

Citation: Toklu, İ.T. (2018), Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Niyetini Ne Etkiler? Doğu Karadeniz Bölgesinde Bir Araştırma, BMIJ, (2018), 6(4): 1081-1100 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v6i4.320>

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN GİRİŞİMCİLİK NİYETİNİ NE ETKİLER? DOĞU KARADENİZ BÖLGESİNDE BİR ARAŞTIRMA¹

İsmail Tamer TOKLU²

Received Date (Başvuru Tarihi): 25/10/2018

Accepted Date (Kabul Tarihi): 18/12/2018

Published Date (Yayın Tarihi): 04/01/2019

ÖZ

Dünyanın her yerindeki girişimciler fırsatlardan ve zorunluluktan yararlanarak yeni girişimler peşinde koşmaktadır. Bu girişimler yalnızca bireysel yatırımcılara fayda sağlamakla kalmamakla birlikte, aynı zamanda genel piyasanın verimliliğini ve yenilikçiliğini de artırmaya yardımcı olmaktadır. Araştırmalar çoğu insanın girişimcilik potansiyeline sahip olduğunu ve zamanla bunların girişimcilere dönüştüğünü göstermektedir. Türkiye'nin her ilinde üniversitelerin kurulması ve üniversite sayısındaki niceliksel artışla birlikte mezunlarının girişimciliğe yönelmeleri ülkenin gelişmesine önemli katkılar sağlayabilecektir. Bu çalışma öğrencilerin girişimcilik niyetini etkileyen faktörlerin anlaşılmasına katkıda bulunmayı amaçlamaktadır. Bu amaçla yapılan araştırma ile üniversite eğitime yönelik memnuniyet, girişimcilik davranışına yönelik kişisel tutum, subjektif norm ve algılanan davranışsal kontrolün girişimcilik niyetine etkisi incelenmektedir. Araştırmanın örnekleme Doğu Karadeniz üniversitelerinde iktisadi ve idari bilimler ile ilgili disiplinlerde eğitim gören girişimcilik eğitimi alan son sınıf öğrencileri arasından kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak seçilmiştir. Yüz yüze anket yöntemi ile araştırmanın verileri toplanmıştır. Verilerin analizinde SPSS ve yapısal eşitlik modellemesi kullanılmıştır. Araştırmadan elde edilen ilk sonuçlara göre girişimcilik davranışına yönelik kişisel tutum, subjektif norm ve algılanan davranışsal kontrol girişimcilik niyeti üzerinde etkili olduğu tespit edilmişken, üniversiteden memnuniyetin girişimcilik niyeti üzerinde etkisi bulunamamıştır. Üniversitelerin pazarlama bakış açısı ile birbirinden farklılaşması ve girişimci odaklı bireyler yetiştirmesine katkıda bulunmak için gerekli düzenlemeleri yapması ürettiklerine artı bir değer katacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik Niyeti, Eğitime Yönelik Memnuniyet, Girişimciliğe Yönelik Tutum, Subjektif Norm, Algılanan Davranışsal Kontrol

JEL Kodlar: L26, M30, M20

WHAT IMPACTS ENTREPRENEURSHIP INTENTION OF UNIVERSITY STUDENTS? A RESEARCH IN EAST-BLACK SEA REGION

ABSTRACT

Entrepreneurs around the world are pursuing new ventures by taking advantage of opportunities and necessities. These initiatives not only help to benefit individual investors, but they also help to increase the efficiency and innovation of the general market. The researches indicate that most people have the entrepreneurial potential and they turn into entrepreneurs over time. The establishment of universities in every province of Turkey and the increase of graduates from the universities can contribute the country's development by orienting them to entrepreneurship. This study aims to contribute to the understanding of the factors affecting students' entrepreneurship intention. The research conducted for this purpose examines the satisfaction towards university

¹ Bu çalışmanın ilk ve özet sürümü Bandırma, Türkiye'de 27-28 Haziran 2018 tarihlerinde gerçekleştirilen International Conference on Empirical Economics and Social Science'da sunulmuştur.

² Dr. Öğr. Ü. Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, ittoku@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-7848-4867>

education, the personal attitude toward entrepreneurship behaviour, the subjective norm, and the effect of perceived behavioural control on entrepreneurship intentions. The research sample was selected among the students taking entrepreneurship course in the disciplines of economic and administrative sciences at the universities in the Eastern Black Sea region by using convenience sampling method. Survey data were collected by face-to-face interview method. SPSS and structural equation modelling were employed in the analysis of the data. According to the initial results obtained from the research, personal attitude towards entrepreneurship behaviour, subjective norm and perceived behavioural control were found to be significant on entrepreneurship intention, while the satisfaction from the university did not affect entrepreneurship intention. It is thought that universities differentiating from each other with marketing point of view and making necessary arrangements to reinforce the growth of entrepreneurial oriented individuals could create a plus value for their outputs.

Keywords: Entrepreneurship Intention, Satisfaction towards Education, Entrepreneurship Attitude, Subjective Norm, Perceived Behavioral Control

JEL Codes: L26, M30, M20

1. GİRİŞ

Girişimciler, sorumluluklar alan, çevrelerindeki mevcut fırsatları değerlendirmek suretiyle riskle uğraşan, projelerini başarılı kılmada yenilik ve inovasyon yaparak her zaman iş yaratma sürecinde olan (Johnson, 2001) bireylerdir. Girişimcilik konusuna olan merak son yıllarda artmıştır. Burada merakın, üniversite öğrencilerinin girişimci tutumunu etkileyen araştırmalardan, girişimcilik yeterliliğinin sistematik olarak öğretildiği derslere ve hatta belirli bir çalışma alanı olarak iş kurmaya yönelik araştırmalara kadar çeşitlendiği görülmektedir (Fayolle ve Gailly, 2015; Fenton ve Barry, 2014; Hattab, 2014; Sanchez, 2011; Wu ve Wu, 2008). Girişimcilik bağlamında vatandaşların kendi işlerini kurmaya yönelik niyetleriyle refahı, ekonomik büyümeyi ve kalkınmayı geliştirmekle ilgilenmesi önemli bir iştir (Hindle ve Rushworth, 2000).

Girişimcilik eğiliminin davranışsal nedenlerini açıklamaya yönelik çalışmaların literatürde yaygın olarak tartışıldığı görülmektedir. Burada, Ajzen'in (1991) "Planlı Davranış Modeli" girişimcilik eğitim programında geçerli bir gösterge olduğu kadar aynı zamanda davranışın bir tahmin edicisi olarak da göz önünde bulundurulmalıdır (Fayolle ve Gailly, 2015). Teori, basit olarak bireylerin içinde buldukları sosyal ortamın bir sonucu olarak içselleştirdiği üç konuya dayanır. Burada girişimcilik niyeti bağımlı değişken iken kişisel tutum, subjektif norm ve algılanan davranışsal kontrol bağımsız değişkendir. Girişimcilik niyeti bu değişkenler arasındaki etkileşimin bir sonucudur.

Girişimcilik, tek seferlik kısa süreli değil, belirli bir zaman aralığı boyunca gerçekleşen bir süreçtir. Bu süreç ne kadar erken başlar ise o kadar ileriye dönük olarak olumlu sonuçlar elde edilebilir. Bölgesel çeşitlilikler de girişimcilikte etkin olabilmektedir. Örneğin, bir bölgedeki kurumsal içeriğin (kültürel, sosyal, politik ve ekonomik) girişimciliği belirlediğini

öne süren Kurumsal İktisat Teorisine³ (Institutional Economic Theory) dikkat çeken bir çalışma birimine göre (Shaw ve Urban, 2011; Linan vd., 2011; Carree vd., 2002) iş kurma yeteneği açısından bölgeler arasında farklılıklar vardır. Diğer bir ifade ile girişimcilik niyetinin öncüllerini bireyin iç ve dış çevre şartlarının şekillendirdiği söylenebilir. Erken örgün eğitimi olarak verilen girişimcilik eğitimi öğrencilerin mevcut tutumlarını etkileyebildiği gibi gelecekteki kariyerleri doğrultusunda bir etki yapabilir ve yetişkin olduklarında da girişimcilik eğilimlerini etkileyebilir (Finisterra do Paco vd., 2011). Bu varsayım eğitim sistemlerinde çeşitli düzeylerde ülkelerin girişimcilik kursları sunmalarına öncülük etmektedir. Son zamanlarda, gelişmekte olan ülkelerin çoğunda girişimcilik, ekonomik kalkınmadaki işlevi artırmak ve yoksulluğun azaltılması sürecine yardımcı olmak için hem bilim insanları hem de politika yapıcılardan büyük ilgi görmektedir (Tessema, 2012; Kshetri, 2011).

Dünyanın her yerindeki girişimcilerin fırsatlardan ve zorunluluktan yararlanarak yeni girişimler peşinde koştuğu bilinmektedir. Bu girişimler hem bireysel yatırımcılara fayda sağlar, hem de genel piyasanın verimliliğini ve yenilikçiliğini artırmaya yardımcı olur. İnsanların girişimcilik potansiyeline sahip olduğu ve zamanla bunların girişimciliğe dönüştüğü ileri sürülmektedir. Türkiye'nin her ilinde üniversitelerin kurulması ve üniversite sayısındaki niceliksel artışla birlikte mezunlarının girişimciliğe yönlendirilmelerinin ülkenin gelişmesine önemli katkılar sağlaması muhtemeldir.

Girişimcilik niyeti ilgili Türkiye'de yapılan çalışmaların önemli bir kısmının kişilikle ilişkilendirildiği görülmektedir. Bu araştırma ile girişimcilik bağlamında üniversite eğitimine yönelik memnuniyetin, girişimcilik davranışına yönelik kişisel tutum, sübjektif norm ve algılanan davranışsal kontrolüne etkisi incelenirken, bunların da girişimcilik niyetine etkisi araştırılmaktadır.

Üniversiteler hizmet sektöründe faaliyet gösteren örgütler olduğundan çıktılarıyla bir değer oluşturmaktadır. Bu değer oluşturduğu memnuniyetin yeterince araştırılmadığı yapılan çalışmalar incelendiğinde görülmektedir. Üniversitelerin ve verdikleri eğitimlerin girişimcilikle ilgili olarak daha fazla incelenmesi sonucu elde edilen bulguların ülke ekonomisine artı bir değer sunacağı düşünülmektedir. İlave olarak bu çalışmanın sonuçları, ilgili konuların anlaşılmasına önemli bir katkı sağlamakta ve özellikle kamunun eğitimi pazarlamasında yeni bir bakış açısı sunmaktadır.

³ Yeni Kurumsal İktisat; farklı bilim dallarının birlikte kullanımı ile gündelik hayattaki çeşitli kurumları açıklamaya çalışan disiplinler arası bir girişim (Kama, 2011).

Çalışma bölge gerçeklerini anlamaya yönelik olması bakımından anlamlıdır. Üniversitelerin uzmanlaşmaya başladığı günümüzde buldukları illere katma değer sunmayı hedeflemeleri ilerde önemli sonuçları beraberinde getireceği düşünülmektedir. Sadece uzman eleman olarak yetiştirilmelerinin yanında girişimci bireyler haline dönüşmeleri de iş hayatında yapılacakların girişimci bir ruhla gerçekleştirilmesinin yolunu açacağı ve kalkınmaya daha fazla değer sunacağı düşünülmektedir. Çalışmanın izleyen bölümlerinde araştırmanın teorik geçmişi belirlenerek hipotezler oluşturulmuştur. Sonrasında, metodoloji hakkında bilgiler verilerek hipotezlerin testi ve sonuçları bulgular şeklinde sunulmuştur.

2. TEORİK GEÇMİŞ VE HİPOTEZ OLUŞTURMA

Fırsatları keşfedip ekonomik gelişmeyi kolaylaştırdıklarından girişimciler iddialı ve yenilikçi olarak tanımlanır. Girişimcilik varlık yaratma ve ekonomik kalkınmaya odaklanma olarak görülmektedir (Tilley ve Young, 2009). İşsizlikle uğraşmak, durgun bir ekonomiyi harekete geçirmek, büyümeyi teşvik etmek için girişimcilik faaliyetleri ya da yeni girişim yaratma hemen hemen her ülkede ekonomiyi güçlendirmede uygulanan stratejilerdir. Girişimcilik niyetini etkileyen faktörler aşağıda incelenmektedir.

2.1. Üniversite Eğitime Yönelik Memnuniyet

Ürün (Zeithaml, 1988) ve hizmetler (McDougall ve Levesque, 2000) bağlamında memnuniyet ve satın alma niyetinin temel itici gücü olarak değer kavramının pazarlamacılar için önemli bir konu olduğu ortadadır. Üstün tüketici değerinin sağlanması kuruluşlara birçok faydalar sunmaktadır. Pazarlama aynı zamanda bir değer oluşturup bunu hedef kitleye sunma sanatı olarak da bilinmektedir.

Özellikle, eğitimciler, değer, hem öğrenim deneyimini optimize eden (Unni, 2005) hem de daha yüksek öğrenci memnuniyeti iletebilen hassas eğitim tekliflerini değerlendirebilen bir araç olduğuna işaret etmektedir (LeBlanc ve Nguyen, 1999). Lisans ve yüksek lisans eğitimlerinin ders programlarında değer kavramı bir konu olarak ortaya çıkmaktadır. Değer, öğrencilerin öğrenmeye odaklanacakları pazarlama için temel bir kavramdır ve örgütsel başarı için hayati stratejileri amaçlar (Ledden vd., 2007).

Üniversitelerin verdiği eğitimin bir değer olarak hedef kitle olan öğrenciler nezdinde oluşturduğu memnuniyetin girişimcilik kapsamında incelenmesi gerekir. Karlsson ve Moberg'in (2013) tespitlerine göre girişimcilik eğitime ilgi 1970'lerin ilk yıllarında başlamıştır. Günümüze kadar konuya ilgi sürekli olarak genişleyerek artmış olabilir. Artık çok sayıda üniversite girişimcilik eğitimini vermektedir. Nabi ve Holden (2008), girişimcilik

eğitiminin girişimcilik kariyeri yolunda öğrencileri eğiterek ve geliştirerek, hızla küreselleşen bir pazarda rekabet etmede gerekli beceri ve yeterliliklerle donatacak bir mekanizma olduğunu savunmaktadır. Buradaki temel varsayım, girişimciliğe ilişkin psikolojik özelliklerin kültürel olarak elde edilebilmesidir (Kurato, 2005; Gibb ve Ritchie, 1982). Tersine olarak, eğitimin bireylerin kültürel değerlerini ve dolayısıyla girişimcilik düzeylerini etkileyebileceği de belirtilmektedir (Gurel vd., 2010). Girişimcilik eğitiminin aynı zamanda genel beceri, eğitim ve bilgi sağladığı, böylece bireylerin bir işi örgütleyebileceği, müşteri isteklerini değerlendirebileceği, iş dünyasına erişimi kolaylaştıracağı düşünülmektedir (Raijman, 2001). Girişimcilik eğitimi özellikle de belirli bir tür ve kapsamda ise genel girişimcilik becerilerinde bir artışa katkıda bulunmaktadır (Storen, 2014). Benzer şekilde girişimcilik eğitimi, girişimcilikteki başarı ile bağlantılı özellikleri geliştirebilir ve girişimcilerin daha sonra ihtiyaç duyacağı becerileri sağlayabilir (Finisterra do Paco vd., 2011). Burada girişimciliğin bir süreç olduğu ve buradaki girişimci niyetin girişimcilikteki uzun sürecin ilk adımı olacağı çalışmalarla tespit edilmiştir (Linan ve Chen, 2009; Lee ve Wong, 2004).

Girişimcilik eğitim programları ise, belirli bir dereceye kadar girişimciliğe yönelik eğilimi besler (Iglesias-Sanchez vd., 2016). Eğitim aynı zamanda girişimci olma niyetini belirleyen üç faktör (kişisel tutum, subjektif norm ve algılanan davranışsal kontrol) üzerinde etkili olabilecek bir değişkendir (Darmanto ve Wahyudi, 2014). Buli ve Yesuf'un (2015) yaptığı çalışmaya göre, girişimcilik davranışına yönelik tutum ve algılanan davranışsal kontrol, girişimcilik niyetinin en öngörülebilir iki değişkenidir. Bu nedenle, müfredat ve içeriğin tasarlanma biçiminde buna uygun olarak dikkat edilmesinin gerekliliği önerilmiştir. Ayrıca, eğitim uygulamasında karar verme, etkili iletişim, girişimci müzakeresi, liderlik, kaynakların etkin ve verimli kullanımı, yeni ürün geliştirme, yaratıcılık, eleştirel düşünme, hizmet temelli ve teknolojik yenilik gibi ders içeriklerinin de yer almasının gerekliliğine dikkat çekilmektedir. Öğrencilerin girişimciliğe yönelik bakış açıları ve inançları, onların yakın sosyal ve kültürel çevrelerinin sonuçlarıdır. Öğrencilerin girişimcilik algısında sermaye varlığı, üniversite eğitimi, hayatta kalma ve aşinalık anlamlı faktörlerdir (Obembe vd., 2014).

Çeşitli çalışmalar farklı yöntemler kullanarak girişimcilik niyetini analiz etmek için modeller kullanmıştır. Bazı araştırmalar teoriyi çeşitli üniversitelerde okuyan öğrencilere uygulamışlardır. Wu ve Wu'nun (2008) Şangay'daki bir üniversitenin öğrencilerine; Basu ve Virick'in (2010) ABD'ndeki San Jose üniversitesine; Hattab'ın (2014) bir Mısır üniversitesine ve Malebana'nın (2014) Güney Afrika'daki bir üniversitedeki öğrencilere yaptığı çalışmalar buna örnektir. Yine çok sayıda araştırma (Venesaar vd., 2007; Ramayah ve Harun, 2005;

Veciana vd., 2005; Wang ve Wong, 2004) girişimcilik eğitiminin, cinsiyetin, aile geçmişinin, sermaye mevcudiyetinin ve risk toleransının girişimcilik kavramına etkisini incelemiş ve kabul etmiştir.

2.2. Girişimcilik Niyeti

Girişimcilik niyetini açıklamak için birkaç model kullanılmıştır (Fayolle, Linan ve Moriano, 2014). Örneğin, Girişimcilik Etkinlik Modeli (Shapero, 1982), Uygulamalı Girişimci Fikirler Modeli (Bird, 1988) veya Beklenen Faydanın Maksimizasyonu Modeli (Douglas ve Shepherd, 2000) bunlar arasında sayılabilir. Burada Shapero'nun (1982) modeli niyet tabanlı bir modeldir. Girişimcilik niyeti açıklanırken, algılanan arzulanabilirlik, algılanan fizibilite ve harekete geçme eğilimi temel alınmaktadır.

Ancak, yukarıdaki modellerin hiçbiri Ajzen'in (1991) "Planlı Davranış Teorisi" kadar etkili olmamıştır (Moriano vd., 2012; Linan ve Chen, 2009; Van Gelderen vd., 2008; Krueger vd., 2000). Her ne kadar farklı modeller önerilmiş olsa da, bu teori girişimcilik niyetini açıklamada en yaygın olarak kullanılan ve genellikle onaylanmış bir teori olmaya devam etmektedir (Fayolle vd., 2014). Diğer modellerin aksine, bu model sadece kişisel değil, aynı zamanda sosyal faktörleri de dikkate alarak girişimcilik niyetlerini anlamamızı ve öngörmemizi sağlayan tutarlı ve genel olarak uygulanabilir bir teorik çerçeve sunmaktadır (Krueger vd., 2000). Diğer bir ifade ile teori, girişimci olma yeteneğinin algılanmasını ve bir iş kurma eyleminin kontrol edilebilmesini içerir.

Bir iş kavramına yönelik dikkat, tecrübe ve eylemlerini yönlendiren düşünce durumu olan girişimci niyetler, örgütlerin kuruluş biçimlerini ve yönlerini belirlemektedir. Hayatta kalma, gelişme (yazılı planlar dahil), büyüme ve değişim gibi ortaya çıkan örgütsel sonuçlar bu niyetlere dayanmaktadır. Ajzen'in (1991) modeli de niyet tabanlı bir modeldir. Bu model kavramsal olarak bağımsız üç belirleyiciyi kullanır. Bunlar kişinin; 1 (söz konusu davranışı olumlu ya da olumsuz değerlendirmesinin derecesi), 2 (davranışı gerçekleştirecek ya da gerçekleştirilmeyecek sosyal baskı), 3 (davranışı yerine getirmenin algılanan kolaylığı veya zorluğudur). Bunlar sırasıyla kişisel tutumlar, sübjektif normlar ve algılanan davranışsal kontrol olarak adlandırılır.

Ajzen'in (1991) modelindeki öncüller biraz daha detaylandırılırsa, davranışa yönelik kişisel tutum girişimcilik niyetini belirleyen ilk değişkendir. Bu yapı, ağırlıklı olarak, belirli davranış türlerini gerçekleştirmenin kişisel çekiciliğine odaklanır. Krueger vd. (2000) kişisel tutumun, davranıştan kaynaklanan sonuçların kişisel etkileri hakkındaki beklenti ve inançlara

bağlı olduğunu belirtmektedir. Yeni işlere yönelik bağlılığı ve girişimcilikte ilk adıma karşı olan fedakârlık etme isteğini ölçer (Diaz-Garcia ve Jimenez-Moreno, 2010). Bu yapı belirli bir davranışı gerçekleştirilmede kişisel cazibeye odaklanır. İnsanların girişimciliğe karşı olumlu görüşleri ne kadar elverişli ise, gelecekte girişimcilik davranışları için potansiyelin ortaya çıkma ihtimali de o kadar yüksek olabilir.

Sübjektif norm önemli referans bireylerin veya grupların belirli bir davranışı onaylama veya onaylamama olasılığını ifade eder (Ajzen, 1991). Ya da belirli bir davranışın gerçekleştirilmesinde sosyal baskı ya da başkalarının görüşlerini ifade eder (Diaz-Garcia ve Jimenez-Moreno, 2010; Linan ve Chen, 2009). Öğrenciler bir girişimde bulunurken, ebeveynler, arkadaşlar veya önemli sosyal etkileyciler gibi herhangi bir rol modeli ya da mentorun fikirlerine değer verir (Krueger vd., 2000). Bu, aile, arkadaşlar, diğer öğrenciler ya da çalışma arkadaşları gibi kişiye en yakın insanlardan algılanan desteği ifade eder.

Algılanan davranışsal kontrol ise şu şekilde ifade edilebilir. Akademisyenler bireyin çevresinin, kaynaklarının ve süreçlerinin girişimci olma niyetleri üzerinde daha derin bir etkiye sahip olabileceğini savunur (Solevik vd., 2014). Planlı Davranış Teorisine göre, girişimcilik niyetinin nihai belirleyicisi, gerekli kaynakların mevcudiyeti ve girişim yaratma fırsatları ile ilgilidir. Gerekli kaynakların ve fırsatların varlığı ya da yokluğu (Ajzen, 1991) ya da davranışı yerine getirmede algılanan kolaylığı/zorluğu (Van Gelderen vd., 2008) ile ilgilidir. Bireyin girişimci olmayı kolay ya da zor olarak algılamasının yanı sıra, sorunları aşma ve bir iş kurma ile ilgili riski kabul etmesi durumunda kabul edilebilir bir başarı derecesi elde etme konusundaki görüşleridir. Girişimciliğe yönelik tutum, dışsal değişkenler (durumsal ve sosyal) ile birlikte bir düşünme ve davranış biçiminin (kişilik) bir sonucudur ve bunlar girişimci davranışı tahmin etmek için oluşturulan modellerin temelidir (Krueger vd., 2000).

Bu teorik temeller eşliğinde araştırmanın hipotezleri aşağıda verilmektedir.

H₁: *Üniversite eğitime yönelik memnuniyet girişimcilik davranışına yönelik kişisel tutumu etkiler.*

H₂: *Girişimcilik davranışına yönelik kişisel tutum girişimcilik niyetini etkiler.*

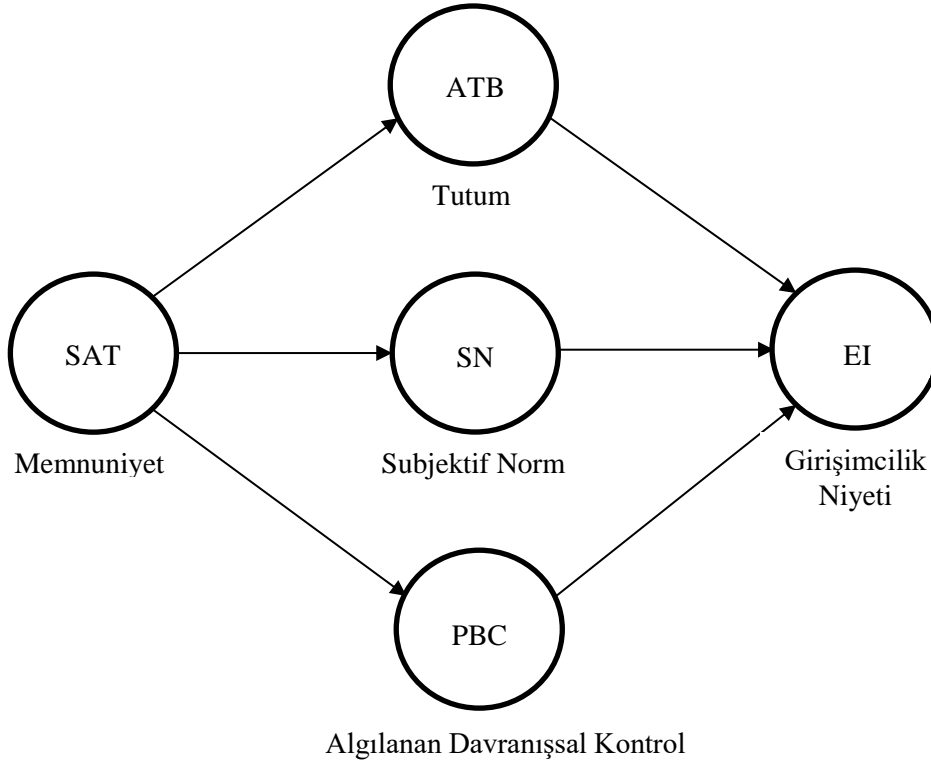
H₃: *Üniversite eğitime yönelik memnuniyet sübjektif normu etkiler.*

H₄: *Sübjektif norm girişimcilik niyetini etkiler.*

H₅: *Üniversite eğitime yönelik memnuniyet algılanan davranışsal kontrolü etkiler.*

H₆: *Algılanan davranışsal kontrol girişimcilik niyetini etkiler.*

Oluşturulan kavramsal modele göre girişimcilik bağlamında üniversite eğitime yönelik memnuniyet kişisel tutumu etkiler, kişisel tutum da girişimcilik niyetini etkiler. Girişimcilik bağlamında üniversite eğitime yönelik memnuniyet sübjektif normu etkiler, sübjektif norm da girişimcilik niyetini etkiler. Benzer şekilde, üniversite eğitime yönelik memnuniyet algısal davranışsal kontrolü etkiler, algısal davranışsal kontrol da girişimcilik niyetini etkiler. Şekil 1 kavramsal modeli göstermektedir.



Şekil 1. Araştırmanın Modeli

3. METODOLOJİ

Araştırmanın değişkenleri literatürde var olan ölçeklerden oluşturulmuştur. Eğitime yönelik memnuniyet için Halstead vd. (1994) tarafından geliştirilen ve Ledden vd.'nin (2007) değişiklik yaptığı ölçek kullanılmıştır. Davranışa yönelik kişisel tutum için Ajzen (1991) çalışması temelinde oluşturulan Maresch vd.'nin (2016) de kullandığı ölçekten yararlanılmıştır. Sübjektif norm, algılanan davranışsal kontrol ve girişimcilik niyeti için ise Buli ve Yesuf (2015) tarafından kullanılan ölçeklerden yararlanılmıştır. Anket sorularının tasarımında 7'li Likert ölçeği kullanılmıştır. Burada 1 kesinlikle katılmıyorum, 7 ise kesinlikle katılıyorum şeklinde kodlandırılmıştır.

Iglesias-Sanchez vd. (2016) üniversitelerde iktisadi ve idari bilimler programlarında okuyan girişimcilik eğitimi almış öğrencilere odaklanarak girişimcilik eğilimi ve bu programların etkisini araştırırken, girişimcilik niyeti ve davranış üzerine yapılan araştırmaların ağırlıklı olarak MBA öğrencilerine (Zao vd., 2005; Barbosa vd., 2007) ve girişimcilere (McGee vd., 2009) odaklandığını iddia etmiştir.

Bu çalışmanın verileri Doğu Karadeniz Bölgesi'nde faaliyet gösteren Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi ve Artvin Çoruh Üniversitesi dört yıllık İşletme ile Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu programlarında eğitim gören girişimcilik eğitimi almış son sınıf öğrencileri arasından kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak yüz yüze yapılan anketlerden elde edilmiştir.

203 kişinin katıldığı anket 15-30 Mayıs 2018 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Toplanan anketlerden 13 tanesi kullanılabilir nitelikte olmadığından (eksik/hatalı) elenerek değerlendirme dışı kalmıştır. Geriye kalan 190 anketle analizler yapılmıştır. Modelin analiz edilmesinde IBM SPSS v23 programı ve küçük örneklem sayısı ile çalışabilen ve parametrik olmayan (Hair vd., 2014) SmartPLS Yapısal Eşitlik Modellemesi kullanılmıştır.

4. ANALİZ SONUÇLARI

Tablo 1 araştırmaya katılanların tanımlayıcı istatistikleri vermektedir.

Tablo 1. Katılımcıların Tanımlayıcı İstatistikleri

Demografik Özellikler		Frekans	%
Cinsiyet	Kadın	115	60,5
	Erkek	75	39,5
İş Tecrübesi	Tecrübesiz	135	71,1
	5 yıldan az	35	18,4
	5-10 yıl	20	10,5
Coğrafi Bölge	Karadeniz	105	55,3
	Marmara	30	15,8
	Ege	5	2,6
	Akdeniz	10	5,3
	İç Anadolu	25	13,1
	Güneydoğu Anadolu	10	5,3
Ailenin Yaşadığı Yer	Doğu Anadolu	5	2,6
	Köy	40	21,1
	İlçe	100	52,6
	İl	50	26,3
Ailenin Geçim Kaynağı	Çiftçi	45	23,7
	İşçi	70	36,8
	Memur	30	15,8
	Esnaf	40	21,1
	Zanaatkâr	5	2,6

21-30 yaş aralığında olan katılımcıların %60,5'i kadın ve %39,5'i de erkeklerden oluşmaktadır. Katılımcıların %71,1'i bir iş tecrübesine sahip değilken, %18,4'ü 5 yıldan az, %10,5'i de 5-10 yıl arasında bir iş tecrübesine sahiptir. Katılımcıların %55,3'ü Karadeniz, %15,8'i Marmara, %2,6'sı Ege, %5,3'ü Akdeniz, %13,2'si İç Anadolu, %5,3'ü Güneydoğu Anadolu, %2,6'sı da Doğu Anadolu bölgesindedir. Katılımcıların %21,1'i köy, %52,6'sı ilçe ve %26,3'ü de il merkezinden gelmektedir. Ailelerinin %23,7'si çiftçi, %36,8'i işçi, %15,8'i memur, %21,1'i esnaf ve %2,6'sı da zanaatkârdır.

4.1. Verilerin Analizi

Modelin analizinde ölçüm modeli ve yapısal model olmak üzere iki aşama vardır. Burada, gözlenen ve gizil değişkenler arasındaki ilişki ilk aşamada değerlendirilirken, yapı ölçümlerinin geçerliliği ve güvenilirliği ikinci aşamada değerlendirilir. Modeldeki ilişkilerin değerlendirilmesinde yapının güvenilir ve geçerli olması gerekir (Hulland, 1999). Modelin öngörü yeteneği yol katsayıları ile tespit edilir.

4.2. Ölçüm Modeli

Ölçüm modelinin kalitesi için yapıların Yakınsak (Convergent) ve Ayırma (Discriminant) geçerlilikleri ve ölçek güvenilirliği test edilir. PLS'de faktörlerin güvenilirliği için gizil yapıların faktör yükleri incelenir, kıstas minimum 0,50 olarak tavsiye edilir (Hulland, 1999).

Yapı geçerliliğinde yakınsak ve ayırma geçerliliği kullanılır. Yakınsak geçerlilik için madde güvenilirliği, bütünlük güvenilirlik ve açıklanan ortalama varyans (AVE) olmak üzere üç test kullanılır. Yapının madde yüklerinde 0,70'in altında kalan maddelerin analizden çıkarılması güvenilirliği artırır. Tablo 2 madde yüklerinin yanında güvenilirlik, Cronbach'ın Alpha katsayısı, Kompozit güvenilirlik ve AVE değerlerini vermektedir. Anlamlılık testinde ise T testi kullanılmış ve yapının anlamlı olduğu teyit edilmiştir.

Madde güvenilirliğinde dış yüklerin karesi alınarak oluşan katsayıların 0,70 ve üzeri olması beklenir. Keşifsel bir araştırmada 0,40 ve üzeri bir değer de kabul görmektedir (Hulland, 1999). Bu çalışmada en düşük değer 0,560 olduğundan model güvenilir olarak kabul edilmiştir.

Cronbach'ın Alfa katsayısı 0,838'in üzerinde olduğundan kompozit güvenilirlik için yeterlidir. Cronbach'ın Alfa katsayısı içsel uyum güvenilirliğini ölçmede kullanıldığından literatür kompozit güvenilirliği önermektedir (Hair vd., 2012; Bagozzi ve Yi, 1988). Modelde tüm kompozit güvenilirlikler eşik değer olan 0,700'ün üzerinde olduğundan kabul edilmiştir.

Yakınsak geçerlilik için AVE değerleri kullanılmıştır. Modelin AVE değerleri eşik değeri olan 0,500'ün üzerinde olduğundan yakınsak geçerliliği teyit edilmiştir. Tablo 2 teyit edilen ölçüm modelindeki madde güvenilirliği, Cronbach'ın Alpha katsayısı, kompozit güvenilirlik ve AVE değerlerini vermektedir.

Tablo 2. Ölçüm Modelinin Değerlendirilmesi

Gizil Değişken	Madde	Yükler	Madde Güvenilirliği	Cronbach's Alpha	Kompozit Güvenilirlik	AVE
MEMNUNİYET (SAT)	SAT1	0,933	0,870	0,868	0,918	0,789
	SAT2	0,904	0,817			
	SAT3	0,825	0,681			
TUTUM (ATB)	ATB1	0,784	0,615	0,894	0,922	0,704
	ATB2	0,859	0,738			
	ATB3	0,885	0,783			
	ATB4	0,866	0,750			
	ATB5	0,797	0,635			
SUBJEKTİF NORMLAR (SN)	SN1	0,981	0,962	0,838	0,910	0,836
	SN2	0,843	0,711			
ALGILANAN DAVRANIŞSAL KONTROL (PBC)	PBC2	0,819	0,671	0,841	0,893	0,676
	PBC3	0,849	0,721			
	PBC4	0,868	0,753			
	PBC5	0,748	0,560			
GİRİŞİMCİLİK NİYETİ (EI)	EI1	0,818	0,669	0,919	0,939	0,756
	EI2	0,893	0,797			
	EI3	0,883	0,780			
	EI4	0,896	0,803			
	EI6	0,855	0,731			

Tablo 3 Fornell ve Larcker'in (1981) kılavuzu ile uyumlu olarak her bir ölçeğin ölçümündeki ayırma geçerliği değerlerini göstermektedir. Matrisin çaprazındakiler \sqrt{AVE} değerini gösterir. Çaprazdaki tüm değerlerin kendi satır ve sütunundaki diğer değerlerden daha yüksek olması ölçeğin ayırma geçerliliği için gereklidir. Buna göre ayırma geçerliliğinin teyit edildiği görülmektedir.

Tablo 3. Ayırma Geçerliliğinin Kontrolü İçin Fornell-Larcker Kıstas Analizi

	ATB	EI	PBC	SAT	SN
ATB	0,839				
EI	0,721	0,870			
PBC	0,669	0,635	0,822		
SAT	0,479	0,337	0,481	0,888	
SN	0,439	0,223	0,386	0,190	0,915

4.3. Yapısal Model

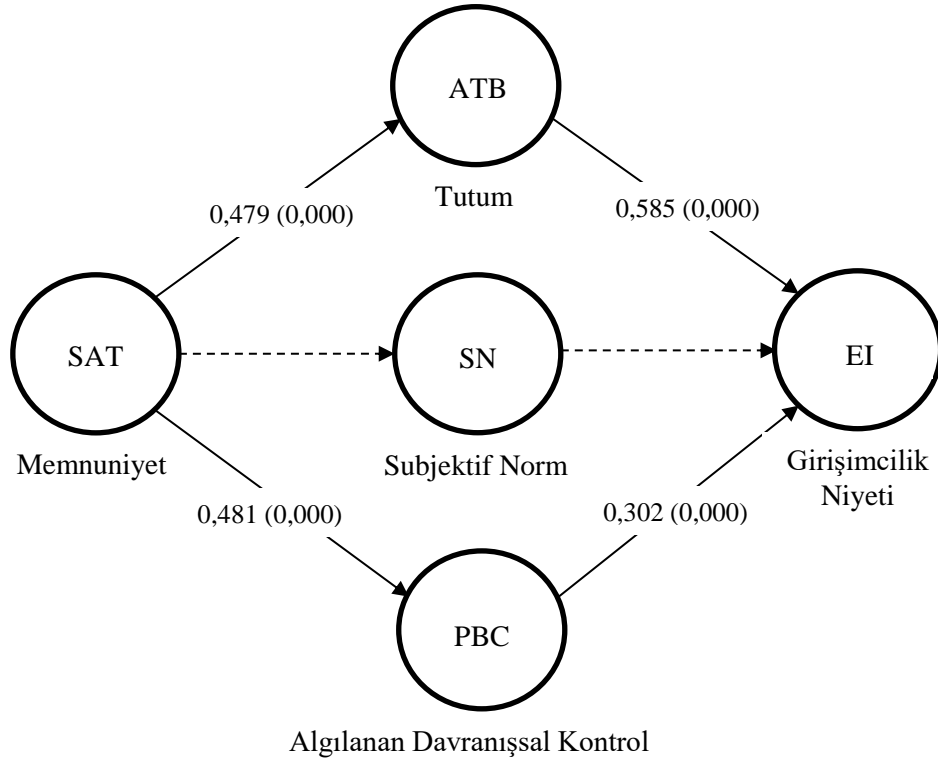
Yapısal modelin açıklayıcı gücü için R^2 değerleri kullanılmıştır. %10'luk bir R^2 değeri uygun bir açıklama olarak değerlendirilebilir. Tutumdaki (ATT) değişimi Memnuniyet (SAT) $R^2 = 0,230$; Algılanan Davranışsal Kontroldeki (PBC) değişimi Memnuniyet (SAT) $R^2 = 0,232$; Sübjektif Normdaki (SN) değişimi Memnuniyet (SAT) $R^2 = 0,036$; Girişimcilik Niyetindeki (EI) değişimi ise Tutum (ATB), Algılanan Davranışsal Kontrol (PBC) ve Sübjektif Normun (SN) $R^2 = 0,580$ ile açıklandığı görülmektedir. Buna göre yapısal model yeterli açıklayıcı güce sahiptir.

T-İstatistiği modeldeki yolların/ilişkilerin istatistiksel anlamlılığında kullanılmıştır. Buna göre, memnuniyet ile tutum arasındaki yol ($t = 5,606$; $p = 0,000$) yüksek bir şekilde anlamlı olduğundan H1 hipotezi kabul edilmiştir. Tutum ile girişimcilik niyeti arasındaki yol ($t = 6,294$; $p = 0,000$) anlamlı olduğundan H2 hipotezinin desteklendiği görülmektedir. Memnuniyet ile sübjektif norm arasındaki yol ($t = 1,205$; $p > 0,05$) anlamlı olmadığından H3 hipotezinin desteklenmediği tespit edilmiştir. Sübjektif norm ile girişimcilik niyeti arasındaki yol ($t = 1,738$; $p > 0,05$) anlamlı olmadığından H4 hipotezinin desteklenmediği belirlenmiştir. Memnuniyet ile algılanan davranışsal kontrol arasındaki yol ($t = 5,678$; $p = 0,000$) anlamlı olduğundan H5 hipotezinin desteklendiği görülmüştür. Algılanan davranışsal kontrol ile girişimcilik niyeti arasındaki yol ($t = 3,739$; $p = 0,000$) anlamlı olduğundan H6 hipotezinin desteklendiği görülmüştür. T-İstatistiği sonuçları Tablo 4'de verilmektedir.

Tablo 4. Yol Katsayılarının T-İstatistikleri

Hipotez	Stdβ	Örnek Ort.	Std. Hata	T İst.	p Değ.	Sonuç
H1: SAT→ATB	0,479	0,477	0,085	5,606	0,000	Desteklendi
H2: ATB→EI	0,585	0,570	0,093	6,294	0,000	Desteklendi
H3: SAT→SN	0,190	0,208	0,157	1,205	0,229	Desteklenmedi
H4: SN→EI	-0,151	-0,136	0,087	1,738	0,083	Desteklenmedi
H5: SAT→PBC	0,481	0,484	0,085	5,678	0,000	Desteklendi
H6: PBC→EI	0,302	0,317	0,081	3,739	0,000	Desteklendi

Şekil 2 bu sonuçlara göre yeniden düzenlenen yapısal modeli göstermektedir.



Şekil 2. Yapısal Model Sonuçları

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada girişimcilik niyetini etkileyen faktörler incelenmiştir. Üniversitelerin bir amacı da girişimci bireyler yetiştirerek ülkenin kalkınmasında önemli görevler üstlenmektir. Üniversitelerde verilen girişimcilik dersleri girişimcilik niyetini geliştirmede uzun bir sürecin bir parçası olarak görülmektedir. Çalışmada girişimci olma yeteneğini algılamayı ve bir iş kurma eylemini kontrol edebilmeyi ifade eden Ajzen'in (1991) Planlı Davranış Teorisi kullanılmıştır. Kişisel tutum, subjektif norm ve algılanan davranışsal kontrol girişimcilik niyetinin öncülleridir. Girişimci olma niyetini belirleyen bu üç faktör, örneğin eğitim gibi doğrudan bir etkisi olabilecek diğer değişkenler tarafından düzenlenir (Darmanto ve Wahyudi, 2014). Araştırmanın modeline üniversite eğitime yönelik memnuniyet değişkeni ilk öncül olarak ilave edilmiştir.

Elde edilen sonuçlara göre memnuniyet tutumu etkilemektedir. Tutum da girişimcilik niyeti üzerinde etkilidir. Ajzen'in (1991) modelinin ilk değişkeni girişimciliğe yönelik tutumdur. İnsanların girişimciliğe karşı olumlu görüşleri ne kadar elverişli ise, gelecekte girişimcilik davranışları için potansiyelin ortaya çıkması ihtimali de o kadar büyük olabilir. Bu tutum, dışsal değişkenler (durumsal ve sosyal) ile birlikte bir düşünme ve davranış biçiminin

(kişilik) bir sonucudur ve bunlar girişimci davranışı tahmin etmek için oluşturulan modellerin temelidir (Krueger vd., 2000).

İkinci değişken olan sübjektif norm üzerinde memnuniyetin etkili olmadığı bulunmuştur. Benzer şekilde sübjektif normun da girişimcilik niyeti üzerinde etkili olmadığı tespit edilmiştir. Sübjektif norm, aile, arkadaşlar, diğer öğrenciler ya da çalışma arkadaşları gibi kişiye en yakın insanlardan algılanan desteği ifade eder. Bir işe başlama niyeti ile kişinin davranışının en yakınlarının beklenti, baskı ve onayı arasında bir bağlantı kurar. Sübjektif normların girişimcilik niyeti üzerinde etkili olamaması toplum olarak girişimcilik konusunun gündemimizi işgal etmemesinin bir sonucu olabilir. Araştırmanın örnekleminde ebeveynlerin meslekleri incelendiğinde yalnız %21,1'inin esnaf olduğu gözlenmektedir. Diğerleri ise çiftçi, işçi, memur ve zanaatkar ailelerdir. Çalışan bir sınıfın üyesi olmaları bu sonucun alınmasında etkili olabilir. Ailelerin son yıllarda çocuklarını memur olmak üzere üniversite okumaya teşvik etmeleri bunda etken olabilir. Girişimcilik bir kültür olduğundan yaşanılan çevre sübjektif normu olumlu ya da olumsuz yönde etkilemektedir. Topluma maaşlı bir işin cazip gösterilmesi girişimcilik niyeti üzerinde olumsuz etki oluşturabilmektedir. Girişimci rol modellerinin topluma daha fazla pazarlanması ile bu algının olumlu yönde değişmesi sağlanabilir.

Üçüncü değişken olan algılanan davranışsal kontrolü memnuniyetin etkilediği ve girişimcilik niyetinde algılanan kontrolün etkili olduğu bulunmuştur. Algılanan davranışsal kontrol, kişinin girişimci olmayı kolay ya da zor olarak algılamasının yanı sıra, sorunları aşma ve bir iş kurma ile ilgili riski kabul etmesi durumunda kabul edilebilir bir başarı derecesi elde etme konusundaki görüşleridir.

Sübjektif norm dışında elde edilen sonuçlar literatür ile uyumludur. Buli ve Yesuf'un (2015) yaptığı çalışmada da girişimcilik davranışına yönelik tutum ve algılanan davranışsal kontrolün girişimcilik niyetinde en öngörülebilir iki değişken olduğu bulunmuştur. Benzer şekilde Ekici ve Turan'ın (2017) yaptıkları çalışmada da diğerlerinin etkileri desteklenirken, sübjektif normun girişimcilik niyetine etkisi desteklenmemiştir.

Girişimcilik kişisel niteliklerle ilişkili olmakla birlikte toplumun sosyo-ekonomik ve kültürel ortamıyla da bir bağa sahiptir (Aytaç ve İlhan, 2007). Kamu sektörü Türkiye'de önemli bir istihdam sağlayıcıdır. Kamunun küçülme politikalarının da bir sonucu olarak girişimcilik desteklenmektedir. Çeşitli teşvikler girişimcilere sunulmaktadır. Öğrencilerin genel olarak girişimcilik ilgilerinin düşük düzeyde çıkması (Bilge ve Bal, 2012) bazı sorunların olduğunu göstermektedir. Gerek bu algı ve kişisel nitelikler gerekse de toplumun sosyo ekonomik yapısı

ve kültürünü olumsuzdan olumluyu dönüştürmede mücadele için üniversitelerin müşterisi olan öğrencileri girişimci odaklı olarak yetiştirmeleri kalkınmaya önemli bir destek olacaktır. Üniversitelerin de bu yönelime sahip olmaları cesaretlendirilmelidir.

Her araştırmanın olduğu gibi bu araştırmanın da sınırları mevcuttur. Araştırma sınırlı sayıdaki katılımcı ile sadece girişimcilik eğitimi almış işletme ve uygulamalı bilimler öğrencileri üzerinde yapılmıştır. Farklı bölgelerdeki farklı disiplinlerdeki öğrenci grupları için farklı sonuçlar elde edilebilir.

EK 1. ARAŞTIRMADA KULLANILAN DEĞİŞKENLER VE MADDELERİ

Eğitime yönelik memnuniyet (SAT)

SAT1 Her şey göz önüne alındığında, şimdiye kadar aldığım derslerden memnunum

SAT2 Genel olarak, bu zamana kadar üniversitedeki eğitim tecrübemden memnunum

SAT3 Bu üniversiteye girme kararım akıllıca bir karar oldu

**SAT4 Tekrar yapmak zorunda kalsam, yine bu okulu seçerdim*

Davranışa yönelik kişisel tutum (ATB)

ATB1 Bir girişimci olmak benim için, dezavantajdan daha çok avantaj anlamına gelmektedir

ATB2 Girişimcilik kariyeri benim için caziptir

ATB3 Fırsat ve kaynaklara sahip olsaydım, bir şirket kurmak isterdim

ATB4 Girişimci olmak benim için büyük bir memnuniyet oluşturur

ATB5 Çeşitli seçenekler arasında, ben daha çok girişimci olmayı tercih ederim

Sübjektif norm (SN)

SN1 Bir girişimci olsa idim, yakın ailemin buna tepkisi olumlu olurdu

SN2 Bir girişimci olsa idim, yakın arkadaşlarının buna tepkisi olumlu olurdu

**SN3 Bir girişimci olsa idim, benim için önemli olan insanların buna tepkisi olumlu olurdu*

Algılanan davranışsal kontrol (PBC)

**PBC1 Bir iş (işletme) kurmak ve çalışmaya devam etmek benim için kolay olacaktır*

PBC2 Yaşayabilir bir iş kurmaya hazır hissediyorum.

PBC3 Yeni bir işletmenin yaratılış (ortaya çıkış) sürecini kontrol (idare) edebilirim

PBC4 Bir iş kurmak için gerekli pratik (uygulanabilir) ayrıntıları biliyorum

PBC5 Girişimci bir projenin nasıl geliştirileceğini bilirim

**PBC6 Eğer bir iş kurmak için girişimde bulunmuş olsaydım, başarıya ulaşma şansım yüksek olurdu*

Girişimcilik niyeti (EI)

EI1 Girişimci olmak için gerekli her şeyi yapmaya hazırım

EI2 Profesyonel hedefim bir girişimci olmaktır

EI3 Kendi işimi kurmak ve çalıştırmak için her türlü çabayı göstereceğim

EI4 Gelecekte bir işletme yaratmaya (kurup geliştirmeye) kararlıyım

**EI5 Çok ciddi bir şekilde bir iş kurmayı kafamdan geçirdim*

EI6 Bir gün bir iş kurmak için kararlıyım

**Faktör yükleri düşük olduğu için kaldırılmıştır.*

KAYNAKÇA

- Aytaç, Ö. ve İlhan, S. (2007), “Girişimcilik Ve Girişimci Kültür: Sosyolojik Bir Perspektif”, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 101-120.
- Azjen, I. (1991), “The theory of planned behavior”, *Organizational Behavior and Human Decision Process*, 50 (2), 179-211.
- Bagozzi, R. P. and Yi, Y. (1988), “On the evaluation of structural equation models”, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16 (1), 74-94.
- Bagozzi, R., Baumgartner, H. and Yi, Y. (1989), “An investigation into the role of intentions as mediators of the attitude-behavior relationship”, *Journal of Economic Psychology*, 10 (1), 35-62.
- Barbosa, S.D., Gerhard, M.W. and Kickul, J.R. (2007), “The role of cognitive style and risk preference on entrepreneurial self efficacy and entrepreneurial intentions”, *Journal of Leadership and Organizational Studies*, 13 (4), 86-104.
- Bilge, H. ve Bal, V. (2012), “Girişimcilik Eğilimi: Celal Bayar Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma”, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 16, 131-148.
- Bird, B. (1988), “Implementing entrepreneurial ideas: the case for intention”, *Academy of Management Review*, 13, 442-453.
- Buli B.M. and Yesuf, W.M. (2015), “Determinants of entrepreneurial intentions Technical-vocational education and training students in Ethiopia”, *Education + Training*, 57 (8/9), 891-907.
- Carree, M., Stel, A., Thurik, R. and Wennekers, S. (2002), “Economic development and business ownership: an analysis using data of 23 OECD countries in the period 1976-1996”, *Small Business Economics*, 19 (3), 271-297.
- Darmanto, S. and Wahyudi, S. (2014), “Developing Intention and entrepreneurial behavior. Through the mediating role of entrepreneurial self efficacy maturity (an empirical study on University Students in Semarang, Indonesia)”, *SSRN Working Paper Series*, 2, 39-50.
- Diaz-Garcia, M.C. and Jiménez-Moreno, J. (2010), “Entrepreneurial intention: the role of gender”, *International Entrepreneurship Management Journal*, 6 (3), 261-283.
- Douglas, E. J. and Shepherd, D. A. (2000), “Entrepreneurship as utility-maximizing response”, *Journal of Business Venturing*, 15 (3), 231-251.
- Ekici, E. Turan, M. (2017), “Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimi: Planlanmış Davranışlar Teorisi Ve Girişimcilik Eğitiminin Rolü”, *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26 (1), 201-215.
- Fayolle, A. and Gailly, B. (2015), “The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intentions: hysteresis and persistence”, *Journal of Small Business Management*, 53 (1), 75-93.
- Fayolle, A., Gailly, B. and Lassas-Clerc, N. (2006), “Assessing the impact of entrepreneurship education programs: a new methodology”, *Journal of European Industrial Training*, 39 (9), 701-720.

- Fayolle, A., Linan F. and Moriano, J.A. (2014), "Beyond entrepreneurial intentions: values and motivations in entrepreneurship", *International Entrepreneurship and Management Journal*, 10 (4), 679-689.
- Fenton, M. and Barry, A. (2014), "Breathing space – graduate entrepreneurs perspectives of entrepreneurship education in higher education", *Education+Training*, 56 (8/9), 733-744.
- Finisterra Do Paco, A.M., Matos Ferreira, J., Raposo, M., Gouveia Rodrigues, R. and Dinis, A. (2011), "Behaviours and entrepreneurial intention: empirical findings about secondary students", *Journal International of Entrepreneurship*, 9 (1), 20-38.
- Fornell, C. and Larcker, D.F. (1981), "Evaluating structural models with unobservables variables and measurement error", *Journal of Marketing Research*, 18 (1), 39-50.
- Gibb, A. and Ritchie, J. (1982), "Understanding the process of starting small business", *European Small Business Journal*, 1 (1), 26-45.
- Gurel, E., Altinay, L. and Daniele, R. (2010), "Tourism students' entrepreneurial intentions", *Annals of Tourism Research*, 37 (3), 646-669.
- Hair, J.F., Hult, G.T.M., Ringle, C.M. and Sarstedt, M. (2014), *A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications.
- Hair, J.F., Sarstedt, M., Ringle, C.M. and Mena, J.A. (2012), "An assessment of the use of partial least squares structural equation modeling in marketing research", *Journal of the Academy of Marketing Science*, 40 (3), 414-433.
- Hattab, H.W. (2014), "Impact of entrepreneurship education on entrepreneurial intentions of university students in Egypt", *Journal of Entrepreneurship*, 23 (1), 1-18.
- Hindle, K. and Rushworth, S. (2000), *Global Entrepreneurship Monitor* Hawthorne, Swinburne University of Technology Australia, Victoria.
- Hulland, J. (1999), "Use of partial least squares (PLS) in strategic management research: A review of four recent studies", *Strategic Management Journal*, 20 (2), 195-204.
- Iglesias-Sanchez, P.P., Jambrino-Maldonado, C., Velasco, A.P. and Kokash, H. (2016), "Impact of entrepreneurship programmes on university students", *Education + Training*, 58 (2), 209-228.
- Johnson, J. (2001), "What is innovation and entrepreneurship? Lessons for larger organizations", *Industrial and Commercial Training*, 33 (4), 135-140.
- Kama, Ö., "Yeni Kurumsal İktisat Okulunun Temelleri", *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(2), 183-204.
- Karlsson, T. and Moberg, K. (2013), "Improving perceived entrepreneurial abilities through education: Exploratory testing of an entrepreneurial self efficacy scale in a pre-post setting", *The International Journal of Management Education*, 11(1), 1-11.
- Krueger, N.F. Jr, Reilly, M.D. and Carsrud, A.L. (2000), "Competing models of entrepreneurial intentions", *Journal of Business Venturing*, 15 (5/6), 411-432.

- Kshetri, N. (2011), "Institutional and economic foundations of entrepreneurship in Africa: an overview", *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 16 (1), 9-35.
- Kurato, D.F. (2005), "The emergence of entrepreneurship education: development, trends, and challenges", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29 (5), 577-597.
- LeBlanc G. and Nguyen N. (1999), "Listening to the customer's voice: examining perceived service value among business college students", *International Journal of Educational Management*, 13(4), 187-198.
- Ledden, L., Kalafatis, S.P. and Samouel, P. (2007), "The relationship between personal values and perceived value of education", *Journal of Business Research*, 60, 965-974.
- Lee, S.H. and Wong, P.K. (2004), "An exploratory study of technopreneurial intentions: a career anchor perspective", *Journal of Business Venturing*, 19 (1), 7-28.
- Linan, F. and Chen, Y. (2009), "Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 33 (3), 593-617.
- Linan, F., Urbano, D. and Guerrero, M. (2011), "Regional variations in entrepreneurial cognitions: start-up intentions of university students in Spain", *Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal*, 23 (3/4), 187-215.
- Malebana, J. (2014), "Entrepreneurial intentions of South African rural university students: a test of the Theory of Planned Behaviour", *Journal of Economics and Behavioral Studies*, 6 (2), 130-143.
- McDougall G.H.G. and Levesque T. (2000), "Customer satisfaction with services: putting perceived value into the equation", *Journal of Services Marketing*, 14 (5), 392-410.
- Mcgee, J.E., Peterson, M., Mueller, S.L. and Sequeira, J.M. (2009), "Entrepreneurial self-efficacy: refining the measure", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 33 (4), 965-988.
- Moriano, J.A., Gorgievski, M., Laguna, M., Stephan, U. and Zarafshani, K. (2012), "A cross-cultural approach to understanding entrepreneurial intention", *Journal of Career Development*, 39 (2), 162-185.
- Nabi, G. and Holden, R. (2008), "Graduate entrepreneurship: intentions, education and training", *Education + Training*, 50 (7), 545-551.
- Obembe, E., Otesile, O. and Ukpong, I. (2014), "Understanding the students' perspectives towards entrepreneurship" *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 145, 5-11.
- Raijman, R. (2001), "Determinants of entrepreneurial intentions: mexican immigrants in Chicago", *Journal of Socio-Economics*, 30 (5), 393-411.
- Ramayah, T. and Harun, Z. (2005), "Entrepreneurial intention among the student of Universiti Sains Malaysia", *International Journal of Management and Entrepreneurship*, 1, 8-20.
- Sanchez, J.C. (2011), "University training for entrepreneurial competencies: its impact on intention of venture creation", *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7 (2), 239-254.
- Shapero, A. (1982), *Social dimensions of entrepreneurship*. In C. A. Kent, D. L. Sexton, and K. Vesper (Eds.), *The encyclopedia of entrepreneurship (72-90)*. Englewood Cliffs: Prentice Hall. (In Fayolle vd., 2014)

- Shaw, G. and Urban, B. (2011), "The influence of the institutional environment on entrepreneurial intentions in an emerging economy", International Council for Small business, ICSB World Conference Proceedings, 1-36.
- Solesvik, M., Westhead, P. and Matlay, H. (2014), "Cultural factors and entrepreneurial intention", Education+Training, 56 (8/9), 680-696.
- Storen, L.A. (2014), "Entrepreneurship in higher education", Education + Training, 56 (8/9), 795-813.
- Tessema, G.D. (2012), "The Context of entrepreneurship education in Ethiopian universities", Management Research Review, 36 (3/4), 225-244.
- Tilley, F. and Young, W. (2009), "Sustainability Entrepreneurs - Could they be the True Wealth Generators of the Future?", Greener Management International, 55, 79-92.
- Unni, R.M. (2005), "Value perceptions and retention of textbooks among marketing and other business majors", Marketing Education Review, 15 (2), 71-79.
- Van Gelderen, M., Brand, M., van Praag, M., Bodewes, W., Poutsma, E. and van Gils, A. (2008), "Explaining entrepreneurial intentions by means of the theory of planned behaviour", Career Development International, 13 (6), 538-559.
- Veciana, J. M., Aponte M. and Urbano, D. (2005), "University students' attitudes towards entrepreneurship: A two countries comparison", International Entrepreneurship and Management Journal, 1 (2), 165-182.
- Venasaar, U., Kolbre, E. and Piliste, T. (2007), Students' Attitudes and Intentions toward Entrepreneurship at Tallinn University of Technology, TUTWPE, 154, 97-114.
- Wang, C.K. and Wong, P.K. (2004), "Entrepreneurial interest of university students in Singapore", Technovation, 24 (2), 163-172.
- Wu, S. and Wu, L. (2008), "The impact of higher education on entrepreneurial intentions of university students in China", Journal of Small Business and Enterprise Development, 15 (4), 752-774.
- Zeithaml, V. A. (1988), "Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence". Journal of Marketing, 52 (3), 2-22.
- Zhao, H., Seibert, S.E. and Hills, G.E. (2010), "The relationship of personality to entrepreneurial intentions and performance: a meta-analytic review", Journal of Management, 36 (2), 381-401.