zekâ ve başarı için kararlılık toleransı ile ilişkili olduğunu öne sürmektedir. Feist (1998, s. 299), yaptığı çalışmada yaratıcı insanların, daha özerk, içe dönük, yeni deneyimlere açık, kendine güvenen, kendi kendini kabul eden, güdülenen, hırslı, baskın kişiler olduklarını belirtmektedir. Başkalarından farklı düşünme, genellikle yaratıcılıkla ilişkilidir. Bunun nedeni, yaratıcılığın yeni fikirlerin üretilmesini sağlaması ve radikal problem çözmeyi teşvik etmesidir (Im, Montoya ve Workman, Jr., 2013). Bazı kişilik özelliklerinin, yaratıcı düşünme tarzıyla ilişkili olduğu yapılan araştırmalar sonucunda elde edilen bir bulgudur (Kelly, 2006). Dışa dönüklük ve deneyime açık olma özelliği, yaratıcılıkla pozitif bir şekilde ilişkilidir. Ancak, farklı sonuçlar bunu doğrulayamaz. Sonuçların bu çeşitliliği bağlamın boyutlarına, örneklem seçimine ve diğer ilgili faktörlere bağlanabilir. Prabhu, Sutton ve Sausser (2008) tarafından açıklandığı gibi, yaratıcı bir kişilik zaman içinde, bir profesyonel alandan diğerine değişebilir.

Teknolojinin sürekli değişimi gerektiren hızı ve küreselleşme özellikle iş dünyasında, kuruluşların uzun süre varlığını koruyabilmek, teknolojinin getirdiği yenilikleri fırsata dönüştürebilmek, küreselleşme ile beraber uluslararası pazarlarda yer edinmek ve yerini daha da sağlamlaştırmak adına, diğerlerinden bir adım da olsa öne çıkabilmek için yaratıcı fikirlerin ön planda olduğu, yenilikçi, esnek çalışma koşullarına sahip iş ortamlarının yaratıldığı, motivasyonu artırıcı girişimcilik uygulamaları geliştirmeleri ve yeni fikirler ile yeni ürünlerin ortaya çıkarılabilmesi noktasında yaratıcılığın öne çıkması gereği bir zorunluluk olarak kabul edilmektedir.

## Girişimcilik

Girişimcilik üzerine yapılan birçok araştırma göz önüne alındığında girişimciliğin, çoğunlukla işletme okullarının yönetim odağı ile ilişkili olduğunu, farklı disiplinlerden etkilenen bağımsız bir akademik araştırma dalı olarak ortaya çıktığını kanıtlamaktadır. Cantillon, “An Essay on the Nature of Commerce” adlı çalışmasında, mal ve ürünlerin dolaşımı ve değişimi ile üretimlerinin yanı sıra Avrupa’da girişimciler tarafından ve risk altında gerçekleştirilmekte olduğunu ifade ederek, ilk kez girişimcilik teorisini tanıtmakta, girişimcileri kaynakların ana direktörleri olarak ifade etmektedir. Meslekleri, özellikle rekabet ve değişen zevklerden gelen belirsizlik nedeniyle risklerle gelmektedir. Sonuç olarak, gelirleri çok büyük olabilir, fakat aynı zamanda iflas ihtimali ile de karşı karşıyadırlar. Mülk sahibi arsadan ve kapitalistten daha büyük bir gelir (kira) elde etmekten bağımsızdır veya büyük para sahibi de çıkarlarından bağımsız olarak yaşayabilir. Diğer herkes sonuçta mülk sahiplerinin geçim kaynakları harcamalarına bağlıdır. Buradan hareketle girişimci, sermaye sahibinden ayrı olarak risk üstlenen kişidir (Cantillon, 1730).

Hébert ve Link (1989, s. 47), girişimciyi, malların, kaynakların veya kurumların yerini, şeklini ve kullanımını etkileyen, yargılayıcı kararlar alan, sorumluluk üstlenmede uzmanlaşmış bir kişi olarak tanımlamıştır. Casson ve diğ. (2006) ayrıca, bir olayla ilgili farklı yerlerde, farklı algılara sahip, farklı insanlarla, bilgi kaynaklarının yerleştirildiğini vurgulamaktadır. Bu nedenle, yargılayıcı kararlar girişimcinin kimliği tarafından şekillenmektedir. Girişimcilik teriminin teorik ve ampirik dayanaklarının ya kısıtlı ya da çok belirsiz olduğu ve insanların girişimcilik terimini kullanma biçimindeki karışıklık konusunda şikayetçi oldukları yönünde bir görüş hakimdir (Ahmad ve Seymour, 2008). Aynı şekilde, Shane ve Venkataraman (2000: 217) eleştirel bir biçimde “girişimciliğin, bir araştırma yerinin tutulduğu geniş bir etiket haline geldiğini” gözlemlerken, Davidsson (2003, s. 2) görür bir “kafa karışıklığı, kimlik krizi belirtileri” ya da hayal kırıklığı olduğunu kabul ediyor.

Girişimciliğin fırsat arayan özelliğine paralel olarak Şahlman’ın ve arkadaşlarının (1997, s.7) yazmış olduğu kitapta bulmak mümkündür. Girişimciliğe yönelik yönetim yaklaşımları bu kitapta, “hali hazırda kontrol edilen kaynaklara bakılmaksızın fırsatın peşinde koşmak” olarak tanımlanmaktadır. Farklı bir açıdan girişimcilik, yeni kurulan ya da var olan bir organizasyon içerisinde, yaratıcılık ve yenilik yapma yoluyla değer yaratmak için bir fırsatın ortaya çıkarılması ve geliştirilmesi, kaynakların veya girişimcinin konumunu dikkate almadan bu fırsattan yararlanma süreci olarak tanımlanmaktadır. Girişimcilik burada hem bireysel hem de örgütsel seviyede ele alınmaktadır (Churchill, 1992).

Venkataraman (1997, s. 120), bilimsel bir alan olarak girişimciliği, gelecekte mal ve hizmetlerin nasıl, ne şekilde ve hangi sonuçlarla keşfedildiğini, yaratıldığını ve sömürüldüğünü ortaya koymayı amaçlayan bir kavram olarak tanımlamaktadır. Robbins (1935) ekonominin popüler tanımı, uç ve kıt kaynaklar arasındaki ilişkinin bilimi olarak tanımlamakta, Shane ve Eckhardt (2003, s. 165) ise girişimcilik fırsatlarını yeni malların, hizmetlerin, hammaddelerin olduğu durumlar olarak, tanımlamaktadır. Bird ise girişimcilik kavramını, bir bireyin veya küçük bir grubun bir organizasyon aracılığıyla değer yaratma, karlı bir işi başlatma ya da büyütme, yeni bir mal ya da hizmet sunma ve katma değer yaratma süreçleri olarak ifade etmektedir (Bird, 1989). Girişimcilik tanımları ile ilgili olarak yapılan çok sayıda araştırmaya rastlamak mümkündür. Yapılan araştırmalarda özellikle akademisyenler tarafından, üzerinde görüş birliği sağlanan konu; girişimcilerin sahip olduğu davranış biçimleri ile ilgilidir. Üzerinde görüş birliğine varılan davranışlar arasında;

- İnisiyatif alma,
- Kaynakları ve koşulları kullanılabilir değerlere dönüştüren sosyal ve ekonomik alanlarda düzenleme yapma,
- Risk ve başarısızlığı kabul etme davranışları yer almaktadır (Hisrich, Peters, 2002).

Başarılı bir girişimci olmakla girişimcinin kişilik özellikleri arasında yakın bir ilişkinin varlığı da günümüzde kabul edilen bir gerçektir. Girişimci, geniş bir anlayış ve algılama yeteneğini birleştirerek güce dönüştüren ve bu güçle bir fayda yaratan kişi olarak tanımlanabilmektedir. Sahip olunan bazı zihinsel yetenekler, eğitim yoluyla ya da başka şekillerde elde edilemeyecek yeteneklerdir. Kendine güven, başarma isteği, başarısızlığa rağmen vazgeçmemek, iş kurmaya istekli olmak, risk üstlenmek, yaratıcılık, fırsatları görerek değişimin gerekliliğini kabullenmek, insanları çalışmak için ikna edebilmek, hoşgörülü olmak gibi özellikler parayla elde edilemeyecek özelliklerdir (Lambing ve Charles, 2000). Buradan hareketle, başarılı girişimcilerin sahip oldukları kişisel özellikleri aşağıdaki şekilde sıralamak mümkündür;

- Yaratıcı düşünme yeteneği,
- Yüksek düzeyde çalışma isteği,
- Kararlık, cesaret ve tutku,
- Başkalarıyla üst düzeyde ilişki kurabilme becerisi,
- Kendini her şekilde ifade edebilme becerisi,
- Yaptığı işi sevmesi ve iş motivasyonu,
- Hayal kurma gücü,
- Ekip ve takım çalışmasına yatkınlık,
- Kişisel vizyon ve misyona sahip olma,
- Değişime açık ve istekli olma,
- Esnek davranabilme yeteneği,

- Samimi, güvenilir, sempatik ve esprili olma,
- İnsanları ikna edebilme kabiliyetine sahip olma,
- Yönetim becerisi ve liderlik yeteneğine sahip olma,
- İş bitirme azmi,
- İleri görüşlülük ve fırsatları değerlendirme alışkanlığı (Hisrich and Peters, 1998).

Başarılı girişimcilerin sahip oldukları özelliklerden hareketle çalışmanın birinci hipotezi aşağıdaki şekilde geliştirilmiştir.

**Hipotez 1:** Yaratıcılık, girişimci olma isteğini olumlu etkiler.

Hisrich ve Peters tarafından belirlenen girişimci kişilik özellikleri ışığında, yapılan diğer araştırmalar da göz önüne alınarak bu çalışmada girişimciliğin boyutları, özgüven, fırsatları değerlendirme, risk alma, kontrol odaklılık, kararlılık, yenilikçilik, başarıma isteği olarak belirlenmiştir. Çalışmanın bu kısmında, girişimcilik boyutları adı altında bu boyutlar ele alınmaktadır.

### Girişimcilik Boyutları

**Özgüven (Kendine güven):** Özgüven ya da başka bir ifadeyle kendine güven, psikolojik bir özellik olarak girişimcilik boyutlarından birini oluşturmaktadır. Genel olarak girişimci, risk alarak kendi işini kurabilen ve kurduğu işini devam ettirebilen kişi olarak ifade edilmektedir. Kendine güven (özgüven), başarılı bir girişimci olmanın en önemli koşullarından biridir. Girişimci sahip olduğu bu özelliğini, ilgi ve uzmanlıkla birlikte arttırabilmektedir. Kurdukları organizasyonların faaliyetlerini başarılı bir şekilde devam ettirebilmelerinde, girişimcilerin kendilerine olan güvenleri önemli rol oynamaktadır. İşyerinde bir şeyleri zamanında yapmak, önemli bilgileri hızlı bir şekilde işletmeye uyarlayabilmek, işlerin planlandığı şekilde aksamadan gerçekleştirilmesini sağlamak noktasında en önemli özellik özgüven yani kendine güvendir (Napier vd., 2006: 38).

**Kontrol Odaklılık:** Kendine güven, spesifik görevlerin başarıyla üstesinden gelmek olarak ifade edilirken, kontrol odağı, faaliyetlerin sonuçları üzerinde birinin gücünün diğerlerinden daha fazla olmasını ifade etmektedir (Pihie, 2009: 338). Kontrol odağı teorisi ilk olarak Rotter (1954) tarafından ileri sürülmüştür. Rotter kontrol odağı teorisini, içsel ve dışsal kontrol olarak incelemiştir. Teori, içsel kontrol odağına sahip olan kişilerin yetenekleriyle, becerileriyle ve uğraşlarıyla olayların sonuçlarını etkileyebileceklerini ileri sürerken, dışsal kontrol odağına sahip olan kişilerin ise olayların sonuçlarını kendilerinin değil, şans ve talih gibi dışsal olayların belirleyebileceğini ileri sürmektedir. Girişimcilik faaliyetlerinde içsel kontrol odağının etkili olduğu yönünde yazında, çok sayıda çalışmaya rastlanmaktadır (Kaufmann vd., 1995: 43).

**Fırsatları Değerlendirme:** Küresel rekabet koşullarında firmaların hayatta kalmaları ve yüksek başarı sağlamaları için yeni fırsatları belirleme ve kovalama, önemli bir araç olarak kabul edilmektedir. Yeni fırsatları belirleme ve kovalama, gelişen pazarlara katılmada öncü olma, firma seviyesindeki girişimcilik faaliyetleriyle daha çok ilişkilidir. Girişimciliğin bir diğer boyutunu ortaya koyan bu durum, genel olarak proaktiflik kavramıyla da ifade edilebilmektedir (Lumpkin ve Dess, 1996: 146).

**Risk Alma:** Girişimci için risk, zorunlu koşuldur. Riski avantaja dönüştürmek ve bundan fayda sağlamak, girişimci için gerekli ön koşuldur. Diğer insanlara nazaran girişimciler, daha çok risk alma eğilimine yatkındırlar (Macko ve Tyszka, 2009: 470).

**Yenilikçilik:** Girişimciliğin temelini oluşturan bir kavramdır. Herhangi bir fikir ya da düşünceyi, mal ve hizmet üretimine dönüştürmek olarak tanımlanmaktadır (McDaniel, 2002: 7). Girişimciyi yenilikçi bir kişi olarak tanımlayan kişi, Schumpeter (1934)' dir. Girişimciler yeni bir ürün, yeni bir organizasyon yapısı, yeni ürün süreçleri ve yeni bir işletme yapısı ile işe koyulmaktadır (Sundbo, 1998: 22).

**Kararlılık:** Gerçek bir girişimci için motivasyon kaynağı, başarıdır. Kararlılık, başarıya ulaşmak için duyulan güçlü bir arzudur. Yaşanan zor durumlardan ve zamanlardan sonra yeniden, kendine gelme ve toparlanma kabiliyeti olarak da açıklanabilmektedir.

**Başarma İsteği:** Başarı ihtiyacı teorisi, McClelland tarafından 1961 yılında ileri sürülen bir teoridir. Teoriye göre başarı ihtiyacı, girişimcilik davranışlarını etkileyen önemli bir faktördür. McClelland' a göre başarıma ihtiyacı, girişimciliğe çeşitli yönlerden katkılar sağlamaktadır. Hisrich ve Peters' e göre başarıma ihtiyacı, insanları girişimciliğe yöneltmekte, kontrollü riskleri üstlenmeye yöneltmekte, problem çözme becerisini geliştirmekte ve hedeflerin belirlenmesine katkıda bulunmaktadır (Hisrich ve Peters, 1998: 70).

Girişimciliği çekici kılan birçok faktör bulunmakla birlikte, girişimciliği engelleyen faktörlerin sayısının da azımsanmayacak kadar çok olduğu ifade edilmektedir. Girişimciliğe engel olan bu faktörler; kuruluş sermayesini temin etmede karşılaşılan zorluklar, kuruluş sermayesi maliyetinin yüksek olması, iş çevresinin barındırdığı riskler, yasal kısıtlamalar, girişimcilik eğitiminin verilmemesi, girişimci imajının tam ve doğru olarak algılanamaması, insan kaynakları alanında karşılaşılan sorunlar ve sınırlamalar ile kişisel özellikler olarak sıralanabilmektedir (Wickham, 2006: 103). Girişimcilik boyutlarının arttırılması ya da azaltılması, yapılan araştırmaların incelenerek göz önüne alınmaları sonucunda araştırmayı yapan kişinin incelemek istediği

konu ile birlikte farklılık gösterebilmektedir. Yazında bu çalışmada yer almayan farklı boyutlara rastlamak olasıdır. Örneğin, Proaktiflik boyutu bunlardan biridir.

Amabile' ye göre proaktivite, belirlenmiş iş yollarını kırarak gerçekleştirme ile ilgilidir. Yaratıcılık, çevreye karşı algısal bir tepki içermektedir, kurumun değişen çevresel koşulların bir sonucu olarak gelişen fırsatlardan yararlanmasına izin verir. Firmaların, küreselleşmenin getirdiği rekabet ortamında hayatta kalmaları ve üstün başarı sağlamaları için önemli bir araç olarak görülmektedir. Yeni fırsatları belirleme ve bunların peşinden gitme ile gelişen pazarlara katılma bakımından öncü olma, firma seviyesindeki girişimcilik faaliyetleriyle çok yakından ilişkilidir. Bu şekilde girişimciliğin farklı bir yönünü ortaya koyan bu durum proaktiflik kavramıyla ifade edilmektedir (Amabile, 1988).

Kaynakların öncülüğünde yapılan açıklamalara bağlı olarak yaratıcılık yeteneği ve girişimciliğin boyutları arasındaki ilişki yönünden aşağıdaki hipotezler varsayılabilir;

**Hipotez 2a:** Yaratıcılık ile girişimciliğin özgüven boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**Hipotez 2b:** Yaratıcılık ile girişimciliğin fırsatları değerlendirme boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**Hipotez 2c:** Yaratıcılık ile girişimciliğin risk alma boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**Hipotez 2d:** Yaratıcılık ile girişimciliğin kontrol odaklılık boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**Hipotez 2e:** Yaratıcılık ile girişimciliğin kararlılık boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**Hipotez 2f:** Yaratıcılık ile girişimciliğin yenilikçilik boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**Hipotez 2g:** Yaratıcılık ile girişimciliğin başarıma isteği boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

### **Girişimcilik Niyeti (Girişimci Olma İsteği)**

Girişimcilik niyeti, bir kişinin dikkatini girişim yaratma amacını yerine getirmeye odaklayan bilinçli bir zihin durumunu ifade eder (Bird, 1988). Niyetler, girişimciliğin bir göstergesi olarak ele alınmaktadır. Araştırmacılar genellikle girişimci niyetlerini üç temel faktöre göre izlerler. İlk olarak, niyetler, bir kişinin davranışa karşı tutumu tarafından harekete geçirilir. Bu durum, algılanan sonuçların ağırlıklı toplamı ve içsel ödülleri de dahil olmak üzere davranışın farklı sonuçlarının olasılığı olarak görülmektedir. İkinci faktör algılanan sosyal normlardır. Bu da aile, arkadaşlar, meslektaşlar ve müşteriler gibi ilgili grupların inançlarının girişimcinin niyetlerini etkileyeceği anlamına gelir. Son olarak, bir kişinin öz yeterliliğinin niyetleri etkileyeceğidir. Girişimcilik davranışını özyeterliliğin önemli ölçüde etkilediği bulunmuştur ve bu nedenle bazı eylemlerin algılanan fizibilitesinin artırılması girişimcilik niyetlerinin artırılması için oldukça önemlidir (Krueger ve ark. 2000).

İlk araştırmalar daha çok yeni bir işe başlama kararını etkileyen faktörler üzerine, özellikle de kişilik özelliklerine yoğunlaşmıştır (Low ve MacMillan, 1988). Ancak, girişimcilik yazınında, girişimciyi analiz eden eksiksiz bir kişilik özellikleri seti tanımlanamamıştır (Shaver, 1995). Girişimcilik niyetlerinin klavuzu olarak, girişimciliğe yönelik tutumlar, öznel normlar ve algılanan davranış kontrolü belirlenmiştir (Krueger ve ark. 2000). Bu alandaki, çalışmalar bilginin etkisini vurgulayan çalışmalardır. İnsanların değerlendirme yapmak için kullandığı yapılar, girişimcilik niyeti üzerine yapılan fırsat değerlendirmesi ve girişim oluşturma tarzını içeren hususlardan oluşmaktadır (Mitchell vd, 2002, s. 97). Bu noktada girişimci, yeni bir ürün, yeni bir ürün veya hizmet, yeni bir pazar, yeni bir üretim veya hammadde ya da mevcut teknolojileri organize etmenin yeni bir yolunu yaratma fırsatını yakalayan ve keşfeden bir bireydir. (Baron ve Ward, 2004, s 554).

### **Girişimcilik Eğitimi**

Girişimci kişilik özelliklerinin ortaya çıkarılmasında önemli bir etkiye sahip olan girişimcilik eğitiminin, sahip olunan kişilik özelliklerinin artırılmasında da güçlü bir etkiye sahip olduğu yapılan araştırmalar neticesinde ulaşılan sonuçlardandır. Girişimcilik eğitimi ile potansiyel birer girişimci olan üniversite öğrencilerine, girişimcilik bilincinin ve becerilerinin girişimcilik eğitimi ile kazandırılması amaçlanmaktadır.

Solomon ve Fernald (1991)' in ABD de yapmış oldukları araştırma sonucunda, üniversitelerde verilen girişimcilik eğitimlerinin arttığını ortaya çıkarmışlardır (Solomon ve Fernald, 1991). Son yıllarda sadece ABD' de değil ülkemizde dahil olmak üzere tüm dünyada girişimcilik eğitimi büyük önem kazanmıştır. Dugassa (2012) girişimcilik eğitiminin öğrencilerin girişimci olma yolunda motivasyonunu arttırdığını belirtmektedir. Aynı çalışmada girişimcilik eğitimi alan öğrencilerin girişimcilik eğitimi

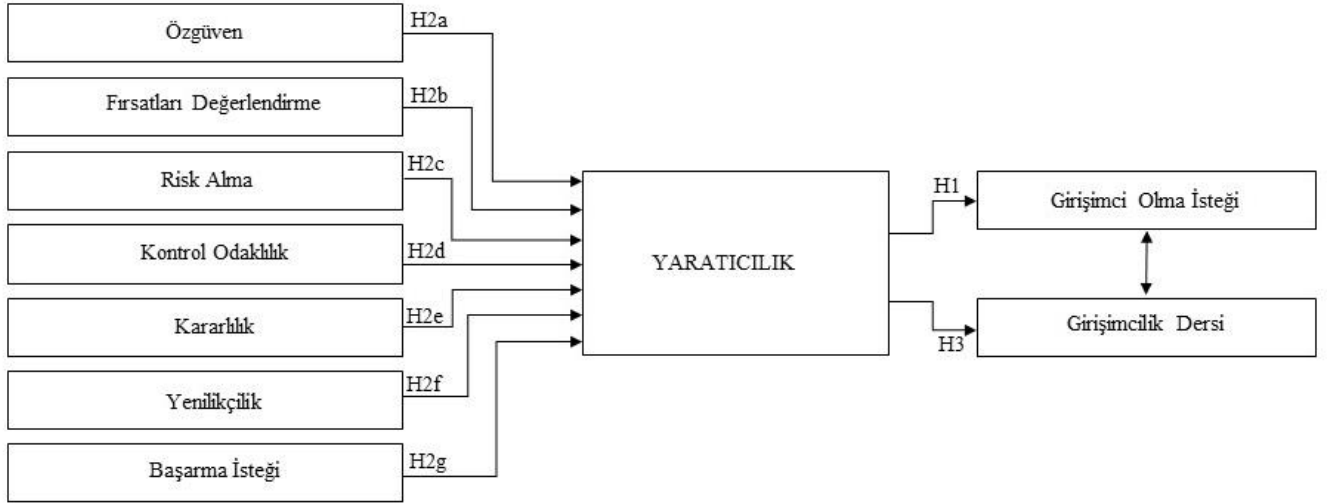
almayan öğrencilere göre daha fazla girişimci olma niyetine sahip olduklarını belirtmektedir. Uygulanan girişimcilik eğitimi yoluyla girişimciliği bir kariyer seçeneği olarak gören öğrencilere yönelik çevresindeki yakın kişilerin tutumları da örneğin, yakın arkadaş ve ailenin tutumu gibi olumlu yönde değiştiği görülmüştür ( Dugassa, 2012). Girişimcilik programlarının çoğunda en önemli pedagojik araç, öğrencilerin bir iş planı yazmayı öğrenmelerini sağlamaktır (Hills, 1988; Johannisson ve diğerleri, 1998). Gelecekteki girişimcilik programlarının, yaşanan hızlı değişimlerin bir sonucu olarak ana bileşenleri olabilecek diğer faaliyetlere odaklanmak için iş planlamasına odaklanmanın ötesine geçilmesi gerekmektedir.

Türkiye’ de üniversitelerde girişimcilik derslerinin verilmesine son dönemlerde başlanmıştır. Yüksek Öğrenim Kurumu’ na sunulan yüksek lisans ve doktora tezleri arasında girişimcilik konulu çalışmalar giderek artmaktadır. Ayrıca, girişimcilik, araştırma merkezlerinin konusu da olmaya başlamıştır. Bu doğrultuda Anadolu Üniversitesi’ nde 2002 yılında “Girişimcilik Eğitim ve Araştırma Merkezi” kurulmuştur. Üniversiteler dışında kurulmuş olan vakıfların başarılı çalışmaları neticesinde de girişimcilik eğitimi verilebilmektedir. **TEGEV** (Teknolojik Eğitimi Geliştirme Vakfı) ve Genç Başarı Eğitim Vakfı bu vakıflardan sadece iki tanesidir. Bu sivil toplum girişimlerinin katkısı ile eğitimde önemli değişiklikler yapılagelmektedir.

Ülkemizde girişimcilik eğitimiyle ilgili olarak faaliyet gösteren diğer bir kuruluş, 1998 yılında KOSGEB tarafından kurulmuş olan Girişimcilik Enstitüsü’ dür. Enstitü direkt olarak girişimcilere, iş planı yazılması konusunda eğitimler vermektedir. 1980’ ler den sonra yaşanan ekonomik gelişmeler serbest piyasa ekonomisine geçilmesiyle sonuçlanmış, bu doğrultuda devletin ekonomi içindeki rolü azalmış, özel sektörün ağırlığı artmıştır. Küçük ve orta boyutlu işletmeler, giderek daha fazla önem kazanmış ve birtakım teşviklerle güçlendirilmeye çalışılmıştır (Bayraktar, 2008). Çalışmanın son hipotezi girişimcilik eğitimi ile girişimci olma isteği (girişimcilik niyeti) arasındaki ilişkinin değerlendirilmesi bakımından aşağıdaki şekilde varsayılabilir;

**Hipotez 3:** Girişimcilik dersi alan öğrencilerin girişimci olma istekleri daha yüksektir.

Yaratıcılık performansının girişimci olma isteği üzerindeki etkilerinin ortaya çıkarılması amaçlanan bu çalışmada hipotezler çerçevesinde geliştirilen araştırma modeli ve hipotezler Şekil 1’ de yer almaktadır.



**Şekil 1: Araştırma Modeli**

## Yöntem

Araştırmaya katılan katılımcılar, araştırmada kullanılan veri toplama araçları, elde edilen veriler ve verilerin analizi bu araştırmanın yöntem kısmını oluşturmaktadır. Araştırmada Mersin Üniversitesinde eğitim gören toplam 300, ön lisans, lisans, yüksek lisans ve doktora öğrencilerinden yüz yüze anket yöntemi ile veriler elde edilmiştir. Bu çalışmada, üniversite öğrencilerinin girişimci olma yolundaki istekleri girişimcilik boyutları ile yaratıcılık ilişkisinden yola çıkılarak incelenmekte, girişimcilik isteği girişimcilik dersi alıp almama bazında değerlendirilmektedir. Araştırmaya katılan öğrencilerin 151’ i erkek, 149’ u kadındır.

## Örnekleme

Araştırmanın örneklemini Mersin Üniversitesi’ n de eğitim gören öğrenciler oluşturmaktadır. Örneklemin %50,3’ ü erkek, % 49,7’ si kadındır. Katılımcıların % 4,7’ sinin medeni durumu evli olarak belirlenmiştir. Katılımcıların %63,7’ si 21 – 26 yaş



aralığında yer alırken, % 1,7' si ise 39 ve üzeri yaştaki öğrencilerden oluşmaktadır. Öğrenim durumlarının yüzde dağılımları, ön lisans öğrencisi %49,7, lisans öğrencisi % 39,3, yüksek lisans öğrencisi % 5,0, doktora öğrencisi % 6,0 olarak gerçekleşmiştir. Öğrencilerin %68,3 'ü girişimcilik dersi almamış, % 31,7' si ise girişimcilik dersi almıştır.

## Ölçekler

Araştırma için hazırlanan anket, öğrencilere elden dağıtılmıştır. Yüz yüze elden dağıtıldıktan sonra öğrenciler tarafından doldurulan 300 adet anket SPSS 16.00 programı kullanılarak analiz edilmiştir. Anketin birinci bölümünde, Zhou ve George (2001)'nden uyarlanan üç maddelik yaratıcılık ile ilgili ifadeler yer almaktadır. İkinci bölümde, Yılmaz ve Sünbül (2009), tarafından geliştirilen **Üniversite Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeği** kullanılmıştır. Ölçek, 36 maddeden oluşan Likert tipi bir forma sahiptir. Cümleler, “Çok sık” (5)'den “Hiçbir zaman” (1)'e uzanan 5'li aralıklı ölçek formunda düzenlenmiştir. Ölçekte, demografik sorular ile öğrencilerin girişimcilik eğilimlerini belirlemeye yönelik ifadeler yer almaktadır. Üçüncü bölüm, öğrencilerin girişimcilik dersi alıp almadığını belirlemeye yönelik hazırlanan ifadelerden oluşmaktadır. Anketin dördüncü ve son bölümünde ise üniversite öğrencilerine yönelik kişisel bilgiler yer almaktadır.

Yılmaz ve Sünbül (2009) tarafından hazırlanan 36 maddelik Girişimci Olma İsteği Ölçeğinin iç tutarlılıkları yazarlar tarafından her madde için ayrı ayrı belirlenmiştir. Girişimcilik yedi boyut altında incelenmiştir. Bu boyutlar, özgüven, fırsatları değerlendirme, risk alma, kontrol odaklılık, kararlılık, yenilikçilik, başarıma isteği boyutlarıdır. Faktör analizinde kullanılan girişimci olma isteği ölçeğinin boyutlarını oluşturan yedi faktör, daha önceden yapılmış olan çalışmalar değerlendirilerek oluşturulmuştur (Tiftik ve Zincirkıran, 2014). Çalışmada, öğrencilerin girişimcilik eğilim düzeylerinin değerlendirilmesi için Yılmaz ve Sünbül (2009) tarafından hazırlanan kriterler dikkate alınmıştır. Girişimcilik eğilim düzeylerinin puanlanabilmesi için hazırlanan tablo aşağıda yer almaktadır. Buna göre;

**Tablo 1:** Öğrencilerin Girişimcilik Düzeylerinin Puanlanması

PUANLAR	GİRİŞİMCİ OLMA İSTEĞİ DÜZEYİ
36-64	Çok düşük girişimcilik
65-92	Düşük girişimcilik
93-123	Orta düzeyde girişimcilik
124-151	Yüksek girişimcilik
152-180	Çok yüksek girişimcilik

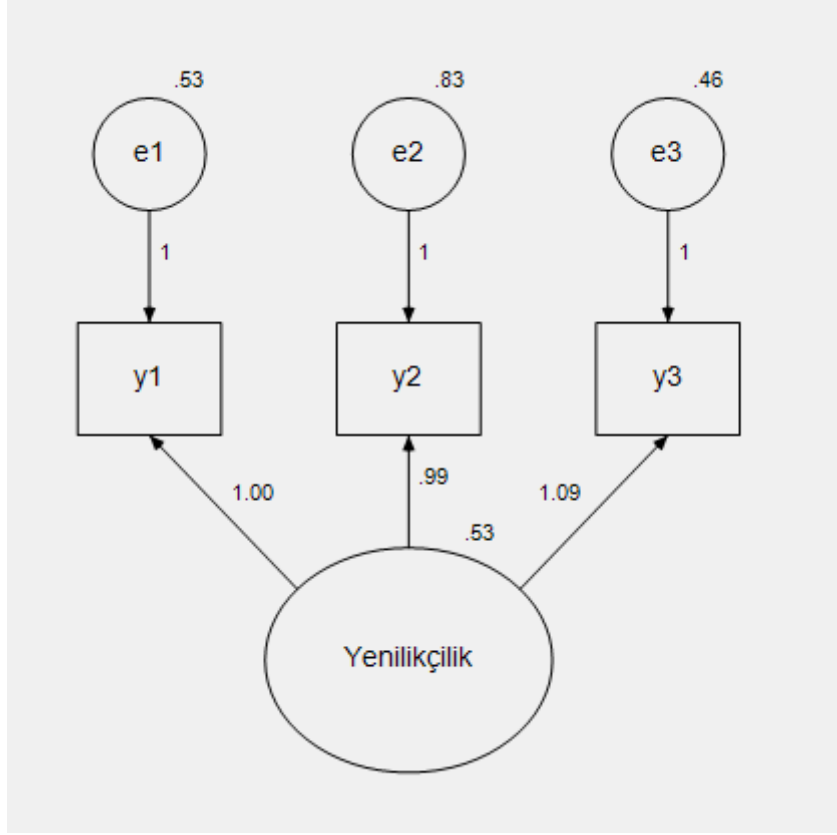
Puanlar belirlenirken, ankette yer alan tüm sorulara tek bir seçeneğin işaretlenmiş olması varsayımından hareketle hesaplamalar yapılmıştır. Ankette, 5. Çok sık seçeneğinin işaretlenmesi halinde en yüksek puan  $5 \times 36 = 180$ ; tüm sorulara 1. Hiçbir zaman seçeneğinin işaretlenmesi halinde  $1 \times 36 = 36$  puan verilerek, 36 ile 180 arasında bölümlendirme yapılarak puan aralıkları belirlenmiştir (Uluyol, 2013).

## Verilerin Analizi

Verilerin güvenilirliği (Cronbach Alpha) test edilmiştir. Değişkenleri daha sağlıklı ve doğru biçimde belirlemek ve kullanılan ölçeklerin yapı geçerliliğini sınamak amacıyla, verilere doğrulayıcı faktör analizi (Confirmatory Factor Analysis) uygulanmıştır. Ölçeğimiz, tek boyutlu, 5' li Likert türü bir ölçektir. Ölçeğimizin güvenilirliği, 0.735 olarak bulunmuş olup güvenilirdir. Araştırmanın hipotezleri, Korelasyon ve bağımsız örnekler için t testi ve varyans analizlerinden yararlanılarak test edilmiştir.

### Yaratıcılık Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi

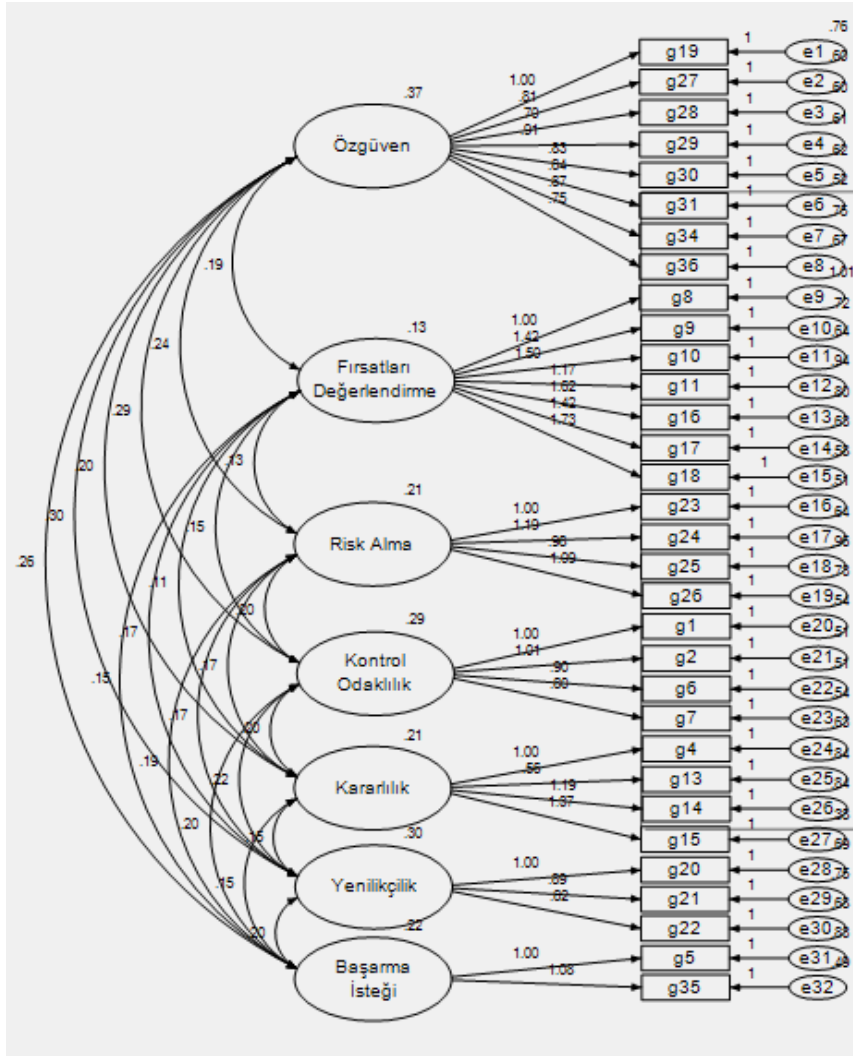
Yaratıcılık ölçeği 3 ifadeden oluşmaktadır, dolayısıyla alt boyutlar yer almamaktadır. Ölçeğin geçerliliğine ilişkin parametrelere bakıldığında  $C_{min}/df=10.766$ ,  $GFI=.956$ ,  $AGFI=.869$ ,  $CFI=.900$ ,  $NFI=.891$ ,  $TLI=.850$ ,  $RMSEA=.181$ .



$\chi^2=21.532$ ,  $p\text{-value}=.000$ ,  $C_{min}/df=10.766$ ,  $GFI=.956$ ,  $AGFI=.869$ ,  $CFI=.900$ ,  $NFI=.891$ ,  $TLI=.850$ ,  $RMSEA=.181$ .

### Girişimcilik Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi

Yaratıcılık ölçeğinde yer alan 32 madde, özgüven, fırsatları değerlendirme, risk alma, kontrol odaklılık, kararlılık, yenilikçilik ve başarıma isteği olmak üzere 7 alt boyut ile açıklanmıştır. Analiz sonuçlarına bakıldığında tüm ifadeler için istatistiksel olarak anlamlı ( $p<0.001$ ) olduğu görülmektedir. Ölçeğin geçerliliğine ilişkin parametrelere bakıldığında  $C_{min}/df=2.127$ ,  $GFI=.70$ ,  $AGFI=.80$ ,  $CFI=.79$ ,  $NFI=.70$ ,  $TLI=.77$ ,  $RMSEA=.061$  olduğu görülmektedir.



Chi-square=942.272, p-value=.000, Cmin/df=2.127, GFI=.70 AGFI=.80, CFI=.79, NFI=.70, TLI=.77, RMSEA=.061

### Ölçekler için Güvenirlik Analizi

Çalışmada kullanılan ölçeklerin geçerliliğini tespit edildikten sonra, güvenilirliğinin tespiti amacıyla SPSS programında tüm boyut ve alt boyutlar bazında güvenilirlik analizi uygulanıp detaylı sonuçlar bu bölümde yer almaktadır. Yaratıcılık ölçeği 3 ifadeden oluştuğu için alt boyut tanımlaması olmadan ölçek maddelerin iç tutarlılık anlamındaki güvenilirlik katsayısı incelenmiştir. Tabloya göre, ölçeğin güvenilirlik katsayısı 0.735'tir. Buna göre 3 ifadeden oluşan yaratıcılık ölçeğinin güvenilir olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

**Tablo 2.** Yaratıcılık Ölçeği Güvenirlik Katsayısı

Faktörler	Madde Numaraları	Madde Sayısı	Güvenirlik Katsayısı
Yaratıcılık Tüm Ölçek		3	0.735

Girişimcilik ölçeği güvenilirlik analizi sonuçları tablo 3'te yer almaktadır. Faktörlere düşen maddeler göz önüne alınarak faktör tanımlamaları yapılmış ve bu faktörlere düşen maddelerin iç tutarlılık anlamındaki güvenilirlik katsayısı incelenmiştir.

**Tablo 3.** Girişimcilik Ölçeği Faktör Maddelerinin Güvenirlik Katsayıları

<b>Faktörler</b>	<b>Madde Numaraları</b>	<b>Madde Sayısı</b>	<b>Güvenirlik Katsayısı</b>
Faktör 1 – Özgüven	19, 27, 28, 29, 30, 31, 34, 36	8	0.763
Faktör 2 - Fırsatları Değerlendirme	8, 9, 10, 11, 16, 17, 18	7	0.702
Faktör 3 - Risk Alma	23, 24, 25, 26	4	0.592
Faktör 4 - Kontrol Odaklılık	1, 2, 6, 7	4	0.649
Faktör 5 – Kararlılık	4, 13, 14, 15	4	0.534
Faktör 6 – Yenilikçilik	20, 21, 22	3	0.504
Faktör 7 - Başarma İsteği	5, 35	2	0.419
Girişimcilik Tüm Ölçek		32	0.903

Ölçekteki tüm alt boyutların ve genel ölçeğin güvenilirliği istenilen şekildedir. Genel olarak ölçekteki tüm maddelerin güvenilirlik katsayısına bakıldığında 0.903 ile çok yüksek olduğu, yani tüm ölçeğin güvenilir olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

### **Araştırma Bulguları**

#### **Betimleyici İstatistikler**

**Tablo 4.** Demografik Bilgiler

<b>Özellikler</b>	<b>Frekans (N)</b>	<b>Yüzde (%)</b>
<b>Cinsiyet</b>		
Erkek	151	50,3
Kadın	149	49,7
Toplam	300	100,0

<b>Medeni Durum</b>		
Bekar	286	95,3
Evli	14	4,7
Toplam	300	100,0
<b>Yaş</b>		
0-20 yaş	78	26,0
21-26 yaş	191	63,7
27-32 yaş	16	5,3
33-38 yaş	10	3,3
39 ve üzeri	5	1,7
Toplam	300	100,0
<b>Öğrenim Durumu</b>		
Ön lisans öğrencisi	149	49,7
Lisans öğrencisi	118	39,3
Yüksek lisans öğrencisi	15	5,0
Doktora öğrencisi	18	6,0
Toplam	300	100,0
<b>Girişimcilik Dersi</b>		
Almış	95	31,7
Almamış	205	68,3
Toplam	300	100,0
<b>Girişimcilik Dersi Puanı</b>		
0-50 puan	1	,3
51-60 puan	4	1,3
61-80 puan	29	9,7
81-90 puan	39	13,0

91-100 puan	22	7,3
Toplam	95	31,7
Missing System	205	68,3
Toplam	300	100,0

Frekans analizi sonuçlarına göre ankete katılan öğrencilerin %50,3 'ü erkek, %49,7' si kadındır. Öğrencilerin %4,7 'sinin medeni durumu evli olarak belirlenmiştir. Yaş aralığına baktığımızda, öğrencilerin %63,7 'sinin 21 – 26 yaş aralığında yer aldığı görülmektedir. % 1,7' si 39 ve üzeri yaştaki öğrencileri kapsamaktadır. Öğrenim durumları göz önüne alındığında yüzde dağılımı; ön lisans öğrencisi %49,7, lisans öğrencisi %39,3, yüksek lisans öğrencisi %5,0 ve doktora öğrencisi %6,0 olarak gerçekleşmiştir. Üniversitede Girişimcilik dersi alan öğrencilerin ve aldıkları puanların dağılımları ise şu şekildedir; Öğrencilerin %68,3 'ü girişimcilik dersi almamış, öğrencilerin %31,7' si ise girişimcilik dersi almıştır.

### Yaratıcılık ile Girişimcilik Ölçekleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

Çalışmanın araştırma modelinde kurgulanan, yaratıcılık ile girişimcilik boyutları arasındaki hipotezler korelasyon analizi yardımıyla incelenmiştir. Yaratıcılık ile girişimcilik ve girişimcilik alt boyutları arasındaki korelasyon analizine ilişkin sonuçlar, Tablo 5' te yer almaktadır. Buna göre iki ölçek arasında pozitif ve orta derecede bir ilişki vardır. Tabloya göre, girişimcilik ve yaratıcılık ölçeğinden oluşturulan ortalama puanlar arasında pozitif yönlü orta derecede ( $r=0.372$ ) anlamlı bir ilişki vardır. Bir başka deyişle, yaratıcılık ölçeğine ilişkin puanlar arttığında girişimcilik artmakta, aynı şekilde yaratıcılık azaldığında girişimcilik de azalmaktadır. Buradan hareketle, “**H1: Yaratıcılık girişimci olma isteğini olumlu yönde etkiler**” hipotezi desteklenmiştir.

**Tablo 5.** Yaratıcılık Ölçeği ile Girişimcilik Ölçeği ve Alt Boyutları Arasındaki Korelasyon Analizi Sonuçları

	Yaratıcılık Ölçeği		
	r	Sig.	n
<b>Girişimcilik Ölçeği</b>	,372	0.000 *	300
Faktör1 Özgüven	,317	0.000 *	300
Faktör2 Fırsatları değerlendirme	,301	0.000 *	300
Faktör3 Risk Alma	,278	0.000 *	300
Faktör4 Kontrol odaklılık	,327	0.000 *	300
Faktör5 Kararlılık	,201	0.000 *	300
Faktör6 Yenilikçilik	,191	0.001 *	300

Faktör7 Başarma isteği	,349	0.000 *	300
------------------------	------	---------	-----

\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

Benzer şekilde girişimcilik alt boyutları ile yaratıcılık arasındaki korelasyon analizi sonuçlarına bakıldığında, tüm ilişkilerin pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir. Sonuç olarak yaratıcılık ile girişimciliğin tüm alt boyutları arasında pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı ilişkiler vardır. İlişkilerin gücü orta ve zayıf seviyede görülmektedir. En güçlü ilişkinin olduğu alt boyutlar sırasıyla, başarıma isteği ( $r=0.349$ ), kontrol odaklılık ( $r=0.327$ ) ve özgüven ( $r=0.317$ ) olarak belirlenmiştir.

Buna göre çalışma hipotezlerinden “**H2g: Yaratıcılık ile girişimciliğin başarıma isteği boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır**”, “**H2d: Yaratıcılık ile girişimciliğin kontrol odaklılık boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır**”, “**H2a: Yaratıcılık ile girişimciliğin özgüven boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır**” hipotezleri desteklenmiştir. Çalışmada en zayıf ilişki, yaratıcılık ile girişimciliğin alt boyutlarından yenilikçilik ( $r=0.191$ ) boyutu olarak belirlenmiştir. Zayıf ilişkiden orta seviyede ilişkiye doğru yaratıcılık ve girişimcilik boyutları arasındaki ilişki düzeyi sırasıyla, kararlılık ( $r=0.201$ ), risk alma ( $r=0.278$ ) ve fırsatları değerlendirme ( $r=0.301$ ) boyutları olarak belirlenmiştir. Buradan hareketle çalışma hipotezlerinden “**H2b: Yaratıcılık ile girişimciliğin fırsatları değerlendirme boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır**”, “**H2c: Yaratıcılık ile girişimciliğin risk alma boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır**”, “**H2e: Yaratıcılık ile girişimciliğin kararlılık boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır**” ve “**H2f: Yaratıcılık ile girişimciliğin yenilikçilik boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır**” hipotezleri desteklenmiştir.

### Bağımsız Örnekler İçin T Testi

Belirlenen demografik değişkenler bazında öğrencilerin, yaratıcılık ölçeği, girişimcilik ölçeği ve girişimcilik ölçek alt boyutları bazında farklılıklar, bağımsız örnekler için t testi yardımıyla incelenmiştir.

### Girişimcilik Dersi Bazında Farklılıkların İncelenmesi

Çalışmamızda belirlenen 3. Hipoteze göre yaratıcılık, girişimcilik ölçekleri ve girişimcilik alt boyut parametreleri girişimcilik dersi alıp almama değişkeni bazında ortalamalar arasında farklılık olup olmadıkları incelenmiştir.

**Tablo 6.** Girişimcilik Dersi Durumu Bazında Ölçek ve Ölçek Alt Boyut Farklılıklarının İncelenmesi

	Girişimcilik Dersi	n	Ortalama	Standart Sapma	t	P
Yenilikçilik	Almamış	205	3.70	0.78	1.987	<b>.048*</b>
	Almış	95	3.48	1.04		
Girişimcilik	Almamış	205	3.80	0.50	.329	.742
	Almış	95	3.78	0.44		
Faktör 1 Özgüven	Almamış	205	3.90	0.60	.775	.439

	Almış	95	3.85	0.55		
Faktör 2 Fırsatları değerlendirme	Almamış	205	3.74	0.62	.052	.958
	Almış	95	3.74	0.57		
Faktör 3 Risk Alma	Almamış	205	3.64	0.69	-.459	.647
	Almış	95	3.68	0.58		
Faktör 4 Kontrol odaklılık	Almamış	205	3.95	0.62	1.293	.197
	Almış	95	3.85	0.61		
Faktör 5 Kararlılık	Almamış	205	3.82	0.61	-.038	.969
	Almış	95	3.82	0.63		
Faktör 6 Yenilikçilik	Almamış	205	3.64	0.70	-.813	.417
	Almış	95	3.71	0.66		
Faktör 7 Başarma isteği	Almamış	205	3.83	0.77	.674	.501
	Almış	95	3.77	0.72		

Bağımsız örnekler için t testi sonuçlarına bakıldığında, girişimcilik dersi almış ve almamış öğrenci gruplarının sadece yenilikçilik bazında istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde ayrıştığı görülmektedir. Buna göre girişimcilik dersi almamış kişilerin yenilikçilik ölçek puanları 3.70 ile girişimcilik dersi almış kişilerden daha yüksektir ve bu farklılık istatistiksel olarak anlamlıdır. Öte yandan girişimcilik ölçeği ve girişimcilik ölçek alt boyutları, girişimcilik dersi alıp almama durumu bazında ayrılmamaktadır. Girişimcilik ölçeği ve alt boyutlar için sig. değerleri 0.05'ten büyük olduğu için "**H<sub>3</sub>: Girişimcilik dersi alan öğrencilerin girişimci olma eğilimleri daha yüksektir**" hipotezi kabul edilerek gruplarına göre ortalamalar açısından ayrılmamaktadır sonucu elde edilmektedir.

### Cinsiyet Bazında Farklılıkların İncelenmesi

Yaratıcılık ölçeği, girişimcilik ölçeği ve girişimcilik ölçek alt boyut parametrelerinin cinsiyet değişkeni bazında ortalamalar arasında farklılık olup olmadıkları bağımsız örnekler için t testi yardımıyla incelenmiştir.



**Tablo 7.** Cinsiyet Değişkeni Bazında Ölçek ve Ölçek Alt Boyut Farklılıklarının İncelenmesi

	Cinsiyet	n	Ortalama	Standart Sapma	t	P
Yenilikçilik	Erkek	151	3.72	0.88	1.879	.061
	Kadın	149	3.53	0.87		
Girişimcilik	Erkek	151	3.85	0.50	1.915	.057
	Kadın	149	3.74	0.46		
Faktör1 Özgüven	Erkek	151	3.93	0.59	1.259	.209
	Kadın	149	3.84	0.57		
Faktör2 Fırsatları değerlendirme	Erkek	151	3.77	0.62	.826	.410
	Kadın	149	3.71	0.59		
Faktör3 Risk Alma	Erkek	151	3.76	0.65	2.992	<b>.003*</b>
	Kadın	149	3.54	0.64		
Faktör4 Kontrol odaklılık	Erkek	151	3.96	0.62	1.142	.254
	Kadın	149	3.88	0.60		
Faktör5 Kararlılık	Erkek	151	3.85	0.61	.828	.408
	Kadın	149	3.79	0.63		
Faktör6 Yenilikçilik	Erkek	151	3.73	0.68	1.705	.089
	Kadın	149	3.59	0.69		

Faktör7 Başarma isteği	Erkek	151	3.92	0.77	2.536	<b>.012*</b>
	Kadın	149	3.70	0.73		

Bağımsız örnekler için t testi sonuçlarına bakıldığında, girişimcilik alt boyutlarından risk alma ( $t=2.992$ , sig.  $<0.05$ ) ve başarıma isteği ( $t=2.536$ , sig.  $<0.05$ ) puanları cinsiyet bazında istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde ayrıştığı görülmektedir. Buna göre her iki boyu için de kadınların ortalama puanları daha düşüktür, bir başka deyişle kadınların risk alma ve başarıma isteği seviyelerinin erkeklere göre daha düşük olduğu ve bu farklılığın istatistiksel olarak anlamlı olduğu söylenebilir. Öte yandan yaratıcılık ölçeği, girişimcilik ölçeği ve alt boyutlardan özgüven, fırsatları değerlendirme, kontrol odaklılık, kararlılık ve yenilikçilik parametre ortalamaları, sig. değerleri 0.05'ten büyüktür ve gruplarına göre ortalamalar açısından ayrışmamaktadır sonucuna ulaşılmaktadır.

### Öğrenim Durumu Bazında Farklılıkların İncelenmesi

Yaratıcılık ölçeği, girişimcilik ölçeği ve girişimcilik ölçek alt boyut parametrelerinin öğrenim durumu değişkeni bazında ortalamalar arasında farklılık olup olmadıkları tek yönlü varyans analizi yardımıyla incelenmiştir. Gruplar arası farklılıkların incelendiği istatistiksel testlerde, anlamlılıklar çift yönlü 0,05 düzeyinde denetlenmiş; p değeri 0,05'ten küçük olan sonuçlarda gruplar arasında farklılıklar "anlamlı" olarak kabul edilmiştir. Çalışmada kullanılan ölçeklerin ve ölçek alt boyutlarının her birinin aritmetik ortalamaları farklı öğrenim grupları bazında farklılık gösterip göstermediğine ilişkin uygulanan varyans analizi testi sonuçları Tablo 8' de yer almaktadır.

**Tablo 8.** Öğrenim Durumu Değişkeni Bazında Farklılıkların İncelenmesi

	Grup	n	Ort.	St. Sapma	F	p	Fark
Yenilikçilik	Ön Lisans	149	3.67	0.82	.607	.545	-
	Lisans	118	3.56	0.94			
	Yüksek Lisans Doktora	33	3.70	0.88			
Girişimcilik	Ön Lisans	149	3.83	0.46	5.570	<b>.004*</b>	2-3
	Lisans	118	3.70	0.50			
	Yüksek Lisans Doktora	33	3.98	0.42			
Faktör1 Özgüven	Ön Lisans	149	3.91	0.58	4.180	<b>.016*</b>	2-3
	Lisans	118	3.79	0.61			
	Yüksek Lisans Doktora	33	4.11	0.42			

Faktör2 Fırsatları değerlendirme	Ön Lisans	149	3.78	0.55	4.692	<b>.010*</b>	2-3
	Lisans	118	3.63	0.65			
	Yüksek Lisans Doktora	33	3.97	0.60			
Faktör3 Risk Alma	Ön Lisans	149	3.71	0.67	2.505	.083	-
	Lisans	118	3.55	0.61			
	Yüksek Lisans Doktora	33	3.77	0.68			
Faktör4 Kontrol odaklılık	Ön Lisans	149	4.02	0.55	9.921	<b>.000*</b>	1-2 2-3
	Lisans	118	3.74	0.67			
	Yüksek Lisans Doktora	33	4.14	0.51			
Faktör5 Kararlılık	Ön Lisans	149	3.87	0.58	2.504	.083	-
	Lisans	118	3.73	0.68			
	Yüksek Lisans Doktora	33	3.95	0.54			
Faktör6 Yenilikçilik	Ön Lisans	149	3.64	0.72	1.367	.257	-
	Lisans	118	3.64	0.69			
	Yüksek Lisans Doktora	33	3.85	0.56			
Faktör7 Başarma isteği	Ön Lisans	149	3.81	0.77	.223	.800	-
	Lisans	118	3.80	0.76			
	Yüksek Lisans Doktora	33	3.89	0.66			

Tabloya göre, girişimcilik ölçeği genel puanı ve girişimcilik ölçeği alt boyutlarından Özgüven, fırsatları değerlendirme ve kontrol odaklılık için sig. değerleri 0.05'ten küçük olduğu için farklı eğitim durumları gruplarına göre ortalamalar açısından farklılık olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Girişimcilik ölçeğine bakıldığında, Lisans ve Yüksek Lisans öğrencileri arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre Yüksek Lisans / Doktora öğreniminde olan öğrencilerin girişimcilik puanları (3.70), öğrenimi Lisans (3.98) olan öğrencilere göre daha yüksektir.

Özgüven ve fırsatları değerlendirme alt boyutları için de sonuçlar benzer şekilde olup, öğrenim durumu Yüksek Lisans / Doktora olan grubun ortalaması, öğrenim durumu Lisans olan gruba göre daha yüksektir ve bu farklılık istatistiksel olarak anlamlıdır. Kontrol odaklılık alt boyutunda ise, Ön Lisans ve Lisans ile Lisans ve Yüksek Lisans / Doktora grupları arasındaki farklılıklar anlamlıdır. Buna göre kontrol odaklılık parametre ortalaması en yüksek grup 4.14 ortalama ile Yüksek Lisans / Doktora iken, en düşük ortalama 3.74 ile Lisans öğrenim durumuna sahip öğrencilerdir.

## Tartışma ve Sonuç

Küreselleşme ve teknolojiye yaşanan hızlı ve sürekli değişim, iş dünyasında var olan kuruluşların uzun süre yaşamlarını sürdürebilmeleri ve varlıklarını koruyabilmeleri için yaratıcı fikirlerin dikkate alındığı, yeniliklere açık, esnek çalışma koşullarının uygulandığı iş ortamlarını ve yeni fikirlerle ortaya çıkarılmış yeni ürünlerin varlığını gerektirmektedir. Bu noktada yaratıcılığın önemi artmaktadır.

Bu çalışmada yaratıcılığın girişimci olma isteği üzerindeki etkileri, eğitimlerine devam eden üniversite öğrencileri üzerinden incelenmiş, girişimcilik eğitimi ile girişimci olma isteği arasındaki ilişki, girişimcilik dersi alan öğrencilerle dersi almayan öğrenciler arasındaki fark olarak, grup ortalamaları bazında ele alınarak değerlendirilmiştir. Yapılan inceleme sonucunda, yaratıcılık ve girişimcilik ölçeğinden oluşturulan ortalama puanlar arasında pozitif yönlü orta derecede ( $r = 0.372$ ) anlamlı bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Yaratıcılık ölçeğine ilişkin puanlar arttığında girişimciliğin arttığı, benzer şekilde yaratıcılık azaldığında ise girişimciliğin de azaldığı ifade edilebilir. Yaratıcılık, yeni fikirlerin üretilmesini kolaylaştırabilmektedir. Aynı şekilde girişimcilik alt boyutları ile yaratıcılık arasındaki analiz sonuçlarına baktığımızda, tüm ilişkilerin pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir. İlişkilerin gücünün de orta ve zayıf seviyede olduğu söylenebilir. En güçlü ilişkinin olduğu alt boyutlar sırasıyla, başarıma isteği ( $r=0.349$ ), kontrol odaklılık ( $r=0.327$ ) ve özgüven ( $r=0.317$ ) olarak belirlenmiştir.

Araştırmada yer alan demografik değişkenler bazında üniversite öğrencilerinin yaratıcılık ölçeği, girişimcilik ölçeği ve girişimcilik ölçek alt boyutları bazında farklılıklar için uygulanan bağımsız örnekler için t testi sonuçlarına göre, girişimcilik dersi almış ve almamış öğrenci gruplarının sadece yenilikçilik bazında istatistiksel olarak anlamlı bir biçimde ayrıştığı görülmektedir. Diğer taraftan, girişimcilik ölçeği ve girişimcilik ölçek alt boyutları, girişimcilik dersi alıp almama durumu bazında ayrılmamaktadır. Araştırmada kullanılan ölçeklerin ve ölçek alt boyutlarının her birinin, öğrenim durumu değişkeni bazında ortalamalar arasında fark olup olmadığı tek yönlü varyans analizi yardımıyla incelenmiştir. İnceleme sonucunda, farklı eğitim durumlarının gruplarına göre ortalamalar açısından farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Yazında, girişimcilik ve yaratıcılık arasındaki ilişkinin önemine değinilen birçok çalışmaya rastlamak mümkündür. Özellikle, 1992 yılında yaptığı çalışmada Churchill'in girişimcilik tanımı ilişkinin önemini özetler niteliktedir. Churchill'e göre girişimcilik, bir organizasyonda yaratıcılık ve yenilik yaparak değer yaratmak için fırsat yaratılması ve geliştirilmesi ve bu fırsattan faydalanma sürecidir (Churchill, 1992). Bu tanım, yaratıcılık performansı ve girişimcilik arasındaki ilişkinin önemli bir göstergesi olarak görülebilir.

Araştırmanın uygulamaya yönelik katkısı, yaratıcılık yeteneğinin girişimci olma isteğini olumlu yönde etkilediği sonucundan hareketle, üniversitelerde eğitim gören gençlerin yetenekleri doğrultusunda çalışma hayatına yönlendirilmeleri, başarılı girişimciler olabilmeleri için yaratıcılık yeteneklerinin farkında olmalarının sağlanması açısından üniversitelerde verilen girişimcilik eğitiminin önemine bir kez daha dikkat çekilmektedir. Araştırmada sadece bir üniversiteden örneklem alınması, bu çalışmanın sınırlılıklarından biridir. Gelecek çalışmalar için Mersin İl bazında yer alan tüm üniversitelerden örneklem alınabilir. Devlet üniversitesi ve özel üniversiteler bazında da araştırma genişletilebilir. Girişimci olmaya istekli olan üniversite öğrencilerinin ekonomik durumları, devletin girişimci olacıklara sağladığı avantajlar ve dezavantajlar, ülkedeki işsizlik oranları ve istihdam olanakları gibi farklı yönlerden üniversite öğrencilerinin iş dünyasına yönelik eğilimleri araştırılabilir.

## Etik Beyanı

Çalışma için Toros Üniversitesi'nden 15.10.2021 tarihinde *Üniversite Öğrencilerinin İş Hayatına İlişkin Eğilimleri: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma* konulu araştırma için Üniversitemiz Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulundan Etik Kurul Onayı alınmıştır.

## Kaynakça

- Ahmad, N., Hoffmann, A.N. (2008). "A Framework for Addressing and Measuring Entrepreneurship, OECD Statistics Working Papers", 2008/02, Paris: OECD.
- Alparlan, A. M., ve Özmen, M. (2017). Kişisel değerlerin girişimcilik eğilimine etkisi: Demografik özelliklerin rolü. *Itobiad: Journal of the Human & Social Science Researches*, 6(2). 957-976.
- Amabile, T. (1988). "A model of creativity and innovation in organisations", In *Research in Organisational Behaviour*, Staw, B. M. and Cummings, L. L. (Eds.), Greenwich, CT: JAI Press, pp. 123-167
- Amabile, T.M. (1997). "Motivating creativity in organizations: On doing what you love and loving what you do", *California Management Review*, 40(1), 39-58.
- Amabile, T.M. (1998). "How to kill creativity", *Harvard Business Review*, September-October, 77-87.
- Amabile, T.M., Conti, R. Coon, H. Lazenby, J. ve Herron, M. (1996). "Assessing the work environment for creativity", *Academy of Management Journal*, 39(5), 1154-1184.
- Balaban, Ö., ve Özdemir, Y. (2008). Girişimcilik eğitiminin girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisi: Sakarya Üniversitesi İİBF Örneği, *Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(1), 78 – 107.
- Bilge, H., ve Bal, V. (2012). Girişimcilik eğilimi: Celal Bayar Üniversitesi öğrencileri üzerine bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (16), 131-148.
- Bozkurt, Ö. (2006). Girişimcilik eğiliminde kişilik özelliklerinin önemi, <https://www.researchgate.net/publication/322959595>.
- Baron, R. A., and Ward, T. B. (2004). 'Expanding entrepreneurial cognition's toolbox: potential contributions from the field of cognitive science', *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol 28, pp 553-575.
- Bayraktar, S. (2008). "Girişimcilik", Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, EIS526 –H13-1.
- Bentley, T. (1999). "Takımınızın yeteneklerini geliştirmede yaratıcılık", (Çev: O. Yıldırım), İstanbul: Hayat Yayınları.
- Bird, B. (1988). 'Implementing entrepreneurial ideas: the case for intention', *Academy of Management Review*, Vol 13, pp 442-453.
- Bird, B. J. (1989). *Entrepreneurial Behavior*, Scott, Foresman and Company, Glenview, Illinois.
- Cantillon, R. (1730). "An Essay on the Nature of Commerce", A New English Translation, Translated by Chantal Saucier , Edited by Mark Thornton, Table of Contents Introduction by Chantal Saucier and Mark Thornton.
- Casson, M., Yeung, B., Basu, A., Wadeson, W. (2006). "The Oxford Handbook of Entrepreneurship", Oxford, Oxford University Press.
- Cervone, D., Pervin, L. A. (2008). "Personality: Theory and research"(10th ed.).Hoboken, NJ: John Wiley and Sons, Inc.
- Churchill, N.C. (1992). *Research Issues in Entrepreneurship*, In Sexton, D.L.; Kasarda, J.D., eds., *The State of The Art of Entrepreneurship*, PWS-KENT, Boston, MA, s.586.
- Çarıkcı, İ., ve Koyuncu, O. (2010). Bireyci-toplumcu kültür ve girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik bir araştırma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (3), 1- 18.
- Çiçek, B. (2016). Girişimcilik dersinin öğrencilerin girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisi: Muş Alparlan Üniversitesi İİBF'de bir araştırma. In *International Conference on Quality in Higher Education* (ss. 365-368).
- Davidsson, P. (2003). "The Domain of Entrepreneurship Research: Some Suggestions", in: Katz, J. and Shepherd, S., (eds.) *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*, Vol.6. Amsterdam, Elsevier, 315- 372.
- Dugassa, Tessema Gerba. (2012). "Impact of entrepreneurship education on entrepreneurial intentions of business and engineering students in Ethiopia", *African Journal of Economic and Management Studies*, Vol. 3 Issue: 2, pp.258-277.
- Feist, G. J. (1998). "A meta-analysis of personality in scientific and artistic creativity", *Personality and Social Psychology Review*, 2(4), 290-309.
- Fillis, I., Rentschler, R. (2010). "The Role of Creativity in Entrepreneurship", *Journal of Enterprising Culture* Vol. 18, No. 1, p.49-81.
- Ford, D.Y., Harris, J.J. (1992). "The Elusive Definition of Creativity", *Journal of Creative Behavior*, Volume 26 , Number 3 ,p. 187,195).
- Hébert, R.F., Link, A.N. (1989). "In search of the meaning of entrepreneurship", *Small Bus. Econ.* 1, 39-49.
- Hébert, Robert F. (1985). "Was Richard Cantillon an Austrian economist?", *J. Libertarian Stud.* VII (No. 2).
- Hirsch, R. D. ve Peters, M. P. (2002). *Entrepreneurship*, Fifth Edition, McGraw-Hill/Irwin, New York, s.10.
- Hills, G.E. (1988). "Variations in university entrepreneurship education: an empirical study of an evolving field", *Journal of Business Venturing*, Vol. 3 No. 3, pp. 109-22.
- Hirsch, R. D., Peters, M. P. (1998). "Entrepreneurship", New York: Irwin Mc Graw Hill.
- Im, S., Montoya, M. M., Workmen, Jr. J. P. (2013). "Antecedents and consequences of creativity in product innovation teams", *Journal of Product Innovation Management*, 30(1), 170-185.
- İşcan, Ö. F., ve Kaygın, E. (2011). Potansiyel girişimciler olarak üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerini belirlemeye yönelik bir araştırma. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(2), 275-286.
- Johannisson, B., Landström, H., Rosenberg, J. (1998). "University training for entrepreneurship – an action frame of reference", *European Journal of Engineering Education*, Vol. 23 No. 4, pp. 477-96.
- Kaufmann, J. Patrick, Welsh, H.B Dianne, Bushmarin, Nicholas. (1995). "Locus of Control and Entrepreneurship in the Russian Republic", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 20 (1), (1995), p. 43-56.
- Kelly, K. E. (2006). "Relationship between the five-factor model of personality and the scale of creative attributes and behavior: A validation study", *Individual Differences Research*, 4(5), 299-305.

- Kılıç, R., Keklik, B., ve Çalış, N. (2012). Üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimleri üzerine bir araştırma: Bandırma İİBF İşletme Bölümü örneği. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 17(2), 423-435.
- King, N., & Anderson, N. (2002). "Managing innovation and change: A guide for organizations", London: Thompson.
- Klijn, M., Tomic, W. (2010). "A review of creativity within organizations from a psychological perspective", Journal of Management Development Vol. 29 No. 4, 2010 pp. 322-343.
- Krueger, N. F. Jr, Reilly, M. D., and Carsrud, A. L. (2000). 'Competing models of entrepreneurial intention', Journal of Business Venturing, Vol 15, pp 411-432.
- Lambing, Peggy ve Charles R. (2000). "Entrepreneurship", Second Edition, New York: Prentice Hall
- Low, M. B., and MacMillan, I. C. (1988). 'Entrepreneurship: past research and future challenges', Journal of Management, Vol 14, pp 139-161.
- Luecke, R. (2011). "İş dünyasında yenilik ve yaratıcılık, (Çev: T. Parlak), İstanbul: Türkiye İş Bankası Yayınlar.
- Lumpkin, G.T., Dess, G.G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. Academy of Management Review, 21 (1): 135-172.
- Macko, A., Tyszka, Tadeusz. (2000). "Entrepreneurship and Risk Taking," Applied Psychology, 58 (3), (2000), p. 469-487.
- Macko, A., Tyszka, Tadeusz. (2000). "Entrepreneurship and Risk Taking," Applied Psychology, 58 (3), (2000), p. 469-487.
- May, R. (2010). "Yaratma cesareti", İstanbul: Metis Yayıncılık.
- McDaniel, A. Bruce, "Entrepreneurship and Innovation: An Economic Approach", M. E. Sharpe, USA, 2002.
- Mitchell, R. K., Busenitz, L., Lant, T., McDougall, P. P., Morse, E., A., and Smith, J. B. (2002). 'Toward a theory of entrepreneurial cognition: rethinking the people side of entrepreneurship research', Entrepreneurship Theory and Practice, Vol 27, pp 93-104.
- Morris, M., Kuratko, D. (2002)."Corporate Entrepreneurship: Entrepreneurial development within organizations", Fort Worth, Texas: Hartcourt College Publishers.
- Napier, H. Albert, Rivers, N. Ollie ve Wagner, W. Stuart. (2006). "Creating a Winning E-Business", Cengage Learning, USA, 2006.
- Oldham, G.R., Cummings, A. (1996). "Employee Creativity: Personal and Contextual Factors at Work", Academy of Management Journal, 1996. Vol. 39. No. 3. 607-634.
- Parker, S.C. (1996). "A time series model of self-employment under uncertainty", Economica 63, 459-475.
- Pihie, Lope, Akmaliah, Zaidatol. (2009). "Entrepreneurship as a Career Choice: An Analysis of Entrepreneurial Self-Efficacy and Intention of University Students," European Journal of Social Sciences, 9 (2), (2009), p. 338-349.
- Prabhu, V., Sutton, C., Sauser, W. (2008)." Creativity and certain personality traits: Understanding the mediating role effect of intrinsic motivation", Creativity Research Journal, 20(1), 53-66.
- Reisman, D. (2004). "Schumpeter's Market: Enterprise and Evolution", Edward Elgar, Cheltenham. DA Reisman - 2004 - books.google.com.
- Sarıtaş, A., ve Duran, G. (2017). Üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerinin tespitine ilişkin bir araştırma. Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi 5(1). 147-165.
- Shane, S., E.J. (2003). The Individual-Opportunity Nexus, in Acs, Zoltan J and David B Audretsch (eds), Handbook of Entrepreneurship Research. An Interdisciplinary Survey and Introduction. Boston (Mass): Kluwer: 161-194.
- Shane, S., Venkataraman, S. (2000)."The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research", Academy of Management Review 25: 217-226.
- Shaver, K. G. (1995). 'The entrepreneurial personality myth', B&E Review, April-June, pp 20-23.
- Solomon, G. T., and Fernald, L. W. Jr. (1991). 'Trends in small business management and entrepreneurship education in the United States', Entrepreneurship Theory and Practice, Vol 15, pp 25-39.
- Sundbo, Jon, (1998)." The Theory of Innovation: Entrepreneurs, Technology and Strategy", Edward Elgar Publishing, UK, 1998.
- Tiftik, H., Zincirkıran, M. (2014). "A Survey of Entrepreneurial Tendencies Candidate Young Entrepreneurs: Foundation University Sample", Journal of Management Research, Cilt:6, Sayı:2, s. 186-187.
- Türkmen, M., ve İşbilir, U. (2015). Üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerinin sosyo-demografik özellikler açısından incelenmesi. CBÜ Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, 9(2), 18-28.
- Uluyol, O. (2013)." Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimlerinin Belirlenmesi: Gölbaşı Meslek Yüksekokulu Örneği", Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Yıl 6, Sayı 15, s. 358
- Venkataraman, S. (1997). The Distinctive Domain of Entrepreneurship Research, in Katz, Jerome A (ed.), Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth. Volume 3, Greenwich, Connecticut: JAI Press: 119-138.
- Wickham, A. Philip. (2006). "Strategic Entrepreneurship", Financial Times Prentice Hall, UK, 2006.
- Yılmaz, E., Sünbül, A. M. (2009). "Üniversite Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeği", Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 21, s.196-203.
- Young, J. G. (1985). "What Is Creativity?", The Journal of Crutlve BehaVİOR, Volume 19 Number 2, p. 77-78.
- Yüksel, H., Cevher, E. ve Yüksel, M. (2015). Öğrencilerin girişimci kişilik özellikleri ile girişimcilik eğilimleri üzerine bir araştırma. Çankırı Karatekin Üniversitesi İİBF Dergisi, 5(1), 143-156.
- Zhou, J., George, J. M. (2001). "When job dissatisfaction leads to creativity: Encouraging the expression of voice", Academy of Management Journal, 44, 4, ABI/INFORM Global, s. 682