



T.C.

BARTIN ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

TÜRKİYE'DE ÖĞRENİM GÖREN ULUSLARARASI
ÖĞRENCİLERİN GİRİŞİMCİLİK BİLGİ VE NİYETLERİNİN
BELİRLENMESİ

ABDOULKADER ALI MOHAMED

DANIŞMAN

DOÇ. DR. AYHAN KARAKAŞ

BARTIN-2023



T.C.
BARTIN ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI

TÜRKİYE'DE ÖĞRENİM GÖREN ULUSLARARASI ÖĞRENCİLERİN
GİRİŞİMCİLİK BİLGİ VE NİYETLERİNİN BELİRLENMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Abdoulkader ALI MOHAMED

BARTIN-2023

BEYANNAME

Bartın Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü tez yazım kılavuzuna göre Doç. Dr. Ayhan KARAKAŞ danışmanlığında hazırlamış olduğum “TÜRKİYE’DE ÖĞRENİM GÖREN ULUSLARARASI ÖĞRENCİLERİN GİRİŞİMCİLİK BİLGİ VE NİYETLERİNİN BELİRLENMESİ” başlıklı yüksek lisans tezimin bilimsel etik değerlere ve kurallara uygun, özgün bir çalışma olduğunu, aksinin tespit edilmesi halinde her türlü yasal yaptırımını kabul edeceğimi beyan ederim.

18/08/2023

Abdoulkader ALI MOHAMED

ÖNSÖZ

"TÜRKİYE'DE ÖĞRENİM GÖREN ULUSLARARASI ÖĞRENCİLERİN GİRİŞİMCİLİK BİLGİ VE NİYETLERİNİN BELİRLENMESİ " konulu yüksek lisans tezimi sunmaktayım. Bu tez, İşletme Anabilim Dalı yüksek lisans bitirme tezi olarak sunulmuştur.

Bu yolculuğu bitirdiğimde, bazı insanların yardımı olmadan bu kısa süre içinde bunun mümkün olamayacağını anladım. Bunlardan ilki ve en önemlisi, danışmanım Doç. Dr. Ayhan KARAKAŞ'a öğretici geri bildirimleri, anlayışlı rehberliği ve önemli bilgileriyle bana yol gösteren tavrı ile kendisine minnettarlığımı ve derin şükranlarımı sunuyorum.

Aileme ve aile üyelerime destekleri için teşekkür ederim. Ayrıca, ankete katılan tüm katılımcılara ve bu çalışmayı tamamlamama doğrudan veya dolaylı olarak yardımcı olan herkese teşekkür ederim.

Abdoulkader ALI MOHAMED

ÖZET

Yüksek Lisans Tezi

TÜRKİYE'DE ÖĞRENİM GÖREN ULUSLARARASI ÖĞRENCİLERİN GİRİŞİMCİLİK BİLGİ VE NİYETLERİNİN BELİRLENMESİ

Abdoulkader ALI MOHAMED

Bartın Üniversitesi

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

İşletme Anabilim Dalı

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Ayhan KARAKAŞ

Bartın-2023, sayfa: 60

Bu çalışmanın amacı, Türkiye'de öğrenim gören uluslararası öğrencilerin girişimcilik niyetlerini ölçmektir. Üniversite öğrencilerinin, özellikle de uluslararası öğrencilerin girişimcilik niyetlerini etkileyen ana faktörleri araştırmak ve üniversitede girişimcilik niyetlerini teşvik eden koşulların oluşturulması için önerilerde bulunmaktadır.

Bu çalışmada, nicel yöntem kullanılmıştır, nicel araştırma için anket tekniğinden faydalanılmıştır. Veri toplama için Türkiye'deki üniversitelerde okuyan uluslararası öğrenciler evren olarak belirlenmiş, bu evrenden kolayda örnekleme yöntemi ile 380 öğrenci örneklem olarak seçilmiştir. Hipotezleri test etmek için SPSS ve AMOS istatistik paket programları kullanılmıştır. Çalışmada frekans analizleri, yüzde analizleri, fark analizleri, güvenilirlik ve geçerlik analizleri, korelasyon ve regresyon analizleri yapılarak, toplanan veriler analiz edilmiştir.

Bu çalışma dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde çalışmanın konusu ve amacı hakkında giriş bölümü yer almaktadır. İkinci bölümde uluslararası öğrenciler, girişimcilik temel kavramlar, girişimcilik bilgisi ve niyeti ile ilgili yapılmış çalışmalardan bahsedilmiştir. Üçüncü bölümde ise çalışmanın araştırma yöntem ve metodolojisi, araştırmacı verilerin analizi ele almıştır. Son bölümde ise çalışmanın sonuçları ve öneriler yer almaktadır.

Bu çalışmanın sonuçları, Türkiye'deki uluslararası öğrenciler arasında tatmin edici düzeyde girişimcilik niyeti olduğunu göstermiştir. Genel olarak, araştırma modeli anlamlıdır ve özellikle girişimcilik bilgisi niversite ğrencilerinin girişimcilik niyetleri üzerinde oldukça etkilidir.

Bu alışma girişimcilik eğitiminin öğrencilerin girişimcilik niyeti üzerinde etkili olan en önemli faktör olduğunu ortaya koymuştur. Bu nedenle, niversite müfredatlarında girişimcilik eğitiminin geliştirilmesi şiddetle tavsiye edilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik bilgisi, girişimcilik niyeti, girişimcilik eğitimi, uluslararası ğrenciler

ABSTRACT

M. Sc. Thesis

DETERMINING ENTREPRENEURIAL KNOWLEDGE AND INTENTIONS OF INTERNATIONAL STUDENTS STUDYING IN TURKEY

Abdoulkader ALI MOHAMED

Bartın University

Graduate School

Department of Business Administration

Thesis Advisor: Assoc. Prof. Dr. Ayhan KARAKAŞ

Bartın-2023, pp: 60

The aim of this study is to measure the entrepreneurial intentions of international students studying in Turkey. It recommends investigating the main factors affecting the entrepreneurial intentions of university students, especially international students, and creating conditions that encourage entrepreneurial intentions at the university.

In this study, a quantitative method was used, questionnaire technique was used for quantitative research. for data collection, international students studying at universities in Turkey were determined as the universe, and 380 students were selected as a sample from this universe by convenience sampling method. SPSS and AMOS statistical packages were used to test the hypotheses. in the study, the collected data were analyzed by performing frequency analysis, percentage analysis, difference analysis, reliability and validity analysis, correlation, and regression analysis.

This study consists of four parts. in the first chapter, there is an introduction about the subject and purpose of the study. the second part mentions studies on international students, entrepreneurship basic concepts, entrepreneurship knowledge and intention. In the third part, the research study's research method and methodology and the researcher data analysis cussed. in the last section, the results and recommendations of the study are included.

This study's results showed a satisfactory level of entrepreneurial intention among international students in Turkey. Overall, the research model is meaningful and entrepreneurial knowledge in particular is highly influential on university students' entrepreneurial intentions.

This study revealed that entrepreneurship education is the most important factor influencing students' entrepreneurial intention. Therefore, the development of entrepreneurship education in university curricula is highly recommended.

Keywords: Entrepreneurial knowledge, entrepreneurial intention, entrepreneurship education, international students

İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY.....	ii
BEYANNAME	iii
ÖNSÖZ.....	iv
ÖZET.....	v
ABSTRACT.....	Err
or! Bookmark not defined..	vii
İÇİNDEKİLER.....	Error!
Bookmark not defined.....	ix
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	xi
TABLolar DİZİNİ.....	xii
1.GİRİŞ.....	1
2. KAVRAMSAL ÇALIŞMA.....	6
2.1. Girişimcilik.....	6
2.2. Girişimcilik Türleri.....	9
2.3. Genç Girişimcilik	10
2.4. Girişimcilik Bilgisi.....	12
2.5. Girişimci Niyetler.....	13
2.6. Türkiye'deki uluslararası öğrenciler.....	16
2.7. Üniversite öğrencilerinin girişimcilik niyetleri ile ilgili önceki çalışmalar.....	18
2.8. Girişimci Olunmasında Eğitimin Rolü	21
3. YÖNTEM	25
3.1. Araştırmanın Önemi	25
3.2. Sınırlılıklar.....	26
3.3. Tanımlar.....	26
3.4. Araştırma Modeli	26
3.4.1 Araştırmanın Hipotezleri.....	28
3.4.2 Evren ve Örneklem	29
3.4.3 Veri Toplama Aracı	29
3.4.4 Veri Analizi	31
3.4.4.1 Güvenilirlik Testleri	31
3.4.4.2 Bağımsız Örneklem T-testi	32
3.4.4.3 Parametrik Olmayan test	32

3.4.4.4 Korelasyon Analizi	32
3.4.4.5 Doğrusal Regresyon Analizi	33
3.4.4.6 Geçerlilik Testleri.....	33
3.5. Bulgular.....	34
3.5.1 Çalışma Aracının Güvenilirliği.....	34
3.5.2 Geçerlilik Analizi (Doğrulayıcı Faktör Analizi)	35
3.5.3 Araştırma Katılanların Demografik Özellikleri	37
3.5.4 Fark Analizleri (T-Test Analiz)	39
3.5.5 Korelasyon Analizi.....	42
3.5.6 Regresyon Analizi.....	43
4. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	46
KAYNAKLAR	48
EKLER.....	58
ÖZGEÇMİŞ.....	62

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil	Sayfa
No	No
2.1 Türkiye'deki uluslararası öğrencileri istatistikleri.....	18
3.1. Girişimcilik bilgisi ölçeği doğrulayıcı faktör analizi.....	35
3.2. Girişimcilik niyeti ölçeği doğrulayıcı faktör analizi.....	36

TABLolar DİZİNİ

Tablo	Sayfa
No	No
3.1: Cronbach alfa katsayısı değeri için genel kurallar.....	31
3. 2: Korelasyon katsayısı büyüklüğüne ilişkin temel kural.....	32
3.3: Güvenilirlik test sonuçları.....	34
3.4: Girişimcilik bilgisi ölçeği uyum iyiliği değeri.....	35
3.5: Girişimcilik niyeti ölçeği uyum iyiliği değeri.....	36
3.6: Katılımcıların demografik özellikleri	37
3.7: Cinsiyete göre farklılık analizi sonuçları	39
3.8: İş durumuna göre farklılık analizi sonuçları	39
3.9: Eğitim durumuna göre farklılık analizi sonuçları.....	40
3.10: Girişimcilik eğitim alıp alınmamasına göre farklılık analizi sonuçları.....	40
3.11: Girişimcilik iş fikri olup olmamasına göre farklılık analizi sonuçları.....	41
3.12: Öğrenim görülen fakülte türüne göre farklılık analizi sonuçları.....	41
3.13: Aylık harcama düzeyine göre farklılık analizi sonuçları.....	42
3.14: Değişkenler arası korelasyon analizi sonuçları.....	43
3.15: Regresyon analizi sonuçları.....	43
3.16: Hipotezler doğrulama	44

EKLER DİZİNİ

Ek	Sayfa
No	No
EK 1. Anket Formu	58
EK 2. Etik Kurul Onay Formu	61

1.GİRİŞ

Girişimcilik, genel olarak bir den fazla kişinin farklı amaçları gerçekleştirmek için yaptığı finansal bir çaba olarak ifade edilir. Girişimcilik ile ilgili risk alma, yenilik ve istihdam yaratma faktörlerini içeren birden fazla tanım bulunmaktadır. Girişimciyi hesaplayıcı bir düşüncede risk alan ve belirsiz girişimleri üretken sonuçlara dönüştüren bir kişi olarak tanımlamıştır. Risk alma doğasının altını çizerken, Luth'a göre girişimciler "teknik ve/veya organizasyonlu yenilik yoluyla pazar fırsatlarından yararlanan bireylerdir". Girişimciliğin özelliklerini tanımlama arayışında, geçen yüzyılın sonunda popüler araştırmalarda doksan kadar niteliğe sahip oldukları belirtilmiştir (Gartner, 1990).

Girişimciler ayrıca başka insanlar için faydalı ya da yapıcı bir şeyler yapmak için topluma karşı özgecil karakterleri, ahlaki değerleri ve empatileriyle motive olurlar (Austin vd., 2006; Peredo ve McLean, 2006; Zahra vd., 2009; Dacin vd., 2011; Miller vd., 2012; Choi ve Majumdar, 2014). Yenilik yoluyla herhangi bir kişisel hedefe ulaşmak ya da bir hayali gerçekleştirmek de girişimciliği teşvik eder.

Bir birey, bir iş biçimi olarak piyasaya yenilikçi bir şey getirerek toplumda saygınlık ve popülerlik kazanabilir (Bacq ve Alt, 2018). Girişimciliğin motivasyonu, sıkıcı işler yapma cesaretine sahip olmak, hedeflere ulaşmak için güçlü bir niyete sahip olmak, zorluklarla yüzleşmek ve büyüme olasılığı olan bir organizasyon kurmak gibi bazı özellikler etrafında döner. Girişimcilik, bir kişi için finansal kazanç elde etmek veya toplum için değerli bir şey yapmak amacıyla yeni bir şey yaparak fark yaratmak için yapılan eylemler dizisi olarak tanımlanabilir (Kao, 1993).

Girişimcilik fikrini tanımlamanın birden fazla yolu vardır (Bruyat ve Julien, 2001), bir kişinin kendini geliştirmek için yeni bir iş kurmaya karar verip, yaratıcılığa, cesarete, risk yönetimine dayanarak seçtiği bir meslektir. Girişimcilik adeta kişinin karakterinin yetenekleridir. (Van Gelderen, 2008) Girişimcilik önceden belirlenmiş davranış olarak da kabul edilebilir (Katz ve Gartner, 1988) ve bazı ampirik verilere göre, duygusal zekâ bir girişime doğru yola çıkma ihtimalini taşıyabilir (Reynolds ve Miller, 1992; Chrisman, 1997).

Salman (2016), girişimcinin endüstrinin ve pazarın ihtiyaçlarını karşılamak için yaratıcı ürünler yaratan ve bu sayede bir ülkenin ekonomisinin büyümesini destekleyen bir kişi olduğunu öne sürmüştür. Kişisel kazancın girişimciliğin ana uyarıcısı olduğuna inanılır, ancak girişimci tek başına bu amaçla ortaya çıkmaz. Bir girişimci, organizasyonu, işlemi, hizmetleri veya ürün geliştirme yoluyla ait olduğu ülkeye veya topluma doğrudan veya dolaylı olarak olumlu bir katkıda bulunur.

Bir ulusun ekonomik büyümesini ve üretkenliğini artırmak, yenilikçi faaliyetleri teşvik etmek ve yeni istihdam yaratmak için girişimcilik, hepsini bir arada düzenleyebilen bir süreçtir. (Rialp ve Urbano, 2008; Gerba, 2012; Guerrero). Ekonomik büyüme hızı ile girişimcilik arasındaki güçlü karşılıklı ilişki birçok araştırmada ortaya konmuştur (Praag ve Versloot, 2007). Bununla birlikte girişimcilik bir ülkenin pazarını yeniden yapılandırmanın baskın gücüdür ve girişimciler şüphesiz bir ülkenin sosyal ve ekonomik büyümesine katkıda bulunur.

Son on yılda, bir ülkede girişimciliğin istihdam ve yoksulluğun azaltılmasındaki rolünü tespit eden birçok çalışma bulunmaktadır. Girişimcilik, toplumdaki yoksulluğu azaltmanın üretken bir yoludur (McMullen, 2011) ve yaşam masraflarını üstlenmek zorunda kalanlar için bir gelir kaynağı yaratır (Sutter vd., 2019; Bruton vd., 2013).

Yalnızca gelişmeye çalışan uluslar değil, gelişmiş ülkeler de nüfusları arasında girişimci zihinlerin evriminin ardındaki algıları, tetikleyici faktörleri ve niyetleri incelemeye heveslidir. Halihazırda girişimcilik niyeti üzerinde çalışmak, iş inovasyonu ve ilham veren işletmeler alanında çok özel bir konuma sahiptir (Lüthje ve Franke, 2003). ABD’de ve Avrupa’nın gelişmiş ülkelerinde ekonomik büyümenin yavaşlaması ve inovasyon eksikliği görülmektedir. Bu durumdan çıkmak için ülkeler, iş sektörü alanını genişletmek ve yeni yatırım alanları yaratmak için en etkili araç olarak start-up’ları teşvik ediyor. Büyüme faktörleri üzerinde derin bir etkiye sahip olan girişimcilik ile makroekonomik ortam arasındaki güçlü ilişkiyi analiz eden birçok çığır açan çalışma bulunmaktadır (Huggins ve Thompson, 2015; Schwab, 2018).

Çoğu araştırmacılar girişimciler, kaynakları piyasaya hizmet eden ürünler yaratmak, ulusun beşeri sermayesini kullanmak, endüstrilerin yavaş kesimlerini yeniden canlandırmak, komşu ülkelerle bölgesel ticareti beslemek, mevcut işte yenilik getirmek veya yıkıcı bir iş yaratmak

için kullanırlar. Girişim hem hükümet hem de finans kurumlarında araştırma ve yatırımlar için alan yaratır (Pradhan vd., 2020).

Girişimciliğin bireysel, toplumsal ve ulusal faydalarının kabul edilmesi, girişimcilerin zihnini inceleme dürtüsü yaratır. Girişimcilik, belirsizlikle yüzleşmek için içsel güç ve kabulü gerektirdiğinden (McMullen ve Shepherd, 2006), daha önceki araştırmalar, bir kişinin hayatında muazzam bir zihinsel baskı (Monsen ve Boss, 2009), kaybetme korkusu (Mitchell vd., 2011) ve başarısızlıktan kaynaklanan üzüntü meydana getirebileceğini öne sürmüştür (Jenkins vd., 2014).

Girişimi olan kişilerin hayatında bazı olumlu sonuçlar gözlemlenmektedir, örneğin bazı çalışmalarda yeni iş kuran ve ticari faaliyetlerini sürdürebilir bireylerin yüksek düzeyde iş tatmini gösterdikleri ortaya çıkmıştır. Çoğu zaman diğerlerinden daha fazla çalışıyor ve daha az gelire sahip olmalarına rağmen iş tatmini yüksek olabilmektedir (Frey vd., 2004; Benz ve Frey, 2008'a, 2008b; GEM, 2013).

Genellikle girişimcilik, bir kişinin ihtiyaçlarını, amaçlarını ve hayata dair beklentilerini tek bir süreç veya faaliyette bir araya getiren bir duygudur. Dolayısıyla girişimciliğin bir bireyin psikolojik hedeflerine ulaşmasına yardımcı olduğu ve böylece hayatta mutlu olmasına yardımcı olduğu söylenebilir (Williams ve Shepherd, 2016; Shepherd ve Patzelt, 2017b). Girişimciliğin temel niteliklerine sahip olanlar, genellikle öngörülemez durumlara karşı cesur bir tutuma sahiptir ve başarısızlığın sonuçlarının üstesinden gelme yeteneğine sahiptir. Ortamdaki fırsatları tespit etmek için girişimciler öngörüye, bir fikri başlatmak için uygun zamana ve etkilenecek doğru alanı seçmeye sahiptirler (Crecente-Romero vd., 2016).

Girişimciler, demografik kapsamaları veya pazarda yeni bir strateji başlatma fırsatlarını fark ettiklerinde bir iş düşünürler (Falck, 2007; Grebel, 2007). Bilgi, deneyim, eğitim bilgileri ve mesleki becerilerine sahip olan girişimciler, müşteri ve tedarikçiler tarafından süreç seçimi hakkında bir plan yapmak amacıyla belirli bir uzmanlık alanına seçilirler. Çok zor durumda, bazıları hala o uzmanlık alanına giren fırsatları aramayı tercih ederler ve kendi kendine yeterli olmayı önemli bir seçim olarak görürler, ama başarısızlık riski iş geliştirme sürecini yavaşlatabilir (Crecente-Romero vd., 2016).

Sermaye kıtlığı nedeniyle girişimcilik eğiliminin azalmasını engellemek için hükümet, insanları yeni bir şirket kurmayı düşünmeye devam etmeleri için zihinsel ve finansal olarak açıdan teşvik etmek amacıyla tanıtım faaliyetleri düzenler (Crecente, 2011; Levie vd., 2014). Yukarıdaki çalışmaların sonuçlarını ve gerekçelerini tartıştıktan sonra, girişimcilik sürecinin nasıl kolaylaştırılabileceğini ve girişimcilik eğilimin bireyler arasında nasıl geliştiğini bilmek için zihinsel uyarıcıların ve etkileyen faktörlerin analiz edilmesi gerektiği oldukça açıktır.

İşsizlik sorunu milli geliri ve verimliliği azaltarak ekonomiyi olumsuz etkiler. İşsizlik sorunu, işlerin mevcudiyeti yerine çok sayıda iş arayan veya işgücü olduğunda ortaya çıkar. Başka bir deyişle, ülke nüfusu istihdam yaratmaktan daha hızlı arttığında, artan nüfus artışına paralel olarak işsizlik sorunları ortaya çıkmaktadır. Girişimciliğin arka planını araştırmak ve girişimci olma niteliği taşıyan potansiyel bir genç nüfusun niyetlerini incelemek, işletme yönetimi araştırmaları alanındaki en önemli çalışmalardan biri haline gelmiştir.

Çünkü tesadüfi girişimcilerin ortaya çıkmasını ve bir ülkenin ekonomik büyümesine katkıda bulunmalarını beklemek oldukça mantıksızdır. Aksine, girişimciler yetiştirilmelidir ve bunu yapmak için onları girişimci olmaya neyin teşvik ettiğini, etkili faktörleri ve engellerin neler olduğunu bilmek esastır. Bir kişinin niyeti veya girişimcilik eğilimi, girişimci olma sürecinde tecrübesi, zihinsel özellikleri, çevresinden nasıl etkilendiği ve belirli bir şeyi elde etmek için nasıl hareket etmeyi amaçladığı ortaya konduğunda bilinebilir (Fini vd., 2009; Joseph, 2017). Girişimci nitelikler bazı araştırmalara göre kazanılabilir (Kuratko, 2005) ve girişimcilikle ilgili eğitimin etkisine açık olabileceği gibi girişimci olan aile, arkadaş veya akrabaların faaliyetlerinden etkilenmeye açık olabilir (Gerba, 2012). Araştırmacılar, bir insanı tüm riskleri ve sonuçları bilerek girişimci olmaya iten teşvik edici faktörleri araştırmaktadırlar. Kişi ilk önce en önemli ihtiyaçlarını karşılamak ve on ait olan ticari kuruluşuna sahip olmak için para kazanma çabası içindedir.

İşletmeler halka ve ulusa hizmet etse bile son araştırmacılar insanların ekonomiye ve halkının büyümesine yardımcı olmak için girişimci oldukları hakikati reddetmektedirler (Kimmitt ve Muñoz, 2018). Bir kişi finansal olarak zengin olmana rağmen, kişisel tatmin ve bağımsızlık elde etmek için sıklıkla girişimciliği dener (Dey ve Steyaert, 2016; Dey ve Lehner, 2017) ve daha yüksek bir statüye ulaşmak ister (Desjardins vd., 2015).

Bu nedenle, bu çalışmada, Türkiye'deki uluslararası öğrencilerin (lisans öğrencileri) girişimcilik bilgi ve niyet düzeylerini, girişimciliğe yönelik niyetlerini etkileyen faktörlerin neler olduğunu araştırmakta ve girişimcilik bilgi ve niyetlerini teşvik eden koşulların yaratılması için önerilerde bulunmaktadır.

2.KAVRAMSAL ÇALIŞMA

Bu bölüm, farklı yazarların çeşitli bakış açılarını dahil ederek çalışmaya geniş bir anlayış kazandıran literatür taraması sunmaktadır. Literatür taraması aşağıdaki bölümleri kapsamaktadır: Girişimcilik, girişimciliğin önemi, girişimcilik bilgi ve niyetleri, Türkiye’de kalan uluslararası öğrenciler, ilgili önceki çalışmalar.

2.1. Girişimcilik

Girişimcilik, Fransızca da “üstlenmek” anlamına gelen “entreprendre” kelimesinden alınmıştır. Yeni iş girişimlerine girişmektir. Girişimcilikle ilgili daha birçok tanım vardır ancak tanımlar konusunda ortak bir mutabakat yoktur. Girişimciliğin yeni iş yaratmak olduğuna yaygın olarak inanılır. Sömürülecek ekonomik fırsatlarla ve ekonomik fırsatı gerçek işe dönüştürmek sermaye ile başlar. Kâr ve sosyal fayda için değer yaratmak keşif ve risklerde gezinme yolculuğuyla başlar (Manisha ve Singh, 2016).

Girişimciler ekonominin tek kurtarıcısı olarak bilinen bir imaja sahiptir. Günümüzde girişimcilik, bir ülkenin ekonomik büyümesini geliştirmek için en iyi ekonomik kalkınma stratejilerinden biri olarak kabul edilmektedir. Birçok ulusun ekonomik büyümesini, yenilikçiliğini ve rekabet gücünü yönlendiren büyük bir motor olarak kabul edilir. Ayrıca yoksulluk sorunlarını çözmek için de kullanılabilir bir stratejidir (Ressurrection, 2011).

Ekonomiyi geliştirme ve yoksulluğu azaltmadaki önemi nedeniyle son yıllarda hükümetin girişimciliğe olan ilgisi giderek artmaktadır. Bu ilgi eğitim sektörü ve iş destek gruplarından gelmektedir. Girişimciliği beslemek birçok hükümet için açık bir politika önceliği haline geldi (OECD, 2006). Güçlü ekonomilerde ekonomik büyümeyi canlandırmak ve sürdürmek için kritik bir faaliyet olarak ve aynı zamanda refah düzeyi düşük bölgelerde veya gelişmekte olan ülkelerde istihdamı ve üretkenliği artırmanın bir yolu olarak görülmektedir.

Kaplan ve Warren (2009), olumlu bir zihniyetle başladığına inandıklarından dolayı girişimci olmak için gereken aşamalara odaklanmıştır. Daha sonra bu durum, girişimci olma niyetine yol açmıştır. Araştırmaları, girişimcilik sürecinin farklı seviyelerinde yer alan görev ve

faaliyetlere bakarak operasyonel bir perspektiften girişimci olma sürecine odaklanmıştır ve bu süreç aşağıdaki gibidir:

- Fırsatları belirlemek ve keşfetmek,
- Bir yatırım planı hazırlamak ve şirketi kurmak;
- Gerekli kaynakları harekete geçirmek ve yönetmek, sınırlama, girişimin bağımsız olarak uygulanması ve kurulması

Kaplan ve Warren (2009) girişimcilik sürecine bakarken, Ungerer vd., (2015) bir girişimcilik süreci varken, girişimcilik zaferini etkileyen faktörler vardır. Girişimcinin başarısı, bir dizi faktöre bağlıdır. Bu faktörler, alanında teknik bilgi, yetenek, inanç, finansal sorunlar karşısında umutlu olmaktır. Girişimcilik bir boşlukta gerçekleşmez. Girişimin gelişimi, girişimci faaliyetleri teşvik eden sosyal ve ekonomik koşulların yanı sıra bireylerin üretken girişimler oluşturmalarına ve sürdürmesine yardımcı olan bireysel kapasitelere ihtiyaç duyar.

Girişimciliğin ekonomik büyüme ve istihdam açısından önemini kabul ederek, gelecekte girişimci olmak isteyen her öğrenci için girişimcilik becerilerinin kazanılması en iyi seçenektir. Bireyin hayatını değiştiren çeşitli fayda ve işlevlere katkı sağlaması açısından oldukça önemlidir (Abdul-Rahman, 2000; Sidek, 2008). Girişimciliği öğrenmeye olan ilginin artmasının nedeni budur. Fırsatları görmek için birçok kişinin veya öğrencinin gözünü açar (Din, 2002). Birçok üniversite mezununun mezun olduktan sonra iş bulamadığı bir gerçektir çünkü açık iş imkanları kısıtlı olup rekabet yüksektir.

Bu nedenle, öğrencilerin başkaları veya devlet tarafından istihdam edilmeyi değil, kendilerine iş yaratmayı ve bunu yaparak sosyal ve ekonomik refaha katkıda bulunmalarını beklentileri gerektiği için girişimcilik eğitiminin okul müfredatına dahil edilmesi zorunluluk halini almıştır (Ramos ,2014).

Girişimciliğin önemi, ekonomik büyüme, yoksulluk ve istihdam yaratma durumunun ötesine geçer ancak daha çok belirli bireylerin bir miras bırakacak ve refaha katkıda bulunmaya devam edecek organizasyonları başlatmak açısından herhangi bir risk almaması gerçeğiyle ilgilidir. Bu nedenle girişimcilik konusuna geniş bir tabandan bakmak ve endüstrinin heyecan verici olması için daha fazla işletmenin kurulması gerektiğini anlamak bu doğrultuda önemlidir (Nwachukwu, 2012).

Hükümetler ayrıca, ticari dönüşümdeki hızlı büyümenin ve küçük işletme firmalarının tohumlanmasının, hükümetin küçük işletmeler aracılığıyla ülkenin normal operasyonları için daha fazla kurumlar vergisi toplamasına yol açabileceğini de unutmamalıdır. Ülkeler şu anda hükümet projelerini finanse etmek için kişisel gelir vergisine güveniyor. Bu, iş piyasasının tükendiğinin ve yardımcı olacak yeni işletmeler açısından yenilemeye ihtiyaç duyduğunun açık bir göstergesidir. Ülke ileriye gitmek zorundadır (Woodruff ve McMillan, 2016).

Gelişmekte olan ülkelerdeki bir diğer önemli faktör de inovasyon ve dünyadaki hızlı değişimlere uyum sağlama yeteneğidir. İnovasyon ayrıca ekonomik büyümeye, iş dünyasındaki normal eğilimlerden yüzde otuz daha fazla katkıda bulunabilir. KOBİ'lerin pazarda bir niş boşluğuna sahip olma şansı daha yüksektir çünkü yeni bir iş kurulduğunda, girişimci o sektördeki tüm boşlukları incelemiş olacak ve bu sayede niş nedeniyle maksimum büyüme elde etme avantajına sahip olacaktır. Organizasyonun sahip olduğu boşluk önemlidir (Goedhuy vd., 2011).

Glinskiene ve Petuskiene (2011), küresel ekonomide büyümenin ve rekabet gücünün temelinde inovasyonun yattığını vurgulamıştır. Döviz kurlarından ve artan rekabet gücünden kaynaklanan birçok zorluğu olan belirsiz bir ekonomiyi oluşturur. Sonuç olarak, girişimciliğin önemi, risk almaya, yaratıcılığı teşvik etmeye ve yenilikçi olmaya hazır bir organizasyonla el ele gider.

Girişimciler, soru soran, ekonomik fırsatları görebilen ve gözden geçirildikten sonra ihtiyaç duyulan kaynakları elde edip bulan ve satış iş yönlendirme için çabalayan insanlardır. Finansal güç, iş yaratma ve sonuç olarak yetiştirilecek olan mal ve hizmetler için gereklidir. Girişimciler olmadan dünya büyüyemez ve refah sağlanamaz. Bunlar sadece etraftaki sorunları görmenin yanında, aynı zamanda etrafa bakan kişilerdir. Plan yapmayı severler ve bir ürün elde etmeye çalışırlar.

2.2.Girişimcilik Türleri

Girişimcilik, çeşitli girişim ve yaklaşımları kapsayan dinamik ve çok yönlü bir alandır. Stam ve Van Stel'e göre (2011) girişimcilik birkaç farklı kategori ve sınıflandırma ortaya koymaktadır. Literatürde tartışılan bazı yaygın girişimcilik türleri şunlardır:

Küçük işletme Girişimciliği: Küçük işletme girişimcileri, sınırlı büyüme potansiyeline sahip sürdürülebilir işletmeler yaratmaya odaklanarak tipik olarak yerel veya bölgesel olarak faaliyet gösterir. Bu girişimler genellikle yerel toplumun ihtiyaçlarını karşılamak için mal ve hizmetler sağlar.

Ölçeklenebilir Başlangıç Girişimciliği: Ölçeklenebilir başlangıç girişimcileri, hızla genişleme ve önemli karlar elde etme potansiyeline sahip yenilikçi ve yüksek büyüme gösteren girişimler yaratmayı amaçlamaktadır. Genellikle dış finansman ararlar ve mevcut pazarları bozmayı veya yenilerini yaratmayı amaçlarlar.

Sosyal Girişimcilik: Sosyal girişimciler, yalnızca kar elde etmekten ziyade sosyal veya çevresel hedeflerle motive olurlar. Yoksulluk, eğitim, sağlık hizmetleri ve çevresel sürdürülebilirlik gibi sosyal sorunları ele almak için yenilikçi çözümler geliştirirler.

Kurumsal Girişimcilik: Kurumsal girişimcilik, yerleşik şirketler veya kuruluşlar içindeki girişimcilik faaliyetlerini ifade eder. Yeniliği ve büyümeyi teşvik etmek için mevcut kurumsal yapı içinde yeni fikirler, ürünler, hizmetler veya süreçler geliştirmeyi ve uygulamayı içerir.

Yaşam Tarzı Girişimciliği: Yaşam tarzı girişimcileri kişisel tatmin ve iş-yaşam dengesine öncelik verir. Tutkuları, ilgi alanları ve arzulanan yaşam tarzlarıyla uyumlu, gelir elde ederken seçtikleri yaşam tarzını sürdürmelerine olanak tanıyan işletmeler yaratırlar.

Teknoprenörlük: Teknoprenörler teknoloji odaklı inovasyon ve girişimciliğe odaklanır. Yeni ürünler, hizmetler veya iş modelleri oluşturmak ve ticarileştirmek için teknolojik gelişmelerden yararlanırlar. Girişimleri genellikle yazılım, biyoteknoloji veya temiz enerji gibi yüksek teknoloji endüstrilerinde faaliyet göstermektedir.

Kültürel Girişimcilik: Kültürel girişimciler, kültürel mirası, gelenekleri ve sanatsal ifadeleri teşvik eden ve koruyan girişimlerde bulunurlar. Sanat, müzik, edebiyat, film, moda veya mutfakla ilgili işletmeler kurarak kültürel çeşitliliğe ve ekonomik kalkınmaya katkıda bulunurlar.

Çevrimiçi / Dijital Girişimcilik: Çevrimiçi veya dijital girişimciler, iş kurmak ve büyümek için teknolojiden ve internetten yararlanır. Buna e-ticaret girişimleri, dijital pazarlama ajansları, yazılım geliştirme girişimleri ve çevrimiçi içerik oluşturma dahildir.

Yenilikçi girişimcilik: Yenilikçi girişimcilik, müşterilerin ihtiyaçlarını yeni veya daha iyi bir şekilde karşılayan yeni ürün veya hizmetler geliştirmeyi içerir. Yenilikçi girişimciler genellikle güçlü bir teknik geçmişe sahiptir ve mevcut işletmelerin çözemediği sorunları tespit edip çözebilirler.

Akademik Girişimcilik: Akademik girişimcilik, akademik kurumlarda üretilen bilgi ve teknolojinin ticarileştirilmesini içerir. Akademisyenler ve araştırmacılar, bilimsel keşifleri pazarlanabilir yeniliklere dönüştürmek için endüstri ortaklarıyla iş birliği yapar, yan şirketler kurar veya fikri mülkiyeti lisanslar.

2.3. Genç Girişimcilik

Genç girişimciler, nispeten genç yaşta kendi işlerini kuran bireyleri ifade eder. Genellikle inovasyon, hırs ve kendi endüstrilerinde olumlu bir etki yaratma arzusundan kaynaklanırlar. Son on yılda, dünya çapında genç girişimcilerin sayısında önemli bir artış oldu. Teknolojideki gelişmeler, bilgiye erişim ve girişimciliğe yönelik değişen tutumlar bu eğilime katkıda bulunmuştur.

Genç girişimciler iş dünyasına birçok avantaj getiriyor. Genellikle yeni bakış açılarına sahiptirler, yeni teknolojilere hızlı uyum sağlarlar ve risk almaya daha açıktırlar. Ayrıca, ortaya çıkan trendlere aşina olmaları ve dijital pazarlama stratejilerini güçlü bir şekilde kavramaları daha olasıdır. Birçok genç girişimci sadece finansal başarı ile değil, aynı zamanda toplum üzerinde olumlu bir etki yaratma arzusuyla da yönlendirilir.

Yoksulluk, iklim değişikliği ve eğitsizlik gibi acil küresel sorunların çözümlerine odaklanarak sosyal girişimciliği benimsiyorlar. Bu genç liderler, iş zekasını sosyal bir misyonla birleştirek endüstrileri yeniden şekillendiriyor ve daha sürdürülebilir ve kapsayıcı bir geleceğe katkıda bulunuyorlar (Geldhof, 2014). İşte son derece başarılı genç girişimcilere birkaç örnek:

- Mark Zuckerberg: Facebook kurucu ortağı Mark Zuckerberg, sosyal medya platformunu 19 yaşında Harvard Üniversitesi yurt odasından başlattı. Facebook, dünyanın en büyük ve en etkili şirketlerinden biri haline geldi.
- Evan Spiegel: Snapchat'in kurucu ortağı Evan Spiegel, Stanford Üniversitesi'nde öğrenciyken popüler multimedya mesajlaşma uygulamasını yarattı. Snapchat yaygın bir popülerlik kazandığında Spiegel sadece 22 yaşındaydı.
- Brian Chesky: Airbnb'nin kurucu ortağı ve CEO'su Brian Chesky, insanların seyahat etme ve konaklama bulma şeklini değiştirdi. Airbnb'ye 2008 yılında iki oda arkadaşıyla başladı ve şirketin şu anda değeri milyarlarca dolar.
- Melanie Perkins: Canva'nın kurucu ortağı ve CEO'su Melanie Perkins, kullanıcıların profesyonel görünümlü tasarımları kolaylıkla oluşturmalarını sağlayan popüler grafik tasarım platformunu yarattı. Canva'yı 2012'de kurdu ve 6 milyar doların üzerinde bir tek boynuzlu at girişimine dönüştürdü.

Genç girişimciler, dinamik iş dünyasında gezinirken benzersiz zorluklarla karşılaşırır. Birincisi, sınırlı deneyim ve köklü bir ağın olmaması, güvenilirlik oluşturma ve yatırımcıları veya müşterileri çekme yeteneklerini engelleyebilir. Ek olarak, finansal kısıtlamalar ve sermayeye sınırlı erişim, girişimlerini finanse etmeyi ve büyümeyi sürdürmeyi zorlaştırmaktadır. İş dünyasının hızlı tempolu doğası, genç girişimcilere rekabette önde olmaları için büyük baskı uygulayarak sürekli uyum ve yenilik talep ediyor. Dahası, girişimciliğin taleplerini kişisel yaşamla dengelemek ezici olabilir ve çoğu zaman tükenmişliğe yol açabilir. Bununla birlikte, bu zorluklar aynı zamanda değerli öğrenme fırsatları sunarak genç girişimcileri esneklik, beceriklilik ve nihayetinde onları hedeflerine ulaşmaya itebilecek bir başarı açlığı geliştirmeye teşvik eder (Yoganandan, ve Vignesh, 2017).

2.4. Girişimcilik Bilgisi

Ekonomi için hayati önemi olan bilginin girişimcilik için önemli olduğu inkâr edilemez. Birçok kişi ve hükümet, girişimcilik eğitiminin, içinde yaşadığımız toplumdaki tüm insanların ve kuruluşların giderek daha fazla girişimci yeterliliklerle donatılmasını gerektiren ve giderek daha karmaşık hale gelen dünyaya bir yanıt olduğunu görmüştür (Gibb, 2002'ye atfen Lackeus, 2015). Bu kaygıyla birlikte okullar, girişimcilik kursları da dahil olmak üzere işletme kursları açmışlardır. Bununla birlikte, çoğu zaman okulların kaygısı, öğrencilere mantığın akışını takip eden gündelik düşünme yöntemini desteklemeyi öğretmektir.

Okullar, öğrencilere önceden bir hedef belirlemeyi ve daha sonra bunu başarmanın en verimli yolunu bulmak için araç ve kaynakları elde etmeyi öğretir (Sarasvathy, 2015'e atfen Rogan, 2015). Okullar, girişimcinin tutumunun veya zihniyetinin olağan düşünme biçimini takip etmediğini göstermiştir. Tutumları tahmin edilemez olup belirli bir araç seti ile başlayan ve hedeflerin ortaya çıkmasına ve zaman içinde değişmesine izin veren etkili düşünme tarzını takip etmektedir (Sarasvathy, 2015). İhtiyacı olan tek şey, içine girmenin araçlarıdır. Buradaki araç sadece iş bilgisi değil, aynı zamanda işe girmek için ihtiyaç duydukları sermaye de olabilir. Elleriindeki imkanları kullanarak yol boyunca ne yapacaklarını keşfedeceklerdir.

Girişimcilik kavramını takiben, girişimcilik eğitimi sadece işletme, pazarlama, stratejik planlama vb. ile ilgili kavram veya fikirleri tartışmakla kalmamalı, aynı zamanda girişimcilik eğitimi, yaratıcı girişimcilik gibi girişimci tutumu geliştirmek için de olmalıdır. Düşünme, yenilik, risk alma, yönlendirme ve kararlılık vb. bunlar geliştirilmesi gereken değerlerdir. Bu nedenle girişimcilik bilgisinin ya da girişimcilik eğitiminin etkisini ölçmek için sadece işletme bilgilerinin derecelerine değil, aynı zamanda konuyla ilgili öğrendiklerinin bir sonucu olarak beceri ve tutumlarına dayandırılması gerekir (Gedeon, 2017).

Bu nedenle, öğrencilerin girişimcilik eğitimi aldıktan sonra bir çalışma yapmak gerekebilir. Girişimcilik eğitiminin bir sonucu olup olmadığını, tutum ve niyetlerin değişmesi durumunda girişimcilik eğitiminin etkisini belirlemek için girişimcilik eğitimi mutlaka alınmalıdır. Ancak bu yaklaşımın oldukça yetersiz olabileceği ifade edilmektedir

(Lautenschläger ve Haase, 2011), çünkü bu yaklaşımlar girişimcilik eğitiminin faydasını ne teyit ediyor ne de çürütüyor.

Bu zorluklar göz önüne alındığında, bazı araştırmacılar hala Fayolle vd., tarafından belirtildiği gibi girişimcilik eğitiminin girişimci tutumları ve niyetleri geliştirebileceğine inanmaktadır (2006). İş yaratmanın başarıya ulaşmasının uzun yıllar aldığını ve bu da girişimcilik eğitiminin rolünü ortaya çıkarmayı zorlaştırıyor.

Böyle bir değerlendirme, girişimcilik eğitimi mezunlarının girişimci olarak hareket etme sıklığının daha yüksek olduğu davranışsal araştırma çalışmasıyla da doğrulanmaktadır (Kolvereid ve Moen, 1997; Menzies ve Paradi, 2002). Yukarıda bahsedilen girişimcilik araştırmalarına dayanarak, çok kesin olmasa da girişimcilik niyetlerini artırmada eğitimin rolüne hala inanmaktayız.

2.5. Girişimcilik Niyetleri

Niyet, planlanmış eylemler tarafından yönlendirilen öngörülebilir bir sonuçtur. Planlı davranış teorisi, tutumlar ve davranış arasındaki ilişkilere vurgu yapar (Hyder vd., 2011). Niyetler tasarlanmış davranışı öngörür, çünkü davranış önceden tasarlanabilir. Girişimcilerin bakış açısına göre niyet, bir organizasyon kurmak için gerekli itici güç ve yeni tutarlı girişimin bir göstergesi olarak kabul edilmektedir (Lerner ve Pines, 2011). Bu aynı zamanda girişimci zihniyetli bireylerin en yüksek kârı elde etmeyi düşündükleri fırsatları takip etmelerini sağlamaktadır.

Lans vd., (2010) gibi araştırmacılar, bir iş yaratmak için üç tür niyeti vurgulamışlardır: klasik girişimcilik niyeti, ikame girişimcilik niyeti ve girişimcilik niyeti. Bu tür girişimci yönler, girişimciler arasında çeşitli öğrenme hedefleri ve özel gereksinimler oluşturur. Daha spesifik olarak, girişimci niyet bir bireyin gelecekte bir iş kurarken beslediği arzu veya bir girişim yaratma hedefini yerine getirmek için bilgi arayışıdır.

Van Gelderen vd., (2008)'a göre girişimci niyetler, yeni girişimlerin temelini oluşturdukları için girişimcilik sürecinin anlaşılması için hayati öneme sahiptir. Çeşitli araştırmalar, girişimcilik niyetinin uzun vadeli bir süreçte ilk rehber olarak görülebileceğini de göstermiştir. Pulka vd., (2014), girişimci niyetin öğrencilerin girişimci tutumu üzerinde

yapıcı bir sonucu olduğunu ve bir öğrencinin girişimci olmaya karar vermesinin en büyük nedenlerinden biri olmaya devam ettiğini belirtmektedir. Bu nedenle araştırmacı eğitim yetkililerini geleceğin girişimcileri olmaları konusunda motive etmek için daha fazla motivasyon uygulamaya ve öğrencilerle başarı hikayeleri paylaşmaya çağırıyor.

Douglas ve Fitzsimmons (2013) bireyin kişisel özellikleri ile girişimcilik niyetleri algıları arasında bir ilişki olduğunu bulmuşlardır. Ayrıca, kişisel özellikler ile girişimcilik niyeti girişimci olay modeli ve planlı davranış modeli olarak iki faktöre dayanmaktadır. Douglas ve Fitzsimmons (2013) arzu edilirlilik, hareket etme eğilimi ve fizibilite algısının girişimcilik olayı altında sınıflandırıldığı gerçeğini daha da detaylandırmıştır.

Model ve sosyal normlar; eyleme yönelik tutum ve algılanan davranışsal kontrol, planlı davranış altında sınıflandırılır. Arzu edilirlilik ve fizibilite de dahil olmak üzere yukarıdaki faktörlerin girişimcilik için kilit faktörler olduğu daha önce algılanmıştı, ancak zamanla, girişimcilik niyetinin girişimcilikte en yaygın olduğu, çünkü niyet eksikliğinin bir ticari girişimin aşağıdakiler arasında nafîle olmasına yol açabileceği belirtilmektedir (Achchuthan ve Sivarajah,2013).

Girişimci niyet, girişimcilik faaliyetinin demografik faktörler, kişilik özellikleri veya belirli durumlardan daha doğru bir yordayıcısıdır. Araştırma, niyet ve gerçek davranış arasında güçlü bir ilişki olduğunu göstermektedir (Ajzen vd., 2009). Sondari (2014), girişimcilik niyetini belirleyen faktörleri incelemenin önemli olduğunu düşünmüştür. Ajzen (1987) ve Shapero (1975) gibi araştırmacılar tarafından sosyal psikoloji çalışmaları kapsamında yürütülen çalışmalar, niyetlerin davranış süreçlerine eleştirel bir bakış açısı sağladığını göstermiştir. Tutumlar niyetleri tahmin ederken, niyetlerin davranışı başarılı bir şekilde tahmin ettiğini ampirik olarak gösterdiler. Ajzen'in (1987) çalışmaları, amaçlı bir davranışın öncüsü olarak niyetlerin önemini vurgulamıştır. Niyetler, deneyimlerin, ilişkilerin ve davranışların sonuçlarının anlaşılmasına yardımcı olur. Bir bağlılık biçimini temsil eder.

Bu nedenle, birçok yazar, tutumların, sosyal normların ve girişimcilik niyeti üzerindeki algılanan kontrolün etkisini gösteren planlı davranış teorisine dayalı olarak girişimcilik niyetini incelemiştir (Heuer ve Linan, 2013). Bazı bilim adamları, girişimcilik eğitiminin girişimci niyet modeline dahil edilmesi gerektiğini öne sürmüşlerdir. Bunun nedeni, girişimcilik eğitim ve öğretim programlarının bireylerin girişimciliğe yönelik tutumlarında,

öz-yeterlik düzeylerinin değişmesine ve girişimcilik kariyerini yönetebileceklerine dair kontrollerini artırmalarına ve girişimciliğe yönelik algılarını değiştirerek girişimcilik niyetlerini etkilemektedir (Peterman ve Kennedy, 2003; Kolvereid ve Isaksen, 2006; Dell, 2008; Tam ve Hasen, 2009).

Gelişmekte olan ekonomilerde girişimcilerin sürekli ortaya çıkmasına duyulan ihtiyaç aşırı vurgulanamaz. Genellikle bir toplumun geleceği olarak tanımlanan gençler, her zaman girişimci olabilecek gerçek bir bireyler havuzu sunar. Çalışmaların girişimcilik niyetleri kavramını incelemesinin nedeni bu olabilir (Drennan vd., 2005) zira dünya çapındaki üniversitelerde öğrenciler arasında (Wu ve Wu, 2008) yapılmıştır.

Bu eğilim Afrika'da da göze çarpıyor. Küresel sosyal-ekonomik ortamın mevcut görünümü, ulusal ekonomik başarının özellikle Afrika, girişimcilik faaliyetinin kapsamı tarafından belirlenme eğilimindedir. Gerçekten de ekonomilerin girişimci olması gerekir (Amos ve Alex, 2014) ve bu da ancak bireysel girişimcilerin ortaya çıkmasıyla mümkündür (Gürbüz ve Aykol, 2008). Bu, büyük ölçüde girişimci niyetler üzerine yapılan çalışmaların değerini vurgulamaktadır.

Fayolle ve Liñán (2014), girişimcilik niyetinin girişimcilik alanında konsolide bir araştırma alanı haline geldiği görüşündedir. Bu nedenle hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ekonomilerde girişimcilik niyetleri üzerine birtakım çalışmalar yapılmıştır (Amos ve Alex, 2014). Beklendiği gibi, bu çalışmalarla yeni bilgiler ortaya çıkıyor, ancak ele alınması gereken daha fazla soru ortaya çıkıyor (Fayolle ve Liñán, 2014). Bir de (1988) girişimcilik niyetini, mevcut bir organizasyonda istihdam beklentilerini takip etmeye kıyasla, bireyin dikkatini ve eylemini serbest mesleğe yönlendiren bir zihin durumu olarak tanımlamaktadır. Esasen girişimci niyet kavramı bu nedenle bir iş sahibi olma ya da serbest meslek sahibi olma arzusuyla ilişkilidir (Thompson, 2009). Bu iş kurma veya serbest meslek arzusu, diğerleri arasında bireysel ve toplumsal faktörlerle sınırlı olmayan sorunlarla ilişkilendirilebilir. Altta yatan nedenler ne olursa olsun, Krueger ve Brazeal (1994), girişimcilik odaklı niyetlerin girişimcilik eyleminin faydalı öncülleri olarak kabul edilebileceğini iddia etmektedir.

Bu, planlı davranış modellerinin girişimci niyetlerle ilgili herhangi bir çalışma için kurucu mantığı pekiştirirken öğretici hale getirdiği öncüdür. Gerçekten de Eresia-Eke ve Gunda

(2015) niyetlerin davranıştan önce geldiğini ve davranışı tahmin edebileceğini savunuyor. Bu nedenle, öğrencilerin girişimcilik niyetlerinin girişimcilik bilgisi kariyer seçeneği olarak girişimciliği ne ölçüde tercih edeceklerinin belirlenmesine katkıda bulunmalıdır.

Diğer modeller arasında, Ajzen'in (1991) planlı davranış modeli oldukça baskındır (Fayolle ve Liñán, 2014). Genel olarak, Ajzen'in modeli ve Shapero-Krueger'ingirişimci olay modeli (Krueger vd., 2000) duygusal zekâ söylemi için faydalı olmuştur.

Ajzen'in (1991) modeli, sübjektif normlar, algılanan davranışsal kontrol ve girişimci niyetin gelişimi ile ilişkili bir davranışa karşı tutum arasında bir karşılıklı etkileşim olduğunu ve bunun sonucunda bireyin girişimcilik davranışını bilgilendirdiğini öne sürer. Sübjektif normlar, bireyin “kabul edilebilir” standartlara uygunluğunun toplumsal beklentilerini tanımlarken, algılanan davranışsal kontrol, bireyin serbest meslek sahibi olmak için gerekli kaynaklar üzerinde uygulayabileceği kontrol düzeyine ilişkin bireyin algısıyla ilgilidir.

Bir davranışa yönelik tutum, bireyin belirli bir davranışı olumlu veya olumsuz olarak görme derecesine işaret eder. Birey ile ilişkili faktörler arasındaki ilişkiyi ve bunların girişimcilik niyeti ile nasıl ilişkili olduğunu inceleme yaklaşımı, her araştırmacının çalışma için faydalı olduğu düşünülen belirli değişkenlere odaklanmayı tercih ettiği önceki çalışmalarda uygulanmıştır. Belirli davranışları sergileme niyeti, ihtiyaçlar, değerler, istekler, alışkanlıklar ve inançlar gibi çok sayıda faktör tarafından şekillendirilir ve etkilenir. Bu pozisyon, niyeti sırasıyla bilişsel değişkenler ve durumsal faktörlerle ilişkilendiren Ajzen (1991) ve Liñán ve Chen (2006) tarafından desteklenmektedir.

2.6. Türkiye'deki Uluslararası Öğrenciler

Öğrenciler çeşitli bir ülkeye taşındıklarında başka bir atmosfere girerler, yani yerli vatandaşlarla aynı durum değildir. Üniversitelerdeki uluslararası öğrenciler, girişimcilik niyetlerini oluşturmak için engeller yaratabilecek birçok durumla karşı karşıya kalmaktadır. Göteborg'daki Chalmers Girişimcilik Okulu'ndaki McGill Konferansı'nda İsveç'teki yabancı öğrencilerin karşılaştığı zorlukların tetikleyicisi olarak girişimcilik niyetleri için engeller oluşturabilecek birden fazla neden tespit edildi ve onlar: makro düzey, bu düzeyde uluslararası öğrenciler dil engeli, ilgili bilgileri, yönetmelikleri, yasal destekleri bulamama

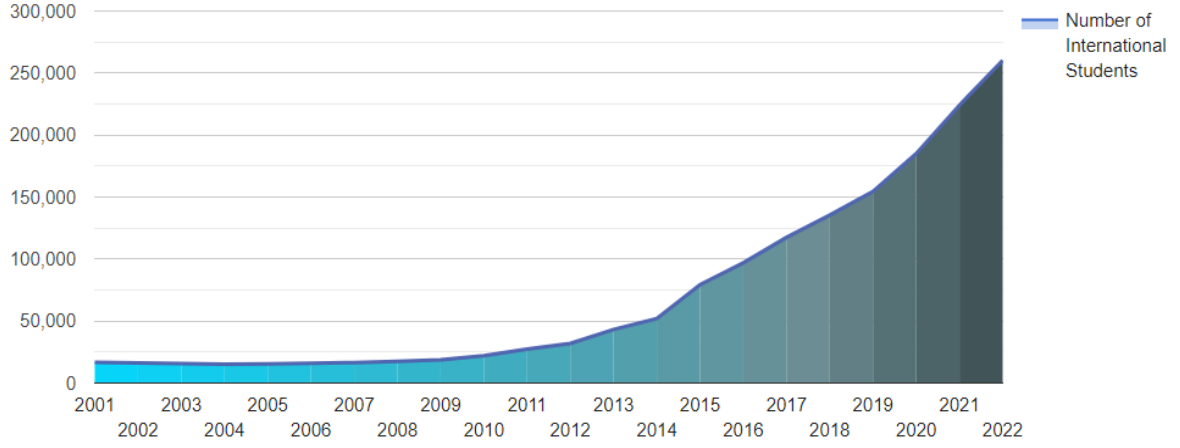
sorunu veya finansal fırsatlar gibi yeni kültür nedeniyle birden fazla sorunlarla karşılaşmaktadır (Macarthy ve Yang, 2017).

Sıradaki orta faktör düzeyidir, bu faktörler uluslararası öğrenciler işlerine başladıklarında ortaya çıkar, ancak bu faktörlerin korkusunu girişimcilik niyetleri oluşturmak için çok şey etkiler, bunlar etkili finansörler, müşteriler, işbirlikçiler veya tedarikçiler bulmaktır. Son kategori, grupların azınlığının ekip oluşturma veya potansiyel önyargı yaratma nedeniyle meydana gelen mikro faktör seviyesidir.

Öte yandan, Sohrabpour vd., (2013) uluslararası öğrencilerin yaşadığı durumları üç seviyeye ayırmıştır: Kültürel şok, dil şoku ve akademik şok; bu şoklardan bir hastalık olarak da bahsetmişlerdir. Ancak bu çalışmada yazarlar, Ajzen'in Planlı Davranış Teorisini kullanarak Türkiye'deki uluslararası öğrencilerin bu engellere rağmen girişimcilik niyetlerini nasıl oluşturduklarına odaklanmaya çalışmışlardır. Üniversite öğrencilerinin bir kariyer yolu seçmelerinin önemini farkına vararak, Türkiye'deki üniversitelerde okuyan uluslararası öğrencilerin girişimcilik eğilimlerini analiz etmeyi işletme çalışmaları alanına ilgi çekici buluyoruz.

Uluslararası öğrenciler, buraya geldiklerinde ve eğitim, konaklama için para harcamaya başladıklarında veya iş piyasasına girdiklerinde Türkiye ekonomisine katılıyor, ülkenin sosyal-ekonomik ortamı için çok şey ifade ediyor. 2021-2022 eğitim öğretim yılında Türkiye'de okuyan yaklaşık 9.000 (8000 lisans) yeni yabancı öğrenci vardı (Türkiye Yükseköğretim Kurulu), sadece İstanbul'da geçen yıl çoğu şehirde iş arayan 1000'den fazla uluslararası öğrenci kalıyordu. Türkiye'nin resmi istatistiklerine (Türkiye Yükseköğretim Kurulu) göre, yabancı uyruklu öğrenci sayısı 2001 akademik yılından itibaren artmaya devam etti.

Bundan sonra, toplam uluslararası öğrenci sayısı her yıl önemli ölçüde artmaya devam etti ve 2021-2022 eğitim öğretim yılında, 2001'deki 16.600'e kıyasla oldukça yüksek olan 260,289'e ulaştı. Gösterilen grafikte, 2000/2001-2021/2022 eğitim öğretim yılından itibaren Türkiye'de okuyan uluslararası öğrencilerin yüzdesi Şekil Ek-1'de gösterilmektedir. Burada gelen eğrinin son yıllarda yüksek oranda yükselmeye devam ettiğini görüyoruz.



Şekil 1 Türkiye’deki Uluslararası Öğrencileri İstatistikleri (Study in Turkey, Resmi Websitesi, 2023)

Bu veriler uluslararası öğrencilerin Türkiye’de aldıkları eğitim sonrasında yapacakları kariyerin önemini göstermek amacıyla sunulmuştur. Bu bağlamda bu öğrencilerin niyetlerini ve düşüncelerini incelemek; kaçının bu rekabetçi pazarda işsizlikle cebelleşeceğini ve kaçının girişimci olmayı planladığını bilmemiz konusunda bizlere yardımcı olacaktır. Türk hükümeti 2001’li yıllardan itibaren okullarda ve özellikle üniversitelerde girişimciliği tüm eğitim sisteminde uygulanması gereken bir ilke olarak tanımlayıp bu düşünceyi benimsemiştir.

Yukarıda bahsedilen tartışma, girişimcilik üzerine çalışmanın önemini ve araştırmacıların üniversite öğrencilerinin girişimcilik niyetlerini inceleme konusundaki ilgisini göstermektedir. Farklı bir ülkeye taşınan üniversite öğrencileri için koşullar karmaşıktır ve girişimciliğe olan eğilimlerini incelemek önemli görünmektedir. Bu çalışmada Türkiye’deki uluslararası öğrenci sayısındaki artışa, onların Türkiye toplumu ve ekonomisindeki rollerine ve kendi mesleki yaşamlarına odaklanılarak araştırma alanını daraltmaya karar verilmiştir.

2.7. Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Niyetleri ile İlgili Önceki Çalışmalar

Üniversiteler, bilgiyi gerçek hayatta bir şeye ima etmek için bilgi dağıtımı ve genç zihinleri inşa eden merkezlerdir (Oosterlinck ve Leuven, 2002). Üniversiteler, bilgi işlemenin para kazanma aracı olduğu ekonomide önemli bir bileşen olarak kabul edilmektedir (Etzkowitz ve Leydesdorff, 2000). Nitelikli insan kaynakları yaratmanın yanı sıra üniversiteler, toplum

ve ekonomi için değerli olabilecek araştırma ve bilgi aktarımı konusunda da büyük çaba göstermektedir. Yani bir teknoloji transferi alanı olarak çalışmaktadırlar (Fischer vd., 2019). Üniversitelerin eğitim düzenlemesinin, bursiyerlerin girişimci faaliyetleri teşvik eden bilgilerle çalışabilecekleri bir ortam sağlaması da önerilmektedir (Marzocchi vd. 2019). Ancak üniversiteler, gençler arasında girişimciliğin geliştirilmesine yardımcı olan kaynaklar ve yetenekler açısından geniş bir çeşitlilik sunmaktadır (Di Gregorio ve Shane 2003; Beyhan ve Fındık 2017).

Son yıllarda araştırmacılar, üniversite öğrencilerinin girişimcilik niyetlerinin araştırılmasına odaklanmaktadır (Oosterlinck ve Leuven, 2002). Üniversite öğrencileri genellikle geleceğin girişimcileri olarak kabul edilirken, üniversite öğrencilerinin girişimcilik faaliyetlerini belirlemedeki temel değişken, girişimcilik niyetidir (Krueger vd., 2000). Üniversite öğrencilerinin girişimcilik niyetini belirleyen faktörler, ilgili literatüre göre bireysel faktörler (mikro seviye) ve dış faktörler (makro seviye) olmak üzere iki kategoriye ayrılmaktadır (Garavan ve O' Cinneide, 1994). Mikro düzeydeki değişkenler bireysel özellikleri, psikolojik özellikleri, okul deneyimini, girişimcilik uzmanlığını ve beceriyi içerirken, makro düzeydeki değişkenler arasında sosyal kültürler ve normlar, siyasi atmosfer, ekonomik durum, kişisel sosyal ağ, aile bağlamı ve girişimcilik eğitimi yer alır. Daha önceki çalışmalarda (Shapero ve Sokol, 1982; Shaver ve Scott, 1992) ve niyet modellerinde, yazarlar tarafından girişimci niyetleri belirlemek için sadece içsel faktörler dikkate alınmıştır (Oosterlinck ve Leuven, 2002).

Ancak daha sonra diğer yazarlar tarafından da dikkate alınan dış faktörler de iç faktörler kadar önemlidir (Ajzen, 1991; Shook, 2003). Girişimcilik amacı, yalnızca taşıyıcı değişkenler (bireysel faktörler) ve durumsal değişkenler ile (dış faktörler) birlikte işlev gördüğünde teşvik edilebilir, Ajzen'in (1991) planlı davranış modelinde girişimcilik niyeti üzerine araştırma yapmak için bunların iyi bir kombinasyonu vardır (Elfving, 2008).

Bununla birlikte, öğrencilerin girişimcilik niyeti üzerine çalışma yapmak için diğer modellerle karşılaştırıldığında, çoğu yazar, öğrencilerin girişimcilik niyetini oluşturmanın arkasındaki ana faktörleri belirleyen ana değişkenleri içerdiğinden, değiştirilmiş planlı davranış modelini tercih etmektedir (Gird ve Bagraim, 2008; Turker ve Selcuk, 2009; Yurtkoru vd., 2014; Doğan,2015; Maresch vd., 2016; Roy vd., 2017; Al-Jubari, 2019; Usman ve Yennita, 2019; İlerisoy vd., 2021).

Al-Jubari (2019) tarafından üniversite öğrencilerinin girişimcilik niyetlerine yürütülen bir çalışmada, Kendilik Belirleme Kuramı ve Planlanmış Davranış Kuramı niyetlere etki eden faktörleri anlamak için beraber kullanılmıştır. Yapılan nicel araştırma sonucunda özerklik, yetkinlik, ilişkili olma, tutum, öznel normlar ve algılanan davranışsal kontrol gibi değişkenler arasında girişimcilik niyetini önemli ölçüde etkileyen ilişkiler bulunmuştur.

Gird ve Bagraim (2008), son sınıf üniversite öğrencileri arasında girişimcilik niyetinin bir öngörücüsü olarak Planlanmış Davranış Kuramını araştırdı. Bu Güney Afrika çalışması, veri toplamak için anket kullandı ve tutum, öznel normlar ve algılanan davranışsal kontrolün katılımcılar arasında girişimcilik niyetini önemli ölçüde etkilediğini buldu. Bulgular, psikolojik faktörlerin üniversite öğrencilerinin girişimcilik niyetlerini şekillendirmedeki önemini vurgulamaktadır.

Maresch vd. (2016), girişimcilik eğitiminin bilim ve mühendislik programlarında okuyan öğrenciler ile işletme programlarındaki öğrencilerin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisini araştırdı. Çalışmada, nicel bir yaklaşım kullanıldı ve girişimcilik eğitiminin hem bilim ve mühendislik öğrencileri hem de işletme öğrencileri arasında girişimcilik niyetini olumlu yönde etkilediğini buldu. Bulgular, farklı akademik disiplinlerde girişimcilik eğitiminin girişimci hedeflere ulaşmada ne kadar önemli olduğunu vurgulamaktadır.

Roy vd. (2017), Hindistan'daki bilim ve teknoloji öğrencileri arasında girişimcilik niyetini araştırdı ve Planlanmış Davranış Kuramını genişletti. Davranışsal araştırma kullanılarak yapılan çalışma, tutumun, öznel normların, algılanan davranışsal kontrolün ve öz-kimliğin bilim ve teknoloji öğrencileri arasında girişimcilik niyetini önemli ölçüde etkilediğini ortaya koydu. Araştırma, psikolojik faktörlerin ve bireysel inançların bu özel öğrenci grubunda girişimcilik niyetini şekillendirmedeki önemini vurgulamaktadır.

Usman ve Yennita (2019), Türkiye'deki uluslararası öğrenciler arasında girişimcilik niyetini araştırdı. Nicel bir yaklaşım kullanılan çalışma, algılanan arzu, uygunluk ve girişimcilik öz-yeterliliğinin uluslararası öğrenciler arasında girişimcilik niyetini önemli ölçüde etkilediğini ortaya koydu. Bulgular, bu özel öğrenci grubu arasında girişimcilik niyetini şekillendirmede öz-inandırıcılığın ve fırsat algısının önemini ortaya koymaktadır.

Yurtkoru vd. (2014), Türk üniversite öğrencileri arasında girişimcilik niyetinin öncüllerini araştırdı. Çalışma, nicel yöntemle anket kullanarak yapıldı ve öznel normlar, algılanan davranışsal kontrol ve girişimcilik öz-yeterliliğinin girişimcilik niyetini önemli ölçüde etkilediğini bulmuştur. Araştırma, Türk üniversite öğrencileri arasında girişimcilik niyetini şekillendiren psikolojik faktörleri açığa çıkardı.

İlerisoy vd., (2021), mimarlık eğitiminin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisine odaklanan bir vaka çalışması yürüttü. Araştırma, Türkiye'deki altı üniversiteden mezun mimarlardan oluşan bir katılımcı grubuna odaklandı ve nitel ve nicelden oluşan karma bir yöntem kullanıldı. Çalışma, mimarlık eğitiminin katılımcılar arasında girişimcilik niyetini olumlu yönde etkilediğini buldu ve mimarlık alanında girişimci hedeflere ulaşmada eğitimin rolünü vurguladı.

Doğan (2015), Türkiye'deki üniversite öğrencileri arasında girişimcilik niyetinin girişimcilik eğitimi üzerindeki etkisini inceledi. Nicel yöntemle yürütülen bu çalışma, girişimcilik eğitiminin girişimcilik niyetini olumlu yönde etkilediğini ortaya koydu. Bulgular, Türkiye'deki öğrencilerin girişimci hedeflerini şekillendirmede eğitim müdahalelerinin önemini vurguladı.

Türker ve Selçuk (2009) Türkiye'deki 300 üniversite öğrencisinden oluşan bir örneklem üzerinde bir model önermiş ve ampirik olarak test etmiştir. Girişimci destek modeli (ESM), ağırlıklı olarak bağlamsal faktörlerin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisini incelemiştir. Modelde, girişimcilik niyeti eğitimsel, ilişkisel ve yapısal desteklerin bir fonksiyonu olarak alınmıştır. Araştırmanın sonuçları, eğitimsel ve yapısal destek faktörlerinin öğrencilerin girişimcilik niyetini etkilediğini göstermiştir.

2.8. Girişimci Olunmasında Eğitimin Rolü

Üniversiteler veya okullar girişimciler yaratabilir mi? Sınıftaki öğretmenlerin girişimciliği öğretmek için doğru kişiler olup olmadığı ve öğrenilip öğrenilemeyeceği hala tartışılmaktadır Bazıları, becerilerin ve girişimci zihniyetin öğretilmesinin tek yolunun, girişimcilerin başarılarını ve başarısızlıklarını incelemeleri ve gerçek dünyadaki pratik deneyimleri paylaşımları olduğunu savunuyor. Bu girişimcilerin sınıfa gitmeleri ve deneyimlerini paylaşımları gerektiği anlamına gelir. Diğerleri girişimciliğin

öğretilmeyeceğini söylüyor; bu başarılı girişimcilerin doğuştan gelen farklı özellikleri vardır ve bazı insanlar fırsatları görmeye ve yeni ve yenilikçi yollarla bu fırsatların peşine düşmeye hazırdır (Sarasvathy, 2015).

Girişimci zihniyeti düşündüğümüzde, sahip olduğumuz geleneksel eğitim ile bağdaştırmak zor olacaktır. Bu, sınıfı girişimci zihniyetler oluşturmaya dönüştürmek için bir meydan okumadır. Öğrencilere iş hayatına atılmanın öğretilmesi anlamında, geleneksel eğitimin öğrencilere gündelik düşünme yöntemi veya öngörücü düşünme (Sarasvathy, 2015) ile öğrettiği bir gerçektir. Ayrıca birisinin işe gittiğinde yapması gereken ilk şeyin çevreyi taramak, işi tasavvur etmek, ardından misyon ve hedefleri oluşturmak, kilit sonuç alanlarını, performans göstergelerini ve stratejilerini belirlemek olduğunu söylüyor. Öğrencilere, bu çalışma prosedürleri standartlarını takip ettiklerinde başarılı olacakları öğretilir. Böyle bir yöntem, yaratıcı düşünceye dayanan girişimci zihniyet ve davranışlara sahip kişilerle etki göstermeyebilir.

Yaratıcılık sınıfta oturarak değil, yaratıcı düşünme süreçlerini yaşayarak ve uygulayarak öğrenilir. Robinson, bu tür geleneksel eğitime meydan okuyor. Keşfederek, varsayımları sorgulayarak, hayal gücünü kullanarak ve bilgileri sentezleyerek yenilikçi ve girişimci olmayı öğrendiğimizi iddia ediyor. Robinson, geleneksel eğitimin uyum ve doğrusal bir yol üzerindeki vurgusunun bunu engellediğini ileri sürmektedir (Rogan, 2015). Girişimciler doğası gereği etkili akıl yürütürler. Belirli bir amaç, misyon veya hedefle başlamazlar. Bunun yerine, belirli bir araç seti ile başlar ve hedeflerin, kurucuların ve etkileşimde buldukları insanların çeşitli hayal gücü ve çeşitli gözlemlerinden zaman içinde ortaya çıkmasına izin verir (Sarasvathy, 2015).

Etkili akıl yürütme fikrinden yola çıkarak, şimdi eğitimin alaka düzeyiyle ilgili bir sorunumuz daha var çünkü etkili düşünme, sınıf ortamında mutlaka yapılandırılmış veya mantıksal bir zihniyetle, yaratıcılıkla öğrenilmez. Yani yaratıcılık mantık yoluyla öğrenilmez. Yaratıcılık, sahadaki deneyim süreciyle öğrenilir. Böyle bir gerçeklik, sınıfta olup bitenler ile girişimciler üretmek için gerekenler arasında bir kopukluk yaratır. Girişimciler çevrenin ürünüdür. Çevreyi gören kişi fırsatı görebilir. Bu, tüm üniversiteler için özel bir zorunluluktur. Bu nedenle Fadel (2016), özellikle teknik okullar ve üniversitelerdeki öğrenciler için özel sektörle daha yakın bir ilişki içinde olup yeni kurulan şirketler ve iş piyasası ile daha sıkı bir bağ olması gerektiğini öne sürmektedir. Okul,

bağlantılar aracılığıyla bilgiyi pratiğe dönüştürerek okulda gelişen temel bilgileri gerçek insanlar için gerçek sonuçları olan gerçek şeylere ve gerçek eylemlere dönüştürebilir. Ve okuldaki bu çeviri girişimciliktir (Toone, 2016).

Bu nedenle okulların endişesi, eğitimin işgücü piyasası ve girişimciliğin büyümesi için doğru becerileri kazandırmasının nasıl sağlanacağıdır. Fadel (2016), eğitimin bugün karşı karşıya olduğu iki zorluğa dikkat çekiyor. Birincisi, eğitim ve gençlerin işlere nasıl hazırlanacağıdır. İkincisi ise yarının ekonomisini inşa etmek, dünya çapında en hızlı büyüyen sektör olan dijital ekonomi gelecek 50 yıl için inovasyon ve ekonomik büyümenin ana itici gücü olacaktır. Her iki zorluk da girişimcilikle ilgilidir. Girişimciliğin becerileri ve değerleri çok açıktır: problem çözme, eleştirel düşünme, takım çalışması ve risk alma bu beceriler arasındadır.

Bu nedenle, buradaki endişe, öğrencilerin problem çözücü, eleştirel düşünen veya yaratıcı düşünen, risk alan ve ekip çalışanı olarak nasıl yetiştirileceğidir. Girişimci tutum ve davranışı sınıfta öğrenilmeyebilir, ancak yine de bu tutum ve davranışı daha iyi bir şekilde geliştirmek için eğitimin önemli olduğu kabul edilmektedir. Üniversite, iş sürecini ve problem çözmeyi ele almak için gerekli becerileri sağlayarak girişimci tutumunu geliştirir. Yarının dünyası bugünün hala okuyan gençlerine aktarılıyor. Sadece sahip olduklarımızı korumakla değil, aynı zamanda yenilerini inşa etmek ve geliştirmekle de görevlendirildiler. Bu nedenle eğitim, gelecekte yetenekli girişimciler olmak için iş dünyasındaki beceri ve teorilerle genç nesli eğitebilmelidir, çünkü çok yönlü beceri setleri ve kârlı işler geliştirerek dünyayı şekillendirmek girişimcilerin işidir.

Ekonomilerimizdeki (Full Fabric, 2017) bu zorluk, okul veya üniversitelerin ilerici fikirleri, eleştirel düşünmeyi ve yeniliği teşvik eden bir eğitim ortamı yaratmasını ve öğrencileri işletme sahipliğinin dalgalı sularında gezinmek için ihtiyaç duydukları pratik bilgi ve becerilerle donatmasını gerektirir. Okul müfredatının, özellikle lisans öğrencilerinin amacı temel olarak girişimci olma konusunda farkındalık ve motivasyon unsurlarına odaklanmaktır. Bu düzeyde, girişimcilik içerikleri, öğrencilerin serbest meslek ve iş kurma konusundaki zihniyetlerini teşvik etmektir.

Müfredatın içeriği ve öğretim stratejileri, daha önce öngörülemeyen ve alışılmadık yönlere geleneksel bilgeliğin sınırlarını zorlamak için korkusuz bir arayış ruhu yaratabilmelidir.

Lisansüstü ve bu düzeyin amacı, girişimcilikle ilgili gerekli becerileri kazandırmaktır. İlgili içerikler, bir iş planı, pazarlama planı ve finans gibi pratik araçlardır. Girişimcilik eğitimindeki bileşenler esastır çünkü birçok bilim insanı girişimcilik niyetinde olumlu sonuçlar bildirmiştir (Abbas, 2013). Nitekim, son zamanlarda yapılan araştırmalar, girişimci tutum ve niyetin girişimci davranışı belirleyen faktörler olduğuna işaret etmektedir (Ajzen 1991).

3. YÖNTEM

Bu araştırmanın amacı, Türkiye'de ikamet eden uluslararası öğrencilerin girişimcilik bilgi ve niyetlerini incelemek ve serbest meslek sahip olma isteklerini ve kararlarını şekillendiren faktörlerin neler olduğunu öğrenmektir. Uluslararası öğrencilerin inançları ve koşulları, özellikle kâr elde etmek veya bir planı gerçekleştirmek için bir kuruluş kurmak söz konusu olduğunda genellikle yerlilerden farklıdır. Bu araştırma, uluslararası üniversite öğrencilerinin ifadeleri, görüşlerini, algılarını ve niyetlerini ölçerek, Türkiye'deki üniversitelerde girişimci bilgisini ve niyetlerini besleyen koşulların oluşturulmasına yönelik önerilerde bulunmayı amaçlamaktadır.

3.1. Araştırmanın Önemi

Bu çalışmanın bulguları, üniversiteye ve kamuya çok büyük faydalar sağlayacaktır. Bu girişimciliğin öğrenme ortamında ve genel olarak dünya çapında üniversite öğrencilerinin yaşamlarında oynadığı önemli rol dikkate alınarak yapılır. Bu nedenle, bu çalışmanın önemine üç ana açıdan bakılabilir:

Eğiticiler için önemi: Bu çalışma, potansiyel girişimci olan öğrencileri iş hayatına atılmak için gerekli becerilerle donatarak üniversitenin girişimcilik eğitimini teşvik etmesine yardımcı olacağından Bartın Üniversitesi için birincil öneme sahip olacaktır. Bu çalışma, yüksek öğrenim kurumlarının girişimcilik programlarını müfredatlarına dahil etmelerine yardımcı olacaktır. Çalışma aynı zamanda üniversite liderliğine ve öğretim görevlilerine öğrencilerinde girişimcilik niyetlerini teşvik eden koşulları nasıl yaratabilecekleri konusunda önerilerde bulunacaktır.

Öğrenciler ve toplum için önemi: Bu çalışma öğrenciler arasında girişimcilik niyetlerini belirleyen çeşitli hedefleri incelemektedir ve bu sayede Türkiye'deki uluslararası üniversite öğrencilerinin bu hedefleri anlayıp değerlendirebilecekleri ve böylece kendi işlerini kurabilecekleri; bağımsız olmak ve diğer gençler için istihdam yaratmak, böylece Türkiye'de veya kendi ülkelerinde ekonomik büyümeye katkı sağlamaktadır. Bu çalışma, yönetim alanındaki bilgi birikimine katkıda bulunacaktır.

3.2. Sınırlılıklar

Araştırma, sadece Türkiye'de öğrenim gören uluslararası üniversite öğrencilerinin girişimcilik bilgisi ve girişimcilik niyetlerinin araştırılması ile sınırlıdır. Bu nedenle Türk uyruklu öğrenciler değerlendirmeye alınmamıştır.

3.3. Tanımlar

Girişimcilik, yeni organizasyonlar kurma veya olgunlaşmış kişileri yeniden canlandırma pratiğidir. Özellikle de genel olarak belirlenen fırsatlara yanıt olarak yeni işletmeler yaratmaktır.

Girişimci davranış, girişimci fırsatların keşfedilmesi, değerlendirilmesi ve kullanılmasıdır (Shane ve Venkataraman, 2000).

Niyet, gelecekte bir eylem veya eylem gerçekleştirme taahhüdünü temsil eden bir zihin durumudur. Planlama ve öngörü gibi zihinsel faaliyetleri içerir (Bratman, 1987). Ayrıca Ajzen (2011) niyeti kişinin belirli bir davranışı gerçekleştirmeye hazır olma durumu olarak tanımlamıştır.

Girişimci niyet, risk alma eğilimi, kontrol odağı ve serbest mesleğe yönelik tutumlarla bir iş kurmaya hazır olma durumudur (Lüthje ve Franke, 2003).

3.4. Araştırma Modeli

Araştırma stratejileri (Creswell, 2017) olarak da adlandırılan araştırma modeli, araştırma sorularını yanıtlamak için kullanılacak yöntem ve prosedürlere ilişkin ayrıntılı bir kılavuz sağlayan araştırma biçimleridir ve veri toplama, müteakip analiz için bir plan oluşturmak açısından gereklidir (Creswell, 2017).

Nicel Araştırma Tasarımı: Nicel araştırma, değişkenler arasındaki neden-sonuç ilişkilerini incelemeye çalışan bilimsel yöntemleri kullanarak teorileri ve modelleri test etmek için kullanılan bir tasarımdır (Creswell, 2017). Bu araştırma tasarımı, yapılandırılmış araçlar ve ölçüm teknikleri aracılığıyla toplanan ve ölçülen sayısal verilerin analizine dayanmaktadır

(Bless vd., 2006). Nihai araştırma çıktısı, giriş, kavramsal çalışma, model ve yöntemler, sonuçlar ve ekler gibi bileşenlere göre sistematik olarak düzenlenmiştir (Creswell, 2017): nicel bir tasarımda, puanlardaki sistematik sapmalar, temsil ettikleri gerçek dünyaya dayalı olarak yorumlanır veya anlamlandırılır. Sayıların doğru olduğu kabul edildiğinden, nicel bir tasarımın avantajı budur (Bless vd., 2006). Bu çalışmanın araştırma hedeflerine ulaşmak için en uygun görüldüğü için nicel araştırma desenini benimsenmiştir.

Kesinliği sağlamak için nicel çalışma tasarımlarının iyi yapılandırılmış, spesifik ve önceden belirlenmiş olması gerekir. Bu özellikler aynı zamanda araştırma çalışması sonuçlarının ve bulgularının genellemesinde geçerliliği ve güvenilirliği arttırır (Kumar, 2019). Nicel bir araştırma tasarımının benimsenmesi, çalışmanın kesin olmasını ve açıkça tanımlanmasını sağlar. Bu tasarım, araştırma hedeflerine dayalı olarak, hedef kitle içindeki çalışma grupları arasındaki benzerlikleri ve farklılıkları ölçmek için kullanılmaktadır.

Bu çalışma bağlamında, ilgilenilen değişkenleri ve ortaya çıkan ilişkiyi incelemek için bilimsel ve istatistiksel kanıtlar kullanıldığından, nicel bir yaklaşım seçilmiştir. Bu çalışma, önceki araştırmalara dayanmaktadır ve konulara ilişkin bir başlangıç anlayışı geliştirmeye gerek yoktur. Nitel araştırmalarda olduğu gibi yeni fikirler keşfetmeye gerek yoktur.

Önceki araştırmaların sonucuna göre; çalışma, ilişkinin var olup olmadığını belirlemek için değil, değişkenler arasındaki ilişkiyi test etmek için kullanılır. Bu çalışma için nicel yaklaşım aşağıdaki nedenlerden dolayı seçilmiştir:

1. Çalışmanın amacı, girişimcilik niyetlerini, araştırmacı veya tanımlayıcı araştırmalara kıyasla istatistiksel modeller aracılığıyla ölçmektir.
2. Sübjektif bir yorumlamaya kıyasla objektif bir analiz verisi gereklidir.
3. Ölçüm aracı (anket) dahil olmak üzere çalışmanın tüm unsurları, veri toplama sürecinden önce geliştirilmiş ve iyi tanımlanmıştır.
4. İlgilenilen öğeler ve keşfedilecek ilişkiler hakkında mevcut önemli bir önceki araştırma vardır.

3.4.1. Araştırmanın Hipotezleri

Teorik çalışmalar, öğrencilerin girişimcilik niyetlerinin yönlerine ilişkin iç görü sağlar. E-iş platformunu uyarlamak gibi. Bu nedenle, teorik tartışma ve literatür taramasına dayanarak, bu tez çalışmasında test edilmek üzere aşağıdaki hipotezler belirlenmiştir.

- H1: Uluslararası öğrencilerin girişimcilik düzeyi ile girişimcilik niyeti arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.
- H2: Uluslararası öğrencilerin girişimcilik bilgileri girişimcilik niyetlerini anlamlı olarak etkilemektedir.
- H3: Uluslararası öğrencilerin girişimcilik bilgisi düzeyi cinsiyete göre farklılık göstermektedir.
- H4: Uluslararası öğrencilerin girişimcilik niyeti cinsiyete göre farklılık göstermektedir.
- H5: Uluslararası öğrencilerin girişimcilik bilgisi düzeyi iş durumuna göre farklılık göstermektedir.
- H6: Uluslararası öğrencilerin girişimcilik niyeti iş durumuna göre farklılık göstermektedir.
- H7: Uluslararası öğrencilerin girişimcilik bilgisi düzeyi eğitim düzeyine göre farklılık göstermektedir.
- H8: Uluslararası öğrencilerin girişimcilik niyeti eğitim düzeyine göre farklılık göstermektedir.
- H9: Uluslararası öğrencilerin girişimcilik bilgisi düzeyi öğrenim gördüğü fakülteye göre farklılık göstermektedir.
- H10: Uluslararası öğrencilerin girişimcilik niyeti öğrenim gördüğü fakülteye göre farklılık göstermektedir.
- H11: Uluslararası öğrencilerin girişimcilik bilgisi düzeyi girişimcilik eğitimi alıp almamasına göre farklılık göstermektedir.
- H12: Uluslararası öğrencilerin girişimcilik niyeti girişimcilik eğitim alıp almamasına göre farklılık göstermektedir.
- H13: Uluslararası öğrencilerin girişimcilik bilgisi düzeyi iş fikri olup olmamasına göre farklılık göstermektedir.
- H14: Uluslararası öğrencilerin girişimcilik niyeti iş fikri olup olmamasına göre farklılık göstermektedir.
- H15: Uluslararası öğrencilerin girişimcilik bilgisi düzeyi aylık harcama düzeyine göre farklılık göstermektedir.

- H16: Uluslararası öğrencilerin girişimcilik niyeti aylık harcama düzeyine göre farklılık göstermektedir

3.4.2 Evren ve Örneklem

Saunders vd., (2009:212) evreni, içinden bir örneğin alındığı grubun tamamı olarak tanımlamıştır. Bir çalışmadaki hedef evren, örneklem alınan kişilerin tamamı olarak tanımlanmaktadır (Robinson, 2014). Bu nedenle bu çalışmada ele alınan konuyla ilgili bilgiye sahip olanları ifade eder ve bu nedenle hedef kitle olarak adlandırılır. Bu çalışmanın hedef kitlesi, Türkiye'de eğitim gören, girişimcilik eğitimi almış ve potansiyel girişimci olarak düşünülebilecek uluslararası lisans düzeyindeki üniversite öğrencileridir.

Araştırmacı, örneklemi seçerken olasılık dışı örnekleme tekniğini kullandığı için bu çalışmada örnekleme çerçevesi uygulanamaz. Araştırmacı, katılımcılara basit rastgele örnekleme yöntemini kullanır. Bu vesileyle, kendi kendine uygulanan çevrimiçi anketler, Türkiye genelinde üniversitelerde okuyan uluslararası öğrencilerin WhatsApp, E-posta, Messenger ve Facebook grupları gibi çeşitli sosyal medya platform gruplarına iletilmektedir. Anketler yalnızca lisans öğrencilerine dağıtılmıştır.

Kolayda örnekleme, keşifsel bir araştırmada yaygın olarak kullanılır. Bu çalışma için kolayda örnekleme seçilmiştir çünkü araştırmacının tamamlanmış 380 anketi hızlı, ekonomik ve kolay bir şekilde elde etmesini sağlamıştır (Sekaran ve Bougie, 2010; Zikmund vd., 2013). Örneklem boyutu, bir evrenden örnekleme birimlerinin bir alt kümesini temsil eder (Frankfort-Nachmias ve Nachmias, 1996). Bu, verilerin toplanacağı evren öğelerinin tam sayısını verecektir. Bu çalışma, 2021 yılı eğitim öğretim döneminde kayıtlı Türkiye'deki özel ve devlet üniversitelerinde toplam nüfusu yaklaşık 25.000 uluslararası öğrenciler üzerine yapılmıştır. Anketler yardımıyla birincil verilerin toplanması için gerekli örneklem büyüklüğü olarak toplam 380 öğrenci olarak belirlenmiştir.

3.4.3 Veri Toplama Aracı

Veri toplama prosedürü, basitçe problem cümlesi, araştırma soruları ve hipotezlere gömülü değişkenleri ölçmek/önermek amacıyla veri toplama veya toplama süreci anlamına gelir

(Saunders vd., 2009). Verilerin toplanmasında birincil veriler, araştırma amaçlarına uygun yapılandırılmış bir anket kullanılarak elde edilmiştir.

Anket, belirli bir konu hakkında ne düşündüklerini veya hissettiklerini öğrenmek için seçilmiş katılımcı gruplarından yazılı bir dizi soru doldurmalarının istendiği bir veri toplama aracıdır (Collis ve Hussey, 2013).

Bu çalışmanın amacı, hedef kitlenin ve diğer ilgili faktörlerin geçerli ve standartlaştırılmış yanıtlarını ve girişimcilik niyetlerini ortaya çıkarmaktır. Gözlem ve görüşme gibi diğer veri toplama araçlarına kıyasla daha az maliyetle geniş bir coğrafi alandan zaman ayırmaktadır (Cooper & Schindler, 2006; Cohen vd., 2007; Saunders vd., 2009). Bu çalışmada Abun vd. (2018) kullandığı girişimcilik bilgisinin girişimcilik niyetine etkisi ile ilgili iki boyutlu ölçeği kullanılmıştır.

Anket formu üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde demografik özellikler, ikinci bölümde girişimcilik bilgisi ve üçüncü bölümde girişimcilik niyeti ile ilgili sorular sorulmuştur. Likert tipi ölçekle sorular değerlendirilmiştir. Likert ölçeği, bir kişinin ilgilenilen bir konuya yönelik tutum veya algısının sıralı bir ölçümüdür (Maree ve Pietersen, 2016).

Çalışmanın yapılabilmesi için Bartın Üniversitesi Sosyal Bilimler Etik Kurul'ndan 9 Nisan 2022 tarihli onay yazısı alınmıştır. Anketlerin elle uygulanması dört hafta sürmüştür. Kendi kendine uygulanan çevrimiçi anketler, Türkiye genelinde üniversitelerde okuyan uluslararası öğrencilerin WhatsApp, E-posta, Messenger ve Facebook grupları gibi çeşitli sosyal medya platform gruplarına gönderilmiştir.

Anketlerin doldurulması maksimum 10 dakika sürmüş, daha sonra bunlar analiz edilerek yorumlanmıştır. Çalışmanın amacı anket başlangıcında katılımcılara uygun şekilde iletildi. Her ankette, araştırmaya katılımın gönüllü olduğu ve katılımcıların herhangi bir aşamada geri çekilebileceğini belirten bir gizlilik maddesi ve onam formu yer aldı.

3.4.4 Veri Analizi

Veri analizi, anketler aracılığıyla toplanan verileri veya bilgileri anlamak, netleştirmek ve yorumlamak için bir akıl yürütme uygulamasıdır (Zikmund vd., 2013). Birincil veriler toplandıktan sonra hem Microsoft Excel yazılımı hem de Sosyal Bilimler için İstatistik Paketi yazılımı kullanılarak toplandı, ayıklandı ve analiz edildi.

Yanıtlar Microsoft Excel yazılımı kullanılarak kaydedilirken, veri saflaştırma ve ardından analiz SPSS 24 yazılımı kullanılarak yapıldı. Analiz için hem betimsel hem de çıkarımsal analitik yöntemler araştırma amaçları bağlamında uygun görülmüştür. Demografik verileri sınıflandırmak ve tablo ve çizelgeler halinde sunmak için tanımlayıcı analitik yöntemler kullanılırken, çıkarımsal yöntemler araştırma amaçlarına ulaşmak için araştırma sorularına cevaplar sağlamaktadır. Betimsel analiz, ham verilerin anlaşılmasını ve yorumlanmasını kolaylaştıran bir forma dönüştürülmesini ifade eder (Zikmund vd., 2013). Bu, çalışmada, katılımcılar tarafından sağlanan demografik bilgilerin ortalama frekans dağılımı ve yüzde dağılımını hesaplamak ve merkezi eğilimleri ve değişkenler arasındaki dağılımı etkin bir şekilde açıklamak için kullanılmıştır.

3.4.4.1 Güvenilirlik Testleri

Güvenilirlik, bir kümedeki öğelerin birbiriyle ne kadar iyi ilişkili olduğunu gösteren bir güvenilirlik katsayısı olan Cronbach's alpha'nın yorumlanmasıyla belirlenir (Sekaran ve Bougie, 2010). Her ölçeğin güvenilirliği, Tablo 3.1'de gösterildiği gibi SPSS kullanılarak alfa katsayısı ile değerlendirilmiştir.

Tablo 3.1: Cronbach alfa katsayısı değeri için genel kurallar

Alfa Katsayısı Aralığı	Ölçeği Güvenirliği
<0,60	Çok Düşük
0,60 ila <0,70	Düşük
0,70 ila <0,80	Orta
0,80 ila <0,90	Yüksek
0.90	Çok Yüksek

Kaynak: Zikmund, W. G., Babin, B.J., Carr, J.C., &Griffin, M. 2013 Business research methods (8th ed))

3.4.4.2 Bağımsız Örneklem T-testi

T-testi, iki bağımsız örnek veya grup için bazı aralık veya oran ölçekli değişken (metrik) üzerindeki puanların önemli ölçüde farklı olacağı bir hipotezi test etmek için kullanılır. Bu çalışmada, bağımsız değişkenlerin öğrencilerin doğrulama testi için girişimcilik niyetleri üzerinde anlamlı bir etkisinin olup olmadığını incelemek için t testi yapılmıştır.

3.4.4.3 Parametrik Olmayan Test

Çalışma, varyans analizi (ANOVA) aracını kullanarak ortalamalar arasındaki farklılıkları test etmiştir.

3.4.4.4 Korelasyon Analizi

Sekaran ve Bougie'ye (2010) göre Pearson korelasyon analizi, aralık veya oran düzeyinde ölçülen tüm değişkenler arasındaki iki değişkenli ilişkilerin gücünü, yönünü ve önemini gösterir. Korelasyon katsayısı ne kadar büyük olursa, ilişki düzeyi o kadar güçlü olur ve değişkenler arasındaki ilişkinin yönüne bağlı olarak pozitif veya negatif olabilir. Bu çalışmada, girişimcilik niyeti ile beş unsur (davranışa yönelik tutum, öznel norm, algılanan davranışsal kontrol, girişimcilik eğitimi ve kişilik özellikleri) arasındaki ortak değişkenliği ve ilişkiyi, hipotezler üzerinde ölçmek için kullanılmıştır. Test %5 veya %1 anlamlılık düzeyinde yapılmıştır.

Tablo 3.2: Korelasyon katsayısı büyüklüğüne ilişkin temel kural

Katsayı aralığı	İlişkinin Gücü
± 0.91 ila ± 1.00	Çok güçlü
$\pm 0,71$ ila $\pm 0,90$	Yüksek
$\pm 0,41$ ila $\pm 0,70$	Orta
$\pm 0,21$ ila $\pm 0,40$	Düşük
± 0.01 ila ± 0.20	Çok Düşük

Kaynak: Hair, Jr., Money, A. H., Samouel, P., & Page, M. (2007). Research Methods or Business. West Sussex: John Wiley Sons)

3.4.4.5 Doğrusal Regresyon Analizi

Sekaran ve Bougie'ye (2010) göre doğrusal regresyon analizi, iki veya daha fazla bağımsız değişkenin tek bir aralık ölçekli bağımlı değişken üzerindeki etkilerinin bir ilişki analizidir. Bu çalışmada bağımsız değişkenler (davranışa yönelik tutum, anlamlı olup olmadığını tahmin etmek için öznel norm, algılanan davranışsal kontrol, girişimcilik eğitimi ve kişilik özellikleri) girişimcilik niyeti ile ilişkisi aynı regresyon denklemine girilmiştir. Doğrusal regresyon denklemi ilişkiyi aşağıdaki gibi gösterir:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots$$

Bu araştırma için, aşağıdaki denklemler öğrenciler arasında girişimcilik niyetini etkileyen bağımsız değişkenler arasındaki ilişkiyi göstermektedir:

$$\text{Girişimcilik niyeti} = a + b_1 (\text{davranışa yönelik tutum}) + b_2 (\text{öznel norm}) + b_3 (\text{algılanan davranış kontrolü}) + b_4 (\text{girişimcilik eğitimi}) + b_5 (\text{kişilik özellikleri})$$

3.4.4.6 Geçerlilik Testleri

Bu araştırma projesi, geçerlilik ve güvenilirlik konularını ele alarak araştırmanın kalitesini test etti. Kumar (2014:129), ölçme aracının kalitesi test edilmeden araştırmanın çok fazla inanılabilirlik taşımayacağını belirtmiştir. Bir enstrümanın, elde etmek için ayarlandığı kesin sonucu üretmesi durumunda başarılı sayıldığı tespit edilebilir. Sekaran ve Bougie'ye (2010) göre, içerik geçerliliği, aracın yeterli bir setten ve kavramı ele alan temsili bir dizi maddeden oluşmasını sağlamıştır.

Anketin geçerliliğini sağlamak için Bartın Üniversitesi'ndeki 15 lisans öğrencisi arasında pilot çalışma yapılmıştır. Anket, soruların tüm hedefleri kapsayıp kapsamadığını belirlemek için denetçi tarafından da değerlendirilmiştir. Komite, kavramın boyutlarını ve unsurlarını kapsamayan birkaç soru tespit etmiştir. Kaygılar, bir araştırmacının öğrencilerden yanıt almasının zor olacağını belirttiğinden geribildirim hatanın düzeltilmesine yardımcı olmuştur.

Kumar (2010:134), tarih, ön testin etkileri, ölüm oranı, enstrümantasyon ve olgunlaşma gibi geçerliliği tehdit eden birkaç endişeden bahsetti. Ancak geçerliliğe yönelik tehditler, araştırma sorularının ve hedeflerinin açıkça tanımlanması ve anlaşılması sağlanarak geliştirilebilir.

Sekaran ve Bougie'ye (2010:161) göre güvenilirlik, tekrarlanan ölçümler yapıldığında istikrarlı ve tutarlı sonuçları ölçer. Bu çalışma için toplanan veriler, örneklemin birbirinden bağımsız kolejlerden formüle edilmesi nedeniyle güvenilir olarak algılanmıştır; dolayısıyla aynı öğrenciler sabit koşullar altında test edilirse sonuçların değişmesi olası değildir.

3.5. Bulgular

Bu bölümde güvenilirlik ve geçerlik testleri ile ölçeklerin uygunluğu test edilmiştir. Örneklemin demografik özellikleri, fark analizleri, korelasyon ve regresyon analizleri ile hipotez testleri yapılmıştır.

3.5.1 Çalışma Aracının Güvenilirliği

Veri toplamak için kullanılan aracın güvenilirliği, bu çalışma için kullanılan aracın iç tutarlılığını değerlendiren bir yöntem olan Cronbach Alfa Katsayısı testi kullanılarak hesaplanmıştır.

Tablo 3.3: Güvenilirlik test sonuçları

	Cronbach's Alpha	%	N
Girişimcilik Bilgisi	,925	100,0	9
Girişimcilik Niyeti	,924	100,0	9

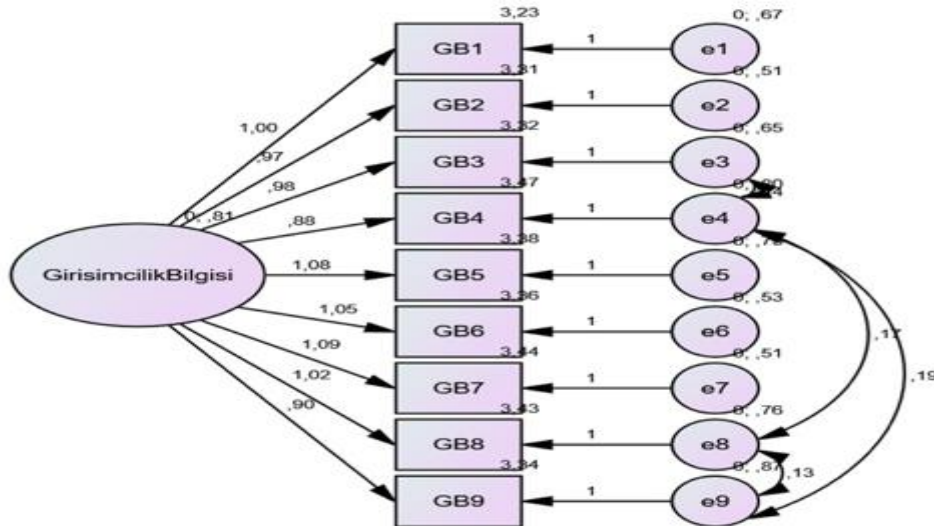
Tablo 3.3'te sunulduğu üzere, Cronbach Alfa değerleri Girişimcilik bilgisi için .925 ve Girişimcilik niyeti için .924 olarak rapor edilmiştir. Bu durum, Cronbach (1947) ve Cronbach (1951) tarafından önerildiği üzere bu çalışmada alfa katsayısının 0,5'ten (%50) büyük olması bu çalışmadan elde edilen bulguların geçerli ve güvenilir olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla, bu çalışmada kullanılan güvenilirlik analizinin kabul edilebilir olduğu belirtilmektedir.

3.5.2 Geçerlilik Analizi (Doğrulayıcı Faktör Analizi)

Bu çalışma, girişimcilik niyetinin geçerlilik yapısını test etmek için doğrulayıcı faktör analizi (DFA) kullanmaktadır. DFA analizi, bu göstergelerin gizil yapıların bir ölçüsü olarak geçerli göstergeler olup olmadığını test etmek için kullanılır. DFA analizi ayrıca girişimcilik niyetini ölçmek için modelin uyumunu görmek için de kullanılır.

Tablo 3.4: Girişimcilik bilgisi ölçeği uyum iyiliği değerleri

Uyum İyiliği Ölçütleri	Uyum-İyiliği Değerleri	Standart Değerler
RMSEA- Root Mean Square Error of Approx.	.076	<.08 veya .10
NFI- Normed Fit Endeks	.963	> .90
PNFI- Parsimony Normed Fit Index	.615	> .50
CFI- Comparative Fit Index	.974	> .90
IFI- Incremental Fit Index	.974	> .90
RFI- Relative Fit Index	.942	> .90



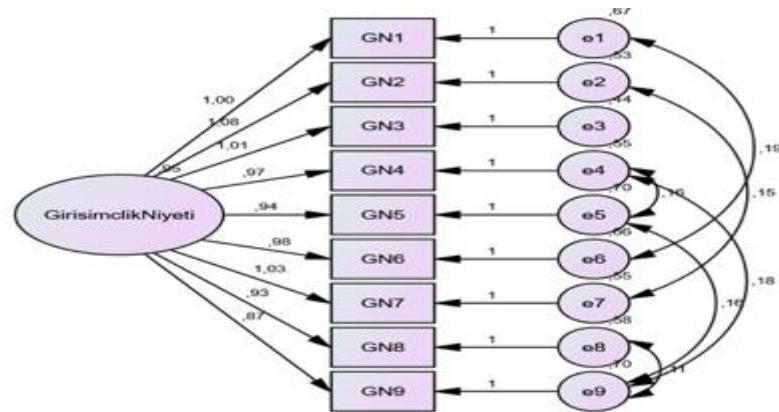
Şekil 3.1 Girişimcilik bilgisi ölçeği doğrulayıcı faktör analizi

Chi-square = 72.839 df=23. P value=.000 cmn/df=3.167

Girişimcilik bilgisi ölçeğinin yapı geçerliliği için doğrulayıcı faktör analizi (DFA) analizi kullanılmıştır. DFA, yapı geçerliliğini gerçekleştirmek için kullanılır. DFA sonuçları, 6 maddenin tamamının girişimcilik bilgisi faktörünü içerdiği bir uyum modeli göstermektedir. Girişimcilik niyetini ölçmek için uyum indeksi modeli Tablo 3.4'te açıklanmaktadır. Doğrulayıcı faktör analizi (DFA) kullanılarak yapılan geçerlilik testi, bu ölçeğin yüksek bir madde geçerliliği ve güvenilirliği değerine sahip olduğunu göstermektedir. Analiz sonuçları, girişimcilik bilgisi yapı modelinin uygun olduğunu göstermektedir. Madde analizi sonuçları, girişimcilik bilgisi ölçeğinin 0,615- 0,974 arasında yüksek bir yüklenme faktörü tahmin değeri ile anlamlı bir değişime sahip olduğunu göstermektedir.

Tablo 3.5: Girişimcilik niyeti ölçeği uyum iyiliği değerleri

Uyum İyiliği Ölçütleri	Uyum-İyiliği Değerleri	Standart Değerler
RMSEA- Root Mean Square Error of Approx.	.072	<.08 veya .10
NFI- Normed Fit Endeks	.975	> .90
PNFI- Parsimony Normed Fit Index	.569	> .50
CFI- Comparative Fit Index	.983	> .90
IFI- Incremental Fit Index	.983	> .90
RFI- Relative Fit Index	.956	> .90



Şekil 3.4. Girişimcilik niyeti ölçeği doğrulayıcı faktör analizi

Chi _ square=62.355 df=21. P vvalue=.000 cmin/df=2.969

Benzer şekilde, Girişimcilik Niyeti ölçeğinin yapı geçerliliği için DFA analizi kullanılmıştır. DFA sonuçları, 6 maddenin tamamının girişimcilik niyeti faktörünü içerdiği bir uyum modeli göstermektedir. Girişimcilik niyetini ölçmek için uyum indeksi modeli Tablo 4.3'te açıklanmaktadır. Doğrulayıcı faktör analizi (DFA) kullanılarak yapılan geçerlilik testi, bu ölçeğin yüksek bir madde geçerliliği ve güvenilirliği değerine sahip olduğunu göstermektedir. Analiz sonuçları, girişimcilik niyeti yapı modelinin uygun olduğunu göstermektedir. Madde analizi sonuçları, girişimcilik niyeti ölçeğinin 0,569- 0,983 arasında yüksek bir yükleme faktörü tahmin değeri ile anlamlı bir değişime sahip olduğunu göstermektedir.

3.5.3 Araştırma Katılanların Demografik Özellikleri

Bu çalışmada, ortalama (M), standart sapma (SD), frekans ve yüzdeyi hesaplamak için bir değişkeni tanımlayan tanımlayıcı istatistik kullanılmıştır. Dolayısıyla, araştırma veri tabanındaki her bir değişken burada belirtilen tanımlayıcı istatistik matrisleri kullanılarak tanımlanmıştır. Ayrıca araştırmacı, değişkenler arasındaki merkezi eğilimleri ve dağılımları etkili bir şekilde açıklamak için grafikler ve tablolar kullanmıştır.

Bu çalışmadaki demografik veriler, katılımcıların cinsiyetini, çalışma durumunu, eğitimini ve iş yönelimi ve fikrini ortaya koymaktadır. Sonuçlar aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

Tablo 3.6: Katılımcıların demografik özellikleri

Cinsiyet	N	Yüzde
Erkek	273	71,8
Kadın	107	28,2
İş Durum	N	Yüzde
Çalışıyor	77	20,3
Çalışmıyor	303	79,7

Tablo 3.6: devam ediyor

Eğitim Durumu	N	Yüzde
Lisans	354	93,2
Lisansüstü	26	6,8
Fakülte	N	Yüzde
Sosyal Bilimler	114	30
Fen Bilimleri	66	17,4
Sağlık Bilimleri	74	19,5
Mühendislik Bilimleri	105	27,6
Spor Bilimleri	21	5,5
Girişimcilik Eğitimi	N	Yüzde
Eğitim Alan	218	57,4
Eğitim Almayan	162	42,6
Girişimcilik İş Fikri	N	Yüzde
İş Fikri Olan	220	57,9
İş Fikri Olmayan	160	42,1

Bu çalışmanın örneklemini N=380 katılımcıdan oluşmaktadır. Frekans Tablosu (Tablo 3.6), katılımcıların 273'ünün erkek (%71,8) ve 107'sinin kadın (%28,2) olduğunu ortaya koymaktadır. Eğitim düzeyi açısından bakıldığında, yüksek lisans öğrencileri 26, lisans öğrencileri ise 354 kişidir. Katılımcıların 114'ü sosyal bilimler, 105'i mühendislik, 66'sı doğa bilimleri, 74'ü sağlık bilimleri ve geri kalanı da sporla ilgili fakültelerde öğrenim görmektedir.

Şu anki ana meslekleri ile ilgili olarak, katılımcıların çoğu (%79,7) çalışmayan öğrencilerden, (%20,3) ise çalışan öğrencilerden oluşmaktadır. Daha önce iş deneyimi olmayan katılımcıların sayısı 162 (%42,6), daha önce iş deneyimi olanların sayısı ise 218'dir (%57,4). Gelecekte iş yapma niyetlerine ilişkin soru, katılımcıların çoğunun (%57,9) yakın gelecekte iş yapma niyetlerinin olduğunu, %42,1'inin ise hayır ya da iş yapıp yapmayacaklarını bilmediklerini söylediğini ortaya koymaktadır.

3.5.4 Fark Analizleri (T-Testi analizi)

T-testi, iki grubun ortalamalarını karşılaştırmak için kullanılan istatistiksel bir testtir. Bu çalışmada, girişimcilik bilgisinin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisi, katılımcıların cinsiyetleri, eğitimleri, mevcut eğitim düzeyleri, iş durumları, girişimcilik eğitimleri, iş fikirleri ve aylık gelirleri gibi çeşitli özellikler dikkate alınarak değerlendirilmiştir.

Tablo 3.7: Cinsiyete göre farklılık analiz sonuçları

Boyutlar	Cinsiyet	N	Sıram Ortalaması	F	Sig
Girişimcilik Bilgisi	Erkek	273	3,3425	0,189	0,664
	Kadın	107	3,3991		
Girişimcilik Niyeti	Erkek	273	3,3875	0,014	0,906
	Kadın	107	3,4756		

Cinsiyet, eğitim, istihdam ve girişimcilik eğitiminin etkisiyle girişimcilik bilgisinin girişimcilik niyetlerine katılımında farklılık olup olmadığını belirlemek için bağımsız örneklem t-testi yapılmıştır (Tablo 3.7). Yapılan analizden elde edilen sonuçlar, kız öğrencilerin erkek öğrencilere (3,34±,664) kıyasla daha fazla girişimcilik bilgisine (3,40±,66) sahip olduğunu ve bu anlamda girişimcilik niyetlerinin kız öğrencilere (3,48±0,91) erkek öğrencilere (3,39±0,91) kıyasla daha çekici geldiğini göstermektedir.

Tablo 3.8: İş durumuna göre farklılık analizi sonuçları

Boyutlar	İş Durumu	N	Sıram Ortalaması	F	Sig
Girişimcilik Bilgisi	Çalışıyor	77	3,2766	1,523	0,218
	Çalışmıyor	303	3,3792		
Girişimcilik Niyeti	Çalışıyor	77	3,4228	0,449	0,218
	Çalışmıyor	303	3,4096		

Burada, hesaplama katılımcıların çoğunun (n=303) işsiz olduğunu göstermektedir. İşi

olmayan öğrencilerin girişimcilik bilgisi (3.38 ± 0.22) işi olanlardan (3.28 ± 0.22) daha fazladır. Ancak, işi olan öğrencilerin daha fazla girişimcilik niyetine sahip olduğu görülmüştür.

Tablo 3.9: Eğitim Durumuna göre farklılık analizi sonuçları

Boyutlar	Eğitim Durumu	N	Sıram Ortalaması	F	Sig
Girişimcilik Bilgisi	Lisans	354	3,3475	2,509	0,267
	Lisansüstü	26	3,5077		
Girişimcilik Niyeti	Lisans	354	3,3955	2,509	0,114
	Lisansüstü	26	3,641		

Yüksek lisans öğrencileri, daha yüksek girişimcilik bilgisine (3.51 ± 0.27) sahip olmalarının bir sonucu olarak lisans öğrencilerine (3.40 ± 0.11) kıyasla daha fazla girişimcilik niyetine (3.64 ± 0.11) sahiptir. İş olmayan öğrencilerin girişimcilik bilgisi (3.48 ± 0.22) işi olanlardan (3.28 ± 0.22) daha fazladır.

Tablo 3.10: Girişimcilik Eğitimi Alıp Alınmamasına Göre Farklılık Analizi Sonuçları

Boyutlar	Eğitim Durumu	N	Sıram Ortalaması	F	Sig
Girişimcilik Bilgisi	Eğitim Alan	162	3,6833	12,303	0,001
	Eğitim Almayan	218	3,117		
Girişimcilik Niyeti	Eğitim Alan	162	3,8244	6,343	0,12
	Eğitim Almayan	218	3,106		

Buna karşın, girişimcilik niyeti puan ortalamaları neredeyse aynıdır ($3.42/3.41 \pm 0.22$). Girişimcilik ve bu anlamda girişimcilik niyeti, girişimcilik dersi alan öğrencilerde (3.82 ± 0.01) almayan öğrencilere göre (3.11 ± 0.01) daha yüksektir.

Tablo 3.11: Girişimcilik iş fikri olup olmamasına göre farklılık analizi sonuçları

Boyutlar	Girişimcilik İş Fikri	N	Sıram Ortalaması	F	Sig
Girişimcilik Bilgisi	İş Fikri Olan	220	3,7782	7,315	0,007
	İş Fikri Olmayan	160	2,7812		
Girişimcilik Niyeti	İş Fikri Olan	220	3,8328	4,601	0,033
	İş Fikri Olmayan	160	2,834		

Benzer şekilde, iş fikri olan öğrencilerin girişimcilik puan ortalaması (3.68 ± 0.001) olmayanlara göre (3.12 ± 0.001) daha yüksektir.

Tablo 3.12: Öğrenim görülen fakülte türüne göre farklılık analizi sonuçları

Boyutlar	Fakülte	N	Sıram Ortalaması	F	Sig
Girişimcilik Bilgisi	Sosyal Bilimler	114	3,486	3,929	0,004
	Fen Bilimleri	66	3,097		
	Sağlık Bilimleri	74	3,1257		
	Mühendislik Bilimleri	105	3,5267		
	Spor Bilimleri	21	3,4667		
Girişimcilik Niyeti	Sosyal Bilimler	114	3,616	5,081	0,001
	Fen Bilimleri	66	3,0758		
	Sağlık Bilimleri	74	3,1562		
	Mühendislik Bilimleri	105	3,5524		
	Spor Bilimleri	21	3,5661		

Sosyal bilimler, spor ve mühendislik fakültesi öğrencileri diğer fakültelerdeki öğrencilere göre daha fazla girişimcilik bilgisine sahiptir. Sonuç olarak, diğer öğrencilerden daha yüksek girişimcilik niyetleri bağlılık puanına sahiptirler.

Tablo 3.13: Aylık harcama düzeyine göre farklılık analizi sonuçları

Boyutlar	Aylık Harcama	N	Sıram Ortalaması	F	Sig
Girişimcilik Bilgisi	400 ve altı	82	3,0012	15,523	0,001
	401-1500	166	3,641		
	1500 ve üzeri	130	3,2354		
Girişimcilik Niyeti	400 ve altı	82	3,1572	7,531	0,001
	401-1500	166	3,6299		
	1500 ve üzeri	130	3,306		

Ortalama gelire sahip öğrenciler (400-1500), daha düşük (400 ve altı) ve daha yüksek (1500 ve üstü) gelire sahip öğrencilere göre daha fazla girişimcilik bilgisine sahiptir. Analiz, farklı arka plan durumlarının (cinsiyet, eğitim, istihdam, gelir, irtifa ve kişilik) öğrencilerin girişimcilik bilgi ve niyetleri üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğunu ortaya koymuştur. Bu doğrultuda sonuçlar, girişimcilik bilgisinin genel olarak girişimcilik niyetlerine yönelik olduğuna dair bazı göstergeler sunmaktadır. Dolayısıyla, girişimcilik bilgisi öğrencilerin girişimcilik niyetlerini önemli ölçüde etkilediği için araştırmacının hipotezleri geçerlidir.

3.5.5 Korelasyon Analizi

Sekaran ve Bougie'ye (2010) göre Pearson korelasyon analizi, aralık veya oran düzeyinde ölçülen tüm değişkenler arasındaki iki değişkenli ilişkilerin gücünü, yönünü ve önemini gösterir. Korelasyon katsayısı ne kadar büyük olursa, ilişki düzeyi o kadar güçlü olur ve değişkenler arasındaki ilişkinin yönüne bağlı olarak pozitif veya negatif olabilir.

Tablo 3.14: Değişkenler Arası Korelasyon analizi sonuçları

		Girişimcilik bilgisi	Girişimcilik niyeti
Girişimcilik Bilgisi	Pearson Correlation	1	.886
	Sig(2_Tailed)		.000
	N	380	380
Girişimcilik Niyeti	Pearson Correlation	.886	1
	Sig (2_Tailed)	.000	
	N	380	380

Tablo 3.14'te gösterildiği gibi, Pearson korelasyonu .886'dır ve bu da çok pozitif korelasyon olduğunu göstermektedir. Öğrenciler bir işi ne kadar çok denerse, o kadar iyi yapmaları muhtemeldir. Yine de etki minimum düzeydedir. İki kuyruklu anlam değeri- bu durumda .000'dır, bu da bağımlı değişken ile bağımsız değişkenin pozitif yönde ilişkili olduğu anlamına gelir.

3.5.6. Regresyon Analizi

Sekaran ve Bougie'ye (2010) göre doğrusal regresyon analizi, iki veya daha fazla bağımsız değişkenin tek bir aralık ölçekli bağımlı değişken üzerindeki etkilerinin bir ilişki analizidir.

Tablo 3.15: Regresyon analizi sonuçları (Katsayılar (Coefficients)^a)

Model	Standart olmayan katsayılar		Standardize edilmiş katsayılar	T	Sig.
	B	Standart Hata	Beta		
Sabit	,249	,088		2,825	,005
Girişimcilik Bilgisi	,942	,025	,886	37,209	,000

Bağımlı Değişken: Girişimcilik Niyeti

Bu çalışmanın amacına ulaşmak için yukarıdaki hipotezleri test etmek üzere regresyon analizleri yapılmıştır. Analiz sonuçları girişimcilik bilgisi için R değerinin 0.786 olduğunu göstermiştir. Bu, girişimcilik bilgisinin girişimcilik niyetindeki varyansın %78,6'sını açıkladığı anlamına gelmektedir. Yukarıdaki tabloya bakıldığında girişimcilik bilgisi girişimcilik niyetini anlamlı olarak yordamaktadır.

Girişimcilik bilgisinin bir birim arttığında girişimcilik niyeti 0,942 puan artmaktadır. İki değer de anlamlı görülmektedir. Bu durum genel ANOVA sonucu ile örtüşmektedir. Dolayısıyla bu, öğrencilerin girişimciliğe yönelik niyetlerini tahmin etmede önerilen modelin geçerliliğini desteklemiştir. Yukarıdaki bulgulara dayanarak, tüm hipotezlerin onayını sınıflandırmak için aşağıdaki tablo çizilmiştir.

Tablo 3.16: Hipotezler doğrulama

N	Hipotezler	Sonuç
1	H1: Uluslararası öğrencilerin girişimcilik düzeyi ile girişimcilik niyeti arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.	Kabul edildi
2	H2: Uluslararası öğrencilerin girişimcilik bilgileri girişimcilik niyetlerini anlamlı olarak etkilemektedir.	Kabul edildi
3	H3: Uluslararası öğrencilerin girişimcilik bilgisi düzeyi cinsiyete göre farklılık göstermektedir.	Reddedildi
4	H4: Uluslararası öğrencilerin girişimcilik niyeti cinsiyete göre farklılık göstermektedir.	Reddedildi
5	H5: Uluslararası öğrencilerin girişimcilik bilgisi düzeyi iş durumuna göre farklılık göstermektedir.	Reddedildi
6	H6: Uluslararası öğrencilerin girişimcilik niyeti iş durumuna göre farklılık göstermektedir.	Reddedildi
7	H7: Uluslararası öğrencilerin girişimcilik bilgisi düzeyi eğitim düzeyine göre farklılık göstermektedir.	Reddedildi
8	H8: Uluslararası öğrencilerin girişimcilik niyeti eğitim düzeyine göre farklılık göstermektedir.	Reddedildi
9	H9: Uluslararası öğrencilerin girişimcilik bilgisi düzeyi öğrenim gördüğü fakülteye göre farklılık göstermektedir.	Kabul edildi

Tablo 3.16: (devam ediyor)

10	H10: Uluslararası öğrencilerin girişimcilik niyeti öğrenim gördüğü fakülteye göre farklılık göstermektedir.	Kabul edildi
11	H11: Uluslararası öğrencilerin girişimcilik bilgisi düzeyi girişimcilik eğitimi alıp almamasına göre farklılık göstermektedir.	Kabul edildi
12	H12: Uluslararası öğrencilerin girişimcilik niyeti girişimcilik eğitim alıp almamasına göre farklılık göstermektedir.	Reddedildi
13	H13: Uluslararası öğrencilerin girişimcilik bilgisi düzeyi iş fikri olup olmamasına göre farklılık göstermektedir.	Kabul edildi
14	H14: Uluslararası öğrencilerin girişimcilik niyeti iş fikri olup olmamasına göre farklılık göstermektedir.	Kabul edildi
15	H15: Uluslararası öğrencilerin girişimcilik bilgisi aylık harcama düzeyine göre farklılık göstermektedir	Kabul edildi
16	H16: Uluslararası öğrencilerin girişimcilik niyeti aylık harcama düzeyine göre farklılık göstermektedir	Kabul edildi

4. SONUÇ

Daha önce de belirtildiği gibi, kapsayıcı iş modellerinin faydaları çok iyi bilinmekte ve kabul edilmektedir ancak kesin olmayan şey, bu öğrencilerin bilgi ve becerilerini güçlendirmeyi ve kapsayıcı iş modellerini teşvik etmek için gerekli diğer önlemleri ve eylemleri almayı düşünmeden önce, başarılı bir şekilde uygulanmaları için daha da gerekli olan farklı geçmiş statülerine sahip öğrencilerin girişimcilik niyetidir. Bu nedenle, araştırmanın amacı, öğrencilerin farklı geçmiş durumlarının (cinsiyet, eğitim, istihdam, gelir, irtifa ve kişilik) kapsayıcı iş modellerine etkili entegrasyonları için temel bir ön koşul olarak girişimcilik niyetleri üzerindeki etkisini araştırmaktır.

Sonuç olarak girişimcilik niyetini önemli ölçüde etkilediğini tespit eden önceki araştırmacıları desteklemektedir (Bachiri, 2016; Dinc ve Budic, 2016; Robledo vd., 2015). Bu araştırmanın sonuçları, girişimci olmayı planlayan öğrencilerin, girişimcilik niyeti üzerindeki açıklayıcı gücünün %50'si ile esas olarak girişimcilik faaliyetlerindeki kolaylık ve zorluk derecesine ilişkin algılarından etkilendiğini göstermektedir.

Araştırma ayrıca girişimcilik eğitiminin öğrencilerin girişimcilik niyetini etkileyen önemli bir faktör olduğunu ortaya koymaktadır. Bu çalışma, bu modelin uluslararası öğrencilerin girişimcilik niyetlerini etkileyen faktörleri açıklamak için yeterli olduğunu doğrulamıştır. Bu çalışma, girişimciliğe yönelik tutum, algılanan davranışsal kontroller ve girişimcilik eğitiminin uluslararası öğrencilerin girişimci olma niyetlerini etkileyen temel faktörler olduğunu göstermektedir. Bu nedenle, politika yapıcılar ve müfredat hazırlayıcılar, daha fazla öğrenciyi girişimciliğe teşvik etmek için bu faktörleri göz önünde bulundurmalıdır.

Bu çalışmanın amacı, Türkiye'deki üniversitelerde öğrenim gören uluslararası öğrencilerin girişimcilik niyetlerini belirlemek ve üniversitelerde girişimcilik niyetlerini teşvik eden koşulların oluşturulması için önerilerde bulunmaktır.

Uluslararası öğrencilerin girişimciliğe yönelik niyetlerini değerlendirmek için dikkatli bir şekilde oluşturulmuş bir anket kullanılmıştır. Bu çalışma Türkiye'deki farklı devlet ve özel üniversitelerde 2021-2022 akademik dönemi için kayıtlı 380 uluslararası öğrencinin katılımıyla çevrimiçi anket yoluyla yapılmıştır. Toplanan veriler daha sonra SPSS

yazılımının istatistiksel araçları kullanılarak istatistiksel anlamlılık için betimsel ve çıkarımsal olarak analiz edilmiştir. İstatistiksel araçlar arasında çapraz tablolar, varyans analizi (ANOVA), chi-square testleri, t-testleri, korelasyonlar ve lojistik regresyonlar, çalışmanın değişkenleri arasındaki ilişkiyi belirlemek ve uluslararası öğrencilerin girişimcilik niyetini değerlendirmek için kullanılmıştır.

Bu çalışma uluslararası öğrencilerin girişimcilik niyetine yönelik güçlü bir öz algıya sahip olduklarını ortaya koymuştur. Ayrıca, girişimcilik niyetlerinin girişimcilik bilgilerinden daha fazla etkilendiği ortaya çıkmıştır. Ayrıca girişimcilik eğitiminin öğrencilerin girişimcilik niyetini en önemli değişken olarak etkilediğini ortaya koymaktadır.

Öneriler

Araştırma sonuçları değerlendirildiğinde demografik özellikler ile girişimcilik bilgi ve girişimcilik niyetin arasında pozitif yönlü ve orta şiddetli ilişkiler tespit edilmiştir.

- Araştırma kapsamında yapılan analiz sonucunda girişimcilik düzeyi ile girişimcilik niyet önemli bir yarayıcı olması nedeniyle öğrencilerin öğrenim gördükleri süre boyunca bu niyet güçlendiren faaliyetler önerilir.
- Araştırma kapsamında uluslararası öğrencilerin girişimcilik bilgileri girişimcilik niyetlerini anlamlı olarak etkilemekte olması nedeniyle bunu daha güçlendiren faaliyetler önerilir.
- Araştırma sonuçları uluslararası öğrencilerin girişimcilik bilgisi ve girişimcilik niyeti düzeyi cinsiyete göre farklılık göstermekte olup özellikle kedin öğrencilerin oranı düşük olduğu düşünüldüğünde girişimci olma niyetinde bulunmaları için staj program veya seminer düzenlenmesi önerilmektedir.
- Araştırma kapsamında uluslararası öğrencilerin girişimcilik bilgisi niyeti düzeyi iş durumuna göre farklılık göstermektedir, girişimciliğe olan niyeti veya bilgi artırılması noktasında finansman imkanları göz önünde bulundurarak desteklemesi önerilir.
- Araştırma sonuçları uluslararası öğrencilerin girişimcilik niyeti eğitim düzeyine göre farklılık göstermektedir, öğrencilerin girişimci olma niyetleri gösterip göstermedikleri noktasında almış oldukları dersin etkisi analiz edilmelidir.
- Girişimci olma niyetinde olan öğrenciler için gereken destekleri araştırılmalı ve öğrencilere aktarılmalıdır ve öğrencilere iş fikri yaratma noktasında beceri kazandırılması önerilmektedir.

KAYNAKLAR

- Abbas, L.N. (2013). Engineering Students: What factors effects their entrepreneurial intention? *IOSR Journal of Humanities and Social Science (IOSR-JHSS)* 15 (2): 35-40.
- Abdul Raham, A. (2000). *Perkerjaan dalam kehindupan*. Malaysia, Petaling Jaya: Prentice Hall.
- Sivarajah, K., & Achchuthan, S. (2013). Entrepreneurial intention among undergraduates: Review of literature. *European Journal of Business and Management*, 5(5), 172-186.
- Ajzen, I. (1987). Attitudes, traits, and actions: Dispositional prediction of behavior in personality and social psychology. *Advances in experimental social psychology*. Ed. Leonard Berkowitz, Academic Press, 20, s. 1-63.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. doi: [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T).
- Ajzen, I. (2011). The theory of planned behaviour: Reactions and reflections. *Psychology & health*, 26(9), 1113-1127.
- Al-Jubari, I. (2019). College Students' *Entrepreneurial Intention*: Testing an Integrated Model of SDT and TPB. *SAGE Open*, 9 (2), 1–15. <https://doi.org/10.1177/2158244019853467>
- Amos, A., ve Alex, K. (2014). Theory of Planned Behaviour, Contextual Elements, Demographic Factors and Entrepreneurial Intentions of Students in Kenya. *European Journal of Business and Management*, 6, (15), 2222–2839.
- Ajzen, I., Czasch, C., ve Flood, M. G. (2009). From intentions to behavior: Implementation intention, commitment, and conscientiousness. *Journal of Applied Social Psychology*, 39(6), 1356–1372. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2009.00485.x>
- Austin, J., Stevenson, H., ve Wei-Skillern, J. (2006). Social and commercial entrepreneurship: Same, different, or both? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(1), 1-22.
- Bacq, S., ve Alt, E. (2018). Feeling capable and valued: A prosocial perspective on the link between empathy and social entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 33: 333-350.
- Bless, C., Higson-Smith, C., ve Kagee, A. (2006). *Fundamentals of social research methods: An African perspective*: Juta ve Company Ltd.
- Bratman, M. (1987). *Intention, plans, and practical reason* (Vol. 10): Harvard University Press Cambridge, MA.

- Bachiri, M. (2016). Determinants of Students' Entrepreneurial Intentions: Evidence from Moroccan University, *International Business Research*, 9(11), 83. <https://doi.org/10.5539/ibr.v9n11p83>.
- Cohen, L., Manion, L., ve Morrison, K. (2007). *Research methods in education* (London and New York, Routledge).
- Collis, J., ve Hussey, R. (2013). *Business research: A practical guide for undergraduate and postgraduate students*. 3. Baskı, Palgrave Macmillan, Basingstoke, 358 s.
- Cooper, D. R., ve Schindler, P. S. (2006). *Marketing research*. McGraw-Hill/Irwin, New York.
- Crecente, B., (2011) "Call of Duty: Modern Warfare 3 Shatters All Sales Records Nears Halfa Billion Dollars in Day One Sales," *Kotaku* retrieved on 5 May 2020 from <https://kotaku.com/call-of-dutymodern-warfare-3-shatters-all-sales-recor5857400>.
- Crecente-Romero, F., Giménez-Baldazo, M., ve Rivera-Galicia, L. F. (2016). Subjective perception of entrepreneurship. Differences among countries. *Journal of Business Research*. 69. 10.1016/j.jbusres.2016.04.097.
- Creswell, J. W., ve Creswell, J. D. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches: Sage publications*.
- Dacin, M. T., Dacin, P. A., ve Tracey, P. (2011). Social entrepreneurship : A critique and futures directions. *Organization Science*, 22(5), 1203–1213.
- Dell, M. (2008). An investigation of undergraduate student self-employment intention and the impact of entrepreneurship education and previous entrepreneurial experience. Doctor of Philosophy, School of Business University of Australia.
- Desjardins, G., Simonyan, K., Pascanu, R., ve Kavukcuoglu, K. (2015). Natural neural networks. *In Advances in Neural Information Processing Systems*, 2062–2070.
- Dinc, M. S., & Budic, S. (2016). The impact of personal attitude, subjective norm, and perceived behavioural control on entrepreneurial intentions of women. *Eurasian Journal of Business and Economics*, 9(17), 23-35.
- Dey, P. ve Lehner, O. (2017). Registering Ideology in the Creation of Social Entrepreneurs: Intermediary Organizations, 'Ideal Subject' and the Promise of Enjoyment. *J Bus Ethics* 142, 753– 767. <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3112-z>.
- Dey, P. ve Steyaert, C. (2016). Rethinking the Space of Ethics in Social Entrepreneurship: Power, Subjectivity, and Practices of Freedom. *J Bus Ethics*, 133, 627–641. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2450-y>.
- Di Gregorio, D., ve Shane, S., (2003). Why do some universities generate more start-ups than others? *Research Policy* 32 (2), 209-227. [https://doi.org/10.1016/S0048-7333\(02\)00097-5](https://doi.org/10.1016/S0048-7333(02)00097-5).

- Doğan, E. (2015). The effect of entrepreneurship education on entrepreneurial intentions of university students in Turkey. *Istanbul University Econometrics and Statistics E-Journal*, (23), 79-93.
- Douglas, E. J., ve Fitzsimmons, J. R. (2013). Intrapreneurial intentions versus entrepreneurial intentions: distinct constructs with different antecedents. *Small Business Economics*, 41(1), 115-132.
- Drennan, J., Kennedy, J. ve Renfrow, P. (2005). Impact of childhood experiences on the development of entrepreneurial intentions. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 6(4), 231-238.
- Elfving, J. (2008). *Contextualizing Entrepreneurial Intentions: A Multiple Case Study on Entrepreneurial Cognition and Perception*. Åbo: Åbo Akademi University Press, Diss.: Åbo Akademi University.
- Etzkowitz, H. ve Leydesdorff, L. (2000). The Dynamics of Innovation: From National Systems and “Mode 2” to a Triple Helix of University–Industry–Government Relations. *Research Policy*. 29. 109-123. 10.1016/S0048-7333(99)00055-4.
- Fadel, H. (2016). *Education Reform to Create Entrepreneurs*. Published in World Bank Publication. Retrieved from <http://blogs.worldbank.org/arabvoices/education-reform-createentrepreneurs>.
- Falck, O. (2007). *Emergence and Survival of New Businesses*. Heidelberg: Physica.
- Fayolle, A., Gailly, B. ve Lassas-Clerc, N. (2006). Assessing the impact of entrepreneurship education programmes: a new methodology. *Journal of European Industrial Training*, 30, 701- 720.
- Fini, R., Grimaldi, R., Marzocchi, G.L. ve Sobrero, M. (2009) *The Foundation of Entrepreneurial Intention*. Summer Conference, Haziran 2009, 17-19.
- Fischer, B. B., de Moraes, G. H. S. M., ve Schaeffer, P. R. (2019). Universities' institutional settings and academic entrepreneurship: Notes from a developing country. *Technological Forecasting and Social Change*, 147, 243-252.
- Frankfort-Nachmias, C., ve Nachmias, D. (1996). *Index construction and scaling methods*. Frankfort-Nachmias C., Nachmias D., *Research methods in the social sciences*, St Martin's Press, London.
- Frey, B. S., Benz, M., ve Stutzer, A. (2004). Introducing procedural utility: Not only what, but also how matters. *Journal of Institutional and Theoretical Economics (jite)/zeitschrift Für Die Gesamte Staatswissenschaft*, 160(3), 377–401. doi:10.1628/0932456041960560.
- FULL FABRIC. (2017). *The Role of Higher Education in Nurturing Entrepreneurship*. Retrieved from <http://blog.fullfabric.com/role-higher-education-nurturing-entrepreneurship-entrepreneurialism-university-students>.

- Garavan, T. N., ve O' Cinneide, B. (1994). Entrepreneurship education and training programmes: a review and evaluation-part. *J. Eur. Ind. Train.* 18, 3–12. doi: 10.1108/03090599410068024.
- Gartner, W. B., (1990). What are we talking about when we talk about entrepreneurship? *Journal of Business Venturing*, 5(1), 15-28 [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(90\)90023-M](https://doi.org/10.1016/0883-9026(90)90023-M).
- GEM, (2013). *GLOBAL REPORT*. Retrieved on 23 April 2020 from <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2013-global-report>.
- Gerba, D. T. (2012). Impact of entrepreneurship education on entrepreneurial intentions of business and engineering students in Ethiopia. *African Journal of Economic and Management Studies*, 3(2), 258-277.
- Guerrero, M., Rialp, J. ve Urbano, D. (2008). The impact of desirability and feasibility on entrepreneurial intentions: A structural equation model. *Int Entrep Manag J* 4, 35–50. <https://doi.org/10.1007/s11365-006-0032-x>
- Gibb, A. (2002). In pursuit of a new 'enterprise' and 'entrepreneurship' paradigm for learning: creative destruction, new values, new ways of doing things and new combinations of knowledge. *International Journal of Management Reviews*, 4, 233-269.
- Gedeon, Steven A. 2017 *Measuring Student Transformation in Entrepreneurship Education Programs*. Education Research International, Hindawi 8475460 ,2090-4002 <https://doi.org/10.1155/2017/8475460>
- Gird, A., ve Bagraim, J. J. (2008). The theory of planned behaviour as predictor of entrepreneurial intent amongst final-year university students. *South African Journal of Psychology*, 38(4), 711-724.
- Gurbuz, G. and Aykol, S. (2008) Entrepreneurial Intentions of Young Educated Public in Turkey. *Journal of Global Strategic Management*, 4, 46-56. <https://doi.org/10.20460/JGSM.2008218486>
- Guerrero, M., Rialp, J. ve Urbano, D. (2008). The impact of desirability and feasibility on entrepreneurial intentions: A structural equation model. *Int Entrep Manag J* 4, 35–50. <https://doi.org/10.1007/s11365-006-0032-x>.
- Geldhof, G. J., Malin, H., Johnson, S. K., Porter, T., Bronk, K. C., Weiner, M. B., ... ve Damon, W. (2014). Entrepreneurship in young adults: Initial findings from the young entrepreneurs study. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 35(5), 410-421.
- Hyder, Asma vd Azhar, Abdulla vd Javaid, Annum vd Rehman, Mohsin, Entrepreneurial Intentions Among Business Students in Pakistan (June 29, 2011). *Journal of Business Systems, Governance and Ethics*, Vol. 5, No. 2, 2011,

- Heuer, A., ve Liñán, F. (2013). Testing alternative measures of subjective norms in entrepreneurial intention models. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 19(1), 35-50.
- Huggins, R., ve Thompson, P. (2015). *Entrepreneurship, innovation, and regional growth: a network theory. Small Bus Econ* 45, 103–128 (2015). <https://doi.org/10.1007/s11187-015-9643-3>.
- İlerisoy, Z. Y., Aycı, A., Aycı, H., ve Kınacı, E. B. (2021). Impacts of architectural education on entrepreneurial intention: a case study of senior architects from six universities in Turkey. *Archnet-IJAR: International Journal of Architectural Research*, 15(3), 719-737.
- Joseph, I. (2017). Factors Influencing International Student Entrepreneurial Intention in Malaysia. *Research Journal of Business Management*. 7. 424-428. 10.4236/ajibm.2017.74030.
- Katz, J., ve Gartner, W. B. (1988). Properties of emerging organizations. *Academy of Management Review*, 13, 429–441
- Kaplan, J. M., & Warren, A. C. (2009). *Patterns of entrepreneurship management*. John Wiley & Sons..
- Kao, R. W. Y. (1993). *Defining entrepreneurship: past, present and? Creativity and Innovation Management*, 2(1), 69–70. <http://doi.org/10.1111/j.1467-8691.1993.tb00073.x>.
- Kimmit, J., & Muñoz, P. (2018). Sensemaking the ‘social’ in social entrepreneurship. *International Small Business Journal*, 36(8), 859-886.
- Kolvereid, L. ve Moen, O. (1997). Entrepreneurship among business graduates: does a major in entrepreneurship make a difference? *Journal of European Industrial Training*, 21, 154-160.
- Kolvereid, L. (1996). Prediction of Employment Status Choice Intentions. *Entrepreneurship Theory ve Practice* 21: 47-57.
- Kolvereid, L., ve Isaksen, E. (2006). New business start-up and subsequent entry into self-employment. *Journal of business venturing*, 21(6), 866-885.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., ve Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of business venturing*, 15(5-6), 411-432.
- Krueger, N. ve Brazeal, D. (1994). Entrepreneurial Potential & Potential Entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 18. 10.14211/regepe. v7i2.1071.
- Kumar, R. (2019). *Research methodology: A step-by-step guide for beginners*: Sage Publications Limited.

- Kuratko, D. (2005). The Emergence of Entrepreneurship Education: Development, Trends, and Challenges. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 29. 577 - 598. 10.1111/j.1540- 6520.2005.00099.
- Lautenschläger, A. ve Haase, H. (2011). The myth of entrepreneurship education: seven arguments against teaching business creation at universities. *Journal of Entrepreneurship Education*, 14, 147-161.
- Levie, J., Autio, E., Acs, Z., ve Hart, M. (2014). Global entrepreneurship and institutions: An introduction. *Small Business Economics*. 42. 437-444. 10.1007/s11187-013-9516-6.
- Liñán, F., ve Chen, Y. W. (2006). *Testing the Entrepreneurial Intention Model on a Two-Country Sample*. *Documents de Treball* (Universitat Autònoma de Barcelona. Departament d'Economia de l'Empresa). 7/06.
- Lerner, M., ve Malach-Pines, A. (2011). Gender and culture in family business: A ten-nation study. *International Journal of Cross Cultural Management*, 11(2), 113–131. <https://doi.org/10.1177/147059581139919>
- Lüthje, C. ve Franke, N. (2003). The ‘Making’ of An Entrepreneur: Testing a Model of Entrepreneurial Intent among Engineering Students at MIT. *R&D Management*. 33. 135 - 147. 10.1111/1467-9310.00288.
- Macarthy, K., ve Yang, W. (2017). Support facilities for students in their entrepreneurial ventures at Linnaeus University: How can the international students seek and experience the support they get from the University to develop their entrepreneurial ventures (Dissertation). Retrieved from <http://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:lnu:diva-67356>.
- Manisha ve Singh, R.K. (2016). *Students Attitude toward Entrepreneurship*. *Delivered at Fourth International Conference on Recent Innovations in Science Engineering and Management*. Retrieved from www.conferenceworld.in.
- McMillan, J, ve Woodruff C. 2002. The Central Role of Entrepreneurs in Transition Economies. *Journal of Economic Perspectives*, 16 (3): 153-170.
- Maresch, D., Harms, R., Kailer, N., ve Wimmer-Wurm, B. (2016). The impact of entrepreneurship education on the entrepreneurial intention of students in science and engineering versus business studies university programs. *Technological forecasting and social change*, 104, 172-179.
- Mahmoud, M. A. (2014). Attitudes, Subjective Norms and Perceived Behavioral Control on Entrepreneurial Intention of Nigerian Postgraduates in Master of Science. (Published master’s thesis). University Utara, School of Business Management, Kedah.
- McClelland, D. C. (1961). *The Achieving Society*. Princeton, NJD. Van no strand Co.

- McMullen, J., (2011). Delineating the Domain of Development Entrepreneurship: A Market-Based Approach to Facilitating Inclusive Economic Growth. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 35. 10.1111/j.1540-6520.2010.00428. x.
- McMullen, J., ve Shepherd, D. (2006). Entrepreneurial Action and the Role of Uncertainty in the Theory of Entrepreneur. *Academy of Management Review*.31. 10.5465/AMR.2006.19379628.
- Miller T., Grimes M., McMullen J., ve Vogus, T. (2012). Venturing for others with heart and head: How compassion encourages social entrepreneurship. *Academy of Management Review*, 37, 616– 640.
- Mitchell, R., Randolph-Seng, B., ve Mitchell, J. (2011). Socially Situated Cognition: Imagining New Opportunities for Entrepreneurship Research. *Academy of Management Review*. 36. 774-776. 10.5465/amr.2011.0001.
- Maree, K., ve Pietersen, J. (2016). Sampling. In K. Maree (Ed.), *First steps in research* (2. baskı. 192–202). Pretoria: Van Schaik.
- Monsen, E., ve Boss, R. (2009). The Impact of Strategic Entrepreneurship Inside the Organization: Examining Job Stress and Employee Retention. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33, 71- 104 (2009). 33. 10.1111/j.1540-6520.2008.00281. x.
- Nwachukwu, A. (2012). The role of entrepreneurship in economic development: The Nigerian perspective. *European Journal of Business and Management*, 4(8), 96.
- OECD. 2006. *Understanding Entrepreneurship: Developing Indicators for International Comparisons and Assessments*. Retrieved from [http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?doclanguage=en&cote=STD/CSTAT\(2006\)9](http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?doclanguage=en&cote=STD/CSTAT(2006)9).
- Onuoha, B. C. (2008). A Critical Analysis of Impediments to Entrepreneurship Development in Nigeria. *African Journal of Entrepreneurship*, 1(1), 31 – 42.
- Oosterlinck, A., ve Leuven, K. U. (2002). Knowledge management in post-secondary education: Universities. Katholieke Universiteit Leuven, Nederlands. <http://www.oecd.org/dataoecd/46/21/2074921.pdf> (current on 3/5/2003).
- Peredo A. M. ve McLean M. (2006). Social entrepreneurship: A critical review of the concept. *Journal of World Business*, 41, 56–65.
- Peterman, N. E., ve Kennedy, J. (2003). Enterprise education: Influencing students' perceptions of entrepreneurship. *Entrepreneurship theory and practice*, 28(2), 129-144.
- Praag, M., ve Versloot, P., (2007). What is the value of entrepreneurship? A review of recent research. *Small Business Economics*, 29, (4), 351.

- Pradhan, R. P., Arvin, M. B., Nair, M., & Bennett, S. E. (2020). The dynamics among entrepreneurship, innovation, and economic growth in the Eurozone countries. *Journal of Policy Modeling*, 42(5), 1106-1122.
- Pulka, B., Rikwentishe, R., ve Ibrahim, B. (2014). An Evaluation of Students Attitude towards Entrepreneurship Education in some Selected Universities in Northeast Nigeria. *Global Journal of Management and Business Research*. 14(8), 1-7.
- Ramos, A.M. (2014). Entrepreneurial intention among Business Students in Batangas State University. *Asia Pacific Journal of Management Research*, 2(4), 1-6.
- Robledo, J. L. R., Arán, M. V., Martin-Sanchez, V., ve Molina, M. Á. R. (2015). The moderating role of gender on entrepreneurial intentions: A TPB perspective. *Intangible Capital*, 11(1), 92–117. <https://doi.org/10.3926/ic.557>
- Reynolds, P. ve Miller, B. (1992). New Firm Gestation: Conception, Birth, and Implications for Research. *Journal of Business Venturing*. 7. 405-417. 10.1016/0883-9026(92)90016-K.
- Robinson, O. C. (2014). Sampling in interview-based qualitative research: A theoretical and practical guide. *Qualitative research in psychology*, 11(1), 25-41.
- Rogan, M. (2015). *How Important is Education to Entrepreneurial Development. Published in INSEAD: Knowledge is Power. Retrieved from <https://knowledge.insead.edu/blog/insead-blog/how-important-is-education-to-entrepreneurial-development-4164>.*
- Roy, R., Akhtar, F., ve Das, N. (2017). Entrepreneurial intention among science & technology students in India: extending the theory of planned behavior. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 13(4), 1013-1041.
- Sekaran, U., ve Bougie, R. (2010). *Research methods for business: A skill-building approach*. 5. Baskı, Haddington: John Wiley ve Sons.
- Salman D.M. (2016). What is the role of public policies to robust international entrepreneurial activities on economic growth? Evidence from cross-countries study. *Future Business Journal*, 2(1), 1-14.
- Sarasvathy, S.D. (2015). What Makes Entrepreneur Entrepreneurial ? Retrieved from <http://www.effectuation.org/sites/default/files/documents/what-makes-entrepreneurs-entrepreneurial-sarasvathy.pdf>.
- Saunders, M., Lewis, P., ve Thornhill, A. (2009). *Research methods for business students*. 5. Baskı. England: Pearson Educational Limited.
- Schwab, A., (2018). Investigating and communicating the uncertainty of effects: The power of graphs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 42(6), 823–834. doi:10.1177/1042258717753126.

- Shane, S., ve Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of management Review*, 25(1), 217-226.
- Shapero, A. (1975). The displaced, uncomfortable entrepreneur. *University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship*.
- Shapero, A. ve Sokol, L. (1982). *The social dimension of entrepreneurship*. İçinde Kent, C.A., Sexton, D.L. and Vesper, K.H. (Eds.): *Encyclopedia of Entrepreneurship*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, New Jersey, pp.72–90.
- Shaver, K. G., ve Scott, L. R. (1992). Person, process, choice: The psychology of new venture creation. *Entrepreneurship theory and practice*, 16(2), 23-46.
- Shepherd, D. A., Patzelt, H., Shepherd, D. A., & Patzelt, H. (2017). Researching entrepreneurs' role in sustainable development. *Trailblazing in entrepreneurship: Creating new paths for understanding the field*, 149-179.
- Shook, C. L., Priem, R. L., ve McGee, J. E. (2003). Venture creation and the enterprising individual: A review and synthesis. *Journal of Management*, 29(3), 379-399.
- Sidek, N.N. (2008). *Perkenbangan Kerijaya: Teori dan Praktis*. Serdang: Penenbit University Putra Malaysia.
- Sivarajah, K., vd Achchuthan, S. (2013). Entrepreneurial Intention among Undergraduates: Review of Literature. *European Journal of Business and Management*, 5(5), 172-186.
- Sohrabpour, V., Pazirandeh, A., Brad, D., Negreira, J., & Zhang, J. (2013). *Teaching and Learning Adaptation of International Students in Sweden*. In *SEFI*.
- Sutter, C.,vd Bruton, G.D., vd Chen, J., (2019). Entrepreneurship as a solution to extreme poverty: A review and future research directions. *Journal of Business Venturing*,34(1), 197-214.
- Stam, E., ve Van Stel, A. (2011). Types of entrepreneurship and economic growth. *Entrepreneurship, innovation, and economic development*, 78-95.
- Thompson, E. R. (2009). Individual Entrepreneurial Intent: Construct Clarification and Development of an Internationally Reliable Metric. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 669-694.
- Toone, E.J. (2016). *The Role of Higher Education in Entrepreneurship*. Retrieved from <https://techcrunch.com/2016/07/21/the-role-of-higher-education-in-entrepreneurship/>
- Turker, D., ve Selcuk, S. S. (2009). Which factors affect entrepreneurial intention of university students? *Journal of European industrial training*, 33(2), 142-159.

- Thomas, L., Judith, G., ve Maarten, B. (2010). Moving beyond traditional measures of entrepreneurial intentions in a study among life-sciences students in the Netherlands. *Research in Post-Compulsory Education*, 15:3, 259-274, DOI: [10.1080/13596748.2010.503997](https://doi.org/10.1080/13596748.2010.503997)
- Turkish Higher Education Council. (2022). *International Students in Turkey*. Retrieved from <https://www.studyinturkiye.gov.tr/StudyinTurkey/PartStatistic>
- Ungerer, M., Kruger, S., Vorster, S., ve Mansfield, G. (2015). Entrepreneurial opportunities in the craft distilling market in South Africa. *African Journal of Business Management*, 9(6), 259-269.
- Usman, B., ve Yennita, 2019. Understanding the entrepreneurial intention among international students in Turkey. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1), 1-21.
- Van Gelderen, M., Brand, M., van Praag, M., Bodewes, W., Poutsma, E. ve Van Gils, A. (2008). Explaining entrepreneurial intentions by means of the theory of planned behaviour. *Career Development International*, 13, 6, 538–559.
- Van Gelderen, M.W. ve Jansen, O. (2006). Autonomy as a startup motive. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 13(1), 23-32.
- Williams, T. ve Shepherd, D. (2016). Building Resilience or Providing Sustenance: Different Paths of Emergent Ventures in the Aftermath of the Haiti Earthquake. *Academy of Management Journal*. 59. 10.5465/amj.2015.0682.
- Wilson, F., Kickul, J. ve Marlino, D. (2007). Gender, Entrepreneurial Self-Efficacy, and Entrepreneurial Career Intentions: Implications for Entrepreneurship Education. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 31. 10.1111/j.1540-6520.2007.00179. x.
- Yurt koru, E. S., Kuşcu, Z. K., ve Doğanay, A. (2014). Exploring the antecedents of entrepreneurial intention on Turkish university students. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 150, 841-850.
- Yoganandan, G., ve Vignesh, T. (2017). Challenges of young entrepreneurs. *Asia Pacific Journal of Research*, 1(56), 112-115.
- Zirmai, A., Naude, W. ve Goedhuys, M. (2011) *Entrepreneurship, Innovation, and Economic Development*. Oxford University Press, New York. <http://dx.doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199596515.001.0001>
- Zahra, S.A., E. Gedajlovic, D.O. Neubaum, ve J.M. Shulman. 2009. A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges. *Journal of Business Venturing*, 24, 519–32.
- Zikmund, W. G., Babin, B. J., Carr, J. C., ve Griffin, M. (2013). *Business research methods*. 9. Baskı. South-Western Cengage Learning, 666 s.

EKLER

EK1: Anket Formu

Sayın katılımcı;

Bu çalışma Bartın Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde, "TÜRKİYE'DE ÖĞRENİM GÖREN ULUSLARARASI ÖĞRENCİLERİ GİRİŞİMCİLİK BİLGİ VE NİYETLERİNİ BELİRLENMESİ" konulu yüksek lisans tezine veri toplamak amacıyla hazırlanmıştır. Her bölümün yönergesi anketin üst kısmında yer almaktadır. Ankette, değerli katılımcılardan kimlik belirtici hiçbir bilgi istenmemektedir. Anketimize katılımınız için teşekkür eder, iyi çalışmalar dileriz.

Demografik Bilgileri

1. Bölüm Kişisel Özellikler			
1	Cinsiyetiniz nedir?	Kadın	Erkek
2	İş durumunuz nedir?	Çalışıyor	Çalışmıyor
3	Eğitim durumunuz nedir?		
4	Hangi üniversitede okudunuz?		
5	Hangi fakültede okudunuz?		
6	Kaçıncı sınıftasınız?		
7	Girişimcilik eğitimi aldınız mı?	Evet	Hayır
8	Aylık Harcamanız ne kadar?		
9	Girişimcilik İş Fikriniz var mı?	Evet	Hayır
10	Nerelisiniz?		

Girişimcilik Bilgisi Ölçeği

N	İfadeler	Kesinlikle Katılmı yorum	katılmı yorum	Ne katılı yorum ne katılmı yorum	Katılı yorum	Kesinlikle Katılı yorum
1	Girişimci iş yaratır					
2	Girişimci serbest meslek sahibi olmak demektir					
3	Girişimciler zenginlik yaratmak için kaynakları toplar					
4	Girişimci birinin bağımsız olmasını sağlayabilir					
5	Girişimci ekonomik kalkınmaya katkıda bulunur					
6	Girişimci, emeğin işverenidir					
7	Girişimciler, iş ortaklarıyla tanışmak için sosyal etkinliklere katılıyor					
8	Girişimci, yaratıcı yeteneğini tanıtmak için kullanır.					
9	Girişimciler, başkalarının görmediği fırsatları görür					
10	Girişimciler dünya ekonomisini yönetiyor					

Girişimcilik Niyeti Ölçeği

N	İfadeler	Kesinlikle Katılmı yorum	Katılmı yorum	Ne katılı yorum ne katılmı yorum	Katılı yorum	Kesinlikle Katılı yorum
1	Profesyonel hedefim girişimci olmak					
2	Kendi işimi kurmak ve yürütmek için her türlü çabayı göstereceğim					
3	Gelecekte bir iş kurmaya kararlıyım					
4	İleride iş kurmayı ciddi ciddi düşünüyorum					
5	Bir gün bir firma kurmaya kesin niyetim var					
6	Girişimci olmak için her şeyi yapmaya hazırım					
7	Eğer bir iş açarsam, başarılı olma şansım olur.					
8	Girişimci olmak bend harika yapar					
9	Gelecekte nasıl iş kuracağıma dair fikirlerim var					
10	İş fikirleri geliştirmem benim için zor olurdu					