Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Sosyo-Demografik Özellikler Açısından Değerlendirilmesi

Assessment of Kyrgyzstan-Turkey Manas University Students' Entrepreneurship Orientations by Socio-Demographic Characteristics

Assoc. Prof. Dr. Lütfiye Özdemir (Ahmet Yesevi University, Kazakhstan)

Abstract

The purpose of this research is to determine the effects of socio-demographic characteristics on the entrepreneurship orientation. The research was carried out 581 undergraduates on the Kyrgyzstan-Turkey Manas University. The data was collected with questionnaire. Reliability of measurement tool (Cronbach's Alpha) is 73 %. Frequency analysis, T-test, and one-way ANOVA analysis were used in research. As a result, it was found that the socio-demographic characteristics affected aggressive competitiveness, innovation, proactive behavior, risk-taking, autonomy, self-efficacy, need for achievement, internal control focus, and creativity.

1 Giriş

Çağdaş uygarlığın gelişmesinde önemli bir yere sahip olan girişimcilik, neredeyse hemen her dönem için stratejik değerini korumaktadır. Çünkü girişimcilik geçmişte olduğu gibi günümüzde de ekonomik kalkınmanın, istihdam yaratmanın ve sosyal gelişmenin itici gücüdür. Girişimcilik, aynı zamanda ulusal sorunların çözümü açısından da önem arz etmektedir. Çünkü ülkelerin içinde bulundukları krizlerin ve işsizlik sorunun çözümlenebilmesi, girişimsel çabalarla sağlanabilmektedir.

İçinde bulunduğumuz bilgi çağında girişimciliğin önemi ve etkisi daha da artmaktadır. Çünkü bu çağda ekonomik değerler yaratma kaynağı ve yeteneğı, fiziki güçten uzaklaşıp tamamen bilgi gücüne geçmektedir. Bu dönemde bilim ve teknoloji alanında yaşanan hızlı gelişmeler, toplumların yapısını hızla değiştirirken girişimciliğin ekonomik değerini ve önemini artırmaktadır. Bu bağlamda kişisel yeteneğe ve bilgiye dayalı girişimcilik faaliyeti ön plana çıkmaktadır.

Girişimcilik geçiş ekonomilerinde özellikle önemli olan bir konudur (Chelariu vd., 2008). Çünkü devletçi ekonomiden piyasa ekonomisine geçildiğinde karşılaşılan sorunlar olarak; yoksulluğun ortadan kaldırılabilmesi, ekonominin canlandırılabilmesi girişimciliğin harekete geçirilmesine bağlıdır. Bu bağlamda bilgi donanımlı genç girişimcilere duyulan ihtiyaç ortadadır. İşte bu araştırmayı yapmaktaki amaç, potansiyel girişimci adayları olarak genç girişimcilerin ortaya çıkmasına katkıda bulunabilmektir. Bu nedenle üniversiteye adımını atan her öğrenciye bir girişimci gözü ile bakmak ve onlara içinde yaşadıkları çevrenin çeşitli konulardaki potansiyellerinin farkına varabilecekleri bilgi ve becerilerle donatmak, yaratıcılığı bastırılmayıp özendirilmiş insanlar olarak yetişmelerini sağlamak büyük önem arz etmektedir. Bu bağlamda söz konusu araştırmada Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerini sosyo-demografik özellikler açısından irdelemeyi ve böylece öğrencilerin kişisel ve ailesel özelliklerinin, demografik niteliklerinin ve alınan girişimcilik eğitiminin girişimcilik eğilimi üzerinde bir etkisinin olup/olmadığını saptamayı amaçladık.

Girişimcilik eğiliminde yaygın olarak araştırılan boyutlar; risk alma ve yenilikçiliktir. Bu araştırma, girişimcilik eğilimini daha kapsamlı olarak ele alıp önceki araştırmalarda tam olarak irdelenmeyen proaktiflik, özerklik, öz yeterlilik, içsel denetim odağı, dışsal denetim odağı ile birlikte yenilikçilik, risk alma ve yaratıcılık boyutlarını sosyo-demografik özellikler açısından irdelemiştir. Diğer araştırmalardan farklı olan başka bir yönü de araştırmanın bir uluslararası üniversite niteliğı taşıyan Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi'nde Kırgızca ve Türkçe olarak uygulanmış olmasıdır. Araştırmada sosyo-demografik özelliklerin girişimcilik eğilimi üzerinde etkisinin olup olmadığı saptanmaya çalışılmıştır. Bu bağlamda istatistiki olarak Cronbach's Alpha, frekans dağılımları, t-testi ve ANOVA analizi kullanılmıştır. Araştırmada öncelikle teorik bilgi olarak girişimcilik, girişimcilik eğilimi (GE) ve girişimcilik eğiliminin boyutlarını ele alınmış daha sonra araştırmanın amacı, yöntemi ve hipotezleri hakkında bilgi verilerek ulaşılan bulgulara değinilmiş ve son olarak bu bulgulara dayanarak sonuç açıklanmıştır.

2 Girişimcilik Süreci

Son on yıldır girişimcilik konusuna duyulan ilgi giderek artmaktadır. Ulusal düzeyde girişimcilik ekonomik büyümenin, yeni iş alanları açmanın ve yeniliğın önemli bir lokomotif olarak görülebilir. Ekonomi alanında ilk kez 18. yüzyılda Fransız ekonomist Richard Cantillon tarafından kullanılan girişimcilik kavramına ilişkin

literatürde genel kabul görmüş bir tanım yoktur. Buna karşın, girişimcilik esas olarak risk taşıyan ve değer yaratan kişisel fırsatçı bir faaliyeti ifade eder ve girişimcilik önemli bileşenlerin biri olan yenilikle güçlü bir şekilde ilişkilendirilir. Girişimcilik, kaynakları yeni kombinasyonlarda birleştirme ya da yenilik yapma, fırsatların peşinden koşma, gerekli kaynakları bir araya getirme, risk alma, kar peşinde koşma ve değer yaratmayla ilgili bir kavramdır. Bütün bunlar yeni kurulan bir firmada yapılabileceği gibi kurulu bir organizasyonda da gerçekleştirilebilir. Sık atıfta bulunulan bir girişimcilik tanımı da; fırsatlardan yararlanabilmek amacıyla kaynakları tek bir havuzda bir araya getirerek değer yaratma sürecidir. Kişiler, kurulu bir firmada girişimsel davranışlarda bulunarak değer yaratabilirler. Bu durumda, girişimcilik, başarının, büyümenin ve sürdürülebilir rekabetçi üstünlüğün bir itici gücü olarak düşünülebilir (Kraus, 2013; Ercan ve Gökdeniz, 2009). Latince’de “intare” kökünden türeyen girişimci kavramı, İngilizce’de enter (giriş) ve pre (ilk) kelime köklerinden gelmekte ve *entrepreneur* yani ilk girişen, başlayan anlamını taşımaktadır (Korkmaz, 2000: 163). Bu bağlamda Bozkurt (2000: 12) da girişimciliği yaşadığımız çevrenin yarattığı fırsatları sezme, o sezgilerden düşler üretme, düşleri projelere dönüştürme, projeleri yaşama taşıma ve zenginlik üreterek, insan yaşamını kolaylaştırma becerisine sahip olma olarak vurgulamaktadır (Okay ve Karahan, 2010). Girişimcilik konusu sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçildiğinde daha fazla önem kazanmıştır. Çünkü bilgi toplumuna geçildiğinde, insanın fiziki gücünün ekonomik değeri azalmış ve düşünce üstünlüğü, bilgi üretmek kısaca beşeri sermayenin ekonomik değeri büyük bir hızla artmıştır (Müftüoğlu, 1997: 2).

3 Girişimcilik Eğilimi (GE)

Firmaların yaşları, büyüklükleri ve faaliyet gösterdikleri sektörler her ne olursa olsun bugün GE neredeyse tüm firmalar için önemi giderek artan bir konu olmuştur. Çünkü GE, ekonomik büyümenin ve firma başarısının en önemli itici güçlerden biridir (Kraus, 2013). Ekonomik gelişimi teşvik eden GE (Knight, 1997), özellikle ekonomik koşulları zayıf olan ülkelerde daha büyük önem arz etmektedir. Çünkü GE, firmaların performans gösterebilmelerini sağlamaktadır. Bu nedenle GE'nin örgütsel büyüme üzerinde de önemli bir etkisi vardır (Chen ve Hsu, 2013).

GE'ni kavramsal olarak incelediğimizde, eğilim kelimesi TDK'nun sözlüğünde bir şeyi sevmeye, istemeye veya yapmaya içten yönelme olarak açıklanmaktadır. (TDK, 2013). GE ise kişinin yeni bir girişimde bulunma yönündeki yatkınlığını ifade eder (Chelariu vd., 2008). İşletmeler açısından ele alındığında, GE üst kademedeki yönetimin hesaplı riskler üstenebilme, yenilik yapabilme ve proaktif davranışlar sergileyebilme yatkınlığını gösterir (Todorovic vd., 2011). Bu nedenle GE genelde yenilikçilik, proaktiflik ve risk alma konusunda üst yönetimin stratejisine gönderme yapar (Poon vd., 2006). GE üniversite öğrencileri açısından düşünüldüğünde ise potansiyel girişimci kavramı ile karşılaşırız. Potansiyel girişimci kişilerin kendilerini girişimsel davranışa sevk edebilecek özelliklere, becerilere ve isteklere sahip olmasını tanımlamak için kullanılmaktadır (Chelariu vd., 2008).

Çocukluktan başlayarak, yetişkinlik döneminin sonuna kadar kişinin gelişimi üzerinde etkili olan faktörlerin her biri girişimcilikte de etkilidir. Girişimciliği etkileyen ve kişilerin girişimci olma ya da olmama kararlarını belirleyen bu faktörler; aile desteği, finansman olanakları, devlet destekleri, yetiştirme ve eğitim (Arıkan, 2002) gibi psikolojik, sosyal ve ekonomik etkenler olarak ifade edilebilir. Hatta doğru bir girişimci ruhunun nasıl ortaya çıktığını araştıran çalışmalar; iş, dini geçmiş, olgunlaşma ile ırk, eğitim ve cinsiyet gibi sosyo-biyolojik etkenlerin girişimciliğin ortaya çıkmasında etkin olduğunu ortaya koymuştur. Bu bağlamda eğitimin de özellikle üniversitelerde verilen eğitimin gençlerin girişimciliğe bakış açılarını etkilemede önemli olduğu düşünülmektedir (Börü, 2006: 13).

GE'nin çok sayıda boyutları olmasına karşın, pek çok araştırma, genellikle en önemlileri olarak kabul edilen yenilikçilik, proaktiflik ve risk alma boyutlarına odaklanmaktadır (Chen and Hsu, 2013; Chelariu vd., 2008; Kraus, 2013; Covin ve Slevin, 1991; Poon vd., 2006). Daha tutarlı sonuçlara ulaşabilmek amacıyla çalışmamızda bu boyutlara ek olarak saldırgan rekabetçilik, özerklik, başarıma ihtiyacı, denetim odağı ve yaratıcılık boyutlarına da değinilmektedir.

4 Girişimcilik Eğiliminin Öğeleri

Girişimcilik eğilimi dokuz alt boyut açısından irdelenmektedir.

4.1 Yenilikçilik

Yenilik, yeni bir düşünceyi pazarlanabilir bir değere dönüştürebilecek yapının kurulmasını ve bu yapının sürdürülmesini (Zahra, 1995; 1998) ifade etmektedir. Literatürde girişimcilik eğilimi çoğunlukla yenilikçilikle ilişkilendirilir (Covin ve Slevin, 1991; Knight, 1997; Zahra 1995). Brenkert (2009) de yeniliği firmanın yeni ürün ve hizmet geliştirmeyi amaçlayan yeni düşünceleri desteklemesi ve yaratıcı süreçleri teşvik etmesi olarak tanımlamaktadır. Firma yeni ürün ve hizmet geliştirdiğinde ve bunları pazara sunduğunda, kolayca rekabet üstünlüğü sağlayabilmektedir. Yenilik yeni ürün ve hizmet getirebilmek amacıyla firmayı yeni teknolojiyi kullanma yönünde harekete geçirebilmektedir (Chen ve Hsu, 2013). Firmalar yeni ürün ve hizmet getirme yönünde çaba harcadıklarında, deneyimle meşgul olma ve yaratıcı düşünebilme eğilimleri gelişmektedir (Chen

ve Hsu, 2013). Son olarak yenilikçilik sürecinde yaratıcılığın sonucunda ortaya çıkan yeni ya da iyileştirilmiş ürünlerin, hizmetlerin ve süreçlerin ticareti gerçekleştirilmektedir. Bu bağlamda yenilikçilik süreci girişimsel davranış ile birleştigi zaman uzunca bir zaman süresine gereksinim duyulmaktadır (Kraus, 2013). Görüldüğü gibi, yenilikçilik girişimciliğin temelini oluşturan en önemli araçlarından biridir. Girişimcinin yarattığı yenilik ya da yeni düşünceler rekabet ortamında firmayı başarıya taşımaktadır. Bunun farkında olan girişimci, gerekliliklerini mutlaka yerine getirerek, yeni yönetim biçimi, yeni düşünceler, yeni teoriler veya yeni icatları uygulamaya koymaktadır. Sonuç olarak yenilik, yaratıcı düşünlerin başarılı bir şekilde uygulanması ve sonuçlandırılmasıdır (Çetin, 2011).

4.2 Proaktiflik

Reaktifliğin karşısı (Knight, 1997) olarak proaktiflik, geleceği ön görerek ve yeni iş fırsatlarını teşvik ederek inisiyatif almaktır (Brenkert, 2009). Proaktiflik, rakipleri geçebilmek amacıyla rekabetçi önceliklerin ve amaçların peşinde koşarak atılğan olma anlamına da gelmektedir (Zahra, 2008). Bu nedenle proaktif davranışlar gösterildiğinde, rekabet üstünlüğü elde edebilmek amacıyla müşterilerin gelecekteki ihtiyaçlarıyla ilgili yeni fırsatlar arama üzerine odaklaşılr (Chen ve Hsu, 2013). Örgütsel açıdan değerlendirildiğinde, proaktiflik firmaların müşterilerinin gelecekte ilgili gereksinimlerini önceden tahmin etmeleri ve rakiplerine karşı üstünlük sağlayabilecek yeni mal ve hizmetler üretmeleridir. Proaktif firmalar, rekabet yeteneklerini zenginleştirebilmek amacıyla ortaya çıkan fırsatları kullanırlar (Chen ve Hsu, 2013). Girişimci kişilerin proaktif olması; fırsatlara odaklanmaları, olayları henüz tatmin edilmemiş gereksinimler olarak görebilmeleri, pazarı ve pazardaki boşlukları görüp hangi yeni ürün konseptlerini geliştirebileceklerini kararlaştırmaları ve tüm bunları sürdürülebilir rekabet üstünlüğü yaratabilmek için kullanmaları şeklinde açıklanabilir (Çetin, 2011). Sonuç olarak, proaktiflik, gelecekteki talebi öngörerek rekabette önde kalabilmek için fırsat arama davranışını ifade eder (Kraus, 2013).

4.3 Saldırgan Rekabetçilik

Saldırgan rekabetçilik, kişilerin rakiplerine karşı daha üstün bir konuma gelebilmek (Brenkert, 2009) ve onlara egemenliklerini kabul ettirebilmek amacıyla bilinçli olarak alışılmadık yöntemlerle “rakibi yok etme” istek ve eğilimine işaret eder. Bu eğilimin temelinde; rakiplerin alt edilmek istenmesi, onların düşman olarak görülmesi ve onlarla barışçıl bir ortamda yaşamak istenmemesi istekleri vardır. Girişimcilik eğilimi açısından incelendiğinde, saldırgan rekabetçilik potansiyel girişimci adayları olarak öğrencilerin kendilerini değerlendirebilmek amacıyla rekabetten hoşlanmalarına ve başarılı olmak için gayret göstermelerine bağlanabilir.

Saldırgan rekabetçilik firmalar açısından değerlendirildiğinde, girişimci firmaların dinamik pazarlarda değişen müşteri isteklerini ve beklentilerini karşılayabilmek amacıyla pazardaki tehditlerin üstesinden gelerek eylem ve varlıklarını sürdürebilmek adına oldukça gözü pek rekabetçi davranışlar sergilemeleridir (Covin ve Slevin, 1991). Söz konusu rekabetçi davranışlar sıklıkla, rakiplerin eylemlerine doğrudan karşılık verecek biçimde saldırgan fiyat rekabeti, yeni ve üstün bir sunumla pazara giriş, bir rakibi hızlı bir biçimde kopyalayarak izleme, hızlı bir biçimde müşteri farkındalığı yaratmak amacıyla yüksek reklam maliyetlerine katlanma ve kâr marjlarından fedakârlık etme ve alışılmadık sürpriz taktikler geliştirme veya finansman, satış sonrası hizmet, garanti, fiyat, ürün kalitesi ve benzeri rekabet unsurlarına odaklanma biçimindedir. Özetle, rekabetçi davranışların özünde, firmaların kendilerini rakipleri ile karşılaştırarak kaynaklarını hızlı bir biçimde harekete geçirmesi ve rakibe saldırı amacıyla rakibin zayıf yönleri hakkında bilgi biriktirmesi vardır.

4.4 Risk Alma

Tüm örgütsel faaliyetlerde birtakım etkileri bulunan risk ve risk alma kavramları, girişimcilik sürecinin temelini oluşturmaktadır. Kraus'a (2013) göre, risk alma gerek kişisel gerekse örgütsel düzeyde hem büyük fırsatlar hem de büyük başarısızlıklar getirebilecek faaliyetleri ele alır. Girişimsel yapı içinde risk alma, tedbirsizce değil hesaplı ve kontrollüdür. Risk alma eğilimi ise kişinin riskli durumlarla karşı karşıya kaldığında riski göze almak yönünde davranış gösterme eğilimidir (Keleş vd., 2012). Risk girişimcilik sonucu girişimcinin istediği sonuçları elde edebileceği gibi hayal kırıklığı yaşama durumuyla da karşılaşabileceğini ifade eder. Girişimci bu durumu ortadan kaldıramaz. Önemli olan hesaplanabilir ve kabul edilebilir bir düzeyde risk almaktır (Kraus, 2013). Çünkü girişimciliğin doğasında kazanmak ya da kaybetmek vardır. Kuşkusuz hiçbir girişimci kaybetmek için bir işte başlangıç yapmaz. Ancak kazanmak için, kaybetme olasılığı da dikkate alınmalıdır (Akdemir, 1996: 86). Risk alma eğilimi olan girişimciler firmanın önemli kaynaklarını sonuçları bilinmeyen belirsiz endüstrilere yatırım yapmak isteyebilirler ve hatta firmayı bu yönde teşvik ederler (Chen ve Hsu, 2013).

4.5 Bağımsızlık

Özerklik, kişilerin önemli kararları vermede ve fırsatların peşine düşmede bağımsız olarak hareket edebilme serbestliğidir (Brenkert, 2009). Özerk olan bir kişi bir düşüncüyü ya da vizyonu ortaya koymada ve uygulamada bağımsız olarak hareket edebilir. Genel olarak fırsatları kovalamada kendi kendini yönlendirme anlamı taşıyan özerklik kavramı, dar anlamda, iş tasarımı çerçevesinde iş özelliğinin ve iş metodlarının seçilmesi ile iş programı üzerindeki kişisel kontrol derecesini göstermektedir (Kurt vd., 2006).

4.6 Öz Yeterlilik

Luszczynska ve arkadaşları (2005) öz yeterliliği, “zor ve belirsiz görevleri yapabilme ve özel gereksinimleri olan zorluklarla baş edebilme konusunda kişinin kendi yetkinliklerine olan inancı” şeklinde tanımlamaktadır. Diğer yandan öz yeterlilik, “kişinin belli görevleri ve davranışları yapabileceğine olan inancı” olarak tanımlanmaktadır (Salas ve Cannon-Bowers, 2001). Öz yeterlilik algısı kişilerin girişimcilik süreçlerinde göstermeleri gereken yüksek performansın bir açıklayıcı faktörü olarak görülebilir. Öz yeterlilik algısı yüksek kişiler, meydan okuyucu amaçlar planlama eğiliminde olan, zor ve stresli koşullar altında dahi amaçlarına ulaşma konusunda istikrarlı olan, başarısızlıkla karşılaştıklarında, hızlı bir şekilde toparlanabilen (Hmieleski ve Corbett, 2008), daha yüksek düzeylerde kişisel inisiyatif gösterebilen (Speier ve Frese, 1997) ve daha uzun dönemli bakış açılarıyla hareket edebilen kişilerdir (Heckhausen ve Schulz, 1995). Karşıt olarak öz yeterlilik algısı düşük olan insanlar, kişisel inisiyatif alamamakta, meydan okuyucu durumlardan kaçma eğilimine girmekte ve engellerle karşılaştıklarında hızlı bir şekilde çekilmektedirler (Speier ve Frese, 1997). Ayrıca yapılan bazı çalışmalarda öz yeterlilik algısının artması ile girişimcilik davranışları arasında aynı yönlü ilişkiler elde edilmiştir (Poon vd., 2006; Hmieleski ve Corbett, 2008). Bu bakımdan kişisel başarıyla yakın ilişkisi bulunan öz yeterlilik algısı, kişilerin girişimcilik süreçlerindeki davranışlarında rolü olduğu değerlendirilen önemli bir kişilik özelliği olarak karşımıza çıkmaktadır.

4.7 Başarma İhtiyacı

Girişimcilik eğilimini etkileyen önemli bir faktör olarak başarma ihtiyacı, kişisel başarıya ulaşabilmek için daha iyisini yapma isteğini ifade eder. Başarma ihtiyacı yüksek olan kişilerin başarıya ulaşabilme yönünde daha istekli olmaları, onların girişimcilik eğilimlerinin daha yüksek olmasına neden olmaktadır (Poon vd., 2006). Dolayısıyla yüksek başarma ihtiyacı kişileri bir girişimsel faaliyette bulunmaya sevk etmekte ve bu faaliyetin sonucunun başarılı bir şekilde son bulması için uğraş vermektedirler (İşcan ve Kaygın, 2011). Çünkü başarma ihtiyacı, başarı ve mükemmelliğe ulaşmak için kişiyi mücadelecilik olmaya iten güçtür. Sonuç olarak, başarma ihtiyacı; insanları girişimcilik sevk etmekte, kontrollü riskleri üstlenmeye yöneltmekte, sorun çözme becerisini geliştirmekte ve amaçların belirlenmesine katkıda bulunmaktadır.

4.8 Denetim Odağı

Denetim odağı kavramı bilim adamları tarafından içsel ve dışsal denetim odağı şeklinde sınıflandırılmıştır. Bu sınıflandırmaya göre, kişiler başlarına gelen iyi veya kötü olayların sebeplerini algılama bakımından farklılaşmaktadırlar. Kişilerin, yaşadığı olayları nelerin kontrol ettiğine dair inancını ifade eden (Strauser vd., 2002) bu kavrama göre, eğer kişiler başlarına gelen olayların ve sonuçların kendilerinin değil, kader, şans ve talih gibi dışsal ve çevresel olayların belirleyebileceğine inanıyorlarsa (Chelariu vd., 2008), bu algılama dışsal denetim odağına işaret etmektedir. Buna karşılık eğer kişiler başlarına gelen olayları ve durumları kendi davranışlarının bir sonucu olarak algılıyorlarsa, kişinin sahip olduğu bu inanç içsel denetim odağı olarak belirtilmektedir (Solmuş, 2004). İçsel denetim odağına sahip kişiler, çevresel koşulları değiştirme konusunda daha fazla adım atmakta, yeteneklerine, başarı ya da başarısızlıklarına daha fazla önem vermektedirler. Girişimcilik süreçlerinde bu kişilik özelliklerinin etkisi olduğu belirtilmektedir. Özellikle içsel denetim odağına sahip kişiler, elde ettikleri ödüllerin ve başarıların, kendi davranışlarının bir sonucu olduğuna inanmaktadırlar. Bu bağlamda içsel denetim odaklı kişiler, girişimcilik süreçlerinde daha azimli olmakta ve arzu edilen sonuçlara ulaşma yönünde daha fazla çaba sarf edebilmektedirler. Bunun aksine dışsal denetim odaklı kişiler ise, pasif tutumlar takınarak elde edecekleri sonuçlarda kendi tutumlarının ve davranışlarının bir rol oynayabileceğine inanmayarak; bu süreçlerde başarısız olabileceklerdir. İçsel denetim odağı yüksek olan kişilerle düşük olanlar karşılaştırıldığında, içsel denetim odağı yüksek olan kişiler, değerli sonuçları elde edebilme yönünde daha fazla çaba harcamakta ve bu konuda daha istikrarlı davranmaktadırlar; çünkü onlar sonuçları denetleyebileceklerini hissetmektedirler. Gösterilen büyük çaba ve sabır, genellikle bu kişileri daha önemli başarılarla götürebilmektedir (Poon vd., 2006). Bu doğrultuda yapılan araştırmalar girişimcilik davranışları ile denetim odağı arasında benzer bir ilişkiyi ortaya çıkarmıştır. Buna göre, içsel denetim odaklı kişilerin girişimcilik süreçlerinde daha başarılı oldukları; dışsal denetim odaklıların ise bu başarıyı yakalayamadıkları belirlenmiştir. Aynı biçimde Chelariu ve arkadaşları (2008) da öğrenciler üzerine yaptıkları bir araştırmada, içsel denetim odağı inancının girişimcilik eğiliminin artmasında önemli bir açıklayıcı olduğunu ortaya çıkarmışlardır. Ayrıca bu araştırmacılar, içsel denetim odağı ile girişimcilik eğilimi arasında pozitif bir ilişki olduğu bulmuşlardır.

4.9 Yaratıcılık

Bağımsız bir güç olarak yaratıcılık ve yeni düşüncelere yürekten bağlılık; yeni ya da mevcut ürün ve hizmetlerle yeni veya kurulu piyasalara girebilmek için önemli bir güçtür (Brenkert, 2009). Yaratıcılık kavramının en kabul görmüş tanımlarından biri, her alanda yeni ve yararlı düşüncelerin üretilmesi sürecidir (Amabile vd., 1996: 1154). Bu süreç, ya önceden var olan düşüncelerin geliştirilmesi ya da özgün bir bileşiminin sağlanması şeklinde gerçekleşir (Eren, 1982: 17). Her yeniliğin ve icadın kökeninde yaratıcılıkla elde edilmiş düşünceler vardır. Ancak yaratıcılık sonucu elde edilen düşünceler her zaman sorunların çözümünde uygulanabilirlik niteliği taşımayabilir (Eren, 1982: 17).

5 Araştırmanın Amacı, Yöntemi ve Hipotezleri

5.1 Araştırmanın Amacı

Bu araştırma, Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi Öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerini saptamak amacıyla yapılmıştır. Ayrıca bu çalışmada potansiyel girişimci olarak tanımlanan üniversite öğrencilerinin "vatandaşı oldukları ülkenin, büyüdüğü yerin, anne/babalarının eğitimlerinin, kardeş sayısının, ailenin kaçınıcı çocuğı olduklarının, aile gelirinin, ailede girişimci olup olmadığının, cinsiyetin, okudukları fakültenin/yüksekokulun, kaçınıcı sınıfta olduklarının, akademik not ortalamalarının ve girişimcilik dersi alıp almamalarının" girişimcilik eğilimi üzerinde bir etkisinin olup olmadığı ortaya çıkarılmaya çalışılmaktadır.

5.2 Araştırmanın Yöntemi ve Örneklem Kümesinin Seçimi

Araştırmada veri toplama aracı olarak yüz yüze anket yöntemi kullanılmıştır. Anket 2013 yılında Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi öğrencilerine uygulanmıştır. Üniversitenin güncel Web sitesinden alınan bilgiye göre, 2013 yılında Manas Üniversitesi'nde toplam olarak 4.026 öğrenci eğitim görmektedir. Bu ana kütleden kolayda örneklem yöntemi ile seçilen 800 öğrenciye uygulanan ankettten, analize uygun 581 tanesi değerlendirmeye alınmıştır. Çalışmada öğrencilerin girişimcilik eğilimlerini ölçmek amacıyla Johnson'un (2011) "Girişimcilik Eğilimi Ölçeğı" kullanılmıştır.

Araştırmada kullanılan anket formu; iki bölümden, 57 sorudan oluşmaktadır. Anket formunun birinci bölümünde literatür taraması sonucunda oluşturulan 15 tane sosyo-demografik özelliklerle ilgili soru yer almaktadır. İkinci bölümde öğrencilerin girişimcilik eğilimlerini ölçmeye yönelik 42 tane Likert Ölçeğı ifadesi bulunmaktadır. Bu sorular, girişimcilik eğiliminin öğeleri olarak yenilikçilik, proaktiflik, saldırgan rekabetçilik, risk alma, bağımsızlık, öz yeterlilik, başarıma ihtiyacı, denetim odağı ve yaratıcılık boyutlarını ölçmeye yöneliktir. Anket Kırgızca ve Türkçe hazırlanmış olup öğrencilerin arzularına göre istedikleri dilden form verilmiştir. Öğrencilerden anketi "1=hiç katılmıyorum-5=tamamen katılıyorum" şeklinde 5'Likert ölçeğine göre doldurmaları istenmiştir. Olumsuz olan onbeş ifadenin veri girişi tersten kodlanmıştır. Toplanan veriler SPSS 16 programına girilmiş ve ölçeğin güvenilir olup/olmadığını ölçen Cronbach's Alpha değerinin .73 olduğu saptanmıştır.

5.3 Araştırmanın Kısıtları

Araştırmanın en önemli kısıtları şunlardır:

1. Araştırmayla ilgili olarak toplanan verilerin, girişimcilik eğilimi ölçeğıyle sınırlı olması
2. Verilerin tek bir üniversiteden toplanmış olması
3. Anket tekniğinin dışında diğeri veri toplama yöntemlerinin kullanılamamış olması
4. Araştırmanın sonuçlarının örneklemin nitelikleri ile sınırlı olması
5. Zamanın dar olması nedeniyle tüm fakültelere ve meslek yüksekokullarına ulaşılamaması

5.4 Araştırmanın Varsayımları

Araştırmanın varsayımları üç madde altında toplanmaktadır:

1. Araştırma için seçilen örneklemin evreni temsil ettiğı,
2. Öğrencilerin anketteki soruları doğru anladıkları ve soruları samimi bir şekilde cevapladıkları,
3. Sosyo-demografik değışkenlerin girişimcilik eğilimini etkilediğı.

6 Araştırmanın Hipotezleri, Bulguları ve Analizi

Uluslararası bir nitelik taşıyan Manas Üniversitesi'nin öğrencilerinin %86.2'si Kırgız, %11'i de Türk vatandaşıdır. 269'u (%46.3) şehirde yetişmiş olan bu öğrencilerin 220'si (%37.9) köylerde, geri kalan 92 (%15.8) öğrenci de kasabada büyümüşlerdir. Bu öğrencilerin anne-babalarının eğitim düzeylerinin yüksek olması dikkat çekicidir. Çünkü 396 (%68.2) anne, üniversite ve lisansüstü eğitim grubundadır. Üniversite ve lisansüstü eğitim düzeyindeki babaların oranı (%73.2) ise daha yüksektir. Yüksek eğitimli anne ve babaların gelir düzeylerinin düşük olduğu söylenebilir. Çünkü 426 (%73.2) ailenin geliri ≥ 200 -650 dolar arasında değışmektedir. Düşük gelir düzeyine rağmen ailelerdeki çocuk sayısının fazla olduğu görülebilir. Çünkü tek çocuklu aile sayısı 24 (%4.1) iken 305 (%52.5) aile, 4 veya daha fazla çocuk sahibidir. Öğrencilerin %35.6'sı (207) ailenin en büyük çocuğı durumunda, %27.6'sı (160) ise en küçük çocuktur.

Öğrencilerin %48'i (279) İİBF'de, %23.8'i (138) İletişim Fakültesi'nde, %9'u (52) Mühendislik Fakültesi'nde, %9.6'sı (56) meslek yüksekokullarında, %7.9'u Edebiyat Fakültesi'nde ve en düşük oran olan %1.7'si (10) de Veterinerlik Fakültesi'nde okumaktadırlar. Farklı bölümlerde okuyan bu öğrencilerin %42.7'si (248) üçüncü ve dördüncü sınıfta iken %57.1'i (332) de birinci ve ikinci sınıftadır. İki dilde (Kırgızca ve Türkçe) eğitim vermekte olan Manas Üniversitesi'nin 428 (%73.6) öğrencisi üç veya daha fazla sayıda yabancı dil bilmektedirler. Bu öğrencilerin çoğunun bildiğı dil; Rusça, Kırgızca ve Türkçedir. Öğrencilerin %69.2'si (402) girişimcilik dersi almadıklarını ve aynı şekilde %67.3'ü (391) ailelerinde bir girişimcinin olmadığını belirtmişlerdir.

"H1: Öğrencilerin girişimcilik eğilimleri vatandaşı oldukları ülkelere göre anlamlı bir farklılık göstermektedir" hipotezini test edebilmek için t-testi yapılmıştır. T testi sonucunda (0,05 anlamlılık düzeyinde) öğrencilerin

vatandaşı oldukları ülkelerin saldırgan rekabetçilik ve içsel denetim boyutlarına bakış açıları üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu, yenilikçilik, proaktiflik, risk alma, bağımsızlık, öz yeterlilik, başarıma ihtiyacı, dışsal denetim odağı ve yaratıcılık boyutları üzerinde ise anlamlı bir etkisinin olmadığı belirlenmiştir. Bu sonuca göre Kırgız ve Türk öğrencilerinin saldırgan rekabetçilik ve içsel denetim boyutlarını farklı algıladıkları görülmektedir. Buna göre Türk öğrencilerinin Kırgız öğrencilere göre daha saldırgan rekabetçi eğilim içinde oldukları buna karşılık Kırgız öğrencilerinin Türk öğrencilerine göre daha büyük bir içsel denetime sahip oldukları görülmektedir. Bu farklılıkların temel kaynağının Kırgız ve Türk öğrencilerinin büyüdüğü ve içinde bulundukları kültüre ilişkin olduğu söylenebilir. Sonuç olarak H1, saldırgan rekabetçilik ve içsel denetim odağı boyutları açısından kabul edilirken, diğer boyutlar açısından reddedilmektedir.

"H2: Öğrencilerin girişimcilik eğilimleri yetiştikleri yerlere göre anlamlı bir farklılık göstermektedir" hipotezinin testi için Anova testi yapılmıştır. Anova testinin sonuçlarına göre (0,05 anlamlılık düzeyinde) öğrencilerin yetiştikleri yerin sadece saldırgan rekabetçilik boyutuna bakış açıları üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu belirlenirken, yenilikçilik, proaktiflik, risk alma, bağımsızlık, öz yeterlilik, başarıma ihtiyacı, içsel denetim odağı, dışsal denetim odağı ve yaratıcılık boyutlarına bakış açıları üzerinde ise anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmektedir. Anova testine ek olarak yapılan Tukey testine göre ise; öğrencilerin saldırgan rekabetçilik faktörünü algılamaları açısından köyde yaşayanlarla şehirde yaşayanlar arasında önemli bir fark olduğu tespit edilmiştir. Sonuç olarak H2, sadece saldırgan rekabetçilik boyutu açısından kabul edilmekte, diğer boyutlar açısından reddedilmektedir.

"H3: Öğrencilerin girişimcilik eğilimleri annelerinin eğitimine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir" hipotezinin testi için yapılan Anova sonucuna göre (0,05 anlamlılık düzeyinde), demografik özelliklerden annenin eğitim durumu; yenilikçilik, proaktiflik, saldırgan rekabetçilik, risk alma, bağımsızlık, öz yeterlilik, başarıma ihtiyacı, içsel denetim, dışsal denetim ve yaratıcılık boyutlarına bakış açıları üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmektedir. Sonuç olarak H3, GE'nin tüm boyutları için reddedilmektedir.

"H4: Öğrencilerin girişimcilik eğilimleri babalarının eğitimine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir" hipotezinin testi için yapılan Anova sonucuna göre (0,05 anlamlılık düzeyinde), demografik özelliklerden babanın eğitim durumu; yenilikçilik, proaktiflik, saldırgan rekabetçilik, risk alma, bağımsızlık, öz yeterlilik, başarıma güdüsü, içsel denetim, dışsal denetim ve yaratıcılık boyutlarına bakış açıları üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmüştür. Sonuç olarak H4, girişimcilik eğiliminin tüm boyutları açısından reddedilmektedir.

"H5: Öğrencilerin girişimcilik eğilimleri kardeş sayısına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir" hipotezinin testi için yapılan Anova sonucuna göre (0,05 anlamlılık düzeyinde) ailevi özelliklerden öğrencinin kendisi dahil toplam kardeş sayısının; sadece saldırgan rekabetçilik boyutuna bakış açıları üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu görülürken, yenilikçilik, proaktiflik, risk alma, bağımsızlık, öz yeterlilik, başarıma ihtiyacı, içsel denetim odağı, dışsal denetim odağı ve yaratıcılık boyutlarına bakış açıları üzerinde ise anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmektedir. Anova testine ek olarak yapılan Tukey testine göre ise; öğrencilerin saldırgan rekabetçilik faktörünü algılamaları açısından 2 kardeşli öğrenciler ile 5 ya da daha fazla kardeşli öğrenciler arasında önemli bir fark olduğu tespit edilmiştir. Sonuç olarak H5, sadece saldırgan rekabetçilik boyutu açısından kabul edilmektedir.

"H6: Öğrencilerin girişimcilik eğilimleri kaçınıcı çocuk olduklarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir" hipotezini test etmek amacıyla yapılan Anova sonucuna göre (0,05 anlamlılık düzeyinde), öğrencilerin ailelerinin kaçınıcı çocuğu olduklarının; yenilikçilik, proaktiflik, saldırgan rekabetçilik, risk alma, bağımsızlık, öz yeterlilik, başarıma ihtiyacı, içsel denetim odağı, dışsal denetim odağı ve yaratıcılık boyutlarına bakış açıları üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmektedir. Sonuç olarak H6, GE'nin tüm boyutları açısından reddedilmektedir.

"H7: Öğrencilerin girişimcilik eğilimleri aile gelirine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir" hipotezi için yapılan Anova testi sonucuna göre (0,05 anlamlılık düzeyinde), demografik özelliklerden öğrencilerin aile gelirinin; yenilikçilik, saldırgan rekabetçilik, öz yeterlilik ve içsel denetim odağı boyutlarına bakış açıları üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu belirlenirken, proaktiflik, risk alma, bağımsızlık, başarıma ihtiyacı, dışsal denetim odağı ve yaratıcılık boyutlarına bakış açıları üzerinde ise anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmektedir. Anova testine ek olarak yapılan Tukey testine göre ise; öğrencilerin yenilikçilik faktörünü algılamaları açısından aile geliri 200 dolar veya daha az olan grupta geliri 351-500 dolar olan grup arasında önemli bir fark vardır. Öğrencilerin saldırgan rekabetçilik faktörünü algılamaları açısından ise aile geliri 200 dolar veya daha az olan grup ile 651 veya üstünde olan ve ayrıca geliri 201-350 dolar olan grup ile de 651 veya üstü doları olan grup arasında önemli bir fark bulunmuştur.

Öğrencilerin öz yeterlilik faktörünü algılamalarında geliri 501-650 dolar olan grupta 651 veya üstü dolar olan grup arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark saptanmıştır. Son olarak öğrencilerin içsel denetim faktörünü algılamalarında geliri 200 dolar veya daha az olan grupta 501-650 gelir grubunda bulunanlar arasında önemli bir fark bulunmuştur. Sonuç olarak H7, yenilikçilik, saldırgan rekabetçilik, öz yeterlilik ve içsel denetim odağı boyutları açısından kabul edilirken, diğer boyutlar açısından reddedilmektedir.

"H8: Öğrencilerin girişimcilik eğilimleri ailede girişimci olup/olmamasına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir" hipotezi için yapılan t testi sonucunda (0,05 anlamlılık düzeyinde), ailede girişimcinin olup olmama durumunun; yenilikçilik, proaktiflik, saldırgan rekabetçilik, risk alma, bağımsızlık, öz yeterlilik, başarıma ihtiyacı, içsel denetim odağı, dışsal denetim odağı ve yaratıcılık boyutları üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmektedir. Sonuç olarak H8, GE'nin tüm boyutları açısından reddedilmektedir.

"H9: Öğrencilerin girişimcilik eğilimleri cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir" hipotezi için yapılan t-testi sonucunda (0,05 anlamlılık düzeyinde), demografik niteliklerden cinsiyetin; saldırgan rekabetçilik, bağımsızlık, içsel denetim ve yaratıcılık boyutlarına bakış açılarının anlamlı bir etkisinin olduğu, yenilikçilik, proaktiflik, risk alma, öz yeterlilik, başarıma ihtiyacı ve dışsal denetim odağı boyutları üzerinde ise anlamlı bir etkisinin olmadığı belirlenmiştir. Bu sonuca göre kız ve erkek öğrencilerin saldırgan rekabetçilik, bağımsızlık, içsel denetim ve yaratıcılık boyutlarını farklı algıladıkları görülmektedir. Erkek öğrenciler, kız öğrencilerden daha fazla saldırgan rekabetçilik eğilimde iken buna karşılık kız öğrenciler erkek öğrencilere göre daha bağımsız olma, daha yüksek içsel denetim odağına sahip ve daha fazla yaratıcılık eğilimde oldukları söylenebilir. Sonuç olarak H9, saldırgan rekabetçilik, bağımsızlık, içsel denetim odağı ve yaratıcılık boyutları açısından kabul edilirken, diğer boyutlar açısından reddedilmektedir.

"H10: Öğrencilerin girişimcilik eğilimleri bağlı oldukları fakülteye/yüksekokula göre anlamlı bir farklılık göstermektedir" hipotezi ile ilgili olan Anova testi sonucuna göre (0,05 anlamlılık düzeyinde), öğrencilerin fakültelerinin/yüksekokullarının; saldırgan rekabetçilik, öz yeterlilik, başarıma ihtiyacı, içsel denetim ve yaratıcılık boyutlarına bakış açıları üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu belirlenirken, yenilikçilik, proaktiflik, risk alma, bağımsızlık ve dışsal denetim odağı boyutlarına bakış açıları üzerinde ise anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmüştür. Anova testine ek olarak yapılan Tukey testine göre ise; öğrencilerin saldırgan rekabetçilik ve içsel denetim odağı faktörlerini algılamaları açısından Mühendislik Fakültesi ile İİBF arasında önemli bir fark olduğu tespit edilmiştir. İletişim Fakültesi ve Edebiyat Fakültesi öğrencilerinin de öz yeterlilik algılamalarında anlamlı bir fark görülmüştür. Son olarak başarıma ihtiyacıyla ilgili algılamalarda İletişim Fakültesi ve Meslek Yüksekokulları arasında anlamlı bir fark varken yaratıcılık boyutunu algılama açısından da İletişim Fakültesi ve Mühendislik Fakültesi arasında önemli bir fark saptanmıştır. Sonuç olarak H10, saldırgan rekabetçilik, öz yeterlilik, başarıma ihtiyacı, içsel denetim odağı ve yaratıcılık boyutları açısından kabul edilirken, diğer boyutlar açısından reddedilmektedir.

"H11: Öğrencilerin girişimcilik eğilimleri kaçınıcı sınıfta olduklarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir" hipotezi için Anova testi sonucuna göre (0,05 anlamlılık düzeyinde), öğrencilerin sınıflarının; yenilikçilik, proaktiflik, saldırgan rekabetçilik, risk alma, bağımsızlık, öz yeterlilik, başarıma ihtiyacı, içsel denetim odağı, dışsal denetim odağı ve yaratıcılık boyutlarına bakış açıları üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmüştür. Sonuç olarak H11, GE'nin tüm boyutları açısından reddedilmektedir.

"H12: Öğrencilerin girişimcilik eğilimleri akademik not ortalamalarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir" hipotezinin Anova testi sonucuna göre (0,05 anlamlılık düzeyinde), öğrencilerin genel akademik not ortalamasının; risk alma, bağımsızlık, öz yeterlilik ve başarıma ihtiyacı boyutlarına bakış açıları üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu belirlenirken, yenilikçilik, proaktiflik, saldırgan rekabetçilik, içsel denetim odağı, dışsal denetim odağı ve yaratıcılık boyutlarına bakış açıları üzerinde ise anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmüştür. Anova testine ek olarak yapılan Tukey testine göre ise; öğrencilerin risk alma ve öz yeterlilik faktörlerini algılamalarında şu gruplar arasında fark saptanmıştır; not ortalaması 2.51-3 arasında olan grup ile 3.01-3.50 arasında olan grup. Öğrencilerin bağımsızlık faktörünü algılamalarında ise şu iki grup (2.01-2.50 arası not) (3.01-3.50 arası not) arasında fark saptanmıştır. Son olarak öğrencilerin başarıma ihtiyacı faktörünü algılamalarında en düşük not ortalaması olan grup (1-2 arası) ile en yüksek not ortalaması (3.51-4 arası) grubu arasında önemli bir fark olduğu tespit edilmiştir. Sonuç olarak H12, risk alma, bağımsızlık, öz yeterlilik ve başarıma ihtiyacı boyutları açısından kabul edilirken, diğer boyutlar açısından reddedilmektedir.

"H13: Öğrencilerin girişimcilik eğilimleri bildikleri yabancı dil sayısına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir" hipotezini test etmek üzere yapılan Anova sonucuna göre (0,05 anlamlılık düzeyinde), öğrencilerin ana dillerinin dışında bildikleri dillerin; proaktiflik, risk alma ve bağımsızlık boyutlarına bakış açıları üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu belirlenirken, yenilikçilik, saldırgan rekabetçilik, öz yeterlilik, başarıma ihtiyacı, içsel denetim odağı, dışsal denetim odağı ve yaratıcılık boyutlarına bakış açıları üzerinde ise anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmüştür. Anova testine ek olarak yapılan Tukey testine göre ise; öğrencilerin proaktiflik ve risk alma faktörlerini algılamaları açısından 2 dil bilenlerle 5 veya daha fazla dil bilenler arasında önemli bir fark olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, 2 dil bilenlerle 4 dil bilenler arasında bağımsızlık faktörünün algılanmasında önemli bir fark olduğu saptanmıştır. Sonuç olarak H13, proaktiflik, risk alma ve bağımsızlık boyutları açısından kabul edilirken, diğer boyutlar açısından reddedilmektedir.

Son olarak "H14: Öğrencilerin girişimcilik eğilimleri girişimcilik dersi alıp/almamalarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir" hipotezine ilişkin t testi sonucunda (0,05 anlamlılık düzeyinde), eğitim esnasında girişimcilik dersi alıp almama durumunun; yenilikçilik, proaktiflik, saldırgan rekabetçilik, risk alma, bağımsızlık, öz yeterlilik, başarıma ihtiyacı, içsel denetim odağı, dışsal denetim odağı ve yaratıcılık boyutları

üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı belirlenmiştir. Sonuç olarak H14, GE'nin tüm boyutlar açısından reddedilmektedir.

7 Sonuç

Girişimcilik, geçiş ekonomilerinde gerek ulusal gerekse bölgesel gelişmenin sağlanabilmesi, rekabetin canlanması ve istihdamın artması açısından büyük önem taşımaktadır. Ancak küresel değişme ve gelişmelere bağlı olarak girişimciliğin niteliğinin de değiştiğini söyleyebiliriz. Çünkü içinde bulunduğumuz bilgi çağında fiziki gücün yerini bilgi gücü almaktadır. Bu çağda sadece para veya sermaye sahibi olmak, girişimci olmaya yetmemektedir. Çünkü girişimci, kendi bilgi ve yetenekleri ile birlikte emek, sermaye, doğal kaynaklar ve hammaddeyi bir araya getirerek üretim ve dağıtım süreçlerini gerçekleştirip yöneten kişidir.

Girişimciliğin ve girişimci kişilerin varlığının geçiş ekonomilerinde ve dolayısıyla Kırgızistan'da yadsınamaz değere sahip olduğu bilinen bir gerçektir. Bu açıdan potansiyel girişimcileri belirlemek ve onları pazara çıkarmanın yollarını bulabilmek açısından üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerinin saptanması önem arz etmektedir. Bu amaçla Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi öğrencileri üzerinde kapsamlı bir anket çalışması yapılmış ve öğrencilerin sosyo-demografik özelliklerinin girişimcilik eğilimleri üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Araştırmanın sonucunda şu bulgulara ulaşılmıştır:

Uluslararası niteliğe sahip olan Manas Üniversitesi öğrencilerinin çoğunluğunu Türkler ve Kırgızlar oluşturduğu için bu iki grup, vatandaşı oldukları ülkelere göre karşılaştırılmıştır. Türk ve Kırgız öğrencilerinin GE'nin saldırgan rekabetçilik ve içsel denetim boyutları açısından farklılık gösterdiği saptanmıştır. Buna göre Türk öğrencilerin saldırgan rekabetçilik eğiliminin Kırgız öğrencilerden daha fazla olduğu bulunmuştur. Böyle bir bulguya ulaşılmasının sebebi, Kırgız öğrencilerin henüz tam olarak devletçi yapının etkisinden kurtulamamış olmasından kaynaklanıyor olabilir. İçsel denetim boyutu açısından bakıldığında, Kırgız öğrencilerinin içsel denetim odağının Türk öğrencilerden daha yüksek olduğu görülmüştür; -ki bu bulgu, Kırgız kültürünü etkileyen SSCB'nin (Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği) kültürüyle -özellikle dini inançlarıyla- ilgili olabilir. Çünkü Kırgız halkı Müslüman olmasına karşın, bu inançlarını henüz tam olarak gereği gibi yerine getirememektedirler. Türk öğrenciler ise dini inançları gereği kadere daha fazla inanmaktadırlar.

1. Manas Üniversitesi öğrencileri yetiştikleri yer açısından değerlendirildiğinde, köyde, kasabada ve şehirde yetişenler arasında saldırgan rekabetçilik boyutu açısından anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Buna göre şehirde yetişen öğrenciler köyde yetişenlere göre daha büyük bir saldırgan rekabetçilik eğilimi sergilemektedirler.

2. Çocukların büyümesinde çok önemli bir etkiye sahip olduğu düşüncesiyle anne ve babaların eğitim düzeylerinin yüksek olup olmamasının GE üzerindeki etkisine bakıldığında, anne baba eğitiminin GE'nin hiç bir boyutunu etkilemediği görülmüştür.

3. Toplam kardeş sayısının GE üzerindeki etkisine bakıldığında, sadece saldırgan rekabetçilik boyutu açısından anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Bu bağlamda iki kardeşli olan öğrencilerin beş ya da daha fazla kardeşli olan öğrencilere göre saldırgan rekabetçi eğiliminin yüksek olduğu saptanmıştır. Türkiye'de yapılan araştırmalarda girişimcilerin genelde birinci ve ortanca çocuklardan çıktığı bulgusu elde edilmiştir. Bu bağlamda, Kırgızistan'da kardeş sırasının GE'nin hiç bir boyutu üzerinde etkili olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

4. Aile gelirlerinin öğrencilerin GE üzerinde etkisi değerlendirildiğinde, gelir düzeyinin saldırgan rekabetçilik, öz yeterlilik ve içsel denetim eğilimlerini etkilediği saptanmıştır. Saldırgan rekabetçiliğin en düşük gelir grubu ($200 \leq$ dolar) ile en yüksek gelir grubu ($651 \geq$ dolar) arasında olduğu bulunmuştur. Ayrıca aile geliri 201-350 dolar arasında olan öğrenciler ile aile geliri $651 \geq$ dolar olan öğrenciler arasında saldırgan rekabetçilik açısından farklılık vardır. Bu bağlamda yüksek gelirli aile çocuklarının daha düşük gelirli aile çocuklarından daha büyük saldırgan rekabetçilik eğiliminin olduğunu söyleyebiliriz. Aile geliri 501-650 dolar arasında olan öğrenciler ile $650 \geq$ dolar olan öğrenciler arasında da öz yeterlilik açısından önemli bir farklılık saptanmıştır. Yüksek gelirin öğrencilerin öz yeterliliği üzerinde etkisi olduğunu belirtebiliriz. Son olarak aile geliri $200 \leq$ dolar olan öğrencilerle 501-650 dolar olan öğrenciler arasından içsel denetim odağı açısından önemli bir farklılık bulunmuştur. Gelir düzeyi yüksek öğrencilerin içsel denetim odağı daha yüksek çıkmıştır.

5. Ailede bir girişimcinin olmasının öğrencileri girişimciliğe yönlendirebileceği düşüncesiyle hareket edilerek yöneltilen soru bağlamında, ailesinde girişimci olan öğrenci grubuyla olmayan grup arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Bu bağlamda Kırgızistan'da ailede girişimcinin olup olmamasının GE üzerinde hiç bir etkisinin olmadığı görülmüştür.

6. Cinsiyet açısından değerlendirildiğinde, saldırgan rekabetçilik, bağımsızlık, içsel denetim odağı ve yaratıcılık boyutları açısından erkek ve kız öğrenciler arasında önemli bir farklılığa rastlanmıştır. Buna göre erkek öğrencilerin saldırgan rekabetçilik eğilimi kız öğrencilerden daha yüksek çıkmıştır. Bu, beklenen bir sonuçtu. Çünkü Hofstede'in de yaptığı bilimsel çalışmalarda ortaya konduğu gibi, eril özelliği bir girişimcilik niteliğidir. Karşıt olarak anlamlı farklılıkların bulunduğu bağımsızlık, içsel denetim odağı ve yaratıcılık eğilimleri açısından da kızlar erkeklere göre daha yüksek ortalamalara sahiptir. Kırgızistan'da kadınların iş yaşamında neredeyse her alanda çok önemli roller üstlendiklerini düşündüğümüzde, böyle bir sonucun çıkması şaşırtıcı olmamıştır.

7. Fakltelere gre ğrencilerin girişimcilik eğilimleri karşılaştırıldığında, Mhendislik Fakltesi ile İİBF ğrencileri arasında saldırgan rekabetilik aısından anlamlı bir farklılık bulunmuş olup, İİBF ğrencilerinin daha fazla saldırgan rekabeti eğiliminde oldukları grlmştr. z yeterlilik aısından ise İletişim Fakltesi ile Edebiyat Fakltesi ğrencileri arasında nemli bir farklılık bulunmuştur. Buna gre Edebiyat Fakltesi İletişim Fakltesi ğrencilerine gre daha yksek z yeterliliğe sahiptir. Başarma ihtiyaı aısından anlamlı farklılık gsteren İletişim Fakltesi ile MYO ğrencileri değerlendirildiğinde, MYO ğrencilerinin başarma ihtiyalarının İletişim Fakltesi ğrencilerine gre daha byk olduğu ıkmıştır. Son olarak İletişim Fakltesi ile Mhendislik Fakltesi ğrencileri arasında yaratıcılık eğilimi aısından nemli bir farklılık bulunmuştur. İletişim Fakltesi ğrencilerinin yaratıcılık eğilimlerinin Mhendislik Fakltesi ğrencilerine gre daha yksek olduğu saptanmıştır.

8. Sınıfa gre ğrencilerin GE'nin farklılaşacağı hipotezi değerlendirildiğinde, birinci sınıfta okuyan ğrencilerle son sınıfta olan ğrencilerin GE'lerinde hibir farkın olmadığı grlmştr.

9. ğrencilerin genel akademik not ortalamaları değerlendirildiğinde, risk alma, bağımsızlık, z yeterlilik ve başarma ihtiyaı aısından anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Risk alma not ortalaması 2.51-3.00 arasında olan ğrencilerle akademik ortalaması 3.01-3.50 arasında değişen ğrenci gruplarında fark olduğu grlmştr. Akademik ortalaması yksek olan grup dşk olan gruba gre daha byk riskler alma eğilimindedir. Bağımsızlık eğilimi şu iki grup (2.01-2.50 arası) (3.01-3.50 arası) arasında farklılaşmakta olup, not ortalaması yksek olan grup dşk olan gruba gre daha fazla bağımsız olma eğilimindedir. z yeterlilik aısından ise şu iki grup (2.51-3.00 arası) (3.01-3.50 arası) arasında nemli bir farklılık bulunmuştur. Not ortalaması yksek olan grubun dşk olan gruba gre daha fazla z yeterlilik algısına sahip olduğu grlmştr. Son olarak başarma ihtiyaı, şu iki grupta (1.00-2.00 arası) (3.51-4.00 arası) anlamlı bir farklılık gstermiştir. Not ortalaması en dşk olan grup yksek olan gruba gre daha fazla başarma ihtiyaı olduğu inancındadır.

10. Yabancı dil bilmenin girişimcilik ve yurt dışına aılabilme aısından nemli olduğu dşnlmş ve GE zerindeki etkisi araştırılmıştır. Ana dilin dışında bilinen toplam yabancı dil sayısı değerlendirildiğinde, proaktiflik, risk alma ve bağımsızlık boyutları aısından anlamlı farklılıklara rastlanmıştır. Proaktiflik aısından iki dil bilen beş ya da daha fazla dil bilen grup arasında fark vardır. iki dil bilen ğrenciler beş ya da daha fazla dil bilen ğrencilere gre daha proaktif davranışlar sergilemektedirler. Aynı şekilde iki dil bilen ğrenciler beş ya da daha fazla dil bilenlere gre daha byk bir risk alma eğilimindedirler. Son olarak iki dil bilen grupla drt dil bilen grup arasında bağımsızlık aısından grlen fark, drt dil bilenin daha byk bağımsızlık eğilimde olması şeklinde dir.

11. Son olarak eğitim esnasında alınan girişimcilik dersinin GE zerinde bir etkisinin olmadığı bulunmuştur.

Kaynaka

- Akdemir, Ali, 1996. Girişimcilik Kltr "Para ile Mutlu Olunur mu?". Ktahya.
- Amabile, Teresa M., Regina Conti, Heather Coon, Jeffrey Lazenby, & Michael Herron, 1996. "Assessing The Work Environment For Creativity", *Academy of Management Journal* 39(5), pp. 1169-1184.
- Arıkan, Semra, 2002. Girişimcilik Temel Kavramlar ve Bazı Gncel Konular, Siyasal Kitabevi, Ankara.
- Bozkurt, Rşt, 2000. "Girişimci ve Rol Bilinci", *İş Fikirleri Dergisi*, 12.
- Br, Deniz, 2006. Girişimcilik Eğilimi: Marmara niversitesi İşletme Blm ğrencileri zerine Bir Araştırma. Marmara niversitesi Yayını, İstanbul.
- Brenkert, George G., 2009. "Innovation, Rule Breaking and Ethics of Entrepreneurship", *Journal of Business Venturing*, 24, pp. 448-464.
- Chelariu, Cristian, Thomas G. Brashear, Talai Osmonbekov, & Adriana Zait, 2008. "Entrepreneurial Propensity in a Transition Economy: Exploring Micro-Level and Meso-Level Cultural Antecedents", *Journal of Business & Industrial Marketing*, 23(6), pp. 405-415.
- Chen, Hsiang Ling ve Chun-Hui Hsu, 2013. "Entrepreneurial Orientation and Firm Performance in Non-Profit Service Organizations: Contingent Effect of Market Orientation", *The Service Industries Journal*, 33(5), pp. 445-466.
- Covin, Jeffrey G., & Dennis P. Slevin, 1991. "A Conceptual Model of Entrepreneurship as Firm Behavior", *Entrepreneurship Theory and Practice*, Fall, pp. 7-25.
- etin, Fatih, 2011. "rgt İi Girişimcilikte z Yeterlilik Algısı ve Kontrol Odağının Rol", *Business and Economics Research Journal*, 2(3), ss. 69-85.
- Ercan, Salih ve İsmail Gkdeniz, 2009. "Girişimciliğin Gelişim Sreci ve Girişimcilik Aısından Kazakistan", *Bilig*, 49, ss. 59-82.
- Eren, Erol, 1982. İşletmelerde Yenilik Politikası. Faklteler Matbaası, İstanbul.
- Heckhausen, J. & Schulz, R., 1995. "A Life-Span Theory of Control", *Psychological Review*, 102, pp. 284-304.

- Hmieleski, Keith M., & Andrew C. Corbett, 2008. "The Contrasting Interaction Effects of Improvisational Behavior with Entrepreneurial Self-Efficacy on New Venture Performance and Entrepreneur Work Satisfaction", *Journal of Business Venturing*, 23, pp. 482-496.
- İşcan, Ömer Faruk ve Erdoğan Kaygın, 2011. "Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma", *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15 (2), ss. 443-462.
- Johnson, Johanna E., 2011. Why Some Leaders Can Build New Organizations: Leadership, Individual Differences, and Gender in Entrepreneurship. The Pennsylvania State University, Unpublished Ph.D Thesis.
- Keleş, Hatice Necla, Tuğba Kırıl Özkan ve Ali Ender Altunoğlu, 2012. "Önlisans Öğrencilerinin Girişimcilik Düzeylerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma", *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 5(9), ss. 107-118.
- Knight, Gary A. 1997. "Cross-Cultural Reliability and Validity of a Scale to Measure Firm Entrepreneurial Orientation", *Journal of Business Venturing*, 12, pp. 213-225.
- Korkmaz, Sezer, 2000. "Girişimcilik ve Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma", *Hacettepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, 18(1), ss. 163-169.
- Kraus, Sascha, 2013. "The Role of Entrepreneurial Orientation in Service Firms: Empirical Evidence from Austria", *The Service Industries Journal*, 33(5), pp. 427-444.
- Kurt, Mustafa, Veysel Ağca ve Saffet Erdoğan, 2006. "Afyonkarahisar İli Girişimcilik Performansının Coğrafi Bilgi Sistemleri ile Analizi", *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, 8(2), ss. 97-114.
- Luszczynska, Aleksandra, Urte Scholz, & Ralf Schwarzer, 2005. "The General Self-Efficacy Scale: Multicultural Validation Studies", *The Journal of Psychology*, 139(5), pp. 439-457.
- Müftüoğlu, Tamer, 1997. Girişimcilik, Anadolu Üniversitesi Web-Ofset Tesisleri, Eskişehir.
- Okay, Şenol ve Mehmet Karahan, 2010. "Küçük Ölçekli İşletmelerin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Alan Araştırması: Denizli İli Örneği", *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 14, ss. 291-304.
- Poon, June M.L., Raja Azimah Ainuddin, & Sa'odah Haji Junit, 2006. "Effects of Self-Concept Traits and Entrepreneurial Orientation on Firm Performance", *International Small Business Journal*, 24(1), pp. 61-82.
- Salas, Eduardo, Janis A. Cannon-Bowers, 2001. "The Science of Training: A Decade of Progress", *Annual Review of Psychology*, 52, pp. 471-499.
- Solmuş, Tarık, 2004. "İş Yaşamı, Denetim Odağı ve Beş Faktörlük Kişilik Modeli", *Türk Psikoloji Bülteni*, 10, ss. 196-205.
- Speier, Christa, & Michael Frese, 1997. "Generalized Self-Efficacy As a Mediator and Moderator Between Control and Complexity at Work and Personal Initiative: A Longitudinal Field Study in East Germany", *Human Performance*, 10(2), pp. 171-192.
- Strauser, D. R., Ketz, K. & Keim, J., 2002. "The Relationship Between Self-Efficacy, Locus of Control and Work Personality", *Journal of Rehabilitation*, 68, pp. 20-26.
- TDK, 2013. <http://tdkterim.gov.tr/bts/?kategori=verilst&kelime=e%F0ilim&ayn=tam>, (ET: 30.04.2013).
- Todorovic, Zelimir William, Rod B. McNaughton, & Paul Guild, 2011. "ENTRE-U: An Entrepreneurial Orientation Scale For Universities", *Technovatin*, 31, pp. 128-137.
- Zahra, Shaker A., 1995. "Corporate Entrepreneurship and Financial Performance: The Case of Management Leveraged Buyouts", *Journal of Business Venturing*, 10, pp. 225-247.
- Zahra, Shaker A., 2008, "Being Entrepreneurial and Market Driven: Implication for Company Performance", *Journal of Strategy and Management*, 1(2), pp. 125-142.