

UNIVERSITY STUDENTS' PERSPECTIVE ON ENTREPRENEURSHIP

DOI: 10.17261/Pressacademia.2022.1579

PAP- GBRC-V.15-2022(11)-p.64-70

Ozlem Ozdemir Suzer

Kayseri University, Department of Marketing, Kayseri, Turkey.

ozlemozdemir@kayseri.edu.tr, ORCID: 0000-0003-1908-4235

To cite this document

Ozdemir Suzer, O., (2022). University student's perspective on entrepreneurship. PressAcademia Procedia (PAP), 15, 64-70.

Permanent link to this document: <http://doi.org/10.17261/Pressacademia.2022.1579>

Copyright: Published by PressAcademia and limited licensed re-use rights only.

ABSTRACT

Purpose- The purpose of this study is to analyze the effects of Cultural Persuasion Model dimensions (perceived appropriateness, perceived consistency, and perceived effectiveness) and entrepreneurship education on students' entrepreneurial intentions using multiple linear regression method.

Methodology- The universe of the research consists of university students studying in Kayseri who have taken an entrepreneurship lesson or have participated in an entrepreneurship course. The survey method was used to collect the research data. The research model was tested with multiple linear regression analysis. The analysis of the data was carried out with the Jamovi 2.3.9 program.

Findings- When the results of the multiple linear regression analysis were examined, it was observed that the variables of perceived appropriateness, perceived consistency, perceived effectiveness and entrepreneurship education together had a significant relationship ($R=0.83$, $R^2=0.69$) with entrepreneurial intention ($F(4-149)=82.4$, $p<0.05$). These variables together explain 69% of entrepreneurial intention. When the significance of the regression coefficients of each variable is examined, it is seen that the variables of perceived consistency ($\beta=0.45$, $p<0.05$) and perceived effectiveness ($\beta=0.44$, $p<0.05$) in order of importance are significant predictors of entrepreneurial intention, and perceived appropriateness ($\beta=-0.09$, $p<0.05$) and entrepreneurship education ($\beta=0.11$, $p>0.05$) variables were not found to be significant predictors.

Conclusion- As a result of the research, it was found that the dimensions of perceived consistency and perceived effectiveness had a significant effect on the entrepreneurial intention of university students; It was determined that perceived appropriateness and entrepreneurship education did not have a statistically significant effect on entrepreneurial intention. The significant effect of the perceived consistency dimension on the entrepreneurial intention can be interpreted as the personal values of university students and their entrepreneurial activities match, and at this point, the entrepreneurial intention is formed. The significant effect of the perceived effectiveness dimension on the entrepreneurial intention can be interpreted as the fact that university students see entrepreneurship as a suitable career, which forms the basis for their development of entrepreneurial intention.

Keywords: Entrepreneurship, perceived appropriateness, perceived consistency, perceived effectiveness, entrepreneurship education.

JEL Codes: L26, M1, M21

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN GİRİŞİMCİLİĞE BAKIŞ AÇISI

ÖZET

Amaç- Bu çalışmanın amacı Kültürel İkna Modeli boyutlarının (algılanan uygunluk, algılanan tutarlılık ve algılanan etkinlik) ve girişimcilik eğitiminin öğrencilerin girişimcilik niyetleri üzerindeki etkilerini çoklu doğrusal regresyon yöntemi ile analiz etmektir.

Metodoloji- Araştırmanın ana kütlesini Kayseri ilinde öğrenim gören, girişimcilik dersi almış veya girişimcilik kursuna katılmış üniversite öğrencileri oluşturmaktadır. Araştırma verilerinin elde edilmesinde anket yönteminden yararlanılmıştır. Araştırma modeli çoklu doğrusal regresyon analizi ile test edilmiştir. Araştırma verilerinin analizinde Jamovi 2.3.9. paket programı kullanılmıştır.

Bulgular- Çoklu doğrusal regresyon analizi sonuçları incelendiğinde algılanan uygunluk, algılanan tutarlılık, algılanan etkinlik ve girişimcilik eğitimi değişkenlerinin girişimci niyetini anlamlı düzeyde yordadıkları ($R=0.83$, $R^2=0.69$) görülmüştür ($F(4-149)= 82.4$, $p< 0.05$). Söz konusu değişkenler birlikte girişimcilik niyetinin %69'unu açıklamaktadır. Her bir değişkene ait regresyon katsayılarının anlamlılığı incelendiğinde, önem sırasına göre algılanan tutarlılık ($\beta=0.45$, $p<0.05$) ve algılanan etkinlik ($\beta=0.44$, $p<0.05$) değişkenlerinin girişimcilik niyetinin anlamlı yordayıcıları olduğu, algılanan uygunluk ($\beta=-0.09$, $p>0.05$) ve girişimcilik eğitimi ($\beta=0.11$, $p>0.05$) değişkenlerinin ise anlamlı yordayıcılar olmadığı belirlenmiştir.

Sonuç- Araştırma sonucunda algılanan tutarlılık ve algılanan etkinlik boyutlarının üniversite öğrencilerinin girişimcilik niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu; algılanan uygunluk ve girişimcilik eğitiminin girişimcilik niyeti üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olmadığı tespit edilmiştir. Algılanan tutarlılık boyutunun girişimcilik niyeti üzerindeki anlamlı etkisi üniversite öğrencilerinin kişisel değerleri ile girişimcilik faaliyetlerinin uyum gösterdiği ve bu noktada girişimcilik niyetinin oluştuğu şeklinde yorumlanabilir. Algılanan etkinlik boyutunun girişimcilik

niyeti üzerindeki anlamlı etkisi ise, üniversite öğrencilerinin girişimciliği uygun bir kariyer olarak görmelerinin girişimcilik niyeti geliştirmelerine temel oluşturduğu şeklinde yorumlanabilir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, algılanan uygunluk, algılanan tutarlılık, algılanan etkinlik, girişimcilik eğitimi.

JEL Kodları: L26, M1, M21

1. GİRİŞ

Girişimcilik, fırsatları değerlendiren, risk alabilen ve yaratıcı olan girişimci bireylerin, ürün ya da hizmet geliştirmek ve sunmak için yönetsel faaliyetlerle işletme kurarak bir iş alanı oluşturması ve bu işin varlığını sürekli hale getirmesi süreci olarak tanımlanmaktadır (Çakıroğlu vd., 2021, s. 409). Sanayi devrimi ile başlayan teknolojik gelişmeler ve bilgi toplumuna geçiş; üretim, dağıtım, ulaşım gibi bir çok süreçte köklü değişimlere neden olmuştur. Bu geçiş sürecinde girişimcilik daha fazla önem kazanmıştır. Bunun nedeni ise insanların fiziksel gücünün dışında fikri emeklerinin de ekonomik açıdan değerli olarak kabul edilmesidir (Başar, 2017, s. 53). Girişimcilik ABD, İngiltere, Japonya ve Kanada gibi gelişmiş ülkelerin ekonomik büyümesinde ve gelişmesinde kritik bir rol oynamakta ve gelişmekte olan ülke ekonomilerinin çoğunda kalkınma planları içerisinde yer almaktadır (Vuong vd., 2020, s. 461). Girişimcilik ekonomik büyüme aracı olarak görülmesinin yanı sıra istihdam ve gelir yaratma alanında da önemli bir göstere olarak kabul edilmektedir (Adekiya & Ibrahim, 2016, s. 117). Bu önemli faydalar girişimcilik faaliyetlerinin daha fazla önemsenmesine neden olmakta ve girişimcilik faaliyetlerinin özellikle de genç kesime teşvik edilmesine neden olmaktadır (Eroğlu & Avcı, 2021, s. 3608).

Uzun zamandır önemli bir gelişme olarak kabul edilen girişimcilik kavramının, son yıllarda daha da derinlemesine ele alındığı, bir iş fikri olarak kabul gördüğü ve gençler arasında önemli bir kariyer fırsatı olarak değerlendirilmekte olduğu söylenebilmektedir (Şenel & Öney, 2020, s. 16). Girişimciliğin öğrenilebilir bir tutum olmasından dolayı üniversite öğrencilerinin mesleki yaşamlarının başlangıcında yani meslek öğrenimi esnasında girişimcilik niyetleri geliştirmeleri önemlidir. Bir öğrencinin yeni bir iş kurma konusundaki istekliliği anlamına gelen girişimcilik niyetinin geliştirilmesi ve niyetin gerçek bir davranışa dönüşmesi için öğrencileri girişimciliğe teşvik eden motivasyon kaynaklarının nelerden oluştuğunu tespit etmek önem kazanmaktadır (Marangoz & Aydın, 2018, s. 70). Özellikle Türkiye gibi bireylerin girişimcilik kariyeri yerine daha çok sabit getiri ancak daha fazla sosyal güvence sunan meslek gruplarını tercih ettiği ülkelerde (Akşit, 2003, s. 26) girişimciliğin motivasyon kaynaklarını araştırarak bugün halen avukat, öğretmen ya da mühendis gibi kalıplaşmış bir meslek kimliği algısına sahip olmayan (Ünlü Aslan vd., 2022, s. 919) girişimciliğin bir meslek olarak görülmesi adına da bu konuda yapılan akademik çalışmaların katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Öğrencilerin girişimcilik niyeti belirleyicilerinin incelenmesi, birçok ülkede birçok araştırmacının ilgisini çekmiştir (Boubker vd., 2021, s. 3). Bu doğrultuda üniversite öğrencilerinin girişimcilik niyetinin oluşmasında, girişimciliği bir meslek olarak tercih etmelerinde, girişimciliğin algılanan uygunluğunu, tutarlılığını, etkinliğini ve girişimcilik eğitimini bir arada ele alarak, öğrencilerin hangi koşullarda ikna olduklarını veya girişimci olmaya niyetlendiklerini anlamak için bir araştırma yapma gerekliliği doğmaktadır. Bu gereklilikten hareketle bu çalışmanın amacı Kültürel İkna Modeli boyutlarının (algılanan uygunluk, algılanan tutarlılık ve algılanan etkinlik) ve girişimcilik eğitiminin öğrencilerin girişimcilik niyetleri üzerindeki etkilerini çoklu doğrusal regresyon yöntemi ile analiz etmektir.

2. LİTERATÜR TARAMASI

2.1. Girişimcilik ve Girişimcilik Niyeti

Girişimcilik, risk ve belirsizlik ortamında bir işletmenin kurularak yönetim, üretim ve pazarlama faaliyetlerinin işletilmesi ve yenilikçi bir örgüt yapısının kurularak yürütülmesine ilişkin süreç olarak tanımlanmaktadır (Akyurt, 2018, s. 44). Bir diğer tanıma göre girişimcilik, ortaya çıkan pazar fırsatlarını değerlendirerek üretim faktörlerinin bir araya getirilmesi olarak ifade edilmektedir. Girişimci ise yeni bir fikirle bir iş yürüten veya mevcut fikre değer katan kişidir (Sajjad vd., 2012, s. 30). Girişimci, bir mal veya hizmeti üretmek ve/veya pazarlamak için üretim faktörleri olan emek, sermaye, doğal kaynaklar ve teknolojiyi bir araya getiren, bu faaliyeti yaparken ortaya çıkabilecek riskleri üstelenen kişi olarak tanımlanmaktadır (Küçük, 2017, s. 29).

Girişimcilik yarattığı istihdam imkanı ile işsizlik ve yoksulluğu önleyen önemli bir araç olmakla beraber ülke ve toplumların gelecek hedeflerine ulaşmasında bir politika unsuru olarak görülmektedir. Bu nedenle özellikle gençlerin girişimci olmaları için çeşitli destekler sunulmakta ve girişimcilik niyeti oluşturmak için çaba gösterilmektedir (Dilek vd., 2019, s. 90).

Girişimcilik niyeti ise bir bireyin yeni bir iş kurma konusundaki istekliliği olarak tanımlanmakta ve bu girişimci davranışın önemli bir öncüsü olarak kabul edilmektedir (Fragoso vd., 2020, s. 35). Bu çalışmada da Adekiya ve Ibrahim ile Ladd vd. (2019) tarafından yapılan çalışmalarda olduğu gibi girişimcilik niyeti, üniversite öğrencilerinin eğitimlerini tamamladıktan sonra yeni bir girişim oluşturma niyetleri olarak ele alınmaktadır. Girişimcilik faaliyetlerinde bulunma veya girişimcilik alanında kariyer yapma niyeti, genellikle girişimciliğin girişim yaratma aşamasına doğru ilk adım olarak kabul edilmektedir (Aboobaker & Renjini, 2020, s. 75).

Krueger (1993, s. 5)'e göre niyetler, eylemleri gerçekleştirmeden hemen önceki bilişsel durumdur ve bu nedenle niyetler, gelecekteki eylemlere bir dereceye kadar bağlılığı temsil etmektedir. Girişimcilik niyeti ise bireyin kendi işini kurmak için çaba göstermesi ve bu çabaya olan bağlılığı olarak tanımlanabilmektedir (Dilek vd., 2019, s. 91).

Girişimcilik niyetinin açıklanmasında; başarıya ihtiyacı, risk alma eğilimi ve belirsizliğe tolerans gibi bir takım girişimcilik özellikleri ile girişimcilik niyeti arasında ilişki kurma yoluna başvurulmuştur. Ancak De Pillis (1998) girişimcilik niyetinin yalnızca bu kişisel girişimcilik özellikleri ile açıklanamayacağı ve bu nedenle bireyin girişimcilik kararı verirken içinde bulunduğu sosyo-kültürel değişkenlerinde etkili olabileceği üzerinde durmuştur (Akşit, 2003, s. 2).

2.2. Girişimcilik Niyetinin Oluşmasında Kültürel İkna Modeli ve Girişimcilik Eğitimi

De Pillis (1998, s. 55) tarafından Reardon'un İletişim Teorisinden yola çıkarak geliştirilen Kültürel İkna Modeli algılanan uygunluk (appropriateness), algılanan tutarlılık (consistency) ve algılanan etkinlik (effectiveness) boyutlarından oluşmakta ve kısaca ACE modeli olarak anılmaktadır. ACE modeline göre, toplum bireylere sürekli bir biçimde sosyal mesajlar iletmekte ve bu mesajlar ilgili durum için ikna edici bir özellik taşımaktadır. ACE modeli yardımıyla hangi sosyal mesajların, bireylerin girişimciliği bir kariyer olarak seçmesinde teşvik edici olduğu bulunmaya çalışılmaktadır. Bireyler hayatları boyunca hem kitlesel iletişim araçlarından hem de kendi çevresindeki diğer bireylerle gerçekleştirdikleri diyaloglardan girişimcilik üzerine uygunluk, tutarlılık ve etkinlik mesajları almakta ve bireylerin girişimciliğe ilgili düşünceleri bu mesajlara göre şekillenmektedir (Akşit, 2003, s. 23). Kişiler girişimciliğin uygunluğu, tutarlılığı ve etkinliği hakkında olumlu tutumlara sahip olduğu ölçüde, bu tutumu bir iş kurma niyetine dönüştürmeleri muhtemeldir.

Modeli oluşturan boyutlar şöyle açıklanabilmektedir.

Algılanan uygunluk, girişimciliğin toplumdaki diğer bireyler tarafından uygun olarak kabul edilme derecesidir. Bu modele göre ikna olan birey sadece kendisine neyin uygun olup olmadığını anlamaya çalışmakla kalmamakta, çevresindeki diğer bireylerin fikirlerinden de etkilenmektedir. Bazı toplumlarda girişimcilik ekonomik açıdan kişisel zenginlik ve prestijli bir meslek olarak görülmesi halinde takdir edilecek bir çaba olarak görülürken, bazı toplumlarda durum tam tersidir. Toplum tarafından takdir gören girişimcilik faaliyetine karşı ise olumlu bir düşünce geliştirmek ve bireylerin girişimcilik niyeti geliştirmektedir (Akşit, 2003, s. 23). Öğrenme kitle iletişim araçları ve başkalarıyla yüz yüze iletişim yoluyla gerçekleşmektedir. Farklı bir tutumun kültürde devam etmesi için bu yollarla nüfusa iletilmesi gerekmektedir. Davranış ve tutumlar kısmen başkalarını gözlemleyerek ve onlardan öğrenerek geliştirilmektedir. Bu sosyal öğrenme, bir bireyin diğerini gözlemlemesi veya medyadaki mesajlar yoluyla gerçekleşebilmektedir. Bunun anlamı girişimcilerin kitle iletişim araçlarında olumlu bir şekilde tasvir edilmesi ve toplumdaki bireyler tarafından olumlu bir şekilde konuşulması, girişimciliğe yönelik inançlar, değerler ve tutumlar üzerinde olumlu bir etkiye sahip olabileceği gibi bunun tam tersi de olabilmektedir. Belirli bir toplumun değerleri girişimciliği onaylaması halinde toplum tarafından sosyal ve kültürel onayın girişimcilik faaliyetinin büyümesine katkıda bulunmaktadır (İsmail vd., 2012, s. 20). Algılanan uygunluk değişkeninin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisini ele alan araştırmacılar İsmail vd. (2012, s. 26) kadın girişimci adaylarının girişimcilik niyetlerini ele aldıkları çalışmada algılanan uygunluk ve girişimcilik niyeti arasında güçlü bir ilişki olduğunu tespit etmiştir. Adekiya ve İbrahim (2016, s. 129) ise yaptıkları çalışmada algılanan uygunluk ile girişimcilik niyeti arasında anlamlı bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur. De Pillis ve Reardon (2007, s. 392) ise diğer çalışmaların aksine algılanan uygunluğun girişimcilik niyetiyle önemli ölçüde ilişkili olmadığı sonucuna ulaşmıştır. Elde edilen bilgilerden yola çıkılarak aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir.

H₁: Algılanan uygunluk, öğrencilerin girişimcilik niyetleri üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir.

Algılanan tutarlılık, girişimciliğin kişinin benlik kavramına ne ölçüde uyduğudur. Bireyler kendi değerleriyle uyum içinde olan bir durumda yaşamaya motive olmaktadır. Bu girişimcilik kavramının bir bireyin kişisel değerleri veya benlik kavramı ile uyum içinde olduğu durumda muhtemelen girişimci olma niyeti geliştireceği anlamına gelmektedir (Akşit, 2003, s. 56). Akşit (2003, s. 56) yaptığı çalışmada Türk grubunun girişimciliği kişisel kimlikleriyle tutarlı olarak gördüklerini tespit etmiştir. De Pillis ve Reardon (2007, s. 392) algılanan tutarlılığın girişimcilik niyetinin en önemli yordayıcısı olduğu sonucunu elde etmiştir. İsmail vd. (2012, s. 26)'ne göre algılanan tutarlılık, girişimcilik niyetiyle pozitif olarak ilişkilidir. Bu çalışmalardan farklı olarak Adekiya ve İbrahim (2016, s. 129) yaptıkları çalışmada algılanan tutarlılığın öğrencilerin girişimcilik niyetlerini etkilemediğini ortaya koymuştur. Elde edilen bilgilerden yola çıkılarak aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir.

H₂: Algılanan tutarlılık, öğrencilerin girişimcilik niyetleri üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir.

Algılanan etkinlik, girişimciliğin uygun bir kariyer olarak algılanma derecesidir. Girişimciliği etkili bir hedef olarak görmeyen bireyler, girişimciliği bir meslek olarak görmeyeceklerdir (Akşit, 2003, s. 26). Girişimcilik kariyeri belirli bir arzunun bir birey tarafından karşılanıp tatmin edilebileceği bir yol olarak görülmesi halinde, bu bireyin bu kariyeri seçme olasılığının yüksek olması beklenmektedir. De Pillis ve Reardon (2007, s. 392) tarafından yapılan çalışmada algılanan etkinliğin girişimcilik niyetini pozitif yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. İsmail vd. (2012, s. 26) tarafından yapılan çalışma sonuçları ise algılanan etkinlik ile girişimcilik niyeti arasında güçlü bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Adekiya ve İbrahim (2016, s. 129) yaptıkları çalışmada algılanan etkinlik ve girişimcilik niyeti arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmıştır. Bu sonuca göre öğrenciler girişimcilik uygulamasına dahil olmanın onlara en önemli amaçlarını kazandırabileceği görüşüne sahiplerse, önemli ölçüde bir girişimci niyetine sahip olacaklardır. Elde edilen bilgilerden yola çıkılarak aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir.

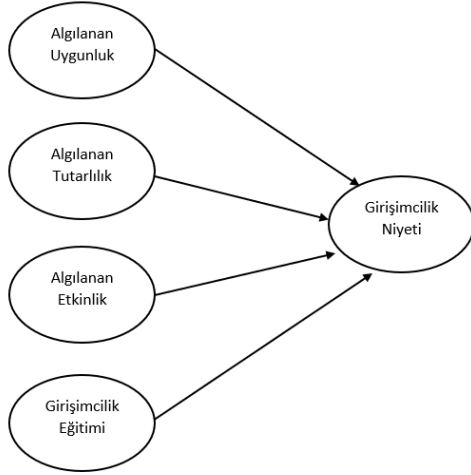
H₃: Algılanan etkinlik, öğrencilerin girişimcilik niyetleri üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir.

Girişimcilik eğitimi bireylerin tasarruf etmek için gerekli beceriyi edinmelerini ve ürünleri veya hizmetleri uygulanabilir iş fikirleri ve pazar fırsatlarını keşfetme güvenini geliştirmelerini sağlayan bir süreçtir. Girişimcilik eğitimi katılımcılarda girişimci davranışları gerçekleştirme niyetini veya girişimcilik bilgisi, girişimcilik faaliyetinin arzu edilirliliği gibi niyeti etkileyen bazı unsurları geliştirmeye çalışan tüm eğitim ve öğretim faaliyetlerini kapsamaktadır (Boubker vd., 2021, s. 3). Adekiya ve İbrahim (2016, s. 129) yaptıkları çalışmada üniversite öğrencilerine kurum tarafından verilen girişimcilik eğitim programının öğrencilerin gelecekteki girişimcilik niyetleri üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşmıştır. Vuong vd. (2020, s. 469) yaptıkları çalışmada girişimcilik eğitiminin girişimcilik niyeti üzerinde olumlu ve anlamlı bir etkisi olduğunu tespit etmiştir. Boubker vd. (2021, s. 9) girişimcilik eğitiminin öğrencilerin girişimcilik niyetleri üzerinde doğrudan pozitif ve anlamlı bir etkiye sahip olduğunu tespit etmiştir. Girişimcilik eğitiminin girişimcilik niyetini etkilediği sonucu elde eden çalışmaların aksine Oosterbeek vd. (2010, s. 442) üniversite öğrencilerinin aldıkları girişimcilik eğitiminin girişimci olma niyetleri üzerindeki etkisinin olumsuz olduğunu bulmuştur. Fragos vd. (2020, s. 48)'nin elde ettiği sonuçlar girişimcilik eğitiminin girişimcilik niyetini geliştirmek için önemli olmadığını göstermiştir. Evcı ve Alper (2022, s. 159) üniversite öğrencileri üzerine yaptıkları çalışmada ise öğrencilerin girişimcilik eğitimi alıp almamalarının girişimcilik niyeti üzerinde bir etkisi olmadığı sonucuna ulaşmışlardır. Elde edilen bilgilerden yola çıkılarak aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir.

H4: Girişimcilik eğitimi, öğrencilerin girişimcilik niyetleri üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir.

Çalışmanın araştırma modeli Şekil 1’de yer almaktadır.

Şekil 1: Araştırma Modeli



3. YÖNTEM

ACE Modelinden yararlanarak, algılanan uygunluk, algılanan tutarlılık, algılanan etkinlik ve girişimcilik eğitiminin girişimcilik niyetine etkisini incelemek amacıyla gerçekleştirilen bu çalışma nedensel bir tasarıma sahiptir.

Araştırmanın ana kütlesini Kayseri ilinde öğrenim gören, girişimcilik dersi almış veya girişimcilik kursuna katılmış üniversite öğrencileri oluşturmaktadır. Örneklem yöntemi olarak kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Araştırma verilerinin elde edilmesinde anket yönteminden yararlanılmıştır. Toplamda 160 adet anket toplanmış olup anketlerden 6 tanesinin geçersiz sayılmasıyla 154 adet anket analize uygun bulunmuştur. Regresyon analizinde örneklem büyüklüğüne ilişkin öneri, değişken sayısı ile ilişkilendirilmekte olup, N örneklem büyüklüğü ve m bağımsız değişken sayısı olmak üzere $N \geq 50 + 8m$ sayısı ölçüt olarak kabul edilmektedir (Göçer Şahin & Buluş, 2022, s. 274). Buna göre mevcut örneklem büyüklüğünün 154 olması regresyon analizi için gereken minimum örneklem büyüklüğünü karşılamaktadır.

Araştırmada kullanılan anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde algılanan uygunluk, algılanan tutarlılık, algılanan etkinlik, girişimcilik eğitimi ve girişimcilik niyeti ölçeklerine ait ifadeler yer almaktadır. İlgili ölçekler için Adekiya ve Ibrahim (2016) tarafından yapılan çalışmadan yararlanılmıştır. Katılımcıların ölçek ifadelerine katılım derecelerini belirlemek üzere 5’li Likert ölçeği (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 5=Tamamen Katılıyorum) kullanılmıştır. İkinci bölümde ise katılımcıların demografik özelliklerini ölçmeye yönelik olarak yaş, cinsiyet, medeni durum ve gelir durumuna ilişkin sorular yöneltilmiştir.

Araştırma modeli çoklu doğrusal regresyon analizi ile test edilmiştir. Araştırma verilerinin analizinde Jamovi 2.3.9. paket programı kullanılmıştır.

Araştırmaya katılan katılımcıların demografik özelliklerine yönelik bulgular aşağıdaki Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1: Katılımcılara İlişkin Demografik Özellikler

Değişkenler	Gruplar	Sıklık	Yüzde	Değişkenler	Gruplar	Sıklık	Yüzde	
Cinsiyet	Erkek	61	39.6	Gelir Durumu	1500 TL ve altı	102	66.2	
	Kadın	93	60.4		1501-2500 TL	12	7.8	
Yaş	18-24	135	87.7		2501-3500 TL	27	17.6	
	25-34	14	9.1		3501-4500 TL	6	4.0	
	35-44	5	3.2		4501-5500 TL	2	1.2	
	45+	0	0		5501-6500 TL	1	0.6	
	Medeni Durum	Bekar	145		94.2	6501-7500 TL	3	2.0
	Evli	9	5.8		7501 TL ve üstü	1	0.6	
Toplam		154	100.0		Toplam		154	100.0

Tabloda görüldüğü üzere, katılımcılar %39.6 oranla erkeklerden ve %41.3 oranla kadınlardan oluşmaktadır. Ankete katılanların yaş dağılımlarına bakıldığında %87.7 oranla 18-24 yaş arasındaki katılımcıların çoğunluğu oluşturduğu görülmektedir. Gelir durumları incelendiğinde katılımcıların %66.2'si 1500 TL ve altı gelire sahiptir. Araştırmaya katılanların medeni durumları ise %94.2 oranla bekar, %5.8'i evli bireylerden oluşmaktadır.

4. BULGULAR

Algılanan uygunluk, algılanan tutarlılık, algılanan etkinlik ve girişimcilik eğitimi değişkenlerinin üniversite öğrencilerinin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisini test etmek için çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Çoklu doğrusal regresyon analizi öncesinde analizin varsayımları olan normallik, uç değerler, doğrusallık, artık değerlerin normalliği ve artık değerlerin varyanslarının eşitliği ile çoklu bağılantılılık varsayımları kontrol edilmiştir. Yapılan kontrollere göre;

- Değişkenlerin çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) katsayılarının ± 1 aralığında olması normallik varsayımının sağlandığını göstermiştir.
- Uç değerlerin kontrolü için Cook's uzaklık değerleri (maks.=0.045 <1) ve standardize edilmiş artık değerleri gösteren Q-Q Plot grafiği incelenmiş ve elde edilen veri setinde uç değerler olmadığı görülmüştür.
- Bağımsız değişkenlerle bağımlı değişken arasındaki ilişkilerin doğrusallığının kontrolünde saçılma diyagramları incelenmiş ve bağımlı değişkenin her bir bağımsız değişken ile aralarında anlamlı düzeyde ilişkilerin bulunduğu görülmüştür ($r_{\text{algılanan uygunluk}}=0.30$; $r_{\text{algılanan tutarlılık}}=0.76$; $r_{\text{algılanan etkinlik}}=0.74$; $r_{\text{girişimcilik eğitimi}}=0.49$).
- Artık değerlerin normalliği varsayımının değerlendirilmesinde yararlanılan Shapiro-Wilk normallik testi sonucunun ($W=0.98$; $p>0.05$) anlamlı olmadığı ve ele alınan Q-Q Plot grafiğinde ise artık değerlerin ± 3 aralığında dağıldığı görülmüştür. Bu sonuç artık değerlerin normal dağılım gösterdiğini ve varsayımın sağlandığını göstermektedir.
- Artık değerlerin varyanslarının eşitliğinin kontrolü için oluşturulan grafikler incelenmiş ve değerlerin belirgin bir desen oluşturmayacak şekilde rastgele dağıldıkları görülmüştür.
- Bağımsız değişkenler arasındaki çoklu bağılantılılık kontrolünde ilgili değişkenler arasındaki en yüksek ilişkinin $r_{\text{algılanan etkinlik- algılanan tutarlılık}}=0.65$ olması, VIF değerlerinin 10'dan küçük ve tolerans değerlerinin 0.2'den büyük olması çoklu bağlantı sorununun olmadığını göstermektedir.

Çoklu doğrusal regresyon analizinin varsayımlarının karşılanmasının ardından yapılan analiz sonuçları Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2: Girişimcilik Niyetine İlişkin Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişkenler	b	Standart Hata	β	t	p
Sabit	-0.57	0.27		-2.11	0.04
Algılanan uygunluk	-0.12	0.07	-0.09	-1.67	0.10
Algılanan tutarlılık	0.55	0.08	0.45	6.56	<.001
Algılanan etkinlik	0.63	0.09	0.44	7.26	<.001
Girişimcilik eğitimi	0.10	0.05	0.11	1.97	0.05
R=0.83	R ² =0.69				
F= 82.4	p< 0.05				

Tablo 2'deki analiz sonuçları incelendiğinde algılanan uygunluk, algılanan tutarlılık, algılanan etkinlik ve girişimcilik eğitimi değişkenlerinin girişimci niyetini anlamlı düzeyde yordadıkları ($R=0.83$, $R^2=0.69$) görülmüştür ($F_{(4-149)}=82.4$, $p<0.05$). Söz konusu değişkenler birlikte girişimcilik niyetinin %69'unu açıklamaktadır. Her bir değişkene ait regresyon katsayılarının anlamlılığı incelendiğinde, önem sırasına göre algılanan tutarlılık ($\beta=0.45$, $p<0.05$) ve algılanan etkinlik ($\beta=0.44$, $p<0.05$) değişkenlerinin girişimcilik niyetinin anlamlı yordayıcıları olduğu, algılanan uygunluk ($\beta=-0.09$, $p>0.05$) ve girişimcilik eğitimi ($\beta=0.11$, $p>0.05$) değişkenlerinin ise anlamlı yordayıcılar olmadığı belirlenmiştir.

Elde edilen bu bulgulara dayanarak H_2 ve H_3 hipotezleri kabul edilirken, H_1 ve H_4 hipotezleri reddedilmiştir.

Regresyon analizi sonuçlarına göre girişimcilik niyetini yordayan regresyon denklemi aşağıdaki gibidir.

$$\text{Girişimcilik Niyeti} = -0.57 - (0.12 * \text{algılanan uygunluk}) + (0.55 * \text{algılanan tutarlılık}) + (0.63 * \text{algılanan etkinlik}) + (0.10 * \text{girişimcilik eğitimi})$$

5. SONUÇ

Bu çalışmada ACE Modelinden yararlanarak, algılanan uygunluk, algılanan tutarlılık, algılanan etkinlik ve girişimcilik eğitiminin girişimcilik niyetine etkisini çoklu doğrusal regresyon analizi ile test etmek amaçlanmıştır.

Araştırma sonuçlarına göre üniversite öğrencilerinin girişimcilik niyetine algılanan uygunluk ve girişimcilik eğitiminin bir etkisi bulunmazken, algılanan tutarlılık ve algılanan etkinlik değişkenleri girişimcilik niyeti üzerinde bir etkiye sahiptir.

Algılanan tutarlılık boyutunun öğrencilerin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisi istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yöndedir. Elde edilen bu sonuç Akşit (2003), De Pillis ve Reardon (2007) ile Ismail vd. (2012) tarafından yapılan çalışma sonuçlarıyla benzerlik gösterirken, Adekiya ve Ibrahim (2016) tarafından yapılan çalışma bulguları ile farklılık göstermektedir. Bu sonuç üniversite öğrencilerinin kişisel değerleri ile girişimcilik faaliyetlerinin uyum gösterdiği ve bu noktada girişimcilik niyetinin oluştuğu şeklinde yorumlanabilir.

Araştırmada elde edilen bir diğer sonuç algılanan etkinliğin öğrencilerin girişimcilik niyetleri üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönde bir etkiye sahip olduğudur. Elde edilen bu sonuç, De Pillis ve Reardon (2007), Ismail vd. (2012) ile Adekiya ve Ibrahim (2016) tarafından

yapılan çalışma sonuçlarıyla tutarlıdır. Bu sonuç, üniversite öğrencilerinin girişimciliği uygun bir kariyer olarak görmelerinin girişimcilik niyeti geliştirmelerine temel oluşturduğu şeklinde yorumlanabilir.

Araştırma sonuçlarından hareketle, öğrenciler girişimcilik kariyerinin kendilerine kendilerini gerçekleştirmeleri için itici güç verebileceğine inandırılırsa, bu inancın mezun olduktan sonra girişimcilik girişiminde bulunmaya yönelik önemli bir niyete dönüşmesi muhtemeldir. Amaç toplumda önemli bir konuma gelmek olduğunda, öğrencileri girişimcilik kariyerlerinin uygulanabilirliği konusunda cesaretlendirmek için kitle iletişim araçları gibi çeşitli bilgi yayma araçları kullanılmalıdır. Dünya çapında tanınmış girişimcilerin başarı hikayeleri, kişisel girişimcilik hedeflerini gerçekleştirmek için bir motivasyon kaynağı olarak öğrencilere sunulmalıdır.

KAYNAKLAR

- Aboobaker, N., & Renjini, D. (2020). Human capital and entrepreneurial intentions : Do entrepreneurship education and training provided by universities add value ? On the Horizon, 28(2), 73–83. <https://doi.org/10.1108/OTH-11-2019-0077>
- Adekiya, A. A., & Ibrahim, F. (2016). Entrepreneurship intention among students. The antecedent role of culture and entrepreneurship training and development. International Journal of Management Education, 14(2), 116–132. <https://doi.org/10.1016/J.IJME.2016.03.001>
- Akşit, G. (2003). Farklı kültürlerde girişimcilik niyeti ve üniversite öğrencilerine yönelik karşılaştırmalı bir araştırma. Akdeniz Üniversitesi.
- Akyurt, N. (2018). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Belirlenmesi: Sağlık Örneği. Medical Sciences, 13(2), 43–57. <https://doi.org/10.12739/NWSA.2018.13.2.1B0050>
- Başar, E. (2017). Girişimcilik (3.). Nobel Yayıncılık.
- Boubker, O., Arroud, M., & Ouajdouni, A. (2021). Entrepreneurship education versus management students' entrepreneurial intentions. A PLS-SEM approach. The International Journal of Management Education, 19(1), 1–14. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2020.100450>
- Çakıroğlu, O. Ç., Sonuç, M. M., & Harmancı Seren, A. K. (2021). The relationship between entrepreneurship tendencies and A-B type personality traits of nursing students. Journal of Education and Research in Nursing, 18(4), 409–414. <https://doi.org/10.5152/jern.2021.86094>
- De Pillis, E. G. (1998). Predicting entrepreneurial intention: A cross cultural study. University Of Southern California.
- De Pillis, E., & Reardon, K. K. (2007). The influence of personality traits and persuasive messages on entrepreneurial intention: A cross-cultural comparison. Career Development International, 12(4), 382–396. <https://doi.org/10.1108/13620430710756762>
- Dilek, S., Kesgingöz, H., & Nergiz, E. (2019). Ekonomi okuryazarlığının girişimcilik niyeti üzerine etkisi. Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi, 54(1), 89–107.
- Eroğlu, Ş. G., & Avcı, U. (2021). Üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimleri üzerine boylamsal bir araştırma. Journal of Business Research - Turk, 13(4), 3607–3621. <https://doi.org/10.20491/isarder.2021.1344>
- Evcı, G., & Alper, E. N. (2022). Girişimcilik dersinin işletme öğrencilerinin girişimcilik niyetine etkisi: Yalova Üniversitesi örneği. Yalova Sosyal Bilimler Dergisi, 12(1), 159–173.
- Fragoso, R., Rocha-Junior, W., & Xavier, A. (2020). Determinant factors of entrepreneurial intention among university students in Brazil and Portugal. Journal of Small Business & Entrepreneurship, 32(1), 33–57. <https://doi.org/10.1080/08276331.2018.1551459>
- Göçer Şahin, S., & Buluş, M. (Ed.). (2022). Adım Adım Uygulamalı İstatistik. Pegem Akademi Yayıncılık.
- Ismail, K., Ahmad, A. R., Gadar, K., & Yunus, N. (2012). Stimulating factors on women entrepreneurial intention. Business Management Dynamics, 2(6), 20–28.
- Krueger, N. (1993). The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability. Entrepreneurship Theory and Practice, Fall, 5–21. <https://doi.org/10.1177/104225879301800101>
- Küçük, O. (2017). Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi (9.). Seçkin Yayıncılık.
- Ladd, T., Hind, P., & Lawrence, J. (2019). Entrepreneurial orientation, Waynesian self-efficacy for searching and marshaling, and intention across gender and region of origin. Journal of Small Business & Entrepreneurship, 31(5), 391–411. <https://doi.org/10.1080/08276331.2018.1459016>
- Marangoz, M., & Aydın, A. E. (2018). Girişimcilik motivasyonları ve engellerine ilişkin algıların girişimcilik niyetine etkisi: Üniversite öğrencilerine yönelik bir araştırma. Journal of Entrepreneurship and Development, 13(1), 69–78.
- Oosterbeek, H., Van Praag, M., & Ijssestein, A. (2010). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation. European Economic Review, 54, 442–454. <https://doi.org/10.1016/j.eurocorev.2009.08.002>
- Sajjad, S. I., Shafi, H., & Dad, A. M. (2012). Impact of culture on entrepreneur intention. Information Management and Business Review, 4(1), 30–34. <https://doi.org/10.22610/imbr.v4i1.960>
- Şenel, D., & Öney, F. Ö. Ö. (2020). Önlisans öğrencilerinin girişimcilik eğilimleri: Pamukkale Üniversitesi çocuk gelişimi bölümü öğrencileri üzerine bir araştırma. Antalya Bilim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 1(2), 15–33.

Ünlü Aslan, M., Yayla, E. N., & Ünüvar Ünlüođlu, D. (2022). Z kuşadı bağlamında girişimcilik tutumu ve sınırsız kariyer yöneliminin incelenmesi. *Journal of Business Research - Turk*, 14(1), 919–930. <https://doi.org/10.20491/isarder.2022.1418>

Vuong, B. N., Phuong, N. N. D., Huan, D. D., & Quan, T. N. (2020). A model of factors affecting entrepreneurial intention among information technology students in Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(8), 461–472. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no8.461>