

Araştırma Makalesi / Research Article

İŞ KURMAYA BAŞLAMA NİYETİNİ ETKİLEYEN GİRİŞİMCİ ÖZELLİKLERİ VE KÜLTÜREL DESTEK DEĞİŞKENLERİNİN LOJİSTİK REGRESYON ANALİZİ İLE İNCELENMESİ*

Doç. Dr. Sibel AYDEMİR 

Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi, MYO, Zonguldak, (aydemir_sibel@hotmail.com)

Doç. Dr. Oya KORKMAZ 

Tarsus Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü, Tarsus,
(oyakorkmaz67@tarsus.edu.tr)

ÖZET

Günümüzde girişimcilik faaliyeti açısından ülkeler arasında ciddi farklılıklar bulunmaktadır. Bu farklılığın oluşmasında etkili olan faktörler arasında kültürel destek ve girişimci özelliği de yer almaktadır. Bu iki faktör, girişimcilik faaliyetini etkileyen parametreler arasında yer aldığı ve girişimcilik faaliyetini pozitif yönde etkilediği için bu çalışmada mikro düzeyde incelenmeye değer bulunmuştur. Ayrıca, girişimci özelliğinin ve kültürel destek faktörünün; girişimcilik niyetinin oluşması için gerekli şartları sağlamada, girişimciliği teşvik etmede ve geliştirmede önemli bir bileşen olduğunu saptamak amacıyla yapılan bu çalışmada, Zonguldak Meslek Yüksekokulunda okuyan ön lisans öğrencilerinden yüz yüze anket yöntemiyle veri elde edilmiştir. Elde edilen bu veriler içerik analizine tabi tutulmuş ve SPSS 20.0 ve AMOS 24.0 programları kullanılarak değerlendirilmiştir. Değerlendirme sonucunda ana bağımsız değişken girişimci özellikleri ve kültürel destek ile bağımlı değişken iş kurmaya başlama niyeti arasında pozitif yönde ve düşük düzeyde anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır. Ayrıca, alt bağımsız değişkenlerden; girişimcilik yeteneğine duyulan güven ve girişimci eğilimli olma ile bağımlı değişken iş kurmaya başlama niyeti arasında da yine pozitif yönde ve düşük düzeyde anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Girişimci, Girişimcilik, Girişimci Olma Niyeti, Girişimciliğin Belirleyicileri.

EXAMINATION BY LOGISTICS REGRESSION ANALYSIS OF THE VARIABLES OF ENTREPRENEURIAL FEATURES AND CULTURAL SUPPORT THAT AFFECT THE INTENTION TO START A BUSINESS

ABSTRACT

Today, there are significant differences between countries in terms of entrepreneurship activity. Among the factors affecting such difference are cultural support and entrepreneurial features. Since such two factors are involved in the parameters affecting entrepreneurship activity and they positively affect the entrepreneurship activity, they were found to be worth examining at the micro level in this study. In addition, in this study which was conducted to determine that the entrepreneurial feature and cultural support factors are important components in providing the conditions required to create the intention to start a business, as well as in encouraging and developing entrepreneurship, the data was obtained

* Bu çalışma, 28-30 Haziran 2019 tarihlerinde Lefkoşa'da gerçekleştirilen 3. Uluslararası EMI Girişimcilik Sosyal Bilimler kongresinde sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

through face-to-face questionnaire method with the undergraduate students at Zonguldak Vocational School. The data obtained were subjected to content analysis and evaluated using SPSS 20.0 and AMOS 24.0 programs. As a result of the evaluation, it was found that there is a positive and low level significant relationship between the main independent variables, entrepreneurial features and cultural support, and the dependent variable, the intention to start a business. It was also found that there is again a positive and low level significant relationship between the sub-independent variables, entrepreneurial confidence and entrepreneurial orientation, and the dependent variable, the intention to start a business.

Keywords: *Entrepreneur, Entrepreneurship, Determinants of Entrepreneurship, Intention to be Entrepreneur.*

1. Giriş

Girişimcilik; yenilik, yeni iş fırsatları ve ekonomik büyümenin belirleyicilerinden biri olmakla beraber, özellikle işsizliğin yoğun olduğu ülkelerde istihdam olanağı yaratarak bireylerin dolayısıyla da toplumların refah düzeyini artırmaktadır. Bu özelliğinden dolayı girişimcilik işsizliği azaltmada ve toplumların sosyal refah düzeyini yükseltmede, ekonomik kalkınmayı sağlamada kullanılabilir faydalı bir stratejik araçtır. Ayrıca girişimcilik sayesinde yaşanan çevresel değişimlere daha hızlı ve etkin bir şekilde cevap verilebilmekte ve ekonomi daha esnek bir yapıya kavuşabilmektedir. Böylelikle hızlı değişen dinamik çevreye uyum sağlamada girişimcilik eşsiz bir çözüm olarak görülmektedir.

Ekonominin lokomotifini sayılan girişimcilik, bireylerin ekonomik bağımsızlıklarını kazanması ve kendi ayakları üzerinde durabilmeleri için gerçekleştirilen bir girişimden ziyade günümüzde artık gerek bireysel gerekse ülke ekonomisi açısından bir zorunluluk haline gelmiştir. Girişimcilik bireylere sağladığı faydaların yanı sıra ülkelerin rekabet gücünü artırmakta ve ekonomik büyümenin itici gücünü oluşturmaktadır. Bu nedenle bireylerin girişimciliğe yönelik eğilimlerinin finansal destek ve eğitimle beslenmesi gerekmektedir. Ancak bu sayede sağlıklı bir iş çevresi oluşturulabilmektedir. Girişimcilik etkileri neticesiyle günümüzde sadece mikro düzeyde bir konu olmaktan çıkmış, aynı zamanda makro ve hatta küresel düzeyde etkileri olan bir konu haline dönüşmüştür. Küresel düzeyde etkileri olan bu kavramın etki derecesinin ülkeden ülkeye hatta bölgeden bölgeye değiştiği, bu duruma sebep olan faktörün ise toplumların sahip olduğu girişimcilik kültürü olduğu görülmektedir. Bu yüzden günümüzde girişimciler girişimciliği destekleyen kültüre sahip ülkelere ya da bölgelere giderek oralarda yatırım yapmakta dolayısıyla toplumların kültürü girişimcilerin buldukları ülkeyi ya da bölgeyi terk etmesinde etkili bir faktör olmaktadır. Girişimcilik ruhunun ortaya çıkmasını ve gelişmesini sağlayan kültürel destek algısı görüldüğü üzere makro (ulusal) düzeyde gerçekleşebildiği gibi, mikro düzeyde de (aile, eğitim kurumları ve bölgesel) gerçekleşebilmektedir.

Görüldüğü üzere girişimcilik faaliyeti ile toplumun girişimciliği destekleyen kültürü arasında bir etkileşim söz konusudur. Girişimcilik kültürü ve bu kültürün bireylere sağladığı girişimcilik desteği o toplumdaki bireylerin girişimcilik faaliyetlerini etkilemektedir. Bu durum kültür ile girişimcilik arasında dinamik bir ilişkinin varlığını göstermektedir. Çünkü bazı toplumlar girişimcilik konusunda yüksek performans gösterirken, diğerleri bu performansı gösterememektedir. Kültür ile girişimcilik arasında var olan bu yakın ilişki girişimcinin tutum ve algısını değiştirmektedir (Aytaç, 2006:139). Bu durum kültürün girişimciliğin dikkate değer

ve üzerinde çalışılması gereken bir bileşeni olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla bu çalışma girişimcilik faaliyetini artırmak isteyen bir ülkeye ya da bir bölgeye girişimcilik faaliyetlerini artırmada etkili olan faktörlerden birinin kültür olduğunu göstermektedir.

Kültürel destek faktörünün yanı sıra başarılı bir girişimcilik faaliyeti için girişimci adayların girişimci özelliklerine de sahip olması gerekmektedir. Çünkü yeni bir iş girişimcinin girişimci özelliği tarafından karakterize edilmektedir. Yeni iş girişiminde girişimcinin başarılı olabilmesi için bir takım girişimci özelliklerini bir arada taşıması gerekmektedir. Girişimcilerin; kapasite, yetenek, yaratıcılık, başlatıcılık, hırs, kararlılık, rekabet, açık fikirli olma, güven, disiplin ve bağımsız olma isteği gibi ortak özellikleri bulunmaktadır. Belirtilen bu ortak girişimci özellikleri kültürlere göre farklılık göstermektedir.

Girişimci özellikleri ve kültürel destek değişkenlerinin üniversite öğrencilerinin iş kurma niyetini etkileyen motivasyonlar arasında yer aldığını ve girişimci özellikleri ile kültürel destek değişkenlerinin onların iş kurma niyeti üzerinde etkili faktörler olduğunu göstermek amacıyla bu çalışma yapılmıştır. Ayrıca bu çalışma öğrencilerin gelecekte dâhil olacakları iş dünyası ile ilgili bir kariyer planlaması yapmalarını sağlamak, onları girişimciliğe yönlendirmek ve girişimcilik hakkında bir farkındalık yaratmak amacıyla da gerçekleştirilmiştir. Bu çalışma girişimciliği etkileyen ve ortaya çıkaran faktörlere farklı ve daha geniş bir çerçevede bakılmasını sağlamış, üniversite öğrencilerinin girişimcilik özelliklerini belirleyerek ülkenin girişimcilik potansiyelini geliştirmeyi hedeflemiştir. Bu özelliğinden dolayı bu çalışmanın sosyal dengesizlikleri gidermede sosyal bir yapıstırıcı görevi gören girişimcilerin sayısının artmasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca sayısı artan bu girişimciler sayesinde ülkenin finansal faktörü başta olmak üzere birçok faktöründe gelişme yaşanacağı düşünülmektedir.

Bazı toplumların kültürünün girişimcilik ve girişimci özellikleri üzerinde yarattığı etkinin son yıllarda fark edilmesi üzerine bu konunun çalışılması gerekliliği ortaya çıkmıştır. Bazı toplumlarda kültür girişimcinin davranışını ve düşünce tarzını olumlu yönde etkileyerek bir katalizör görevi görmektedir (Demirel & Tikici, 2004:56). Aynı zamanda kültürün bireylerin kişilik özelliğini şekillendirdiği dolayısıyla da bireylerin girişimcilik özelliğini etkilediği de tespit edilmiştir (Demirel & Tikici, 2004:54). Görüldüğü üzere, kültür ve kültürün bir ürünü olan girişimci özelliği başarılı girişimcilik faaliyetlerinin oluşmasında öne çıkan iki temel unsurdur. Bu iki temel bakış açısı girişimciliğin şekillenmesinde önemli bir rol oynamaktadır ve girişimcilik davranışı için bir potansiyel oluşturmaktadır. Girişimcilik için son derece stratejik öneme sahip olan bu iki kavram girişimciliği beslemektedir. Bu nedenle öğrencilerin kültürel destek algılarının ve girişimcilik özelliklerinin girişimcilik niyetlerine olan etkileri bu çalışmada incelenmeye değer bulunmuştur.

2. Girişimci ve Girişimcilik

Girişimcilik kavramı ilk defa Schumpeter (1954) tarafından ifade edilse de, Cantillon (1755) bir bütün olarak girişimci fonksiyonunun net bir ifadesini ortaya koyan ilk bilim adamı olmuştur (Fillion, 1998:3). Cantillon'un (1755) girişimciyi tanımladığı bu dönemde girişimci aslında bir bağımsız emtia spekülâtörüydü. 18. yüzyıla gelindiğinde ise, kar maksimizasyonu kavramı girişimcilik faaliyetini motive eden bir faktör olarak ortaya çıktı. Fakat bu dönemde İngiltere Sanayi Devriminin zirvesindeydi ve girişimciden hızlı gelişen endüstrileşmenin taleplerini karşılaması bekleniyordu. Bugün ise girişimciden bir dizi faaliyetin (sermayeyi

artırmak, ürün dağıtımı, kendi işletmesinin yönetici olmak vb.) uygun koordinasyonunu sağlaması için çok yönlü olması beklenmektedir (Hamilton & Harper, 1994:3-4).

Cantillon (1755) ile işletme literatürüne giren girişimcilik kavramı daha sonra 1970'lerin yönetsel moda terimi profesyonelliğin karşılığı olarak 1980'lerde iş dünyasına girmiştir (Stevenson, 2006:1). Motivasyon ve performans teorilerine dayanan girişimcilik ilk önce Kuzey Amerika'da gelişmiş, daha sonra farklı sosyal, kültürel ve ekonomik iklimlere genelleştirilmiştir (Kessler, 2007:384).

Girişimci kavramı Latince'de "intare" kelimesinden gelmektedir. İngilizce'de ise "enter (giriş)" ve "pre (ilk)" kelime köklerinin birleşmesinden "entrepreneur" türetilmiştir (Demirel & Tikici, 2010:223). Girişimcilik; özgür, bağımsız ve zengin olmak isteyen birçok kişiye böyle bir kariyer imkânı sunmaktadır. Büyük şirketler ise küçük ve başarılı rakiplerinde gördükleri yenilikçi ve uyarlanabilir nitelikler için girişimci olmak istemektedir (Stevenson, 2006:1).

Oxford English sözlüğüne göre girişimci "risk ve girişimle kar etmeye çalışan bir kişi" olarak tanımlanmıştır. Zimmerer & Scarborough'a (2005) göre ise girişimci, önemli fırsatları tespit ederek ve bunlardan yararlanmak için gerekli kaynakları toplayarak kar ve büyümeyi sağlamak amacıyla risk ve belirsizlik karşısında yeni bir iş yaratan kişi olarak tanımlanmıştır (Zimmerer & Scarborough, 2005:3). Bygrave & Hofer'a (1991) göre ise girişimci, bir fırsatı algılayan ve bu durumu sürdürmek için organizasyon oluşturan kişi olarak ifade edilmiştir (Bygrave & Hofer 1991:14). Girişimcilik kavramı, girişimci konseptinden bir noktada ayrılmaktadır, girişimcilik bir süreçtir; girişimci ise bu süreçte öncü roldür. Girişimcilik, "normal iş rutini sürecinde genel olarak yapılmayan şeyleri yapmak" olarak da tanımlanabilmektedir (Cromie, 2000:8). Onuoha (2007) ise girişimciliği, belirlenen fırsatlara genellikle yanıt olarak ortaya çıkan yeni organizasyonlar veya mevcut (olgun) organizasyonların yeniden canlandırılması olarak tanımlamıştır (Onuoha, 2007:20). Yapılan tanımlardan da anlaşıldığı üzere, bir kişiyi girişimciliğe iten motivasyonlarda üç temel tema görülmektedir. Başka bir deyişle bugüne kadar yapılmış girişimcilik tanımları üç temel tema üzerine oturmaktadır. Bunlar; belirsizlik ve risk, tamamlayıcı yönetsel yeterlilik ve yaratıcı oportünizmdir. Uzmanlar bu üç temel boyuttan herhangi birini dışarda bırakan girişimcilik tanımlarının eksik olduğunu belirtmektedir (Long, 1983:47; Bygrave & Hofer, 1991:14; Cromie, 2000:8; Zimmerer & Scarborough, 2005:3; Onuoha, 2007:20; Kahraman & Demirkol, 2016:52).

Girişimciler farklı pazarları birbirine bağlamakta ve pazardaki açığı doldurmaktadırlar (Tominc & Rebernik, 2007:242). Ayrıca girişimciler karşılaşılan problemleri çözmek için yeni çözümler geliştirmekte, verimliliğin artmasını sağlamakta ve teknolojinin ilerlemesine katkı sunmaktadırlar (Pauceanu vd., 2019:3). Bu yeni girişimler sayesinde iç iletişim kanalları daha iyi işlemekte, informal kontrol daha iyi gerçekleşmekte (Ranga vd., 2008:702), örgüt içi bürokrasi azalmakta, tedarikçiler ve müşterilerle daha yakın ilişkiler kurulmaktadır. Ayrıca bu girişimlerde sınırlı yönetsel yetenekler yaşanmakta, gerekli mekanizmalar için dış kaynaklardan bilgi sağlanmaktadır (Ranga vd., 2008:697).

Girişimcilik ekosistemi sadece istikrarlı ekonomik kalkınmanın katalizörü değildir. Aynı zamanda ekonomik yavaşlamayı tersine çevirmek için gerekli ve önemli bir faktördür. Girişimcilik faaliyetini destekleyen girişimcilik ekosistemi, bir ülkeyi daha gelişmiş bir kalkınma aşamasına zorlayan bir motordur (Xiumei & Haiyan, 2018:1). Girişimcilik; rekabeti

canlandırarak, iş yaratarak ve ekonomik yenilenmeyi destekleyerek fonksiyonel pazar ekonomisi yaratmada oldukça etkili bir yoldur (Kessler, 2007:381).

Girişimcilik, sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçişte göze çarpan önemli bir faktördür. Çünkü bu süreç içerisinde gelişen girişimciler, ülkelerinin “kendileri için çalışan” yetenekli ve bilgi sahibi insan kaynağına sahip olmalarına yardımcı olmaktadır. Dolayısıyla ulusal kalkınma için gerekli olan potansiyel insan kaynakları, yerel girişimciler desteklenerek ve teşvik edilerek sağlanabilmektedir (Kahraman & Demirkol, 2016:51-52). Ayrıca girişimcilerin ulusal ekonomileri geliştirmede üretkenliği artırmak, yeniden yapılanmak, ekonomiyi çeşitlendirmek, pazar yerini daha dinamik ve rekabetçi bir hale getirerek pazar verimsizliğini azaltmak, bir ülkenin sosyal refahını daha önce göz ardı edilen yeteneklerle geliştirmek, yenilikçi ürün ve hizmetleri ticarileştirmek gibi önemli rolleri de bulunmaktadır (Kahraman & Demirkol, 2016:51).

Bir girişimcinin çoklu rolleri arasında yer alan ve temel sayılabilecek en önemli özelliği yeniliktir. Bununla birlikte, bir girişimcinin risk almak ve fırsatları değerlendirmek gibi temel özellikleri de bulunmaktadır. Dolayısıyla şirket kuran bir kişi; risk almak, sorumluluk almak ve yenilikçi kişiliğe sahip olmak zorundadır (Kahraman & Demirkol, 2016:52). Bir kişiyi girişimciliğe iten bir başka faktör ise kültürdür. Girişimciliğin kilit yönlerine değer veren kültürler (belirsizlik ortamında çalışma isteği ve bireysel rekabet faaliyetleri) bu sayede girişimciliği teşvik etmektedirler. Aynı zamanda bu kültürler benzersiz bir şekilde girişimcilere; değişimi başlatmalarına, iş birliklerini harekete geçirmelerine ve sömürülmeğe kaçınmalarına ve girişimlerini korumak için rekabet edebilmelerine imkân tanımaktadırlar (Stephan & Pathak, 2016:505-506).

Yakın zamana kadar yapılan çalışmalarda, girişimcilerin bireysel özelliklerine odaklı arz-yönlü bir bakış açısı söz konusuysen, yeni çalışmalarda girişimin gerçekleştiği bağlama ya da orana odaklı talep-tarafı bir bakış açısı söz konusudur (Thornton, 1999:19). Girişimciliğin önde gelen isimlerinden biri olan Weber psikoloğlara kültür ve kişilik üzerine araştırma programları geliştirmeleri konusunda onlara yol göstererek bu tür çalışmaların yaygınlaşmasını sağlamıştır (Thornton, 1999:21).

3. Girişimci Özelliği ve Kültür

Bireylerin; girişimciliği deneyimleme eğilimi göstermesi, girişimci olarak başarı kazanması ve girişimcilik konusundaki motivasyonları bireylerin kişilik özelliği ile yakından ilgilidir. Başarılı girişimciler; fırsatları tespit eden ve kullanan, belirsizlik altında hızlı kararlar alabilen, çok çalışan, çaba göstermeyi hedefleyen, risk almaya hevesli, çok çeşitli iş görevlerini gerçekleştiren kısaca “her şeyi yapan” bireyler olarak karakterize edilmektedirler (Viinikainen vd., 2017:9-10). Girişimciye atfedilen bu özellikler sadece girişimcilerin başarılı olmasında değil, aynı zamanda girişimci fikirlerin kalitesinin sınırlarının belirlenmesinde, yeni kurulan bir işletmenin sürdürülebilir olmasında ve büyümesinde belirleyici bir rol oynamaktadır (Kerr vd., 2017:6-7).

Girişimciyi karakterize eden bir başka özellik ise girişimcinin yargılayıcı karar vermede gösterdiği uzmanlıktır. Ancak girişimciler yargılayıcı karar vermede gösterdikleri uzmanlık sırasında kültürden etkilenmektedirler. Girişimcilerin verdiği kararlar kültürden bağımsız

değildir. Dolayısıyla girişimcilik motivasyonu için kültürel destek gerekmektedir (Tominc & Rebernik, 2007:241-243). Çünkü kültür girişimcilikle özdeşleşmiş bir kavramdır. Kültür kavramı ile girişimcilik kavramı bu yüzden birbirinden ayrı düşünülemez (Kessler, 2007:381).

21. yüzyılın başından beri halkta ve entelektüel kesimdeki kişilerde girişimcilik kültürüne karşı duyulan ilgide ciddi oranda bir artış yaşandığı görülmektedir (Kerr vd., 2017:7). Çünkü girişimcilik kültürü; gelişme eğilimini teşvik etmek ve radikal inovasyonu gerçekleştirmek gibi davranışları cesaretlendirmekte ve ödüllendirmektedir. Girişimcilik kültürü aynı zamanda; uyumu, grup çıkarlarını, gelecek üzerine kontrolü ve girişimci davranışını da güçlendirmektedir (Kessler, 2007:384).

Girişimcilik davranışını güçlendiren bir diğer etken ise ekonomik büyüme, düşük gayri safi yurtiçi hâsıla, yüksek işsizlik, düşük firma yoğunluğu ve ar-ge faaliyeti ile karakterize edilen girişimcilik kültürünün yarattığı girişimcilik iklimidir (Ranga vd., 2008:699). Kültürün neden olduğu böyle bir girişimcilik iklimi girişimcilere besin açısından zengin bir ortam sağlamaktadır. Bu tür tohum yatağının potansiyel girişimcilerin fırsatları yakalaması ve kullanabilmesi için oldukça verimli olabileceği düşünülmektedir. Bu nedenle girişimciliğin şekillenmesinde, böyle bir iklimin oldukça önemli bir etkisi bulunmaktadır.

Bir ülke ya da bölgedeki girişimcilik faaliyetlerini etkileyen kültürler arasındaki farklılıklar normlar ve kültürel değerlerden kaynaklanmaktadır. Bir toplumun risk alma ve bağımsız düşünme gibi girişimci davranışlarını arzu etme derecesi olarak ifade edilen kültürel değerler bir toplumdaki insan davranışını etkileyen girişimcilik faaliyetinin temel unsurunu oluşturmaktadır (Kessler, 2007:384; Ijaz vd., 2012:908). Ülkelerin kültürlerindeki bu farklılıklar ülkelerin girişimcilik performanslarının da farklı olmasına yol açmaktadır. Farklılık düzeyinin ne olduğunun belirlenmesi başka bir deyişle bir ülkenin girişimcilik eğiliminin ne düzeyde gerçekleştiğinin belirlenmesi için GEM kültürel ve sosyal normlar endeksinden yararlanılmaktadır. Bu endeks o ülkenin girişimci yönelimi hakkında bir fikir vermektedir. Bu endeks, bir ulusun kültürel ve sosyal değerleri, normları ve davranışı gibi bir dizi faktörlerden oluşmaktadır (Crane & Meyer, 2006:224; Aytaç, 2006:139).

Girişimcilerin değerlerini kurumsallaştıran bir mekanizma olan kültür ile girişimcilik kavramı arasındaki ilişkiyi açıklamaya çalışan ve literatürde bu ilişki için analitik bir çerçeve sunan 3 teori bulunmaktadır. Bu teoriler; toplam psikolojik özellikler yaklaşımı, sosyal veya ahlaki meşruiyet yaklaşımı ve memnuniyetsizlik yaklaşımıdır (Thurik & Dejardin, 2011:57).

Toplam psikolojik özellikler yaklaşımı; girişimci değerleri olan bireylerin fazla olduğu toplumlarda, daha çok bireyin girişimci davranışı göstereceğini ileri sürmektedir. Toplam psikolojik özellikler yaklaşımı, daha yüksek girişimcilik faaliyetlerini bireysel özelliklerin toplam etkisiyle açıklamaktadır. Bu yaklaşımın kültüre ve davranışlara son derece bireysel bakışı onu sosyal ve ahlaki meşruiyet yaklaşımından ayırmaktadır (Thurik & Dejardin, 2011:57).

Sosyal ve ahlaki meşruiyet yaklaşımı ise toplumun geneline ilişkin sosyal normlar ve kurumlarla ilgilenebilir. Bu yaklaşım; girişimciliğin yüksek sosyal statü görüldüğü, eğitim sisteminin girişimciliği desteklediği ve iş kurmayı cesaretlendiren vergi teşviklerinin söz konusu olduğu toplumlarda girişimcilik faaliyetlerinin yüksek olacağını savunmaktadır (Etzioni,

1987:175-176). Bu yaklaşım bazı ülkelerdeki yüksek girişimcilik faaliyetlerini genel kültürün etkisi ve girişimciliğe uygun kurumların varlığıyla açıklamaktadır. Gerek toplam psikolojik özellikler yaklaşımı gerekse sosyal veya ahlaki meşruiyet yaklaşımı girişimci davranışlarını “çekme (pull)” yöntemiyle açıklamaktadır. Aynı zamanda bu iki yaklaşım (çekme faktörleri) ister maddi ister manevi her ne getirisi olursa olsun, bireyler tarafından daha iyi bir girişimci olma beklentisiyle tercih edilmektedir. Çekme faktörleri (pull) itme (push) faktörlerinden ayrılmaktadır. Bu iki yaklaşımdan sonra bireylerin şu anki ve istedikleri durum arasında yaşanan çekişme dikkate alınmaktadır. Bu durumdaki bireyler genellikle bir miktar memnuniyetsizlikle ilişkilendirilmektedirler (Thurik & Dejardin, 2011:57).

Memnuniyetsizlik yaklaşımı temelde bu iki yaklaşımdan ayrılmaktadır. Bu yaklaşımda, potansiyel girişimcilerin ve toplumların sahip oldukları farklı inanç ve değerlerin bölgelerin ve ulusların farklı girişimcilik faaliyetlerinde bulunmalarına neden olduğunu ileri sürülmektedir. Yine bu yaklaşım ağırlıklı olarak girişimci olmayan bir kültürde gruplar arasında yaşanan bir değer çatışmasının serbest meslek sahibi olma potansiyelini artırdığını ileri sürmektedir (Baum vd., 1993:505). Memnuniyetsizlik yaklaşımında tanımlanan kültürel göstergeler ile girişimcilik arasındaki beklenen ilişki sosyal veya ahlaki meşruiyet yaklaşımında bahsedilen beklenen ilişkinin tam tersi bir durumda olabilir (Thurik & Dejardin, 2011:58).

Girişimci ile kültür arasındaki ilişki aynı zamanda Hertzberg’in Motivasyon-Hijyen teorisine benzetilmektedir. Bu teoriye göre kültür değişkenleri geleneksel kültür ve modernist kültür değişkenleri olmak üzere iki şekilde sınıflandırılmakta ve bu kültürlerin girişimci faaliyetlerini farklı şekillerde etkilediği ileri sürülmektedir (Zhao vd., 2012:453). Geleneksel kültür; işbirliğini, güç mesafesini, insancıl oryantasyonu ve toplumlar arasındaki girişimci faaliyetinin kalitesindeki farklılıkları açıklarken, modernist kültür; performans oryantasyonunu, gelecek oryantasyonunu ve girişimci faaliyetlerinin kalitesindeki farklılıkları açıklamakta gösterilen kararsızlığı içermektedir (Zhao vd., 2012:448). Bu teoriye göre geleneksel kültür fonksiyonu girişimciliğin yaygınlaştırılması için hijyen faktörü olarak işlev görürken, modernist kültür yüksek kalite girişimciliğine ulaşmada motive edici bir faktör olarak görev almaktadır. Bu nedenle daha yüksek büyüme girişimciliği ve daha yüksek inovasyon girişimciliği için modernist kültürlerin geleneksel kültürlerle göre daha faydalı olduğu sonucuna varılmıştır. Çünkü modernist kültürler yenilikçilik ve büyüme odaklılık olmak üzere girişimciliğin iki özünü yapısında bulundurmaktadırlar (Zhao vd., 2012:453).

4. Literatür Taraması

Bu bölümde, girişimcilik ile kültür ya da girişimcilik ile girişimci özellikleri arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalara yer verilmiştir (Hayton vd., 2002:36). Bu çalışmalardan birisi Shane’nin (1992) yılında yaptığı bir çalışmadır. Shane araştırma sorunsalı olarak seçtiği ulusal kültür ile ulusal yenilik oranları arasındaki ilişkinin ne olduğunu incelediği bir çalışmasında, Hofstede’nin 1980 yılında geliştirdiği toplumsal düzeydeki kültürel değerler ölçeğinin sadece bireycilik ve güç-mesafesi boyutlarını 33 ülkeye uygulamıştır. Shane (1992) çalışmanın sonucunda Hofstede’nin (1980) geliştirdiği toplumsal düzeydeki kültürel değerler ölçeğinin sonuçlarına dayanan kültürel değerleri 1967, 1971, 1976 ve 1980’deki kişi başına düşen yenilik oranlarıyla karşılaştırmıştır. Shane (1992) bu karşılaştırmalar sonucunda ulusal inovasyon oranlarının bireycilik ve güç mesafesi ile pozitif bir ilişki içerisinde olduğunu tespit etmiştir.

Shane (1993) yılında yaptığı başka bir çalışmada ise ulusal kültürün ulusal yenilik oranları üzerindeki etkisinin ne olduğunu araştırmıştır. Bu araştırmada yine Hofstede'nin 1980 yılında geliştirdiği toplumsal düzeydeki kültürel değerler ölçeğini ve bu ölçeğin; bireycilik, güç-mesafesi, belirsizlikten kaçınma ve erkeklik boyutları olmak üzere dört boyutunu kullanmıştır. Hofstede'nin toplumsal düzeydeki kültürel değerler ölçeğini 33 ülkeye uygulayarak Hofstede'nin sonuçlarına dayanan kültürel değerleri 1975 ve 1980'deki kişi başına düşen yenilik oranlarıyla karşılaştırmıştır. Shane (1993) bu karşılaştırmalar sonucunda ulusal inovasyon oranlarının bireycilik ile pozitif, belirsizlikten kaçınma ve güç mesafesi ile negatif bir ilişki içerisinde olduğunu göstermiştir.

Davidson (1995) ise girişimcilik niyeti, girişimcilikle ilgili inançlar (toplumsal katkı, finansal kazanç, algılanan risk ve toplumsal statü), kültür ve yapısal özellikler arasındaki etkileşimin ne olduğunu araştırdığı bir çalışmada; başarı motivasyonu, kontrol odağı, özerklik ihtiyacı ve değişim yönelimli olma boyutlarını içeren girişimci değerler endeksi anketini İsveç'teki 6 bölge ve 2.200 kişi üzerinde uygulayarak veri toplamıştır. Davidson (1995) verileri değerlendirdiğinde girişimci değerleri endeksindeki skorların bölgesel yeni firma oluşum oranıyla bir ilişkili içerisinde olduğunu saptamıştır.

Mueller & Thomas (2000) ise girişimci özellikler kültürler arasında sistematik olarak değişir mi? araştırma sorunsalıyla çalışmalarına başlamışlar ve 9 ülkenin kültürüne uygun anket geliştirerek, bu anketleri 1.790 kişi üzerinde uygulamışlardır. Her ülkenin kültürüne göre türetilen anketler bireycilik ve belirsizlikten kaçınma boyutlarını içermektedir. Mueller & Thomas (2000) çalışmanın sonucunda bireycilik açısından yüksek kültürlerin iç kontrol odağı ile ilişki içerisinde olduğunu ve yüksek girişimci odaklı kültürlerin; bireycilik açısından yüksek kültüre, belirsizlikten kaçınma açısından ise düşük kültüre sahip olduğunu tespit etmişlerdir.

Thomas & Mueller (2000) kültürler arasındaki dört temel girişimci özelliği (yenilikçilik, kontrol odağı, risk alma ve enerji) nasıl yaygındır? Sorusuna cevap bulmak amacıyla yaptıkları bir çalışmada, farklı kültürler için türettikleri anketleri yine 9 ülke ve 1.790 kişi üzerinde uygulamışlardır. Thomas & Mueller'in (2000) geliştirdiği bu anketler; güç mesafesi, belirsizlikten kaçınma, bireycilik ve erkeklik boyutlarından oluşmaktadır. Thomas & Mueller (2000) bu dört boyutu içeren anketlerin sonuçlarını yorumladıklarında ülkelerin ABD kültüründen uzaklaştıkça girişimcilik özelliklerinin azaldığını saptamışlardır.

Yan (2010) ise yaptığı bir çalışmada, yeni girişim fırsatlarının algısı ile girişimcinin kişilik özellikleri arasında bir ilişki olup olmadığını incelemiştir. Bu amaçla dört kişilik özelliğini (başarı motivasyonunu, kontrol odaklı, risk eğilimli ve proaktif olmayı) içeren bir anketi ABD'nin batı kıyısındaki büyük bir üniversitede okuyan 207 lisans öğrencisine uygulamıştır. Yapılan analizler sonucunda; kontrol odaklı, risk eğilimli ve proaktif olmanın beklenildiği gibi yeni girişim fırsatı algısı ile önemli ölçüde ilişkili olduğu, bu üç özellik arasında da proaktifliğin girişimci fırsatlarının algılanmasında en güçlü etkiye sahip olduğu belirlenmiştir. Başarı motivasyonunun ise yeni girişim fırsatlarını algılamada hiçbir etkisinin olmadığı saptanmıştır.

Vodă & Florea (2019) Romanya'da bulunan iki önemli üniversitede okuyan 270 tam zamanlı öğrenci ve burslu yüksek lisans ve doktora öğrencilerine yaptıkları anketlerin sonucunda; kontrol odağı, başarı ihtiyacı ve girişimcilik eğitiminin genç öğrencilerin girişimci

olmalarında önemli belirleyiciler olduğunu tespit etmişlerdir. Aynı zamanda yazarlar bu çalışmada girişimciliğin bir kariyer seçeneği olduğunu ve bunun eğitimle pekiştirileceğini ifade etmişlerdir. Yapılan araştırmalar eğitim sistemi içerisinde gerçekleştirilen bu tür girişimcilik çalışmalarının son zamanlarda yeni bir trend haline dönüştüğünü göstermektedir.

5. Araştırmanın Metodolojisi

Bu çalışma iki aşamadan meydana gelmektedir. İlk aşamada konuyla ilgili araştırma yapılmış ve çalışma amacına uygun olarak seçilen örneklem üzerinden veri toplanmıştır. İkinci aşamada ise toplanan veriler analiz edilerek sonuçlar tablolastırılmış ve yorumlanmıştır.

5.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Girişimcilik; bireylerin niyetleri, faaliyetleri ve etkileşimleri ile ölçülebilen bir süreç olduğundan (Pauceanu vd., 2019:1) girişimcilik niyetine etki ettiği düşünülen girişimci özelliği ve kültürel destek faktörleri bu çalışmada incelenmeye değer bulunmuştur. Bu çalışma, ön lisans öğrencilerinin kendi işlerini kurma niyetleri üzerinde girişimci özellikleri ve kültürel destek değişkenlerinin ve alt boyutlarının hangi/hangilerinin etkili olup olmadığını test etmek amacıyla yapılmıştır. Bireylerin girişimci özellikleri ile kültürel destek unsurlarının etkileşimi çerçevesinde değerlendirilen bu çalışma, girişimciliğin içsel özellikleri ile dışsal özelliklerinin etkileşimi sonucu oluşan bir süreç olduğuna dikkat çekmektedir.

5.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Günümüzde üniversiteler artık bilim, öğretim ve girişimcilik olmak üzere üç temel üzerine oturmaktadırlar (Çetin, 2007:217). Bu yeni anlayışın etkisiyle bazı üniversiteler bir adım daha ileri giderek kendilerini girişimci üniversite statüsünde konumlandırmaktadırlar. Üniversiteler, özellikle de girişimci üniversiteler, ülkelerinin sosyo-ekonomik gelişiminden sorumlu öğrenci girişimciler yetiştirmelerinden dolayı bölgesel kalkınmada kilit rol oynamaktadırlar (Salazadeh vd., 2014:166). Girişimci üniversiteler girişimcilik ile üniversite fonksiyonlarını birleştirerek yeni bir üniversite modeli ortaya koymaktadırlar (Çetin, 2007:217). Girişimci ve girişimciliği bilim ve öğretim faaliyetlerinin yanında konumlandıran üniversitelerden girişimcilik faaliyetleri konusunda öğrencilerini desteklemeleri ve onları bu konuda teşvik etmeleri beklenmektedir. Bu beklenti ile yaptığımız bu çalışmada, üniversite öğrencilerinin üniversiteleri tarafından girişimcilik konusunda desteklendikleri yönündeki algılarının, girişimci özelliklerinin ve toplumsal kültürün onların iş kurma niyeti üzerindeki etkileri araştırılmak istenmiştir. Bu çalışmada ülkelerin sosyo-ekonomik gelişiminde önemi rol oynayan bu kitlenin seçilmiş olması bu çalışmayı değerli kılmaktadır. Bu yüzden bu çalışmada girişimciliği temel faaliyetleri arasına almış üniversitelerin girişimcilik dersi almış öğrencileri araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Örneklemi ise Zonguldak Meslek Yüksekokulunda okuyan girişimcilik dersi almış ön lisans öğrencileri oluşturmaktadır. Evreni temsil eden örneklem seçimi için olasılıklı olmayan örnekleme yöntemlerinden amaçlı örnekleme yönteminden yararlanılmıştır. Girişimcilik dersi almış 129 ön lisans öğrencisinden tamsayım yöntemi ile yüz yüze anket tekniğiyle veri toplanmıştır.

5.3. Araştırmanın Veri Toplama Metodu

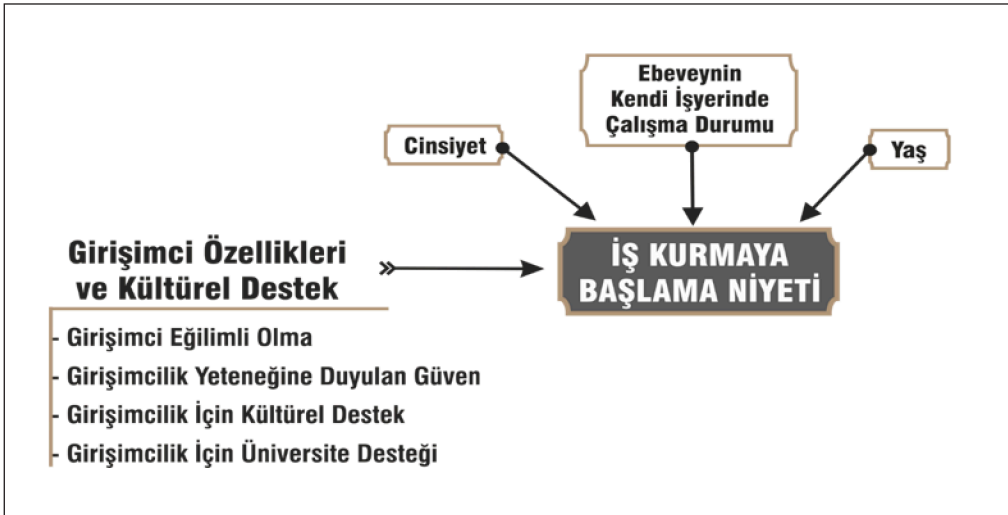
Bu çalışmada, Pauceanu vd., (2019) tarafından geliştirilen girişimci özellikleri ve kültürel destek ölçeği kullanılmıştır. Bu ölçek 7’li Likert tarzındaki bir sıralama ölçeğinden oluşmaktadır. Ayrıca bu ölçeğe demografik özellikler ile bağımlı değişkeni (iş kurmaya başlama niyeti) ölçmeye yarayan bir nominal bir ölçek eklenmiştir. Girişimci özellikleri ve kültürel destek ölçeği; 3 maddelik girişimcilik yeteneğine duyulan güven, 5 maddelik girişimcilik için üniversite desteği, 6 maddelik girişimci eğilimli olma ve 9 maddelik girişimcilik için kültürel destek olmak üzere toplamda 23 madde ve 4 alt boyuttan oluşmaktadır. Bu ölçek için ölçeği geliştiren araştırmacılardan ölçeğin kullanım izni alınmış ve daha sonra bu ölçeğin dil ve yapı geçerliliği sağlanarak, güvenilirlik analizi yapılmıştır. Bu ölçek katılımcılara yüz yüze anket yöntemiyle uygulanmıştır.

Bu ölçeğin İş kurmaya başlama niyetini etkileyen girişimci özellikleri ve kültürel destek değişkenlerinin lojistik regresyon analizi ile incelenmesi başlıklı çalışmada kullanılmasına Tarsus Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulunun 05.03.2020 tarihli ve 02’ nolu toplantısında karar verilmiştir.

5.4. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Tarama modelinin kullanıldığı bu çalışmada, bağımlı değişken iş kurmaya başlama niyettir. Araştırmanın ana bağımsız değişkeni ise; girişimci eğilimli olma, girişimcilik yeteneğine duyulan güven, girişimcilik için kültürel destek ve girişimcilik için üniversite desteği alt boyutlarından oluşan girişimci özellikleri ve kültürel destektir. Araştırmanın demografik değişkenleri ise sırasıyla; cinsiyet, yaş ve ebeveynin kendi işyerinde çalışma durumudur. Bu değişkenleri içeren araştırmanın kavramsal modeli Şekil 1’de verilmektedir.

Şekil 1: Araştırmanın Modeli



Araştırmanın Hipotezleri;

H_{1a}: Girişimci özellikleri ve kültürel destek ile iş kurmaya başlama niyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{1b}: Girişimcilik yeteneğine duyulan güven ile iş kurmaya başlama niyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{1c}: Girişimcilik için üniversite desteği ile iş kurmaya başlama niyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{1d}: Girişimci eğilimli olma ile iş kurmaya başlama niyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{1e}: Girişimcilik için kültürel destek ile iş kurmaya başlama niyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{1f}: Girişimcilik yeteneğine duyulan güven boyutu öğrencilerin iş kurmaya başlama niyetini anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

H_{1g}: Girişimcilik için üniversite desteği boyutu öğrencilerin iş kurmaya başlama niyetini anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

H_{1h}: Girişimci eğilimli olma boyutu öğrencilerin iş kurmaya başlama niyetini anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

H_{1j}: Girişimcilik için kültürel destek boyutu öğrencilerin iş kurmaya başlama niyetini anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

H_{1k}: Öğrencilerin cinsiyeti iş kurmaya başlama niyetini anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

H_{1m}: Öğrencilerin yaşı iş kurmaya başlama niyetini anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

H_{1n}: Ebeveynin kendi işyerinde çalışma durumu öğrencilerin iş kurmaya başlama niyetini anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

5.5. Araştırma Verilerinin Analizi

Araştırma kapsamında öne sürülen hipotezlerin sınaması için gerekli olan veriler SPSS 20.0 (Statistical Package for Social Sciences) ve AMOS 24.0 (Analysis of Moment Structures) programları kullanılarak değerlendirilmiştir. Araştırmada sırasıyla; frekans analizi, kullanılan ölçeğin yapısal geçerliğinin tespitinde Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA), iç tutarlılığının tespitinde güvenilirlik analizi, değişkenler arasındaki ilişkinin yönünü ve şiddetini saptamak amacıyla Pearson korelasyon analizi, değişkenler arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla da ikili lojistik regresyon analizi kullanılmıştır. Bu analizler sonucunda elde edilen değerler ise aşağıda sırasıyla verilmiştir.

5.5.1. Frekans Analizi

Tablo 1'de araştırmaya katılan öğrencilere ait betimleyici istatistikler yer almaktadır. Bu tabloya göre; öğrencilerin %66,7'si erkek, %33,3'ü ise kadındır. Bu öğrencilerin yaşı incelendiğinde; %80,6 ile 20 yaşın üstünde öğrencilerin örnekleme çoğunlukta olduğu

görülmektedir. Araştırmaya katılan öğrencilerin sadece %17,1'i ebeveyninin kendi kurduğu bir işte çalıştığını ifade etmiştir. Ayrıca, örneklemdaki öğrencilerin %57,4'ü mezun olduktan sonra kendi işini kurmayı düşündüğünü ifade ederken % 42,6'sı ise mezun olduktan sonra kendi işini kurmayı düşünmediğini ifade etmiştir.

Tablo 1: Ön Lisans Öğrencilerinin Demografik Özelliklerine İlişkin Yüzde ve Frekans Dağılımları

	Sıklık	Geçerli Yüzde
Cinsiyet		
Erkek	86	%66,7
Kadın	43	%33,3
Yaş		
20 ve 20 yaşın altı	25	%19,4
20 yaşın üstü	104	%80,6
Ebeveynlerinizden herhangi biri kendi kurduğu bir iş yerinde çalışıyor mu?		
Evet	22	%17,1
Hayır	107	%82,9
Mezun olduktan sonra kendi işinizi kurmayı düşünüyor musunuz?		
Evet	74	%57,4
Hayır	55	%42,6

5.5.2. Araştırma Ölçeğinin Geçerlik ve Güvenirlik Analizi

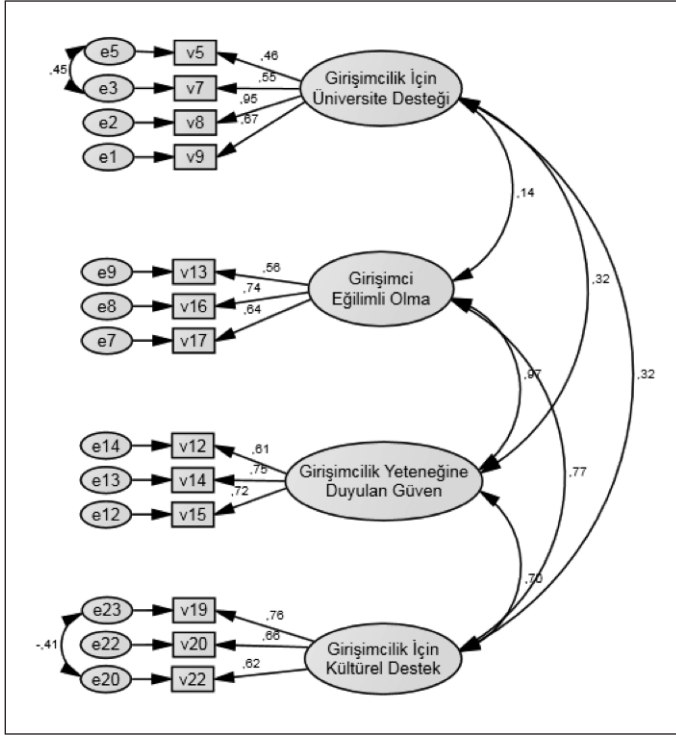
Araştırmada kullanılan ölçeğin yapı geçerliğinin tespiti için Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) uygulanmış, 4 boyut ve 23 maddeden oluşan girişimci özellikleri ve kültürel destek ölçeğine yönelik olarak gerçekleştirilen faktör analizi sonucunda elde edilen önerilen uyum değerleri Tablo 2’de ifade edilmiştir.

Tablo 2: Girişimci Özellikleri ve Kültürel Destek Ölçeği İçin Önerilen Uyum İyiliği Değerleri

Uyum Kriteri	χ^2	p	χ^2 / df	RMSEA	SRMR	NFI	CFI	GFI
Önerilen Uyum Değerleri	92,321	0,002	1,620	0,07	0,076	0,852	0,935	0,902

Tablo 2’de yer alan önerilen uyum değerleri incelendiğinde; ki-kare değeri 92,321; p değeri 0,002; RMSEA değeri 0,07; GFI değeri 0,902; ki-kare/serbestlik derecesi 1,620; SRMR değeri 0,076; CFI değeri 0,935 ve NFI değeri 0,852 olarak saptanmıştır. Şekil 2’de test edilen ölçeğe ilişkin standardize edilmiş çözüm değerleri belirtilmiştir.

Şekil 2: Girişimci Özellikleri ve Kültürel Destek Ölçeği İçin Standardize Edilmiş Çözümleme Değerleri



Tablo 2’de ifade edilen girişimci özellikleri ve kültürel destek ölçeğine ait önerilen uyum değerlerinin Meydan & Şeşen (2011) tarafından yayımlanan uyum iyiliği istatistiklerine uygun olduğu ve bu ölçeğin yapı geçerliğinin kabul edilebilir düzeyde olduğu saptanmıştır. Doğrulayıcı Faktör Analizi sırasında girişimci özellikleri ve kültürel destek ölçeğinden 10 madde çıkartılmış, revize edilmiş ölçeğe ve bu ölçeğin boyutlarına yönelik güvenilirlik analizi sonuçları Tablo 3’te ifade edilmiştir.

Tablo 3: Girişimci Özellikleri ve Kültürel Destek Ölçeğinin ve Alt Boyutlarının Güvenilirlik Analizi

	Güvenirlik Katsayısı (Cronbach Alfa)	Madde Sayısı
Bütünleşik Ölçek	0.831	13
• Girişimcilik İçin Üniversite Desteği Boyutu	0.776	4
• Girişimci Eğilimli Olma Boyutu	0.708	3
• Girişimcilik Yeteneğine Duyulan Güven Boyutu	0.732	3
• Girişimcilik İçin Kültürel Destek Boyutu	0.701	3

Gerçekleştirilen analizler sonucunda, girişimcilik için üniversite desteği boyutuna ait Cronbach's Alpha katsayısı 0.776, girişimci eğilimli olma boyutu için 0.708, girişimcilik yeteneğine duyulan güven boyutu için 0.732 ve girişimcilik için kültürel destek boyutuna ait Cronbach's Alpha katsayısı ise 0.701 olarak saptanmıştır. Bütünleşik olarak değerlendirildiğinde ölçeğin Cronbach's Alpha katsayısı 0.831 olarak tespit edilmiştir. Elde edilen bu değerlere göre; kullanılan ölçeğin ve tüm boyutlarının iç tutarlılığa sahip olduğu belirlenmiştir.

5.5.3. Normallik Analizi

Araştırma kapsamında elde edilen verilere yönelik gerçekleştirilen normallik testi sonucunda saptanan Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro-Wilk değerleri Tablo 4'te ifade edilmiştir. Örneklem büyüklüğü (n=129) nedeniyle Kolmogorov-Smirnov değerleri dikkate alınarak yorumlandığında, araştırmada kullanılan ölçekten elde edilen verilerin normal dağılım gösterdiği, ölçek boyutları incelendiğinde ise alt boyutların normal dağılım göstermediği görülmektedir. Bu nedenle de ilgili boyutlara ilişkin skewness (çarpıklık) ve kurtosis (basıklık) değerleri incelenmiştir.

Tablo 4: Normallik Test Sonuçları

		Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
		İstatistik	df	Sig.	İstatistik	df	Sig.
Girişimci Özellikleri ve Kültürel Destek	Tüm Ölçek	0.066	129	0.200	0.992	129	0.694
	Girişimcilik İçin Üniversite Desteği	0.103	129	0.002	0.975	129	0.018
	Girişimci Eğilimli Olma	0.137	129	0.000	0.941	129	0.000
	Girişimcilik Yeteneğine Duyulan Güven	0.119	129	0.000	0.960	129	0.001
	Girişimcilik İçin Kültürel Destek	0.169	129	0.000	0.938	129	0.000

Araştırmada kullanılan ölçekten elde edilen verilerin skewness (çarpıklık) ve kurtosis (basıklık) değerleri Tablo 5'te detaylandırılmıştır. Bu tablo incelendiğinde; Kolmogorov-Smirnov değerine göre normal dağılım göstermeyen dört boyuta ilişkin veri setlerine ait çarpıklık ve basıklık değerlerinin -2 ile +2 arasında olduğu ve George & Mallery'nin (2003) sınıflandırmasına göre bu veri setlerinin normal dağılım gösterdiği belirlenmiştir.

Tablo 5: Normallik Testleri – Basıklık ve Çarpıklık Değerleri

		İstatistik	Standart Hata
Tüm Ölçek	Çarpıklık	-0.099	0.213
	Basıklık	0.141	0.423
Girişimcilik İçin Üniversite Desteği	Çarpıklık	-0.242	0.213
	Basıklık	-0.261	0.423
Girişimci Eğilimli Olma	Çarpıklık	-0.751	0.213
	Basıklık	1.299	0.423
Girişimcilik Yeteneğine Duyulan Güven	Çarpıklık	-0.421	0.213
	Basıklık	-0.156	0.423
Girişimcilik İçin Kültürel Destek	Çarpıklık	-0.891	0.213
	Basıklık	1.229	0.423

5.5.4. Korelasyon Analizi

Tablo 6’da araştırmanın değişkenlerine yönelik Pearson korelasyon analizi sonuçları görülmektedir. Bu tabloya göre; ana bağımsız değişken girişimci özellikleri ve kültürel destek ile bağımlı değişken iş kurmaya başlama niyeti arasında pozitif yönde ve düşük düzeyde anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır. Ayrıca, alt bağımsız değişkenlerden; girişimcilik yeteneğine duyulan güven ve girişimci eğilimli olma ile bağımlı değişken iş kurmaya başlama niyeti arasında da yine pozitif yönde ve düşük düzeyde anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Diğer alt bağımsız değişkenlerden; girişimcilik için üniversite desteği ve girişimcilik için kültürel destek boyutları ile iş kurmaya başlama niyeti arasında ise istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki saptanmamıştır.

Tablo 6: Değişkenlere Ait Korelasyon Analizi

		İş Kurmaya Başlama Niyeti
Girişimci Özellikleri ve Kültürel Destek	Korelasyon	0.234
	İki Kuyruklu Anlamlılık	0.008*
Girişimcilik Yeteneğine Duyulan Güven	Korelasyon	0.274
	İki Kuyruklu Anlamlılık	0.002*
Girişimcilik İçin Üniversite Desteği	Korelasyon	0.008
	İki Kuyruklu Anlamlılık	0.931
Girişimci Eğilimli Olma	Korelasyon	0.323
	İki Kuyruklu Anlamlılık	0.000*
Girişimcilik İçin Kültürel Destek	Korelasyon	0.170
	İki Kuyruklu Anlamlılık	0.054

p < 0.05

5.5.5. İkili Lojistik Regresyon Analizi

Araştırmada girişimci özellikleri ve kültürel desteğin öğrencilerin iş kurmaya başlama niyetine olan etkisini saptamak amacıyla ikili lojistik regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Tablo 7’de analizde kullanılan değişkenler arasındaki ilişkinin derecesi ifade edilmiştir. Buna göre, bağımlı değişkenle bağımsız değişkenler arasındaki ilişkinin derecesi Cox & Snell’e göre %12,7 ve Nagelkerke’ye göre ise %17 olarak saptanmıştır.

Tablo 7: Model Özeti

Adım	-2 Log-Olabilirlik	Cox & Snell R Kare	Nagelkerke R Kare
1	158.574	0.127	0.170

Lojistik regresyondan elde edilen model katsayılarının test sonuçları Tablo 8’de belirtilmiştir. Bu tablodaki değerler incelendiğinde anlamlılık değerlerinin 0.05’ten küçük olduğu ve kurulacak regresyon modelinin anlamlı olduğu saptanmıştır.

Tablo 8: Model Katsayılarının Omnibus Test Sonuçları

		Ki Kare	Serbestlik Derecesi	p
Adım 1	Adım	17.449	7	0.015
	Blok	17.449	7	0.015
	Model	17.449	7	0.015

Regresyon modelinin uyum iyiliğinin saptanması için gerçekleştirilen Hosmer-Lemeshow testi sonuçları Tablo 9’da yer almaktadır. Bu test sonuçlarına göre, anlamlılık değerinin 0.05’ten büyük olmasından dolayı modelin uyum iyiliğine sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 9: Uyum İyiliği Test Sonuçları

Adım	Ki Kare	Serbestlik Derecesi	p
1	3.327	8	0.912

Uyum iyiliği sağlanan modele yönelik gerçekleştirilen ikili lojistik regresyon analizi sonuçları Tablo 10’da belirtilmiştir. Bu tablo incelendiğinde; öğrencilerin iş kurmaya başlama niyeti üzerinde girişimci eğilimli olma boyutunun etkisinin anlamlı olduğu ($p=0.041$) görülmektedir. Girişimcilik yeteneğine duyulan güven, girişimcilik için üniversite desteği ve girişimcilik için kültürel destek boyutları ile cinsiyet, yaş ve ebeveynin kendi işyerinde çalışma değişkenlerinin ise öğrencilerin iş kurmaya başlama niyeti üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı saptanmıştır. Tablo 10’da yer alan göreceli olasılıklar oranı (Odds) incelendiğinde; öğrencilerin girişimci eğilimli olma özelliğindeki bir birimlik artışın, iş kurma olasılığını iş kurmama olasılığına kıyasla 0.759 kat artırdığı^{1*} tespit edilmiştir.

1 İkili lojistik regresyon için referans değerleri Evet=0, Hayır=1’dir.

Tablo 10: Lojistik Regresyon Analizi Sonuçları

	b	Standart Hata	Wald	Serbestlik Derecesi	p	Odds
Adım 1						
Girişimcilik Yeteneğine Duyulan Güven	-0.159	0.118	1.796	1	0.180	0.853
Girişimcilik İçin Üniversite Desteği	0.041	0.062	0.442	1	0.506	1.042
Girişimci Eğilimli Olma	-0.275	0.135	4.183	1	0.041*	0.759
Girişimcilik İçin Kültürel Destek	0.050	0.113	0.193	1	0.660	1.051
Cinsiyet (1= Erkek)	-0.307	0.419	0.538	1	0.463	0.735
Yaş (1= 20 ve 20 yaş altı)	0.462	0.483	0.916	1	0.339	1.587
Ebeveynin Kendi İşyerinde Çalışma Durumu (1= Evet)	0.225	0.510	0.195	1	0.659	1.253
Sabit	3.535	1.375	6.612	1	0.010*	34.299

p < 0.05

6. Sonuç ve Tartışma

Bugüne kadar girişimcilik konusunda birçok çalışma yapılmış olmasına rağmen, girişimcilik faaliyetini önemli ölçüde etkilediği düşünülen kültür ile girişimcilik arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalara hala az sayıda rastlanılmaktadır. Oysaki girişimci faaliyetini etkileyen ve informal faktörlerden biri olan kültür, girişimciliğin gelişimine kilit bir bakış açısı sunmaktadır. Literatürde tespit edilen bu açığı ve ihtiyacı gidermek amacıyla yaptığımız bu çalışmada, girişimci özelliklerinin ve kültürel destek algısının girişimcilik niyetini nasıl etkilediği araştırılmış ve aşağıdaki şu sonuçlara ulaşılmıştır.

Araştırmada, ana bağımsız değişken girişimci özelliği ve kültürel destek algısı ile bağımlı değişken iş kurmaya başlama niyeti arasında pozitif yönde ve düşük düzeyde anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır. Ayrıca girişimci özellikleri ve kültürel destek değişkeninin alt boyutlarından; girişimcilik yeteneğine duyulan güven ve girişimci eğilimli olma boyutları ile bağımlı değişken iş kurmaya başlama niyeti arasında da yine pozitif yönde ve düşük düzeyde anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Diğer alt bağımsız değişkenlerden; girişimcilik için üniversite desteği ve girişimcilik için kültürel destek boyutları ile iş kurmaya başlama niyeti arasında ise istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkiye rastlanılmamıştır.

Araştırmada girişimci özelliklerinin ve kültürel destek algısının öğrencilerin iş kurmaya başlama niyeti üzerindeki etkisini saptamak amacıyla yaptığımız ikili lojistik regresyon

analizi sonucunda ise; öğrencilerin iş kurmaya başlama niyeti üzerinde girişimci eğilimli olma boyutunun anlamlı bir etkisi olduğu saptanmıştır. Girişimcilik yeteneğine duyulan güven, girişimcilik için üniversite desteği ve girişimcilik için kültürel destek boyutları ile cinsiyet, yaş ve ebeveynin kendi işyerinde çalışma değişkenlerinin ise öğrencilerin iş kurmaya başlama niyeti üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı belirlenmiştir. Ayrıca öğrencilerin girişimci eğilimli olma özelliği arttıkça, iş kurmaya başlama niyetinin de arttığı tespit edilmiştir.

Araştırmadan elde edilen bu sonuçlar ile daha önceden sınırlı sayıda yapılmış çalışmaların sonuçları karşılaştırılarak benzerlikler ve farklılıklar yorumlanmaya çalışılmıştır. Bu konu ile ilgili literatürde mevcut olan çalışmalardan birisi Tominc & Rebernik'in (2007) üç farklı ülke ve üç farklı kültür için yapmış olduğu bir çalışmadır. Tominc & Rebernik (2007) bu çalışmada, kültürel destek algısının girişimcilik motivasyonu üzerindeki etkilerini araştırmış ve kültürel destek algısının girişimcilik motivasyonu üzerinde etkili bir faktör olduğu sonucuna ulaşmıştır. Koe (2016) ise girişimci üniversite statüsündeki bir devlet üniversitesinde okuyan 176 lisans öğrencisi üzerinde yaptığı bir araştırmada, girişimci eğilimli olma özelliğinin öğrencilerin iş kurma niyeti üzerinde anlamlı bir etki yarattığını tespit etmiştir. Sidratulmunthah vd., (2018) ise Islamabad Üniversitesinin işletme bölümünde okuyan son sınıf kız öğrencilerin girişimcilik niyetini etkileyen faktörlerden birisinin üniversite tarafından sağlanan destek olduğunu belirlemiştir. Manik & Sidharta (2016) ise Endonezya'da bulunan bir üniversitede okuyan 241 öğrenci üzerinde yaptıkları bir çalışmada, girişimcilik yeteneğine duyulan güvenin öğrencilerin girişimci olma niyeti üzerinde etkili bir faktör olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Görüldüğü üzere belirtilen araştırmalardan elde edilen sonuçların bu çalışmadan elde edilen sonuçlardan farklılaşmadığı tespit edilmiştir. Sonuçların bu şekilde çıkması kültür değişkenin girişimciliği besleyen bir unsur olmasından kaynaklanmaktadır.

Üniversite öğrencileri arasında girişimciliği teşvik etme çalışmaları hiç de hafife alınmamalıdır. Çünkü eğitim seviyesindeki artış yüksek büyüme potansiyeline sahip firmaların kurulma olasılığını artırmaktadır (Nowiński vd., 2020:1). Bugüne kadar bu kitle üzerinde yapılan çalışmaların genellikle benzer olduğu başka bir deyişle üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğiliminin ya demografik faktörler ya da girişimcilik dersi alan ve almayan öğrenciler arasındaki fark üzerinden ya da kişilik özellikleri açısından değerlendirildiği görülmektedir. Literatürde üniversite desteğinin, kültürel desteğin ve girişimci özelliklerinin bir arada kullanıldığı ve bu değişkenlerin girişimcilik niyeti üzerindeki etkilerinin incelendiği çalışma sayısı yok denecek kadar azdır. Dolayısıyla bu çalışma bu özelliğinden dolayı literatürde var olan bir açığı doldurmakta, üniversite desteğinin, kültürel desteğin ve girişimci özelliğinin girişimcilik niyetini belirlemede en az demografik faktörler, girişimcilik dersi alıp almama durumu ve kişilik özelliği kadar önemli faktörler olduğunu göstermektedir. Araştırmada incelenen değişkenlerin öğrencilerin girişimcilik niyeti üzerindeki etkilerini etkin kılmak için üniversitelere, topluma ve ailelere bazı görevler düşmektedir. Üniversiteler; öğrencilerin girişimcilik potansiyelini hayata geçirmek için onların kafalarındaki iş fikrini desteklemeli, kariyer günleri düzenlemeli ve onları kariyer günlerinde başarılı ve başarısızlığa uğramış girişimcilerle buluşturarak bilgi alış verişinde bulunmalarını ve tecrübe kazanmalarını sağlamalıdır. Gerektiğinde bir iş fikrinin nasıl geliştirilebileceği ve hayata geçirilebileceği konusunda TİMB ve KOSGEB gibi kuruluşlarla işbirliğine gidilerek öğrencilere bu kuruluşlar tarafından sertifikalı eğitim programlarının verilmesi sağlanmalıdır. Ayrıca yine KOSGEB ile işbirliğine gidilerek öğrencilerin bu kuruluştan maddi destek almaları temin edilmelidir. Yeni

firmaların başlangıç dönemlerini desteklemek için üniversiteler tarafından iyi işleyen bir destek alt yapısı kurulmalıdır. Bunun için üniversitelerde teknoloji transfer ofisleri ve teknokentler kurularak yeni iş fikirleri ticarileştirilmelidir. Gerekliğinde girişimciliği besleyecek teknik geziler düzenlenmelidir. Üniversitelerin yanı sıra toplum kültürünün de öğrencilerin kendi işlerini kurmaları yönünde onları teşvik etmesi başka bir deyişle girişimcilik kültürünü destekler nitelikte olması gerekmektedir. Ayrıca toplum kültürü yaratıcılığı ve yenilikçiliği desteklemeli, cinsiyet ayrımcılığını gözetmemeli, kız ve erkek girişimcileri aynı oranda desteklemelidir. Toplum kültürünün alt kültürü olan aile kültürünün de aile içerisindeki bireylerin rol model olmasını sağlayarak öğrencileri girişimcilik konusunda cesaretlendirmesi gerekmektedir.

Geleceği girişimcilerin şekillendireceği düşünüldüğünde, gelecekte araştırma yapacak olan araştırmacılara, girişimcilik ruhunu toplumların ve örgütlerin kültürünün bir parçası haline getirmeye yardımcı olacak ve bu konuda bir farkındalık yaratacak çalışmalar içerisine girmeleri tavsiye edilmektedir. Seçilen araştırma konusunun genellikle tek bir üniversitede incelenmeyecek kadar geniş çaplı, kapsamlı ve önemli olması nedeniyle araştırmanın tek bir üniversitede ve sadece ön lisans öğrencilerine yapıyor olması araştırmanın sınırlılığını oluşturmaktadır.

Çıkar Çatışması Beyanı

Bu çalışma sırasında, yapılan araştırma konusu ile ilgili doğrudan bağlantısı bulunan herhangi bir gereç ve malzeme sağlayan ve/veya üreten bir firma veya herhangi bir ticari firmadan, çalışmanın değerlendirme sürecinde, çalışma ile ilgili verilecek kararı olumsuz etkileyebilecek maddi ve/veya manevi herhangi bir destek alınmadığını,

Bu çalışma ile ilgili olarak yazarların çıkar çatışması potansiyeli olabilecek bilimsel, danışmanlık, bilirkişilik, herhangi bir firmada çalışma durumu, hissedarlık ve benzer durumlarının olmadığını,

Çalışma hazırlanırken; veri toplanması, sonuçların yorumlanması ve makalenin yazılması aşamalarında herhangi bir çıkar çatışması alanının bulunmadığını beyan etmekteyiz.

Yazar Katkı Oranı Beyanı

Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

Kaynakça

- Aytaç, Ö. (2006). Girişimcilik: Sosyo-kültürel bir perspektif. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, (15), 139-160.
- Baum, J. R., Olian, J. D., Erez, M., Schnell, E. R., Smith, K. G., Sims, H. P., Scully, J. S. & Smith, K. A. (1993). Nationality and work role interactions: A cultural contrast of Israeli and U.S. entrepreneurs' versus managers' needs. Journal of Business Venturing, 8(6), 499-512.
- Bygrave, W. & Hofer, C. (1991). Theorizing about entrepreneurship. Entrepreneurship Theory and Practice, 16(2), 13-23.
- Crane, F. G. & Meyer, M. (2006). The entrepreneurial climate in Canada: The entrepreneur's viewpoint. Journal of Small Business and Entrepreneurship, 19(3), 223-232.

- Cromie, S. (2000). Assessing entrepreneurial inclinations: Some approaches and empirical evidence. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 9(1), 7-30.
- Çetin, M. (2007). Bölgesel kalkınma ve girişimci üniversiteler. *Ege Akademik Bakış*, 7(1), 217-238.
- Davidsson, P. (1995). Culture, structure and regional levels of entrepreneurship. *Entrepreneurship & Regional Development*, 7(1995), 41-62.
- Demirel, T. E. & Tikici, M. (2004). Kültürün girişimciliğe etkileri. *Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları Dergisi*, (2), 49-58.
- Demirel, T. E. & Tikici, M. (2010). Üniversite öğrencilerinin girişimcilik özelliklerinin beyin baskınlık analizi ile değerlendirilmesi: İnönü Üniversitesi İ.İ.B.F. İşletme bölümü örneği. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(32), 221-253.
- Etzioni, A. (1987). Entrepreneurship, adaptation and legitimation. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 8(1987), 175-189.
- George, D. & Mallery, P. (2003). *SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference*. 4. Baskı, Boston, MA: Allyn & Bacon.
- Hamilton, R. T. & Harper, D. A. (1994). The entrepreneur in theory and practice. *Journal of Economic Studies*, 21(6), 3-18.
- Hayton, J. C., George, G. & Zahra, S. A. (2002). National culture and entrepreneurship: A review of behavioral research. Published in *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(4), 33-52.
- Ijaz, M., Yasin, G. & Zafar, M. J. (2012). Cultural factors effecting entrepreneurial behaviour among entrepreneurs. Case study of Multan, Pakistan. *International Journal of Asian Social Science*, 2(6), 908-917.
- Kahraman, O. C. & Demirkol, Ş. (2016). Examining entrepreneurship characteristics of hospitality and tourism management students. *Journal of Tourismology*, 2(2), 51-60.
- Kerr, S. P., Kerr, W. R. & Xu, T. (2017). Personality traits of entrepreneurs: A review of recent literature, national bureau of economic research. Working Paper 24097, Cambridge, MA: National Bureau of Economic Research.
- Kessler, A. (2007). Success factors for new businesses in Austria and the Czech Republic. *Entrepreneurship and Regional Development*, 19(5), 381-403.
- Koe, W-L. (2016). The relationship between individual entrepreneurial orientation (IEO) and entrepreneurial intention. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 6(13), 1-11.
- Long, W. (1983). The meaning of entrepreneurship. *American Journal of Small Business*, VIII(2), 47-56.
- Mueller, S. L. & Thomas, A. S. (2001). Culture and entrepreneurial potential: A nine country study of locus of control and innovativeness. *Journal of Business Venturing*, 16(1), 51-75.
- Manik, E. & Sidharta, I. (2016). Entrepreneurial intention on studentpreneurs to become entrepreneur. *International Review of Management and Marketing*, 6(3), 625-630.
- Meydan, C. H. & Şeşen, H. (2011). *Yapısal eşitlik modellemesi: Amos uygulamaları*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Nowiński, W., Haddoud, M. Y., Wach, K. & Schaefer, R. (2020). Perceived public support and entrepreneurship attitudes: A little reciprocity can go a long way!. *Journal of Vocational Behavior*, 121(2020)103474, 1-16.
- Onuoha, G. (2007). Entrepreneurship. *AIST International Journal*, 10, 20-32.
- Pauceanu, A. M., Alpenidze, O., Edu, T. & Zaharia, R. M. (2019). What determinants influence students to start their own business? Empirical evidence from United Arab Emirates Universities. *Sustainability*, 11(1), 1-23.

- Ranga, L. M., Miedema, J. & Jorna, R. (2008). Enhancing the innovative capacity of small firms through triple helix interactions: Challenges and opportunities. *Technology Analysis & Strategic Management*, 20(6), 697-716.
- Salamzadeh, A., Farjadian, A. A., Amirabadi, M. & Modarresi, M. (2014). Entrepreneurial characteristics: Insights from undergraduate students in Iran. *Int. J. Entrepreneurship and Small Business*, 21(2), 165-182.
- Shane, S. A. (1992). Why do some societies invent more than others?. *Journal of Business Venturing*, 7(1), 29-46.
- Shane, S. A. (1993). Cultural influences on national rates of innovation. *Journal of Business Venturing*, 8(1), 59-73.
- Sidratulmunthah, H. S. & Malik, M. I. (2018). Towards nurturing the entrepreneurial intentions of neglected female business students of Pakistan through proactive personality, self-efficacy and university support factors. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(3), 363-378.
- Stephan, U. & Pathak, S. (2016). Beyond cultural values? Cultural leadership ideals and entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 31, 505-523.
- Stevenson, H. H. (2006). *A perspective on entrepreneurship*. Boston, MA: Harvard Business School Publishing.
- Thomas, A. S. & Mueller, S. L. (2000). A case for comparative entrepreneurship: Assessing the relevance of culture. *Journal of International Business Studies*, 31(2), 287-301.
- Thurik, R. & Dejardin, M. (2011). The impact of culture on entrepreneurship. *European Business Review*, 23, 57-59.
- Tominc, P. & Rebernik, M. (2007). Growth aspirations and cultural support for entrepreneurship: A comparison of post-socialist countries. *Small Business Economics*, 28, 239-255.
- Thornton, P. H. (1999). The sociology of entrepreneurship. *Annual Review of Sociology*, 25, 19-46.
- Viinikainen, J., Heineck, G., Böckerman, P., Hintsanen, M., Raitakari, O. & Pehkonen, J. (2017). Born entrepreneurs? Adolescents' personality characteristics and entrepreneurship in adulthood. *Journal of Business Venturing Insights*, 8, 9-12.
- Vodă, A. I. & Florea, N. (2019). Impact of personality traits and entrepreneurship education on entrepreneurial intentions of business and engineering students. *Sustainability*, 11(4), 1-34.
- Xiumei, Z. & Haiyan, W. (2018). Mapping entrepreneurial ecosystem of China: A multi-perspective comparison. *IEEE International Symposium on Innovation and Entrepreneurship (TEMS-ISIE)*, 30 March-1 April, Beijing, China, Article in Conference Proceedings, 1-8.
- Yan, J. (2010). The impact of entrepreneurial personality traits on perception of new venture opportunity. *New England Journal of Entrepreneurship*, 13(2), 21-35.
- Zhao, X., Li, H. & Rauch, A. (2012). Cross-country differences in entrepreneurial activity: The role of cultural practice and national wealth. *Frontiers of Business Research in China*, 6(4), 447-474.
- Zimmerer, W. T. & Scarborough, M. N. (2005). *Essentials of entrepreneurship and small business management*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.

EXTENDED SUMMARY

Research Questions & Purpose

Entrepreneurship is a process that can be measured by the intentions, activities and interactions of individuals (Pauceanu et al., 2019:1). In this study, the relationship between entrepreneurial features and cultural support factors that are thought to affect entrepreneurial intent and entrepreneurial intent (intention to start a business) was tried to be examined. This study was conducted to test which/which of all entrepreneurial characteristics and cultural support variables and their sub-dimensions are effective on the intentions of associate degree students (undergraduate students) to start their own businesses. This study, which is evaluated within the framework of the interaction of entrepreneurial characteristics of individuals and cultural support elements of society and universities, draws attention to the fact that entrepreneurship is a process that occurs as a result of the interaction of internal characteristics and external characteristics. With this feature, this study is separated from the studies that have been done so far. Because studies conducted so far have shown that entrepreneurial intent is more influenced by entrepreneurial characteristics, that is, by the person's internal characteristics. However, this study states that entrepreneurial intent is affected by both entrepreneurial characteristics and cultural support variables, that is, both internal and external factors at the same time.

Literature Review

Studies in which entrepreneurial characteristics and the impact of each of the cultural support variables on entrepreneurial intentions were examined separately in the literature were obtained by scanning from databases subscribed by the university library and databases of various scientific institutions. As a result of the scans, a limited number of 7 articles closely related to the subject were reached. From these studies, it was determined that the entrepreneurial characteristic variable that affects entrepreneurial intent is actually shaped by the cultures of countries. In other words, it has been determined that the entrepreneurial characteristic that affects the entrepreneurial intent, that is, the internal characteristics, are actually shaped by the external characteristics.

Methodology

In this study, applied research was conducted to find an answer to the research question of whether entrepreneurial characteristics and cultural support variables affect entrepreneurial intent. In this study, which investigated the relationship of causality, the relationship between entrepreneurial characteristic and cultural support variables and the intention to start a business was tried to decipher. The following hypotheses have been established in the research to test the presumed causality relationship:

H_{1a}: There is a significant relationship between entrepreneurial features and cultural support and the intention to start a business decisively.

H_{1b}: There is a meaningful relationship between entrepreneurial orientation and the intention to start a business.

H_{1c}: There is a meaningful relationship between entrepreneurial confidence and the intention to start a business.

H_{1d}: There is a meaningful relationship between cultural support for entrepreneurship and the intention to start a business.

H_{1e}: There is a meaningful relationship between university support for entrepreneurship and the intention to start decommissioning.

H_{1f}: Entrepreneurial orientation significantly affects students' intention to start a business.

H_{1g}: Confidence in entrepreneurial ability significantly affects students' intention to start a business.

H_{1h}: Cultural support for Entrepreneurship significantly affects students' intention to start a business.

H_{1j}: The size of university support for Entrepreneurship significantly affects students' intention to start businesses.

H_{1k}: The gender of students significantly affects the intention to start a business.

H_{1m}: The students' age significantly affects their intention to start a business.

H_{1n}: A parent's work situation in their workplace significantly affects the students' intention to start a business.

Because the universe of this study has included entrepreneurship among its main academic activities, Zonguldak Bülent Ecevit University and students who have taken entrepreneurship courses at this university. The sample is composed of students who have taken entrepreneurship courses at Zonguldak Vocational School. For the selection of samples representing the universe, non-probabilistic sampling methods were used. Data was obtained from 129 associate students who took entrepreneurship courses by face-to-face survey technique using integer method. Entrepreneurial characteristics and the need to determine the sub-dimension of university support for entrepreneurship, which is one of the sub-dimensions of the cultural support scale, only for the selected University, led to the sample representing the universe consisting only of students studying at Zonguldak Vocational College and taking entrepreneurship courses. For this reason, students who took entrepreneurship courses studying in associate degree departments of other universities were not included in the sample. Later, these data collected from the sample by the survey method were subjected to quantitative analysis using SPSS and AMOS package programs. Prior to collecting the data, permission was obtained from the scientific research and publication Ethics Board of Tarsus University. According to the decision of the Scientific Research and Publication Ethics Board of Tarsus University dated 05.03.2020 and numbered 2020/11, it was decided to implement the study.

Results and Conclusions

In order to determine the effect of entrepreneurial characteristics and cultural support perception on students' intention to start a business, the following information was reached as a result of a binary logistic regression analysis. It was found that the size of entrepreneurial tendency had a significant effect on the students' intention to start a business. It was determined that the dimensions of trust in entrepreneurial ability, university support for entrepreneurship and cultural support for entrepreneurship, and the variables of gender, age and working at the parent's own workplace did not have a significant effect on students' intention to start a business. It has also been found that as students' entrepreneurial tendency increases, their intention to start a business increases.