

**Yenilikçi Girişimciliğin Geliştirilmesinde Girişimcilik Eğitiminin Önemi:  
Meslek Yüksekokulu Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma**

**Yrd. Doç. Dr. Ezgi CEVHER**  
Süleyman Demirel Üniversitesi  
Isparta MYO, İşletme Yönetimi  
ezgicevher@sdu.edu.tr

---

**Öz**

Girişimciliğin ve yenilikçiliğin birbirleriyle etkileşim içinde olduğu, yenilikçiliğin girişimcilikte bir araç olarak kabul edildiği önemli ölçüde kabul gören bir gerçektir. Yenilik ve yenilikçi anlayış, bir girişimci için fırsatları değere dönüştürür ve ekonomik bir getirinin elde edilmesini sağlar. Bu nedenle, yenilikçilik, girişimciliğin dayandığı bir kavram olarak karşımıza çıkmakta, girişimcilik faaliyetleri yeniliklerle başlayabilmektedir. Bu noktada girişimcilik eğitimi yenilikçi ve yaratıcı girişimcilerin yetiştirilmesinde önemli hale gelmiştir. Bu durum özellikle yükseköğretim düzeyinde girişimcilik eğitimi zorunlu kılmıştır. Bu yüzdendir ki bugün pek çok üniversitede girişimcilik dersleri verilmektedir. Meslek yüksekokulu öğrencilerinin yenilikçi iş fikirlerini ortaya koymaya yönelik bu çalışma, nitel analiz yöntemlerinden içerik analizi ile hazırlanmıştır. Çalışma, işletme yönetimi bölümüne kayıtlı 450 öğrenciden 120 si ile gerçekleştirilmiştir. Amaç, meslek yüksekokulu öğrencilerinin aldıkları girişimcilik eğitimleri sonucunda yenilikçi girişimcilik düzeylerini tespit etmek, elde edilen bulgulardan yola çıkarak girişimcilik eğitimlerinin içeriği ve eğitimlerin uygulanış biçimi konusunda görüş ve öneriler sunmaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Girişimcilik, Yenilikçi Girişimcilik, Girişimcilik Eğitimi

**The Importance Of Entrepreneurship Education At The Development Of  
Innovative Entrepreneurship:  
A Research On Vocational School Students**

**Abstract**

It is a considerably accepted fact that innovation and entrepreneurship are in interaction with each other, innovation is accepted as a means of entrepreneurship. Innovation and innovative approach make the opportunities a value for entrepreneurs and provide an economic return. Therefore, innovation emerges a concept as based on entrepreneurship, and entrepreneurial activities can be started with innovations. At this point, entrepreneurship education has become important in the upbringing of the innovative and creative entrepreneurs. This situation has necessitated the entrepreneurial education at the higher education level. That is why today entrepreneurship courses are given at many universities. This study aimed to demonstrate the innovative business ideas of vocational school students was conducted with the content analysis method, one of the qualitative analysis methods. The study was conducted with 120 of 450 students who have enrolled in the business management department. The aim to determine levels of innovative entrepreneurship of vocational college students who have entrepreneurial education, considering the findings, is to provide comments and suggestions on the content and implementation of entrepreneurship education.

**Key words:** Entrepreneurship, Innovative Entrepreneurship, Entrepreneurship Education

**1. Giriş**

Bir ülkede gelişmenin ve kalkınmanın temel yapı taşlarından birini oluşturan girişimcilik faaliyetlerinin odağında girişimci vardır. Girişimci, insanların ihtiyaç duyduğu mal veya hizmetleri temin etmek amacıyla riske katlanan (Yıldız vd., 2011) fırsatları izleyerek, belirsizliklerde bile yeni açılımlar yapabilen kişidir (Naktiyok, 2004: 9). Girişimcilik faaliyetleri ile ortaya çıkan iş geliştirme fikri ise girişimcilerin yenilikçi yeteneklerine bağlı olarak iş kurma becerisini ifade etmektedir. Bu nedenle girişimcilik ve iş kurma

faaliyetinde kişilerin girişimcilik yetenekleri ile iş kurmayı etkileyen pek çok unsur doğru orantılıdır (Akyüz, 2009: 139).Eğitim, genel anlamda kişilerde istenen davranışları değiştirme sürecidir. Bu süreçte bireyin davranışları istenen yönde planlı bir şekilde değiştirilebilmekte hatta geliştirilmektedir (Ertürk, 1973; Aktaran: Demirel ve Kaya, 2006). Bir bilim dalı olarak ise eğitim, istenen yönde davranış geliştirmeye çalışan, psikoloji, sosyoloji, ekonomi vb. bilim dalları ile yakından ilişki içerisinde (Erden ve Akman, 1997). Dar anlamda eğitim ise bireylere yetenek ve isteklerine bağlı olarak özellikle okullar aracılığıyla belirli bilgi ve becerilerin kazandırılmasıdır (Eroğlu, 2011:137). Girişimcilik faaliyetlerinde de eğitimin önemi pek çok çalışmada araştırılmıştır. Hatta girişimciliği etkileyen faktörlerin başında yaş, cinsiyet, eğitim, ailenin tutumu, başarı güdüsü sıralanmaktadır (Erdoğan, 2012:28-29). Girişimciliğin tamamen doğuştan olmaması, eğitim faaliyetleri ile de pekiştirilebileceği düşüncesinden yola çıkılarak eğitim unsuru önemli bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu doğrultuda son yıllarda girişimcilik kültürünün oluşturulmasında özellikle üniversitelerde zorunlu veya seçmeli girişimcilik eğitimleri eğitim ve öğretim süreçlerine dahil edilmiştir. Bunun yanı sıra bireylerin girişimcilik yetenekleri ile aldıkları eğitim arasında da doğrusal bir ilişki mevcuttur (Akyüz, 2009: 139).Girişimciliğin ve yenilikçiliğin birbirinden vazgeçilmez bir etkileşim içerisinde olmasından dolayı, yenilik ve yaratıcılık, girişimciliğin temel bileşenleri arasında yer almaktadır. Yenilik kavramının tanımlarına bakıldığında; yeniliğin girişimciler için farklı iş ve hizmetlerde bir araç olarak kabul edilmesi ön plana çıkmaktadır (Drucker, 2001). Yenilik aynı zamanda yeni veya büyük ölçüde değiştirilmiş ürün, hizmet ya da sürecin bir pazarlama yönteminin ya da organizasyonel yöntemin işletme içinde uygulanmasıdır (Manuel, 2005). Yenilik, kavram, icat ve yeni bir şeyin toplamı olarak ifade edilebilir (Rosenfeld, 1990). Yenilik, müşterilerin istedikleri yeni ürün ve hizmetleri sunabilmek için teknoloji ve pazara ait olan yeni bilgilerin kullanılmasıdır (Afuah, 2003). Bu yüzden ki, girişimciliğin yenilik tarafına bakan kısmı, girişimcilik faaliyetlerinin bazen benzeri olmayan yeni bir ürün veya hizmet sunma şeklinde başlayabileceği şeklindedir. Ya da mevcut ürün

veya hizmetlere yenilik veya farklılıklar katma şeklinde de ortaya çıkabilmektedir. Üniversitelerdeki girişimcilik derslerinin amacı da son dönemlerde öğrencilerde yenilikçi ve yaratıcı davranma, risk alma eğilimini kazandırma, nispeten bağımsızlık konusunda öğrencileri motive etmek şeklinde ortaya çıkmıştır (İrmiş, Durak ve Özdemir, 2010:41). Normal şartlarda verilen girişimcilik eğitimleri öğrencilerin iş kurma ve iş fikirlerini geliştirmeyi hedeflerken, yenilikçi girişimcilik ekseninde girişimcilik eğitimleri yenilikçi girişimciliği destekler nitelikte olabilmektedir. 2012 yılında üniversitelerin girişimcilik eğitimlerine yönelik yapılan bir araştırmada (Eroğlu, Koç ve Eroğlu, 2012: 400) üniversitelerin gerek eğitim alanında gerekse verdikleri mesajlarda girişimcilik kavramını ne kadar gündeme getirdikleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Elde edilen bulgular şu şekildedir:

**Tablo 1.** Kamu ve Vakıf Üniversitelerinde Girişimcilik Eğitimi

Üniversiteler ve Girişimcilik Eğitimi Değerlendirmesi	Kamu		Top	Vakıf		Top
	Var	Yok		Var	Yok	
İşletme Bölümü	97	6	<b>103</b>	44	18	<b>62</b>
Girişimcilik Kavramına Yer Verilmesi	28	75	<b>103</b>	16	46	<b>62</b>
Girişimcilik Dersi	68	35	<b>103</b>	30	32	<b>62</b>
Zorunlu Girişimcilik Dersi	16	52	<b>68</b>	11	19	<b>30</b>
Seçmeli Girişimcilik Dersi	52	13	<b>68</b>	19	11	<b>30</b>

**Kaynak:** Eroğlu F., Koç M., Eroğlu Ş.G., (2012) Eğitim Yoluyla Girişimcilik Olgusunun Yükseltilmesi ve Bir Araştırma, 4. Uluslar arası Girişimcilik Kongresi, 2-4 Mayıs 2012

Tablo 1'den anlaşılacağı üzere yapılan bu araştırmada aslında girişimcilik derslerinin zorunlu tutulmadığı çok net görülmektedir. Derslerin içeriği dikkate alındığında ise daha çok işletmecilik bilgilerine yer verildiği, uygulamalı anlatımların olmadığı, girişimciliğin yenilikçilik ve yaratıcılık üzerine şekillenmediği ders içerikleri ve kitaplar incelendiğinde söylenebilir.

Bunun dışında üniversitelerde yapılan araştırmalarda, özellikle öğrencilerin iş kurma eğilimlerini destekleyen girişimcilik unsurları, kendine güven, yenilikçilik eğilimine sahip olma, başarıma güdüsü, risk alma eğilimine yatkınlık şeklinde ortaya çıkmıştır (İşçan ve Kaygın, 2011). Yine benzer bir çalışmada, meslek yüksek okulu öğrencileri üzerine girişimci kişilik özelliklerini belirlemeye yönelik bir anket yapılmış ve elde edilen bulgular bir girişimcide bulunması gerek temel özellikleri öğrencilerin bakış açısından ortaya koymuştur. Buna göre en yüksek oranda “yenilikçilik, duyarlılık/yardım etme, fırsatçılık, iletişim, araştırmacılık, risk alma vb.” bir girişimcide bulunması gereken özellikler olarak tanımlanmıştır (Yüksel, Cevher ve Yüksel, 2015). Yine “Girişimcilik eğitiminin girişimci öz yeteneklerini açığa çıkarıp çıkarmadığı” konusunda yapılan benzer bir çalışmada “uygulamalı girişimcilik eğitimi” alanlarda iş kurma ve işe başlama eğitiminin belirgin şekilde arttığı tespit edilmiştir (Tağraf, Halis, 2008). Çalışma, üniversitelerde verilen girişimcilik eğitimleri içeriğinden yola çıkılarak hazırlanmıştır. Türk üniversitelerindeki girişimcilik derslerine bakıldığında dört boyuttan söz etmek mümkündür. Bunlar “genel işletmecilik bilgilerinin verilmesi, sınırlı ölçüde girişimcilik bilgi ve becerilerinin kazandırılmaya çalışılması, iş planı hazırlamaya teşvik, yine sınırlı ölçüde yenilikçiliğin kullanılmasına dair bilgiler öğretmek” şeklinde sıralanmaktadır (Eroğlu, Koç ve Eroğlu, 2012: 400). Bu içeriklere göre çalışmadaki amaç, bir ders dönemi boyunca öğrencilere verilen “yenilikçilik ve farklılık” temalı girişimcilik eğitimi sonrasında girişimci iş fikirlerinde ortaya çıkan mevcut durumu tespit etmektir. Bunun için öğrenci girişimci iş kurma grup çalışmaları, içerik analizi ile incelenmiştir. Çalışmaya işletme yönetimi bölümüne kayıtlı 450 öğrenciden 120 si dahil edilmiştir.

## **2. Yenilikçi Girişimcilik Üzerine Bir Araştırma**

### **2.1. Araştırmanın Amacı ve Yöntemi**

Araştırma, işletme yönetimi bölümü olan bir meslek yüksekokulunun öğrencileri üzerinde yapılmıştır. Amaç, meslekyüksekokulu öğrencilerinin yenilikçi iş fikirlerini tespit etmek ve bu doğrultuda yenilikçilik eğilimlerini

araştırmaktır. Bunun için işletme yönetimi bölümüne kayıtlı 450 birinci ve ikinci sınıf öğrencilerinden 120 birinci ve ikinci sınıf öğrencisi örneklem olarak seçilmiştir. 2014-2015 bahar döneminde verilen girişimcilik dersi eğitimi sonucunda 120 öğrenci, en az 4'erli en fazla 6'şarlı gruplar oluşturularak "girişimci iş fikri projesi" kapsamında grup çalışmasına teşvik edilmiştir. Çalışmada yöntem olarak nitel analiz yöntemlerinden içerik analizi kullanılmıştır. Öğrencilerin hazırladıkları iş fikri projeleri ana başlıklar altında detaylı şekilde incelenmiştir. İçerik analizinde yapılan işlem, birbirine benzeyen verileri belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirmek olmuştur. Bunun için girişimcilik iş fikri kavramları belirli başlıklar halinde alt temalarla desteklenmiş ve kodlama yönergesine uygun şekilde veriler kodlanmıştır. Sonrasında sayısallaştırılarak analiz tamamlanmıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2011: 228). Analiz, iş fikrine yönelik her bir grup ödevinin, derinlemesine incelenmesi ve girişimci iş fikrinin bölümlerine puan verilmesiyle yapılmış, bu puanlar excelde veri olarak girilmiştir. Ayrıca grup ödevini yapma süresince öğrenciler sınıf ortamında 2 saat boyunca gözlemlenmiş, ayrıca yardım istedikleri konularda yönlendirilmişlerdir. Bir girişimcilik faaliyetinde yer alan "işin/işletmenin adı, iş kurma amacı, girişimcilik iş merkezi, faaliyet gösterilecek sektör, işletmenin kurulma amaçları, hedef kitle, girişimci iş fikrinin farkları" gibi başlıklar gruplara dağıtılmış, grupların girişimcilik iş fikrini ortaya koymalarında literatür destekli destek olacak şekilde verilmiştir. Bu başlıklar verilmeden önce bahar döneminde verilen girişimcilik ders içeriğinde sürekli olarak her derste girişimcilik eyleminin "yenilikçilik, farklılık, yaratıcılık" gibi unsurları içerisinde barındırdığı vurgulanmıştır. Ayrıca temel girişimcilik bilgileri de öğrencilere aktarılmıştır. Öğrencilere her derste bu bilgiler tekrarlanmış, girişimciliğin klasik işletme kurma faaliyetinden farklılaşarak aslında "mevcut ürün veya hizmetlere yeniliklerin eklenerek ya da yeni ve benzeri olmayan radikal bir yenilik yaparak sektöre girmek" olduğu belirtilmiştir. Buna göre öğrencilere tanınan bir hafta süre içerisinde girişimcilik faaliyetlerini sunmaları istenmiştir. Elde edilen bulgular ve öğrencilerin demografik bilgileri aşağıdaki gibidir:

## 2.2. Elde Edilen Bulgular ve Yorumlar

Araştırmada, bahar dönemi girişimcilik dersi alan öğrencilerin yaptığı “girişimcilik iş fikri projesi” sonucunda elde edilen demografik ve içeriğe ilişkin bulgular aşağıdaki gibi tespit edilmiştir:

**Tablo 2.** Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Cinsiyetleri ve Yaşları

<i>Cinsiyet</i>	<i>Frekans</i>	<i>Yaş Aralığı</i>	<i>Frekans</i>
Erkek Öğrenci	55	18-20 Yaş	86
Bayan Öğrenci	69	21-23 Yaş	30
		24-26 Yaş	6
		26 Yaş ve Üzeri	2
<b>Toplam</b>	<b>124</b>	<b>Toplam</b>	<b>124</b>

Araştırmaya katılan 124 öğrencinin 69’ u bayan, 55’ i erkek öğrencidir. Buna göre meslek yüksek okulu işletme yönetimi birinci sınıf bölüm öğrencilerinin daha çok bayanlardan oluştuğu söylenebilir. Cinsiyete göre farklılık iş kurma faaliyetlerini de etkileyeceğinden burada da bu husus değerlendirilmiştir. Bayan öğrencilerin de erkek öğrencilerin de grup çalışması esnasında “yenilikçi ve yaratıcı” bir iş fikri bulmaya hevesli oldukları proje ödevinin başlangıcında sınıf ortamında gözlenmiştir. Hem erkek öğrenciler hem de bayan öğrencilerden oluşan dört grubun iş fikrini sunumda özellikle görsel malzemeleri kullanmaları dikkat çekmiştir. Örneğin sadece bayan öğrencilerden oluşan bir grup iş fikirlerine özel poster hazırlamış, hem bayan hem erkek öğrencilerden oluşan diğer bir grup ise iş fikrine özel kurdukları alışveriş ve eğlence merkezinin maketini yapmışlardır. Buna benzer diğer gruplar da kendilerini tanıtan veya iş fikrine özel amaçlarını anlatan küçük broşürler dağıtmışlardır. Dolayısıyla aslında burada hem bayan öğrencilerin hem de erkek öğrencilerin girişimci iş fikrini oluşturmada istekli bir girişimci profil çizdiğini söylemek yanlış olmaz. Araştırmaya dahil edilen öğrencilerin yaş aralıklarına

bakıldığında öğrencilerin tamamına yakın bir kısmının 18-20 yaş aralığında olduğu, bir kısmının da 21-23 yaş aralığında olduğu görülmüştür. Buna göre örneklem grubunda yer alan öğrencilerin çoğunluğunun 18-19 veya 20 yaşlarında olduğu söylenebilir. Bu çalışma için olmasa bile girişimcilik faaliyetlerine başlamada girişimcilerin yaş ortalaması yapılan araştırmalarda kadınların yaş ortalaması 35, erkeklerinki ise 30 olarak ortaya çıkmıştır.(BIC Angel Investment,2013) Buna göre aslında girişimci olabilme yolunda hem erkeklerin hem de bayanların erken yaşlarda eğitilmesi, bilinçlendirilmesi söz konusu olabilir. Çalışma bu açıdan 30 öğrenci grubunda bir farkındalık yaratmıştır. Çünkü projeler tamamlandıktan sonra “Yaşadığım şehre bir iş kurmak istesem...; Şu tarz bir şey yapmayı planlıyorum...; Bu şehirde okuyan öğrenciler için çok güzel bir fikrim var...” vb. düşünceler ders dışında dersin hocası ile tartışmaya açık şekilde paylaşılmıştır. Öğrencinin kendi işini kurmada cesaretlendiği gözlemlenmiş, özellikle yenilikçi ve yaratıcı fikirler düşünmeye yöneldiği tespit edilmiştir.

**Tablo 3.** Öğrencilerin Yaşadıkları Şehirler ve İşin Kurulacağı Şehirler

<i>Yaşadıkları Şehirler</i>	<i>Frekans</i>	<i>İşin Kurulacağı Şehir</i>	<i>Frekans</i>
Diğer	48	İstanbul	16
Antalya	40	Isparta	5
Isparta	22	Diğer	9
Diğer	11		
<b>Toplam</b>	<b>124</b>	<b>Toplam</b>	<b>30</b>

Araştırmaya dahil edilen öğrencilerin çoğu Türkiye’ nin farklı illerinde yaşamaktadır. Bunun dışında Antalya’ da ve Isparta’ da yaşayan öğrenci sayısı da yüksek kabul edilebilir. İstanbul, İzmir, Bursa, Ankara gibi büyük şehirlerde yaşayanlar sayıca azdır. Buna göre araştırmanın yapıldığı meslek yüksek okulu öğrencilerinin daha çok Antalya’ da yaşadığı tespit edilmiştir. Araştırmaya dahil edilen öğrenci gruplarının yarısından fazlası, girişimcilik iş fikrini İstanbul’ da uygulamak istemektedir. Kurmayı planladıkları şirketin merkezini İstanbul



olarak belirlemişlerdir. Bunun dışında ikinci tercih edilen il Isparta olmuştur. Burada öğrencilerin Isparta'yı tanıyor olması veya Ispartalı öğrenciler olması gibi durumlar söz konusu olabilir. Bir önceki tabloya bakıldığında öğrencilerin çoğunlukla yaşadıkları şehirlerden biri Isparta'dır. Bu noktada öğrenciler İstanbul'u gelişmiş şehir olması yönünden, Isparta'yı da yaşadıkları şehir olması yönünden tercih ediyor olabilir. Burada, girişimcilik ders içeriğinde anlatılan işletmenin kuruluş yeri bilgisi önemli bir faktör olarak görülebilir. Çünkü kuruluş yeri seçiminde özellikle gelişmiş bölgelerin veya iyi şekilde bilgi sahibi olunan şehirlerin tercih edilmesi gerektiği derslerde soru-cevap şeklinde tartışılmıştır.

**Tablo 4.** Grupların Kullandıkları Girişimcilik İsimleri ve Alanları

<i>İşletmenin adı</i>	<i>Frekans</i>	<i>Girişimcilik alanları</i>	<i>Frekans</i>
Hizmet Vurgusu	10	Ürün/Üretim	16
Ürün Vurgusu	8	Hizmet	8
İsim Baş Harfleri	7	Ürün ve Hizmet	4
Slogan Gibi İsim	4	Perakende Satış	2
Fayda Vurgusu	1		
<b>Toplam</b>	<b>30</b>	<b>Toplam</b>	<b>30</b>

Araştırmaya katılan öğrenci grupları, kuracakları işle ilgili iş fikrinin isminde hizmeti ön plana çıkarmışlardır. Bunun dışında ürün ismiyle işini kuran gruplar da olmuştur. Öğrencilerin kurdukları işte hizmet veya ürün fark etmeksizin, işletme ismiyle ilgili, kendi isimlerinin baş harflerini kullanmaları da söz konusu olmuştur. Slogan gibi mesaj veren isimler de gruplar tarafından kullanılmıştır. Proje kelimesini kullanan ise bir grup söz konusudur. Bu isimlerden bazıları "*Kişiyeye Özel Asistan, Venüs Fikir ve Dekorasyon, Tek Mekan Farklı Konseptler, Doğal Taş ve Mermer Kütüphanesi, Uzaktan*

*Kumandalı Ev, Cafe Time, Yeni Tatlar, Android ve IOS Tabanlı Bayi Stok ve Lojistik Programı, İnsansız Hava Ambulansı, Kadının Dünyası, Kulaktan Kalbe: Orange İşitme Cihazları, Ponçik Kuaför Salonu, Madame Pratik, Huzur Köy, Ben de Sizden Biriyim: Sesli Hareket Cihazı, Alüminyum Şişe” vb. şeklindedir. Araştırmaya dahil edilen grupların kuracakları işler genellikle üretim faaliyeti şeklindedir. Hizmet işletmesi olarak kurulan işletmeler de öğrenciler tarafından tercih edilmiştir. Ürün ve hizmetin iç içe olduğu faaliyetler de söz konusudur. Kuracağı işletmede perakende satış yapan öğrenci grubu ise çok az sayıdadır. Gruplar arasında bir fikri benimsetmeye yönelik vakıf veya dernek kuran öğrencilerin bulgusuna rastlanmamıştır. Bir ürün veya hizmet almaya yönelik, yaşlılar veya engellilere yönelik duyarlılığı da sağlayan fikirler ürün veya hizmet beraberinde amaç olarak sunulmuştur. Örneğin, engellilere yönelik geliştirilen işitme cihazı, yaşlılara yönelik sunulan huzurlu bir tatil köyü hizmeti bunlardan bazılarıdır.*

**Tablo 5.** Girişimcilik Türleri ve Yer Aldıkları Sektörler

<i>Türler</i>	<i>Frekans</i>	<i>Sektörler</i>	<i>Frekans</i>
Özel Sektör	24	Bilişim- Teknoloji	12
Sosyal Girişimcilik	5	Cafe-Restaurant	5
Kamu Girişimciliği	1	Alışveriş Merkezi	2
		Sağlık-Medikal	2
		Diğer	9
<b>Toplam</b>	<b>30</b>	<b>Toplam</b>	<b>30</b>

Öğrenci gruplarının girişimcilik türü incelendiğinde çoğunluğunda özel sektör girişimciliği ortaya çıkmıştır. Toplumsal bir faydayı dikkate alan, toplumsal yarar gözetken gruplar da olmuştur. Bir grup ise bir kamu üniversitesi çatısı altında girişimcilik faaliyeti planlamıştır. Her ne kadar özel sektör

girişimciliği de olsa öğrenciler daha çok kişisel veya toplumsal fayda unsurunu ön plana çıkarmış, kar amacını arka planda tutmuştur. Bunun için bu gruplar, Tablo 8’de sosyal girişimcilik türü olarak yer almıştır. Bir öğrenci grubu ise hedef kitlesini öğrenciler olarak belirlemiş, üniversite çatısı altında sanat galerisi kurmayı planlamıştır. Bu örnekte, öğrencilerin sanata olan ilgisini artırmak adına kendi özgün projelerini sergileyebilecekleri bir alan yaratmışlardır. Farklı sanat dalları hakkında öğrencileri bilgilendirmek amacıyla bu iş fikrini ortaya atmışlardır. Öğrencilerden oluşan gruplar daha çok ürün veya hizmetlerini “bilişim ve teknoloji” alanında üretmeyi planlamıştır. Cafe ve Restaurant işletmeciliği ikinci tercih edilen sektörlerden biridir. Alışveriş merkezleri ve sağlık alanında da öğrencilerin iş planları mevcuttur. En az birer grup otomotiv, gıda sektörü, beyaz eşya ve ev gereçleri, organizasyon, inşaat-tasarım, turizm alanında iş kurmayı planlamıştır. Bu bulgular değerlendirildiğinde, bilgi ve iletişim teknolojileri ile hayatı kolaylaştıracak ürün veya hizmetler projelerde en fazla ele alınan iş fikri olmuştur. Öğrencilerin bu iş fikirlerini oluşturmasında özellikle interneti yaygın olarak kullanması, mobil iletişim cihazları ile sosyal medyadan ve sosyal ağda paylaşılan haberlerden sürekli haberdar olması söz konusu olabilir. Çünkü gruplarda sınıf içi çalışmada, gruplarda etkin olan öğrencilerin teknoloji alanında araştırma yaptığı, teknik konularda genel bilgi sahibi olduğu gözlemlenmiştir. Öğrenciler girişimci iş fikri projelerini sunarlarken teknik detayları da anlatmayı ihmal etmemişlerdir. Daha önce benzer örneklerinin olduğunu, yurt dışında bu tarz uygulamaların olduğundan bahsetmişlerdir. Bu konuda rastlanan en ilginç örnek “İnsansız Hava Ambulansı” olmuştur. Yurt dışı örneğini araştıran öğrenci grubu bu cihazın nasıl çalıştığını detayları ile anlatmıştır.

**Tablo 6.** Girişimcilik Hedef Kitleleri ve Sermayeleri

<i>Hedef Kitle</i>	<i>Frekans</i>	<i>Ortalama Sermaye</i>	<i>Frekans</i>
İnsanlar/Herkes	13	500 000 ve üzeri TL	12
Kadınlar	4	50 000- 100 000 TL	5
Engelliler	4	50 000 den az TL	2
Yaşlılar	3	301 000-350 000 TL	2
Gençler	2	Diğer	4
Kurumlar/Özel Sektör	2		
Diğer(Çocuklar, Öğrenciler)	2		
<b>Toplam</b>	<b>30</b>	<b>Toplam</b>	<b>25</b>

Öğrenciler grup çalışmasında belirledikleri iş fikirlerini hayata geçirirken hedef kitlelerini en çok “Her kesimden müşteri-herkes” şeklinde tanımlamışlardır. Bunun dışında girişimcilik iş fikrinde hedef kitle olarak kadınları ve engellileri belirleyen gruplar da ikinci sırada yer almıştır. Yaşlılara yönelik iş fikri geliştiren öğrenci grupları da olmuştur. Hedef kitlesini doğrudan olarak gençler olarak tanımlayan da iki grup söz konusudur. Bunlar dışında bir grup hedef kitle olarak kendisine çocukları, bir grup da öğrencileri seçmiştir. Erkelere yönelik girişimcilik iş fikri geliştiren herhangi bir öğrenci grubu bulgusuna rastlanmamıştır. Duyarlılığı ön plana çıkaran engelli ve yaşlı iş fikirleri ile kadınlara yönelik iş fikirleri özellikle tercih edilmiştir. Kadınların Türk toplumunda karşılaştıkları zorluklardan yola çıkılarak hazırlanan “*Kadının Dünyası Alışveriş Merkezi*” sadece bayan öğrencilerden oluşan bir grup tarafından anlatılmıştır. Özellikle çocukları hedef kitlesi seçen Ponçik Kuaför iş fikri ise uygulanabilir mantıklı bir iş fikri olarak ortaya atılmış, Türkiye’ de

benzeri bir örneği verilerek anlatılmıştır. Öğrenci grupları, kurmayı planladıkları işler için ayrı kalemlerden oluşan bir ortalama sermaye belirlemiştir. Gruplar daha çok 500000 TL ve üzerinde bir sermaye belirlemiştir, işin maliyetini ve kapasitesini yüksek tutmuşlardır. Daha önceki bölümlerde yer alan haliyle üretim yapan grupların ağırlıkta olması ve sektör olarak bilişim sektörünün en yüksek oranda çıkması sebebiyle öğrenciler kuracakları işlerde sermayeyi yüksek tutmuşlardır. Bunun dışında sermayesi 50000-100000 TL arasında olan girişimcilik faaliyetleri de vardır. Sermayesi 50000'den az olan işleri de öğrenciler planlamışlardır. Bu alanda öğrencilerin herhangi bir fizibilite etüdü olmadan gerçekçi bir bakış açısıyla yaklaştıkları söylenemez. Özellikle finansman alanında bilgilerinin güçlü olması, piyasa şartlarını ve pek çok maliyet unsurunu yakından takip ediyor olmaları söz konusu olabilir. Ancak böyle bir durumda gerçekçi bakış açısı oluşturulabilir.

**Tablo 7.** Girişimcilik Amaçları ve Tanımladıkları Farkları

<i>İş kurma amaçları</i>	<i>Frekans</i>	<i>Farklar</i>	<i>Frekans</i>
Farklılık - Yenilik	20	Farklı-Eşsiz Olması	24
Hedef Kitlenin Fayda Elde Etmesi	16	Ürünün/Hizmetin Niteliği	21
Kar Elde Etme	13	Ürünün/Hizmetin Faydası	21
Memnuniyet	9	Talep Edilme Potansiyeli	8
Eğlence	9	Hızlılık	5
Tanınma/ Marka Olma	7	Fiyat	5
Toplumsal Fayda	6	Sonuç Odaklılık	3
Güvenilirlik	5	Sağlıklı Olma	2
Ekonomik Katkı	4	Sağlıkla İlgili Olması	4

Öğrenciler grup çalışmaları ile ortaya koydukları girişimcilik iş fikrinin amaçlarını sıralarken en çok “Farklılık-Yenilik” unsurunu dile getirmişlerdir. Amaçlarının farklı bir ürün, farklı bir hizmet ortaya koymak olduğunu belirtmişlerdir. Bir diğer amaç hedef kitlede yer alan her bir bireyin kişisel fayda sağlaması yönünde olmuştur. En çok tekrar edilen diğer amaç ise “Kar Elde Etmek” şeklinde çıkmıştır. Bunlar dışında “Müşteri memnuniyeti ,hedef kitlenin eğlenmesini sağlamak, tanınmak/marka olmak, toplumsal fayda sağlamak” amaçları da tekrar edilen amaçlar arasındadır.Güvenilir bir işletme olmak, ülke ekonomisine katkı sağlamak belirli ölçülerde tekrar edilmiştir. “Farklılık, yenilik” bulgusu verilen girişimcilik eğitimi ile paralel çıkmıştır. En çok tekrar edilen unsur, ürün veya hizmetlerin mevcut ürün veya hizmetlerden farklı olduğu yönündedir. Kullanımı, kullanıma olan talep de sıkça dile getirilmiştir. Faydalı bir ürün veya hizmet vurgusu da ifade edilmiştir. Örneğin daha çok pazar boşluğunu dikkate alan bir grup, cam şişe alanında içecek olarak rakının alüminyum şişelere konabileceği düşüncesinden yola çıkarak, işi geliştirirken “alüminyum şişe” üretimine yönelmiştir. Bir grup ise “sese duyarlı televizyon ve uydu alıcılarına uyumlu kumanda” ile ürünün yaşlılara faydasından bahsetmiştir. Engellilere yönelik ise bir grup “*Yürürken engeli algılayarak görme engelliye kulaklık yardımıyla komut veren ayakkabı*” yı geliştirmiştir. Araç içi alkolmetre de geliştirilen farklı ürünler arasındadır. Ev hanımların hızdan kazanmaları ve ucuz fiyata elde edebileceği pratik mutfak aletlerinin satışı da öğrenciler tarafından geliştirilen iş fikri projelerindedir. Talep edilebilir alanlardan olan gıdada ise öğrenciler kurmayı planladıkları cafe-restaurantta farklı lezzetleri insanlarla buluşturmayı hedeflemişlerdir. Pratik ama bir o kadar da fast food gibi tercih edilebilecek “*Taco, Pakora, Draniki, Çevapçıci, Paella, Fish& Cips*” gibi Meksika’dan İspanya’ya pek çok lezzeti araştırmış bunlarla ilgili iş fikrini ortaya atmışlardır. “*Cafe Time*” isimli cafe-restaurantın faaliyetini belirli saatlerde belirli ürünlerin sunulması şeklinde planlamışlardır. Bu şekilde normal kafelerden farklılaştıklarını dile getirmişlerdir.

### 3.Sonuçlar

Meslek yüksekokulunda öğrenciler üzerinde yapılan araştırmada öğrencilerin girişimcilik iş fikirleri içerik analizi ile değerlendirilmiştir. Çalışmada amaç, girişimcilik eğitimini alan işletme yönetimi bölümü öğrencilerinin girişimcilik faaliyetleri algısında “yenilikçilik ve farklılık” anlayışını ortaya koymaktır. Buna göre bir dönem boyunca verilen girişimcilik eğitimi öğrencilere klasik işletmecilik bilgilerinin ötesinde “yenilikçilik, farklılık, yaratıcılık” ekseninde anlatılmıştır. Dönem sonunda 120 öğrenciden en az 4’erli en fazla 6’ şarlı gruplar oluşturulmuş, bu gruplara “girişimcilik iş fikri projesi” geliştirme görevi verilmiştir. 69’u bayan 55’i erkek öğrenciden oluşan gruplarda yer alan öğrencilerin ortalama yaşları 18-20 arasındadır. Öğrencilerin çoğunluğu Antalya’ da yaşarken, işletmeyi kurmayı tercih ettikleri şehir İstanbul olmuştur. Sadece üretim yapmayı tercih eden gruplar ağırlıkta iken bu gruplar özel sektör girişimciliğini ön planda tutmuştur. Çok az sayıda da olsa sosyal girişimciliği de işin içine dahil eden gruplar olmuştur. İşin kurulma amaçları ise girişimcilik eğitimi ile doğru orantılı olarak “yenilik-farklılık” şeklinde çıkmış, fayda ve karlılık ikinci planda dikkate alınmıştır. Ürünlerinin veya hizmetlerinin farklılığını da gerekçeleriyle anlatan gruplar girişimcilik iş fikri farkını “farklılık, eşsiz ürün veya hizmet olması” şeklinde tanımlamışlardır. Buna göre dönem içerisinde girişimcilik derslerinde sıkça tekrar edilen “yenilik yapma ve farklılık, yeni/farklı bir ürün veya hizmet” vurgusunun öğrencilerde bir farkındalık oluşturduğu söylenebilir. Bulguların tamamı değerlendirildiğinde, Türkiye’ deki üniversitelerde verilen girişimcilik derslerinin içeriğinin dört boyutundan “yenilik/farklılık” boyutu ve “girişimcilik nitelikleri kazandırıcı bilgi ve beceri öğretme” boyutu üniversitedeki dersi veren akademisyenler tarafından artırılabilir. Bu hususta akademisyenlerin, özellikle teknolojik alanda veya işletmecilik alanında yeni örnek ve uygulamaları öğrencilere aktarması önerilebilir. Öğrencilerin girişimcilik niteliklerini kazanabilmesi açısından da derslerde uygulamalı çalışmalar desteklenebilir. Klasik işletmecilik bilgilerinin verilmesi yerine uygulamalı çalışmaların desteklenmesi sağlanabilir. Özellikle grup etkinlikleri öğrencinin

kendine olan özgüvenini artıracığı için bu tarz etkinlikleri artırılması önerilebilir. Öğrenciyi de araştırmaya teşvik eden yaratıcı düşüncelerin paylaşıldığı beyin fırtınası teknikleri kullanılabilir. Ayrıca her öğrencinin kendi işini kurabileceği kapasitesi göz önünde bulundurularak, devletin girişimcilere tanıdığı desteklerden güncel haliyle öğrencilere bahsetmek faydalı olabilir. Düzenli olarak organize edilen girişimcilik etkinlikleri seminerler ve eğitimler şeklinde öğrencilere ulaştırılabilir. Ayrıca girişimcilik eğitimleri yoluyla gençleri girişimcilik faaliyetlerine teşvik konusunda farklı araştırmaların da yapılması önerilebilir.

#### **Kaynakça**

- Afuah, A. (2003). Innovation Management: Strategies Implementation and Profits. Oxford University Press.
- Akyüz, K. C., Gedik, T., Aydın, A., Yildirim, I., Akyüz, İ. (2009). Orman Fakültesi Son Sınıf Öğrencilerinin Meslek Tercihleri ve Girişimcilik Yetenekleri, International Journal of Economic and Administrative Studies, 2(1), 139-158.
- Demirel , Ö. Kaya Z. (2006). Eğitim Bilimine Giriş. Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Drucker, P. (2001). Innovation and Entrepreneurship. Heinemann: Oxford Butterworth.
- Erden, M, Akman Y. (1997). Eğitim Psikolojisi. Ankara: Arkadaş Yayınevi.
- Erdoğan Z., (2012). Girişimcilik ve Kobiler, Kavramlar, Sorunlar ve Çözüm Önerileri. Ekin Kitabevi.
- Eroğlu F., Koç, M, Eroğlu Ş.G. Eğitim Yoluyla Girişimcilik Olgusunun Yükseltilmesi ve Bir Araştırma. 4. Uluslar arası Girişimcilik Kongresi. 2-4 Mayıs 2012, Manisa. 295-403
- İrmiş, A.; Durak, İ.; Özdemir L., (2010). Girişimcilik Kültürü: Anadolu Girişimciliğinden Örnekler. Bursa: Ekin Basın Yayın.



- İşcan Ö.F., Kaygın E., (2011). Potansiyel Girişimciler Olarak Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Organizasyon ve Yönetim Dergisi*, 3 (2).
- Naktiyok A., (2004). *İç Girişimcilik*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Oslo, Manuel. (2005). *Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data*. (Çev: TUBİTAK Oslo Kılavuzu Yenilik Verilerinin Toplanması İçin İlkeler, Ankara, 2006)
- Tağraf, H. ve Halis M.(2008). Üniversitelerdeki Girişimcilik Eğitiminin “Girişimsel Öz Yetkinlik” Algısı Üzerindeki Etkisi: Bir Araştırma. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 3(2), 91–11.
- Yıldırım A., Şimşek H., (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldız S.; Taşkıran E., Çiçek M. (2011). Üniversite Öğrencilerinin Bireysel Değerleri İle Girişimcilik Eğilimleri Arasındaki İlişki: Kafkas Üniversitesinde Bir Araştırma. 10. İşletmecilik Kongresi, 48-54, İzmir.
- Yüksel H., Cevher E., Yüksel M., (2015). Öğrencilerin Girişimci Kişilik Özellikleri İle Girişimcilik Eğilimleri Üzerine Bir Araştırma, *Çankırı Karatekin Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5, (1), 143-156.
- Bic Angel Investment. (Temmuz 2013). Türkiye Girişimcilik Araştırması, Erişim Tarihi: 06.08.2015 <http://www.webrazzi.com/2013/07/17/bic-angel-investment-girisimcilik-arastirmasi-infografik/>