

# Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Algıları, KTMU İ.İ.B.F. Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma

## Entrepreneurial Perceptions of University Students, A research on the Faculty of Economics and Administrative Sciences Students of KTMU

Dr. Muratali Abdyltaev (Kyrgyzstan-Turkey Manas University, Kyrgyzstan)  
Assoc. Prof. Dr. Emin Yurekli (Pamukkale University, Turkey)

### Abstract

The concept of entrepreneurship is one of the most strategic terms today. In order for the countries to develop and have economic vitality, it is necessary to disseminate the entrepreneurial culture. In this context, the aim was to determine the entrepreneurial perceptions of university students. Kyrgyzstan-Turkey Manas University study was conducted with the participation of students. A total of 150 students participated in the study and entrepreneurship scale was applied to these students. As a result of the research, there is no significant difference between total and subscales of entrepreneurship scale and gender and place of birth. However, there was a significant difference between the total and subscales of entrepreneurship scale and the sections of students.

### 1 Giriş

Bir ülkenin ekonomik ve toplumsal kalkınma düzeyi ile sahip olduğu girişimcilik performansı arasında doğrudan bir ilişki olduğu söylenebilir. Üretim faktörleri olarak saydığımız toprak, emek, sermaye ve teknolojiyi bir araya getirerek ülke ekonomisinin kalkınmasında önemli yeri olan üretim faktörü girişimciliktir. Günümüz iş dünyasında girişimci davranışının önemi de giderek arttığını söyleyebiliriz. Birçok ülkede girişimcilik eğitimleri üniversiteler tarafından ders olarak verilmektedir. Bunun yanında kendi işinin sahibi olmak isteyen kişilere yol göstermek ve gerekli becerileri kazandırmak amacıyla farklı kurum ve kuruluşlar tarafından da yaygın olarak girişimcilik eğitimleri verilmektedir.

Bu araştırma, Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi İ.İ.B.F. öğrencilerinin girişimcilik algılarını değerlendirmek amacıyla yapılmıştır. Bu bağlamda potansiyel girişimci olarak tanımlanan üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerinin cinsiyet, yaş, doğum yer ve bölümlerine göre bir etkisinin olup/olmadığı ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır.

### 2 Girişimcilik ile İlgili Tanımlar

Günümüzde girişimciliğe ilişkin verilebilecek doğru bir tanım noktasında kafa karışıklığının yoğun olduğunu söyleyebiliriz. Girişimci kavramı yıllar içerisinde araştırmacılar tarafından farklı açılardan ele alınmış ve bu kavramın temel özellikleri literatüre kazandırılmıştır. Girişimci tanımını ilk ele alan isimlerden birisi olan Cantillon'un (1931) literatürde genel olarak "girişimcinin tüketiciler ile üreticiler arasındaki bağımlı kurulmasındaki koordinatörlük rolü odaklı tanımı" vurgulamaktadır (Grabel, 2003:493-514). Bunlara ek olarak Drucker (1986) girişimci kavramını "kişinin değişim kavramı ile birlikte ele almış ve girişimciyi değişim için sürekli araştırma yapan ve değişimi bir fırsat olarak gören kişi" herkesin göremediği fırsatların değerlendirilmesi, risk içerisinde fırsatların işe dönüştürülmesi olarak tanımlanmıştır. Mark Casson (1998) ise girişimci kavramını "yargısal karar alma yeteneği ile ilişkilendirmiş ve girişimciyi kıt kaynakları koordine etmekle ilgili yargısal kararları almakta uzmanlaşan kişi" olarak nitelendirmiştir (Havinal, V. 2009:97). Say'dan başlayarak girişimcilik klasik üretim faktörleri arasında sayılan emek, sermaye, ve doğa faktörlerinin yanında dördüncü bir üretim faktörü olarak ilave edilmiştir. Girişimcilik konusu J.V. Schumpeter'in dinamik girişimcilik kavramını ortaya atmasıyla daha büyük bir öneme sahip olmuştur (Öznur Bozkurt 2013 8:2). Girişimcilik içerisinde yer alan çok önemli özelliklerden birisi "yenilik" kavramıdır. Girişimcilik içerisinde yenilik kavramına ilk vurgu yapan araştırmacı Schumpeter'dir. Schumpeter yenilik kavramını eskiye dönüştüren bir şey olmaktan çok, eskiye yok eden ve daha devrimsel yönleri olan bir kavram olarak ele almıştır. Bu sebeple bu süreç "yaratıcı yıkım" adını vermiştir (Formaini, R. L. 2001:5).

Girişimcilik kavramı, incilizce'de enter "giriş", pre "ilk", enterpre-neur "ilk başlayan" anlamına gelmektedir. Arapça müteşebbis, "şe-bi-se" kökünden geliştirilen teşebbüse vezninden elde edilmiştir. Teşebbüs "bir şeye sıkıca yapışmak" demektir. Türkçe de "gir" kökünden, "girmek fiiline dönüşmüştür. Fransızca da ise, entre "girmek" kökünden, entree "giriş" ve geliştirilerek enterprenent "girişimci, atılğan" anlamına gelmiştir (Mulcahy, Kevin V., 2003:195-184). Fransızcada "bir şeyler yapmak" anlamına gelen "entreprende" sözcüğünden türemiş olup öncelikle 18. yüzyılda Richard Cantillon tarafından türetilmiş ve ardından Frank Knight ile Amerikan literatürüne girmiştir. Aslen Latince kökenli olan girişimcilik kavramı aynı temelde yer alan İtalyanca (intraprendere) ve Almanca (unternehmen)'da benzer şekillere vücut bulmaktadır (Börü, D, 2006:733).

Girişimcilik en dar tanımıyla, girişimcinin başkalarının görmediği ya da algılayamadığı fırsatları sezip, yaratıcı faaliyeti olup, bir örgütü kurma ve bu örgütü faaliyette geçirme sürecidir (Timmons, 2004:5). Miller'e göre de girişimciliğin ana unsuru, risk alma, proaktif davranma ve yenilik yapmaktır. Girişimciliğin temelinde yenilikçilik olduğu düşüncesi ağırlık kazanmaktadır. Yeni düşünmek ve hayal etmek ve kurgulamaktır. Bu durumda girişimci yeni şeylerin tasarlanmasında yaratıcılığını ortaya koyan, yeni fikirlerin oluşturulmasında uygulamaya konulmasında ve bunların geleceğe taşınmasında, hem kendi toplumunda hem de dünya üzerinde ulaşabildiği her yerde katalizör görevi gören kişidir. Özellikle hızlı büyüyen işletmelerin büyüme aşamalarında, bu işletmelerin girişimcilerinin yenilikçi olmaları ve fikir düzeyindeki yenilikleri aktif hale getirmeleri büyük rol oynamaktadır. (Zhao 2005:26).

Bir başka tanıma göre ise girişimcilik işle ilgili fırsatları tanıma bu fırsatları değerlendirmek için uygun bir risk yinetimini gerçekleştirme iletişim ve yönetim becerilerini kullanarak hayallerini inşa edebilen kişidir. Girişimciler bütün başarıların önce bir hayal olduğunu söylemişler. Onlar için hayal gücü bilgiden daha önemlidir.

Girişimcilik aslında bilimsel literatürde oldukça belirsiz bir kavramdır. Girişimci kavramı, gerçekten de, pek çok yazar tarafından farklı yönler tarafından farklı yönler vurgulanacak şekilde tanımlamaya çalışılmıştır. Malta'lı düşünür Edward De Bona'ya göre girişimci tutkusu olan bireydir. Bir şeyi ya da hayali gerçekleştirmek tutkusu girişimciyi değerlerinden ayırır. Peter Drucker ise girişimciyi, kaynakları düşük verimli üretim alanlarından yüksek verimli alanlara transfer eden ve orada tutmayı başarabilen kişilik olarak tanımlamaktadır (Tinaz 1994:6).

Bir ekonomist açısından girişimcilik, kaynakları, işgücünü, makine-teçhizatı ve diğer varlıkları bir araya getirme ve önceki değerlerinden daha fazla bir değer yaratılmasının sağlanmasını ifade ederken, bir psikolog gözüyle bakıldığında ise üretmek, denemeler yapmak, bir şeye ulaşmak veya bir şey başarmak, kendini aşmak ve tatmin etmek güdüsü ile hareket eden ve bu tür güdülerle güdülenen insanlar anlamına gelmektedir. Bir iş adamı açısından bakıldığında ise girişimci ruh saldırganlığı, rakip ve rekabet kavramlarını, müşteri ve başkalarının refah ve mutluluğunu sağlamaya dönük birey şeklinde tanımlanmaktadır (Semra 2002:28). Girişimci sadece faaliyette bulunduğu alan içerisinde uzman olan kişi değildir. Alanın uzmanı olmak, girişimci olmak için yeterli değildir. Girişimci toplumun içerisinde gereksinim duyduğu, dolayısıyla talep edilebilir bir mal veya hizmeti bulup, üretmeye girişen ve yaratıcılığı ile buna ön ayak olan kişidir. Girişimciler, sosyo-psikolojik olgu ve olaylar arasındaki amaçların mevcut ilişkilere olan etkilerini görebilen ve yönlendirebilen kişilerdir (Hasan 2003:162).

### 3 Girişimciliğin ve Girişimcinin Önemi

Girişimcilik, bir ülkede yaşanmakta olan ekonomik hayatın ruhu gibidir. Girişimciler toplum içerisinde iş yaratarak sosyal hareket yeteneğini yayarlar ve olasılıkları oluştururlar. Girişimci toplumun ekonomik güç alanını yaratan ve devamını sağlayan en önemli faktördür. Girişimciler sadece ekonomik hayatın değil aynı zamanda toplumsal hayatında gelişimini sağlayarak harekete geçirmektedir. Girişimci, toplumların aynı zamanda dinamik gücünü oluşturmaktadır. Bu nedenle girişimci yenilik yapan ve yaptığı yenilikleri hizmet ve ürüne çevirerek, bireysel ve toplumsal fayda yaratan kişidir. Girişimcinin yaptıkları, toplumların gelişiminin belirtileridir (Çetin, C.,1996:29).

Girişimcilik ilişkilerinin en büyük etkisi toplumlarda kazanç ve zenginlik sağlamanın en etkili ve en güçlü etken olmasıdır. Toplumların elde etmiş olduğu ekonomik zenginlik, girişimsel başarının bir parçasıdır. Girişimsel başarının tam olarak yaşanabilmesi ancak toplumsal ilerleme ile gerçekleştirilebilir. Bu nedenle mevcut girişimcilik ilişkilerinin yapılandırılmasında sadece bölgesel olarak değil küresel olarak gerçekleştirilmesi gereken yapılandırmalar, ilerleme olarak sayılabilir.

Girişimciliğe global açıdan bakılarak yapılacak değerlendirme sonucunda, ülke ekonomilerinin gelişmesinde en önemli faktör olduğu bulunmaktadır. Modern ekonomilerdeki büyümeyi sağlayanlar, artan bir biçimde büyük endüstri şirketleri değil daha ziyade yeni ve küçük işletmelerdir. Esasen bu ekonomik odaklanmada önemli olan yenilikçilik ve esnekliktir.

Girişimcilik, sadece sanayi toplumuyla gelişmeye başlamadı, bilgi toplumuna geçişle birlikte gelişimini devam ettirdi. Gelişmiş ülkelerde yapılan araştırmalara göre, girişimcilik düzeyi ve yıllık ekonomik büyüme arasında güçlü bir ilişki olduğunu ortaya çıkarmıştır. Girişimcilik ruhunu toplumsal olarak benimsemiş olan ülkelerde, girişimcilikleri bir düzeye gelmiştir. Girişimciliğin gelişimine güzel bir örnek; ABD de R. Stephan bir din adamı olarak mesleğini sürdürmektedir. Aynı zamanda hem bir bölgenin dini temsilcisi hem finansal bir topluluğun öncüsü hem de tanınmış bir fotoğrafçılık şirketinin sahibi olarak hayatını sürdürmektedir. Aynı özelliklere sahip olan diğer girişimci ise Ken Coleman 37 ülkede 40000 den fazla çalışmanı olan, dünyadaki satışlarıyla bir teknoloji markası haline gelmiş olan bir kişidir. Bu kişilerin girişimcilik gayreti ilgili basın kuruluşları tarafından toplumsal düzeyde örnek olarak belirtilmiştir. Her ikisine de sorulan cevaplara vermiş oldukları ortak yanıt ise; yeniliklerin peşini asla bırakmadıklarıdır (Donladson, Sonya A., 2004:112-117).

Girişimciliğin temel unsurları yenilik ve değişimdir. Yenilik aynı zamanda teknolojik değişiklikleri de beraberinde getirecektir. Drucker'ın bugünün girişimcilik ekonomisiyle Shumpeter'in endüstriyel kapitalist ekonomisinin karşılaştırılmasındaki her iki bilim adamının da; yenilikçilik, yaratıcılık ve icatların kullanımı üzerinde durdukları saptanmıştır. Drucker'in söylediği gibi, "herhangi bir süreçte değişim en iyisidir, belki de

ekonomi ve iş hayatını geliştirmenin en iyi yolu şundan geçer-eğer yenilik yoksa hayatta kalmakta yoktur. Schumpeter'e göre başarılı yenilikler için akıl değil istek gerekir. Böylece yenilik zekaya değil liderliğe bağlıdır ve buluşla karşılaşmalıdır. Schumpeter yenilik ve buluşun farklı yetenekler gerektirdiğini savunur. Schumpeter'e göre yeni üretim kaynaklarının bulunması, yeni pazarların açılması, maddelerin işlenme yöntemlerindeki gelişmeler kısacası ekonomik hayatın akışında bir şeylerin farklı yapılması malların üretiminde teknolojik gelişmeye işaret eder ve bu gelişme yenilik kavramı ile karşılaşılır (Schumpeter, 2011:55).

İngiltere Başbakanı Tonya Blair bir konuşmasında şunu vurgulamıştır; “girişim kültürü yaratmak çok önemlidir. Bu öyle bir iştir ki, zenginlik yaratan girişimciler ve bugünün gençleri yarımın girişimcileridir.” (Hakan,K., 2007:30).

## 4 Girişimci Özellikleri

Girişimciliğin incelenmesinde, bireyleri girişimci olarak niteliklerinin öncelikli olarak ele alınması gerekmektedir. Araştırmacılar, girişimciler için geçerli olan özellikleri ortaya çıkarmak için son zamanlarda büyük çaba ve zaman harcamışlardır. Bu yapılan araştırmalar girişimcilerin bir takım özelliklerini ortaya koymuştur. Bu özellikler, girişimci olanlarla olmayanları birbirinden ayırt etmeye yarar. Girişimcilik kavramının ekonomik içeriğinin yanında sosyal ve kültürel açıdan da anlam taşınması sebebiyle girişimcinin özellikleri bu boyutlardan da ele alınmış ve girişimci bireyler psikolojik özelliklerinin yanında her şeyden önce yaşadıkları sosyo ekonomik çevrenin bir ürünü olarak değerlendirilmişlerdir (Bozkurt, Ö., Alparsılan M., 2013;8-10).

Girişimcilerin kişisel özellikleri ise çevre ile birey arasında karşılıklı etkileşim sonucunda ortaya çıkar. Bu etkileşimde girişimcinin genetik özellikleri, yaşam konumu, tecrübeleri, bireyin hayatındaki değişimler önemli rol oynar. Girişimciliğin başlangıcı daha çok bireysel bir karardır. Bu nedenle girişimciliğin oluşumunda bireylerin kişilik özelliklerinin de incelenmesi, girişimciliğin gelişiminin sağlanabilmesi için yararlı olacaktır.

Girişimcilik kavramı üzerine yapılan araştırmaların öznelereinden birisi olan girişimci kavramı araştırmacılar tarafından çok boyutlu bir şekilde incelenmiş ve bu kavramın birçok özelliği ortaya konmuştur. Girişimcilerin taşıdıkları özellikler ile ilgili çeşitli görüşler bulunmaktadır. Bu özellikler niteliklerine göre doğuştan ya da sonradan kazanılabilen veya psikolojik ile sosyal temelli bazı farklı perspektifler ile ayrılabilir. Bu görüşler çerçevesinde genel kabul görmüş bir özellikler listesi oluşturmanın zorluğu ile beraber öne çıkan özellikleri literatürde aşağıdaki gibi sıralanabilmektedir.

### 4.1 Risk Alma

Günümüz şartlarında değişimin temel kavramlarından bir tanesi de risk olmaktadır. Riskler, girişimcilerin sürekli olarak katlanmak zorunda oldukları bir olgudur. İnsan, hayatında farkında olarak veya olmayarak yaşayışı boyunca risk sürekli olarak riskle karşı karşıya bulunmaktadır.

Risk almak, nasıl sonuçlanacağını, nerede veya hangi koşulda gerçekleşeceğini bilmeden karar vermektir (Wakkee, Elfring ve Monaghan, 2010:1-21). Girişimci kazanç olasılığını fark ettiği ve hissettiği işlerde, riski göze almaktan kaçınmaz. İşin sonucunda alınması beklenen ödül ne kadar büyük olursa, katlanılan riskte o kadar büyük olur. Girişimciler sürekli olarak yeni ürünler, üretim süreçleri, pazarlar, yöntemler ve yeni organizasyon yapısı ortaya koymaktadırlar. Bu yenilikleri gerçekleştirmek önemli riskleri almayı gerektirir. Bu nedenle risk alma girişimciliğin önemli özelliklerinden biri olarak görülmekte hatta bu özelliği ile tanımlanmaktadır. Buradan hareketle girişimci, başka yerde çalışmayan kendi ticari riskini alan kişidir (Mohanty, 20005:6-12). Risk alma eğiliminin birçok değişkene göre değişebileceği de bilinmelidir. Yaş, cinsiyet, deneyim, aile yapısı, geçmişi, sosyo-ekonomik statüsü, sosyal, psikolojik, fiziksel ve finansal gibi özellikler, risk alma eğilimini etkiler (Erdem, 2001: 43-61).

Kuratko ve Hodgetts girişimcilik ilişkilerinin gelişimini çeşitli açılardan incelemeyi sürdürmüşlerdir. Çalışmalarında girişimcilerin davranışlarının risk ile yüzleşme sonucu ortaya çıkan stresten dolayı negatif yönde etkilendiğini belirlemişlerdir. Ortaya çıkan bu stresin derecesinin insan vücuduna belirli oranda zarar verdiği ve bu zarar sonucunda girişimcilerin büyük bedeller ödediklerini ortaya koymuştur. Riskle mücadele etmesini bilmeyen kişiler stres yaşar bunun sonucunda hem hayatlarını hem de işlerini kaybedebilirler. Başarıya ulaşan girişimciler ise aynı zamanda katlanılan risk sonucu ortaya çıkan stresle de yaşamasını bilen insanlardır. Toplum içerisinde de tüketici olarak bile her zaman riskle ama düşük riskle karşı karşıyadır. Almış olduğu maldan dolayı katlanmakta olduğu da bir risktir. Riskten tamamıyla kaçınmaya çalışmak yanlış olur. Risk artık hayatın bir parçasıdır. Riske katlanmayan ve sürekli olarak riskten kaçınan firmalar, sürekliliğini sağlayarak hayatta kalamazlar. Hayatta başarılı olabilmek için her an ortaya çıkan riskle yaşanması bilinmelidir. Girişimci, riskten kaçınmamalı riskle mücadele etmesini bilmelidir. Girişimcilerin en önemli özellikleri riskle birlikte yaşayabilmeleridir.

### 4.2 Kendine Güven

Kendine güvenli olan insanlar, kendilerini tam olarak tanıyan risk almaktan kaçınmayan, başkalarına faydalı olan ve yaptığı işten tatmin duyan kişilerdir. Kendine güveni olmayanlar ise, etrafındaki insanlara da güvenemeyen, başkalarına bağımlı olarak hareket eden ve yaptığı işten tatmin olmayan insanlardır.

Kendine güven tanımını yapmadan önce, bu olguyla ilgili olan birtakım temel kavramlara yer vermek daha sağlıklı olacaktır. Bunlardan ilk olarak “benlik ” kavramına değinmek konunun ehemmiyeti açısından bizi daha makbul anlamlandırmalara taşıyacaktır. Benlik kavramı araştırmacılar tarafından bireyin doğuştan getirdiği gizil güçlerinin çevresinin de etkisiyle edinik bir yapı alması olarak tanımlanmaktadır. Ayrıca bireyin kendisiyle ilgili algılamaları ve anlamlandırmaları da bu süreçte oldukça önemlidir. Yani bireyin aslında nasıl olduğu değil de, kendini nasıl gördüğü buradaki temel unsurdur (Kuzgun, 2000).

Bireyin kendine güveninin oluşmasında temel rol oynayan benlik kavramı, bireyin ne olduğunu; ideal benlik, olmayı istediği ben ”ini; bireyin ne olduğu ile ne olmak istediği arasındaki farka ilişkin duygularını gösterir. Bireyler benlik kavramları doğrultusunda davrandıklarında, kendilerini güvenli ve yeterli hissederler. Davranışları, kendilerini değerlendirmelerinden, kendilerine verdikleri rolden farklı olduğunda ve bireyler istediklerinin dışında davranmaya zorlandıklarında kendilerine olan güvenleri zedelenir (Akagündüz, 2006)

Kendine güven, kişilerin faaliyet alanlarının seçiminde önemli rol oynamaktadır. Güven rekabet ortamında daha da olgunlaşan bir süreç haline gelmektedir. Kendini güvende hisseden insanlar önlerine çıkan zorluklarla yılmadan mücadele edebilirler. Başarılı olan girişimcilerin kendilerine olan güveninin ve azminin uzun süreli olduğu tespit edilmiştir.

Kendine güven ya da benlik kavramının gelişimi: kişinin çevresi ile olan ilişkilerine, iletişimine ve yaşantılarına algılanış biçimlerine göre oluşan ve değişim gösteren bir süreçtir. Bireyin çevresindeki insanlar tarafından olumlu olarak değerlendirilme ve kabul edilme gereksiniminin karşılanması bireyin kendini algılama biçimini önemli ölçüde etkiler. Bu konuda memnun eden veya hayal kırıklığına uğratan yaşantılar bireyin kendine değer verme duygusunu oluşturur. Bu duygu zamanla öğrenilerek gelişir. Bireyin özsaygı ve buna bağlı olarak öz güveni bir kez oluştuktan sonra, zamanla diğer insanların değerlendirilmelerinde etkilenmeden varlığını sürdürür ve bireyin tüm davranışlarını etkisi altına alır. Bandura’nın ifadesiyle öz güven ”bireyin kendisini değerli hissetmesi yargısıdır (Bandura, 1997).

## 5 Araştırmanın Yöntemi

### 5.1 Araştırmanın Amacı

Bu araştırma, Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi İ.İ.B.F. öğrencilerinin girişimcilik algılarını değerlendirmek amacıyla yapılmıştır. Bu bağlamda potansiyel girişimci olarak tanımlanan üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerinin cinsiyet, yaş, doğum yer ve bölümlerine göre bir etkisinin olup/olmadığı ortaya çıkarılmaya çalışılmaktadır.

### 5.2 Araştırmanın Kısıtları

Araştırmayla ilgili olarak toplanan verilerin, girişimcilik eğilimi ölçeğiyle sınırlı olması. Anket tekniğinin dışında diğer veri toplama yöntemlerinin kullanılmaması. Zamanın dar olması nedeniyle tüm fakültelere ve meslek yüksekokullarına ulaşılabilmesi araştırmanın kısıtları arasında gösterilebilir.

### 5.3 Veri Toplama Aracı

Girişimcilik ölçeğindeki 30 maddenin güvenilirliğini hesaplamak için iç tutarlılık katsayısı olan “Cronbach Alpha” hesaplanmıştır. Ölçeğin genel güvenirliliği  $\alpha=0.922$  olarak çok yüksek bulunmuştur. Ölçeğin yapı geçerliliğinin ortaya koymak için açıklayıcı(açımlayıcı) faktör analizi yöntemi uygulanmıştır. Yapılan Barlett testi sonucunda ( $p=0.000<0.05$ ) faktör analizine alınan değişkenler arasında ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Yapılan test sonucunda ( $KMO=0.852>0,60$ ) örnek büyüklüğünün faktör analizi uygulanması için yeterli olduğu tespit edilmiştir. Faktör analizi uygulamasında varimax yöntemi seçilerek faktörler arasındaki ilişkinin yapısının aynı kalması sağlanmıştır. Faktör analizi sonucunda değişkenler toplam açıklanan varyansı %46.938 olan 3 faktör altında toplanmıştır. Güvenirliliğine ilişkin bulunan alpha ve açıklanan varyans değerine göre Girişimcilik ölçeğinin geçerli ve güvenilir bir araç olduğu anlaşılmıştır. Ölçeğe ait oluşan faktör yapısı aşağıda görülmektedir.

Boyut	Madde	Faktör Yüğü	Açıklanan Varyans	Cronbach's Alpha
Davranışa Yönelik Tutum (Özdeğer=9.732)	A6	0,794	22,972	0,852
	A11	0,759		
	A9	0,721		
	A8	0,703		
	A14	0,695		
	A13	0,666		
	A12	0,662		
	A7	0,645		
	A10	0,633		
Varsayılan Davranış Kontrolü	B19	0,720	16,263	0,791
	A15	0,691		
	B23	0,690		
	B20	0,644		
	B21	0,640		
	B22	0,620		
	B18	0,617		
	B16	0,559		
	B17	0,502		
Kişisel Norm (Özdeğer=1.678)	C35	0,788	7,703	0,816
	C33	0,766		
	C24	0,759		
	C27	0,752		
	C30	0,726		
	C28	0,712		
	C29	0,701		
	C31	0,663		
	C25	0,624		
	C26	0,605		
	C32	0,554		
	C34	0,531		
Toplam Varyans %46.938				

**Tablo 1. Girişimcilik Ölçeği Faktör Yapısı**

Ölçekteki faktörlerin puanları hesaplanırken faktördeki maddelerin değerleri toplandıktan sonra madde sayısına bölünerek (aritmetik ortalama) faktör puanları elde edilmiştir.

#### 5.4 Verilerin İstatistiksel Analizi

Araştırmada elde edilen veriler SPSS (Statistical Package for Social Sciences) for Windows 22.0 programı kullanılarak analiz edilmiştir. Verilerin değerlendirilmesinde tanımlayıcı istatistiksel yöntemleri olarak sayı, yüzde, ortalama, standart sapma kullanılmıştır.

Ölçek boyutlarının aldığı puanlar 1 ile 5 arasında değerlendirilmektedir. Dağılım aralığının hesaplanması amacıyla, Dağılım aralığı=En büyük değer- En küçük değer/ Derece sayısı formülü kullanılmıştır. Bu aralık 4 puanlık genişliğe sahiptir. Bu genişlik beş eşit genişliğe bölünerek 1.00- 1.79 arası “çok düşük”, 1.80- 2.59 arası “düşük”, 2.60- 3.39 “arası orta”, 3.40-4.19 arası yüksek, 4.20-5.00 arası çok yüksek olarak sınır değerleri belirlenmiş ve bulgular yorumlanmıştır (Sümbüloğlu,1993:9; [http://www.istatistikanaliz.com/faktor\\_analizi.asp](http://www.istatistikanaliz.com/faktor_analizi.asp)).

İki bağımsız grup arasında niceliksel sürekli verilerin karşılaştırılmasında t-testi, ikiden fazla bağımsız grup arasında niceliksel sürekli verilerin karşılaştırılmasında Tek yönlü (One way) Anova testi kullanılmıştır. Anova testi sonrasında farklılıkları belirlemek üzere tamamlayıcı post-hoc analizi olarak Scheffe testi kullanılmıştır.

## 6 Bulgular ve Yorumlar

Bu bölümde, araştırma probleminin çözümü için, araştırmaya katılan öğrenciler ölçekler yoluyla toplanan verilerin analizi sonucunda elde edilen bulgular yer almaktadır. Elde edilen bulgulara dayalı olarak açıklama ve yorumlar yapılmıştır.

Tablolar	Gruplar	Frekans(n)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Bay	66	44,0
	Bayan	84	56,0
	Toplam	150	100,0
Yaş	19	2	1,3
	20	29	19,3
	21	29	19,3
	22	61	40,7
	23	24	16,0
	24	5	3,3
	Toplam	150	100,0
Doğum Yeri	İl	58	38,7
	İlçe	37	24,7
	Köy	55	36,7
	Toplam	150	100,0
Bölüm	İşletme	64	42,7
	İktisat	33	22,0
	Finans Bankacılık	28	18,7
	Uluslararası İlişkiler	25	16,7
	Toplam	150	100,0

**Tablo 2. Tanımlayıcı Özellikler**

Öğrenciler Cinsiyete Göre 66'sı (%44,0) bay, 84'ü (%56,0) bayan olarak dağılmaktadır. Öğrenciler yaşa göre 2'si (%1,3) 19, 29'u (%19,3) 20, 29'u (%19,3) 21, 61'i (%40,7) 22, 24'ü (%16,0) 23, 5'i (%3,3) 24 olarak dağılmaktadır. Öğrenciler doğum yerine göre 58'i (%38,7) il, 37'si (%24,7) ilçe, 55'i (%36,7) köy olarak dağılmaktadır. Öğrenciler bölüme göre 64'ü (%42,7) işletme, 33'ü (%22,0) iktisat, 28'i (%18,7) finans bankacılık, 25'i (%16,7) uluslararası ilişkiler olarak dağılmaktadır.

	N	Ort	Ss	Min.	Max.	Ölçek Ranji	Alpha
Davranışa Yönelik Tutum	150	3,867	0,672	1,800	5,000	1-5	0,852
Varsayılan Davranış Kontrolü	150	3,870	0,654	1,750	5,000	1-5	0,791
Kişisel Norm	150	3,606	0,613	1,670	5,000	1-5	0,816
Girişimcilik Davranışı Genel	150	3,764	0,579	2,030	5,000	1-5	0,922

**Tablo 3. Girişimcilik Davranışı Puan Ortalamaları**

Araştırmaya katılan öğrencilerin “davranışa yönelik tutum” düzeyi yüksek (3,867±0,672); “varsayılan davranış kontrolü” düzeyi yüksek (3,870±0,654); “kişisel norm” düzeyi yüksek (3,606±0,613); “girişimcilik davranışı genel” düzeyi yüksek (3,764±0,579); olarak saptanmıştır.

Demografik Özellikler	n	Davranışa Yönelik Tutum	Varsayılan Davranış Kontrolü	Kişisel Norm	Girişimcilik Davranışı Genel
<b>Cinsiyet</b>		Ort±SS	Ort±SS	Ort±SS	Ort±SS
bay	66	3,892±0,708	3,869±0,670	3,721±0,640	3,818±0,615
bayan	84	3,848±0,646	3,871±0,646	3,516±0,580	3,721±0,549
t=		0,404	-0,011	2,054	1,015
p=		0,687	0,991	0,042	0,312
<b>Doğum Yeri</b>		Ort±SS	Ort±SS	Ort±SS	Ort±SS
il	58	3,848±0,725	3,922±0,619	3,545±0,725	3,747±0,629
ilçe	37	3,862±0,484	3,804±0,645	3,669±0,456	3,769±0,444
köy	55	3,891±0,731	3,859±0,703	3,629±0,581	3,778±0,612
F=		0,058	0,379	0,520	0,042
p=		0,944	0,686	0,595	0,958
<b>Bölüm</b>		Ort±SS	Ort±SS	Ort±SS	Ort±SS
işletme	64	4,152±0,481	4,109±0,459	3,814±0,490	4,005±0,401
iktisat	33	3,767±0,667	3,830±0,719	3,596±0,595	3,715±0,591
finans bankacılık	28	3,636±0,770	3,625±0,777	3,518±0,604	3,586±0,649
uluslararası ilişkiler	25	3,532±0,724	3,585±0,653	3,187±0,719	3,408±0,626
F=		8,317	6,420	7,377	9,092
p=		0,000	0,000	0,000	0,000
PostHoc=		1>2, 1>3, 1>4 (p<0.05)	1>2, 1>3, 1>4 (p<0.05)	1>3, 1>4, 2>4, 3>4 (p<0.05)	1>2, 1>3, 1>4, 2>4 (p<0.05)

**Tablo 4. Girişimcilik Davranışının Tanımlayıcı Özelliklere Göre Karşılaştırılması**

Bayların kişisel norm puanları ( $x=3,721$ ), bayanların kişisel norm puanlarından ( $x=3,516$ ) yüksek bulunmuştur ( $t=2,054$ ;  $p=0.042<0.05$ ). Öğrencilerin davranışa yönelik tutum, varsayılan davranış kontrolü, girişimcilik davranışı genel puanları cinsiyet değişkenine göre anlamlı farklılık göstermemektedir ( $p>0.05$ ).

Öğrencilerin davranışa yönelik tutum, varsayılan davranış kontrolü, kişisel norm, girişimcilik davranışı genel puanları doğum yeri değişkenine göre anlamlı farklılık göstermemektedir ( $p>0.05$ ).

Öğrencilerin davranışa yönelik tutum puanları bölüm değişkenine göre anlamlı farklılık göstermektedir ( $F=8,317$ ;  $p=0<0.05$ ). Farkın nedeni işletme bölümünde olanların davranışa yönelik tutum puanlarının diğer bölümlerin davranışa yönelik tutum puanlarından yüksek olmasıdır ( $p<0.05$ ).

Öğrencilerin varsayılan davranış kontrolü puanları bölüm değişkenine göre anlamlı farklılık göstermektedir ( $F=6,420$ ;  $p=0<0.05$ ). Farkın nedeni işletme bölümünde olanların varsayılan davranış kontrolü puanlarının diğer bölümlerin varsayılan davranış kontrolü puanlarından yüksek olmasıdır ( $p<0.05$ ).

Öğrencilerin kişisel norm puanları bölüm değişkenine göre anlamlı farklılık göstermektedir ( $F=7,377$ ;  $p=0<0.05$ ). Farkın nedeni işletme bölümünde olanların kişisel norm puanlarının diğer bölümlerin kişisel norm puanlarından yüksek olmasıdır ( $p<0.05$ ).

Öğrencilerin girişimcilik davranışı genel puanları bölüm değişkenine göre anlamlı farklılık göstermektedir ( $F=9,092$ ;  $p=0<0.05$ ). Farkın nedeni işletme bölümünde olanların girişimcilik davranışı genel puanlarının diğer bölümlerin girişimcilik davranışı genel puanlarından yüksek olmasıdır ( $p<0.05$ ).

## 7 Sonuç

Geçiş ekonomilerinde uluslararasılaşma oldukça büyük öneme sahip bir olgudur. Uluslararasılaşma gerek ulusal gerekse bölgesel gelişmenin sağlanabilmesi, rekabetin canlanması ve istihdamın artması açısından büyük önem taşımaktadır. Globalleşme ile birlikte girişimciliğin niteliğinin de değiştiğini söyleyebiliriz. Çünkü içinde bulunduğumuz bilgi çağında insan gücünün yerini bilgi gücünün aldığı gözlenmektedir. Bu çağda sadece para veya sermaye sahibi olmak, girişimci olmaya yetmemektedir. Çünkü girişimci, kendi bilgi ve yetenekleri ile birlikte emek, sermaye, doğal kaynaklar ve hammaddeyi bir araya getirerek üretim ve dağıtım süreçlerini gerçekleştirip yöneten kişidir. Girişimciliğin ve girişimci kişilerin varlığının geçiş ekonomilerinde ve dolayısıyla Kırgızistan'da önemli bir yere sahip olduğu bilinen bir gerçektir. Bu açıdan potansiyel girişimcileri belirlemek ve onları pazara çıkarmanın yollarını bulabilmek açısından üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerinin saptanması önem arz etmektedir. Bu amaçla Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi I.I.B.F. öğrencileri üzerinde bir araştırma yapılmış ve öğrencilerin girişimcilik eğilimleri üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Araştırmanın sonucunda şu bulgulara ulaşılmıştır:

- Katılımcıların çoğunluğunun bayan ve yaş aralığı 19 ile 24 arasında olduğu,
- Katılımcıların çoğunluğunun illerde ve köylerde doğduğu bunu ilçenin takip ettiği,

- Katılımcıların bölümlerine göre dağılımında sırasıyla işletme, iktisat, finans bankacılık ve uluslararası ilişkiler şeklinde olduğu,
- Girişimcilik davranışı puan ortalamaları incelendiğinde her alt düzeyde yüksek olduğu
- Cinsiyet ve doğum yeri ile girişimcilik davranışı ve alt düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık görülmemiştir.
- Bölüm ile girişimcilik davranışı ve alt düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık görülmüştür. Bu farklılık her alt düzeyde farklı şekilde oluşmuştur.

Sonuç olarak girişimci yetiştirmek sadece Üniversitelerin görevinin olmadığı diğer sivil toplum kuruluşlarının da girişimcilik konusunda etkin faaliyetler düzenleyerek ülkelerin kalkınmasında son derece önemli bir yere sahip olan potansiyel genç nüfusun istihdama kavuşturulması ülkelerin kalkınmasında önemli faktörlerin başında geldiği bilinmektedir.

### Kaynakça

- Arslan, K. (2002). Üniversiteli Gençlerde Mesleki Tercihler ve Girişimcilik Eğilimleri & 61; The Tendencies of Professional Preferences and Entrepreneurship among Undergraduate Students. Dogus University Journal, 1(6), 1-11.
- Aykan, E. (2002). Girişimcilik ve girişimcilerin liderlik davranışları (Kayseri’de Bir uygulama). Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kayseri: Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. s27.
- Berber, A. (2000). Girişimci ile yönetici profilinin karşılaştırılması ve girişimcilikten yöneticiliğe geçiş süreci. İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, 15(1), 23.
- Bozkurt, Ö. Ç., & Alparlan, A. M. (2013). Girişimcilerde bulunması gereken özellikler ile girişimcilik eğitimi: girişimci ve öğrenci görüşleri. Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, (8:1), 7-28.
- Börü, D. (2006). Girişimcilik eğilimi: Marmara Üniversitesi İşletme Bölümü öğrencileri üzerine bir araştırma. Marmara Üniversitesi, Yayın No: 733.
- Brouwer, M. T. (2002). Weber, Schumpeter and Knight on entrepreneurship and economic development. Journal of Evolutionary Economics, 12(1-2), 83-105.
- Çelik, A. & Akgemci, T. (1998). Girişimcilik Kültürü ve KOBİ’ler, Nobel Yayın Dağıtım.
- Çetin, C. (1996). Yeniden yapılanma: girişimcilik, küçük ve orta boy işletmeler ve bunların özendirilmesi.
- Donaldson, Sonya A. (2004). Anatomy of a Start Up. Black Enterprise, 35, 112-123.
- Erdem, F. (2001). Girişimcilerde Risk Alma Eğilimi Ve Belirsizliğe Tolerans İlişikisine Kültürel Yaklaşım. Akdeniz University Faculty of Economics & Administrative Sciences Faculty Journal/Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 1(2).
- Eren, E. (2002), Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası, Beta Yayınevi, İstanbul.
- Formaini, R. L. (2001). The engine of capitalist process: entrepreneurs in economic theory. Economic & Financial Review, 2.
- Grebel, T., Pyka, A., & Hanusch, H. (2003). An evolutionary approach to the theory of entrepreneurship. Industry and innovation, 10(4), 493-514.
- Hagedoorn, J. (1996). Innovation and entrepreneurship: Schumpeter revisited. Industrial and Corporate Change, 5(3), 883-896.
- Havinal, V. (2009). Management and entrepreneurship. New Age International. Hébert, R. F., & Link, A. N. (2006). The entrepreneur as innovator. The Journal of Technology Transfer, 31(5), 589.
- Hébert, R. F., & Link, A. N. (2007). Historical perspectives on the entrepreneur. Foundations and Trends® in Entrepreneurship, 2(4), 261-408.
- Işık, N., Gökaş, D., & Kılınç, E. C. (2011). İktisadi büyümede girişimciliğin rolü. Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi; Cilt: 6 Sayı: 1.
- Jones, G., & Wadhvani, R. D. (2006). Schumpeter's plea: Rediscovering history and relevance in the study of entrepreneurship. Division of Research, Harvard Business School.
- Kuratko, D. F., & Hodgetts, R. M. (1995). Entrepreneurship: A contemporary approach. Dryden Press.
- Küçükaltan, D. (2009). Genel Bir Yaklaşımla Girişimcilik.
- Menudo, J., & O'kean, J. (2006). The French tradition: An alternative theoretical framework. Working Papers Series, WP ECON 06.24
- Müftüoğlu, T. (2004). Girişimcilik, Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesi Ders Kitapları Yayın no: 18.
- Müftüoğlu, T., & Durukan, T. (2004). Girişimcilik ve KOBİ'ler. Gazi Kitabevi, Ankara.

- Peker, Ö., & Aytürk, N. (2000). Etkili yönetim becerileri. Yargı Yayınevi, Ankara, 55-61.
- Peneder, M. (2009). The meaning of entrepreneurship: A modular concept. *Journal of Industry, Competition and Trade*, 9(2), 77-99.
- Savaş, V. F. (2007). İktisatın Tarihi (5. bs.). Ankara: Siyasal Yayınevi.
- Schumpeter, J., & Backhaus, U. (2003). The theory of economic development. In Joseph Alois Schumpeter (pp. 61-116). Springer, Boston, MA.
- Smollen, L. E. (1990). New venture creation: entrepreneurship in the 1990s. MC Graw Hill. Boston
- Tunç, B. (2007). İşletmelerde yaratıcılık yenilikçilik girişimcilik yönetimi. Dokuz Eylül Üniversitesi: Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Wingham, D. W. (2004). Entrepreneurship through the ages. Welsch, Harold P.
- Yeniçeri, Ö. (2002). Örgütleri etkinleştirme aracı olarak bilgi ve bilgi yönetimi. *İkibinyirmüç Dergisi*, 20, 56-64.
- Zhao, F. (2005). Exploring the synergy between entrepreneurship and innovation. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 11(1), 25-41.
- [http://acikerisim.lib.comu.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/COMU/928/Derman\\_Kucukaltan\\_Makale.pdf?sequence=1](http://acikerisim.lib.comu.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/COMU/928/Derman_Kucukaltan_Makale.pdf?sequence=1) (Erişim Tarihi: 20.05.2018).