

İletişim Kaygısı ve Girişimcilik Niyeti İlişkisinde Sosyal Özyeterlik Algısının Düzenleyici Rolü

The Moderator Effect of Perception of Social Self-Efficacy in the Relationship Between Communication Apprehension and Entrepreneurial Intention

Seda KIZIL 

Bayburt Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü, Bayburt, Türkiye



Geliş Tarihi/Received: 30.03.2023

Kabul Tarihi/Accepted: 16.05.2023

Yayın Tarihi/Publication Date: 18.06.2023

Corresponding Author:

Seda KIZIL

E-mail: sedakizil@bayburt.edu.tr

Cite this article as: Kızıl, S. (2023). The moderator effect of perception of social self-efficacy in the relationship between communication apprehension and entrepreneurial intention. *Trends in Business and Economics*, 37(4), 300-307.



Content of this journal is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

ÖZ

Bu çalışmanın amacı; üniversite öğrencilerinin iletişim kaygısı ve girişimcilik niyeti düzeyleri üzerinde sosyal özyeterlik algısının değerlendirilmesidir. Araştırmaya yönelik verilere Bayburt Üniversitesi öğrencilerine anket uygulanarak ulaşılmıştır. Elde edilen veriler SPSS ve AMOS programları kullanılarak uygun analizlere tabi tutulmuştur. Bu analizler sonucunda araştırmaya katılan öğrencilerin iletişim kaygısının girişimcilik niyeti üzerinde olumsuz ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu ve söz konusu bu etki üzerinde sosyal özyeterlik algısının düzenleyici bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Jel Kodları: M13, D83, L26

Anahtar Kelimeler: İletişim kaygısı, girişimcilik niyeti, sosyal özyeterlik

ABSTRACT

The aim of this study is to evaluate the perception of social self-efficacy on university students' communication apprehension and entrepreneurial intention levels. The data for the research were obtained by applying a questionnaire to Bayburt University students. The obtained data were subjected to appropriate analyses using SPSS and AMOS programs. As a result of these analyses, it was concluded that the communication apprehension of the students participating in the research had a negative and significant effect on their entrepreneurial intention, and the perception of social self-efficacy had a moderating effect on this effect.

Jel Codes: M13, D83, L26

Keywords: Communication apprehension, entrepreneurial intention, social self-efficacy

Giriş

Girişimci olma fikri; başta öğrenciler olmak üzere gençler için daha çekici bir hal almaya başlamıştır. Günümüzde gençler girişimciliği kendi kişisel özgürlüklerini kaybetmeden kendileri için bir istihdam fırsatı yaratma aracı olarak görmektedirler (Abdiganı Kzy & Kahramanoğlu, 2022, s. 1069). Öğrenciler adına bu istihdam yaratma eylemi kendi kariyer hedeflerinin yeniden biçimlendirilmesine yardımcı olmakta ve sonuç olarak topluma, ulusa ve genel olarak dünyaya önemli faydalar sağlamaktadır (Janssens & Lambrecht, 2018). Dolayısıyla girişimcilik konusunun üniversite öğrencileri gözünden ele alınması önemlidir. Çünkü üniversitelerin günümüzde hizmet ettiği yön değişmektedir. Temel araştırma ve nitelikli işgücü sağlayan yapılar olarak görülen üniversiteler artık yenilik ve iş kurma yeteneğine sahip, bölgesel ve ulusal büyümeye yön verebilen özelliklere sahip olarak değerlendirilmektedir. Hatta yüksek düzeyde sanayi deneyimi olan ve yüksek eğitim seviyesine sahip girişimci bireylerin, daha düşük düzeyde sanayi deneyimi olan ve düşük eğitim seviyesine sahip girişimci bireylerle karşılaştırıldıklarında başarılı olma ihtimallerinin yüksek olacağı ifade edilmektedir (Nalbantoğlu, 2022, ss. 12-25).

Bu doğrultuda temel olarak girişimcilik niyeti üzerine yoğunlaşan bu çalışmada araştırma örneklemi, girişimcilik niyetinin gelecekte girişimci olma eğilimlerinin temelini oluşturacağı düşünülen üniversite öğrencileri oluşturmaktadır.

Ajzen'in (1991) ifade ettiği gibi bireyin belirli bir davranışı gösterebilmesi için o davranışa ilişkin bir niyet geliştirmesi gerekmektedir. Çünkü niyet davranışın kedisini anlayabilmek için önemli bir araçtır. Dolayısıyla girişimcilik faaliyetlerinin gerçekleştirilebilmesi için bireyin girişimcilik niyetine sahip olması gerekmektedir. Girişimcilik sürecinin anlaşılabilmesi için girişimcilik niyetinin ve girişimcilik niyetinin başarılı bir girişimcilik sürecini başlatabilmesi için de niyetin hangi unsurların etkisinde kaldığının araştırılması önemli görülmektedir. Girişimcilik niyeti, bireyin bir iş kurma veya kendi işine sahip olma arzusu ve niyeti olarak tanımlanmaktadır (Krueger ve ark., 2000). Diğer her davranışta olduğu gibi bireyi harekete geçirecek bir niyet oluşmadan bir anda girişimci olunamayacağına göre öncelikli olarak bu niyetin nasıl oluştuğunu ortaya koymak gerekmektedir. Girişimcilik niyeti üzerinde yaşam koşullarının ve şekillerinin incelendiği araştırmalarda, bireyin çevresinde algıladığı engeller ve destek faktörlerinin girişimcilik niyetini etkilediği sonucuna ulaşılmıştır (Naktiyok & Timuroğlu, 2009, s. 89). Bu noktada bireyin girişimcilik niyetini iletişim kaygısı duymasının engelleyebileceği ifade edilebilir. Düşük entelektüel beceriler, konuşma becerisi eksiklikleri, gönüllü sosyal içe kapanma, sosyal yabancılaşma, iletişim kurma yönünde duyulan korku ve endişe, düşük sosyal benlik saygısı ve iletişim normlarında etnik veya kültürel farklılıklar gibi unsurların iletişim kaygısına sebep olabileceği ifade edilmektedir. Ayrıca iletişim kaygısının kişilerarası iletişimi, motivasyonu ve davranışı etkilediği de öne sürülmektedir (Shah ve ark., 2023, s. 15). Bu bakımdan bireyin iletişim kaygısının girişimcilik niyeti üzerinde etkili olabileceği söylenebilir. Diğer taraftan bireyin girişimcilik ile ilgili faaliyetleri yerine getirebileceği noktasında kendini yeterli görmesi anlamına gelen özyeterliğin eksikliği bireyi girişimciliğe niyet etmekten uzaklaştırabilecektir. Buradan yola çıkarak iletişim kaygısı ile girişimcilik niyeti arasında öngörülen bu ilişkide sosyal özyeterliğin düzenleyici bir rol oynayabileceği düşünülmektedir.

Bu ifadeler doğrultusunda çalışmanın ilk amacı, iletişim kaygısının girişimcilik niyetini etkileyen bir değişken olup olmadığını belirlemek; ikinci amacı ise, sosyal özyeterlik düzeyinin iletişim kaygısı ile girişimcilik niyeti ilişkisinde düzenleyici bir etkisinin bulunup bulunmadığını incelemektir. Bu doğrultuda çalışmanın kuramsal bağlamına uygun bir örneklem seçilerek, elde edilen verilere uygun analizler yapılmıştır. Literatür incelendiğinde iletişim kaygısı ile girişimcilik niyeti ilişkisini ele alan pek bir çalışmanın olmaması ve bu çalışmada sosyal özyeterlik algısının düzenleyici rolünün araştırılması çalışmayı farklılaştırmaktadır.

Kavramsal Çerçeve

Girişimcilik Niyeti

Günümüzde oldukça sık kullanılan girişimcilik kavramının tam olarak ne anlama geldiği farklı disiplinlerce çok sayıda araştırmacı tarafından açıklanmaya çalışılsa da girişimcilik hakkında genel kabul görmüş bir tanım vermek güçtür. 1700'lü yıllarda Cantillon girişimciyi, toprak sahibi ile ücret karşılığında çalışanlar arasında aracı olarak değerlendirmiş (Hébert & Link, 2006, s. 589) ve girişimciliğin malı belirli bir fiyattan alma ve belirsiz bir fiyattan satma riskini taşımayı gerektirdiğini ifade etmiştir (Stevenson ve ark., 2002, s. 18). Bu tanıma göre girişimcilik bireyin başarılı girişimler gerçekleştirmek için risk üstlenmeye razı olmasını anlamını

taşımaktadır (Minniti & Lévesque, 2008, s. 603). 19. yüzyılda J. B. Say bu tanıma üretim faktörlerini bir araya getirme olgusunu dahil ederek girişimciyi ekonomik faaliyetlerin öncüsü konumuna getirmiştir (Stevenson & Jarillo, 2002, s. 18). 20. yüzyılda girişimciliğin temel işlevinin yenilikçilik olduğuna vurgu yapan Schumpeter (1965) girişimciyi; yeni bir girişim için yeni pazar fırsatlarını keşfeden yenilikçi biri olarak değerlendirmiştir (Amrutrao, 2019, s. 172). Ünlü yönetim gurusu Peter Drucker (1985) değişim fikrini girişimcilik kavramıyla ilişkilendirerek girişimcinin değişim anlamını belirleyen, tahmin eden ve iş fırsatlarına dönüştüren birey olduğunu ifade etmiştir (aktaran Rusu ve ark., 2012, s. 3573). Görüldüğü gibi yüzyıllardır farklı bakış açılarıyla açıklanmaya çalışılan girişimcilik olgusu değer yaratma, yeni bir örgüt kurma ve geliştirme, yenilik yapma, esnek ve dinamik davranma, yaratıcılık ve risk alma unsurlarından oluşmakta, hem türlü yenilik ve değişim sürecini hem de bir girişim, örgüt ve iş kurma sürecini içermektedir (Naktiyok, 2004, ss. 3-7).

Girişimciliğin planlı bir davranış olduğu, planlı bir girişimcilik davranışının da temel göstergesinin niyet olduğu ifade edilmektedir. Bird'e (1988) göre niyet bireyin dikkatini belirli bir amaca yönlendiren zihinsel bir durumdur (aktaran Timuroğlu & Akpınar, 2017, s. 880). Girişimcilik niyeti ise bireyin çevresindeki fırsatları değerlendirerek kendi işini kurma ve yeni bir girişimi başlatma fikrini yansıtmaktadır (Karabey, 2013, s. 147). Dolayısıyla girişimcilik niyeti bireyin kendi işini kurmasının ilk aşamasını oluşturmaktadır. Diğer bir ifadeyle bireyin girişimcilik faaliyetlerini gerçekleştirebilmesi için öncelikle girişimcilik niyetine sahip olması gerekmektedir. Girişimcilik niyetine sahip bireyler girişimciliği kendilerine meslek olarak seçmeyi hedeflemişlerdir ve tüm riskleri göze almak, kaynakları bir araya getirmek ve kendi girişimlerini başlatmak için stratejiler geliştirmektedirler (Karabulut, 2016, s. 16). Dolayısıyla girişimcilik niyeti yüksek bireylerin yeni bir iş kurma potansiyellerinin daha yüksek olduğu ifade edilebilir.

Sosyal Özyeterlik

Bandura (1986) tarafından geliştirilen Sosyal Bilişsel Öğrenme Kuramında özyeterlik kavramı bireylerin bir performansı gerçekleştirebilmeleri için yapılması gereken eylemleri organize etme ve yürütme yeteneklerine ilişkin yargıları olarak tanımlanmaktadır (aktaran Chou, 2019, s. 62). Özyeterlik algısı bireylerin hayatlarındaki önemli olayları kendi kontrolleri altına alabilecekleri şekilde performans gösterebileceklerine olan inançlarını yansıtmaktadır. Bireyler gösterecekleri performans sonucunda bir sonuca varabileceklerine inanmadıkça onları harekete geçirecek yeterli motivasyonu da sağlayamayacaklardır (Matsushima & Shiomi, 2003, s. 323). Özyeterlik, tanımından da anlaşılacağı üzere genel bir kavramdır ve her davranış için ayrı bir özyeterlik algısından bahsedilebilmektedir. Bunlardan biri de sosyal özyeterliktir (Akın & Başören, 2015, s. 604). Sosyal özyeterlik bireyin diğer bireylerle sosyal ilişkiler başlatma ve onlarla arkadaşlıklar kurup bunu sürdürme yeteneğine sahip olduğuna dair inancını ifade etmektedir (Wei ve ark., 2005, s. 602). Bandura'ya (1986) göre sosyal özyeterlik algısı; bireyin sosyal davranışlara ilişkin bilgi sahibi olmasını, etkili davranışlarda bulunabileceğine olan güvenini ve sosyal çevresinden bu davranışlarının geribildirimlerle desteklenmesini gerektirmektedir (aktaran Coleman, 2003, s. 353). Dolayısıyla sosyal özyeterliğin; bireyin sosyalleşmesini gerçekleştireceği ortamlarda daha kendine güvenir şekilde davranışlar gösterebilmesine ve diğer bireylerle olan etkileşiminde daha başarılı olabilemesine yardımcı olacak önemli bir unsur olduğu ifade edilebilir (Caprara ve ark., 2003).

İletişim Kaygısı

İletişim kaygısı; McCroskey (1977, s. 78) tarafından, 'bireyin, başka kişi veya kişilerle gerçekleşen ya da gerçekleşmesi beklenen iletişimi ile ilgili korku veya endişe yaşama düzeyi' olarak tanımlanmaktadır. Böyle bir durum sebebiyle birey iletişim güçlüğü çeker, gönderdiği veya aldığı mesajlardan emin olamaz ve dolayısıyla başarısız bir iletişim gerçekleştirir. Bu nedenle iletişim kaygısı, engellenmesi gereken olumsuz bir durumu ifade etmektedir (Çakmak & Aktan, 2016, s. 20). İletişim kaygısı; bireyin rahatsızlığını nasıl ve nerede yaşadığına bağlı olarak sürekli (trait-like) ya da durumsal (state-like) olarak kavramsallştırılmıştır. Sürekli iletişim kaygısı bireyin yaşadığı iletişimsel deneyimlerde sürekli endişeli hissetme eğilimini ifade ederken; durumsal iletişim kaygısı bireyin karşılaştığı belirli durumlarda ortaya çıkmaktadır (Winiecki & Ayres, 1999, s. 431). Sürekli iletişim kaygısı nispeten kalıcı bir kişilik özelliği; durumsal iletişim kaygısı grup tartışmaları, kişilerarası konuşmalar, resmi toplantılar ve sunumlar gibi durumdan duruma değişen bir özellik sergilemektedir (Russ, 2012, s. 314). Yüksek düzeyde iletişim kaygısı duyan bireyler bu kaygıyı bir daha yaşamamak için genellikle iletişimden kaçınırlar. Bu durum, yüksek iletişim kaygılı bireylerin bir daha asla iletişim kurmayacakları anlamına gelmemektedir, düşük iletişim kaygılı bireylere nazaran daha az iletişim kurmayı tercih edecekleri şeklinde değerlendirilebilmektedir (McCroskey, 1977, s. 78).

Hipotezlerin Geliştirilmesi

Bireyler kendi işlerini kurmak istediklerinde bir takım girişimci faaliyetleri gerçekleştirmeleri gerekmektedir. Bireylerin bu yönde çaba sarf etmeleri ve bu eylemleri göstermeye olan bağlılıkları girişimcilik niyetine sahip olduklarını göstermektedir. Çünkü girişimci faaliyetler bireyin istek ve arzularına göre şekillenmekte, niyet edilerek ortaya konulan planlanmış davranışlar olarak değerlendirilmektedir (Timuroğlu & Çakır, 2014, s. 121). Girişimcilik niyetinin oluşabilmesi için girişimciliğin teşvik edilmesi, girişimciliğin teşvik edilmesi içinse bireyin girişimcilik niyetini etkileyen faktörlerin araştırılması faydalı olacaktır.

İletişim kaygısı ile girişimcilik niyeti arasında kavramsal bir ilişki ortaya konulmasına rağmen, bu ilişkiyi ampirik olarak ele alan bir araştırma sonucuna pek ulaşamamıştır. İletişim kaygısı bireyin başkalarıyla iletişim kurmaktan, konuşma, yazma gibi faaliyetlerden korku veya endişe duyması anlamına gelmekte olup, iletişime katılma ya da kabul edilmeden korkan veya kaçan bireylerin iletişim kaygısı yaşadıkları ifade edilebilir (Konuk, 2019, s. 8). Dolayısıyla iletişim kaygısının engellenmesi gerektiği ifade edilmektedir (Çakmak & Aktan, 2016). Diğer taraftan iletişim, Lans ve ark. (2004) tarafından girişimcilerin çeşitli paydaşlarla iletişim kurmak için ihtiyaç duydukları iletişim yeterliliği olarak ifade edilmiştir ve araştırmacılar arasında girişimcilik için etkili, güçlü ve iyi iletişimin son derece gerekli olduğu konusunda bir fikir birliği vardır (Azleen ve ark., 2013; Clarke & Cornelissen, 2011; Holt & Macpherson, 2010; Lee & Jones, 2008; Roodt, 2005; Shen & Huang, 2022). Dolayısıyla iletişim kaygısının bağımsız değişken olarak gösterildiği hemen hemen her modelde bağımlı değişkeni olumsuz etkileyebileceği yorumu yapılabilir. Örneğin iletişim kaygısının girişimcilik niyeti ile ilişkilendirildiği Shah ve ark. (2023), mezuniyet sonrası öğrenciler üzerinde yaptıkları çalışmalarında iletişim becerileri iyi olanların girişimcilik niyetlerinin artmasına katkıda bulunabileceği, iyi iletişim becerilerine sahip kişilerin kendi işlerini kurma ve başarılı olma eğiliminde olacakları sonucuna ulaşmışlardır.

Girişimcilik bağlamında özyeterlik bireyin, girişimciliğin gerektirdiği rolleri ve görevleri yerine getirebileceğine olan inancını ifade etmektedir. Aynı zamanda özyeterliliğin hem girişimcilik niyetinin gücünü hem de bu niyetin girişimci eylemlerle sonuçlanma potansiyelini belirlemede önemli bir açıklayıcı değişken olduğu ifade edilmektedir (Chen ve ark., 1998, s. 301). Bir girişim başlatmak veya kendi işini kurmak genellikle kasıtlı ve amaçlı bir eylem olarak tanımlanmaktadır. Birçok bireysel ve çevresel faktörle birlikte, girişimcinin öz yeterliliği kariyer seçimini ve gelişimini etkilediği için girişimcinin öz yeterliliği niyet açısından önemli bir öncüdür (Naktiyok ve Timuroğlu, 2009; Naktiyok ve ark., 2010, s. 420). Litaretür incelendiğinde özyeterliliğin girişimcilik niyetinin bir ön koşulu olduğunu, aralarındaki ilişkinin pozitif ve anlamlı olduğunu gösteren çalışmalar bulunmaktadır (Avcı & Ardic, 2022; Fragoso ve ark., 2020; Naktiyok ve ark., 2010; Şeşen & Basım, 2012; Wilson ve ark., 2007; Zain ve ark., 2010; Zehir & Bektaş, 2022). Yeni bir girişim başlatmak sosyal bir süreçtir çünkü girişimci fırsat bulmak için gerekli kaynakları toplarken toplumdaki diğer insanlarla etkileşim halindedir. Ayrıca sosyal çevre, sosyopsikolojik bağlamda bireyin motivasyonu, algısı ve tutumu üzerinde önemli bir etkiye sahiptir (Naktiyok ve ark., 2010, s. 420). Bu noktada önemli görülen sosyal özyeterlik kavramı da özyeterlik çatısı altında değerlendirilebileceğinden özyeterlik ile girişimcilik niyeti arasındaki ilişkinin sosyal özyeterlik ile girişimcilik niyeti arasındaki ilişkide de var olduğu ifade edilebilir. Buna bağlı olarak çalışmada sosyal özyeterlik düzeyinin alabileceği farklı değerlere göre iletişim kaygısı ile girişimcilik niyeti arasında düzenleyici bir rol oynayabileceği düşünülmüştür.

Bu değerlendirmeler doğrultusunda aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur:

H1: İletişim kaygısı ile girişimcilik niyeti arasında negatif yönlü bir ilişki vardır.

H2: İletişim kaygısı ile girişimcilik niyeti arasında sosyal özyeterliliğin düzenleyici etkisi vardır.

Yöntem

Araştırmanın verileri Bayburt Üniversitesi öğrencilerinden elde edilmiştir. Anket formları Google Form ile oluşturulmuş ve anket linki uygun kanallarla öğrencilerle paylaşılmıştır. 604 öğrenciden analize uygun anket verileri toplanmıştır. Elde edilen verilere SPSS ve AMOS programları yardımıyla doğrulayıcı faktör analizi, korelasyon ve regresyon analizleri uygulanmıştır. Öncelikle ankete katılan öğrencilerin %67,4'ünün kadın, %32,6'sının erkek ve %61,4'ünün lisans, %38,6'sının önlisans eğitimi alıyor oldukları tespit edilmiştir.

İletişim kaygısını ölçmek için McCroskey ve ark. (1985) tarafından geliştirilen, 24 maddeden ve 4 faktörden oluşan, 5'li likert şeklinde derecelendirilen ölçekte yer alan 12 madde kullanılmıştır. Bu 12 maddeye doğrulayıcı faktör analizi yapıldığında dört faktörlü yapıya ulaşılmıştır ancak iletişim kaygısı bir bütün olarak değerlendirileceğinden ikinci düzey faktör analizi yapılarak dört faktör tek bir faktöre bağlanmıştır. Gerekli modifikasyonlar yapıldıktan sonra yapının uyum indeksi değerlerinin kabul edilebilir düzeylerde olduğu belirlenmiştir (CMIN/DF: 3,679; GFI: ,954; CFI: ,926; NFI: ,902; TLI: ,899; RMSEA: ,067). Ölçeğin toplam Cronbach alpha güvenirlik katsayısı ,806 olarak bulunmuştur.

Sosyal Özyeterlik algısını ölçmek için Sherer ve ark. (1982) tarafından geliştirilen, 5'li likert şeklinde derecelendirilen 6 maddeden ve tek faktörden oluşan ölçekten yararlanılmıştır. Ölçekte yer alan

ters sorular, düz forma çevrilerek kullanılmıştır. Doğrulamayı faktör analizi sonucu gerekli modifikasyonlar da yapıldıktan sonra 6 maddeden oluşan tek faktörlü yapının uyum indeksi değerlerinin kabul edilebilir düzeylerde olduğu belirlenmiştir (CMIN/DF: 2,672; GFI: ,990; CFI: ,981; NFI: ,971; TLI: ,960; RMSEA: ,053). Ölçeğin toplam Cronbach alpha güvenirlik katsayısı ,736 olarak bulunmuştur.

Girişimcilik niyetini ölçmek için Kickul ve D'Intino (2005) tarafından geliştirilen, 5'li likert şeklinde derecelendirilen 4 madde kullanılmıştır. Tek boyuttan oluşan ölçek yapısı doğrulamayı faktör analizinde gerekli modifikasyonlar yapıldıktan sonra da doğrulanmıştır. Yapının uyum iyiliği değerlerinin kabul edilebilir düzeyde olduğu belirlenmiştir (CMIN/DF: 2,486; GFI: ,998; CFI: ,998; NFI: ,997; TLI: ,990; RMSEA: ,050). Ölçeğin toplam Cronbach alpha güvenirlik katsayısı ,821 olarak bulunmuştur.

Bulgular

Araştırmaya ilişkin değişkenlerle ilgili ilk olarak ortalamalar, standart sapmalar ve değişkenler arasındaki korelasyonlara bakılmıştır. Tablo 1'de görüldüğü gibi değişkenler arasında anlamlı ilişkiler bulunmaktadır.

Korelasyon analizi ile iletişim kaygısı, sosyal özyeterlik, girişimcilik niyeti arasındaki ilişkilerin varlığı ve kuvveti tespit edildikten sonra, iletişim kaygısı ve girişimcilik niyeti ilişkisinde sosyal özyeterliğin düzenleyici rolünü incelemek için hiyerarşik regresyon analizinden yararlanılmıştır. Düzenleyici değişken, bağımsız değişkenle bağımlı değişken arasındaki ilişkinin yönünü ve/veya gücünü etkileyen üçüncü bir değişken olarak tanımlanmaktadır. Düzenleyici etkinin analiz edilebilmesi için düzenleyici değişken ile bağımsız değişkenin çarpılması ile yeni bir değişken olan etkileşim değişkeninin elde edilmesi gerekmektedir. Eğer etkileşim değişkeni anlamlı ise, düzenleyici etkinin varlığından söz edilebilir (Baron & Kenny, 1986). Buna göre sosyal özyeterliğin düzenleyici rolünün bulunup bulunmadığını belirlemek için gerçekleştirilen hiyerarşik regresyon analizine ilişkin sonuçlar Tablo 2'de yer almaktadır.

Gerçekleştirilen analiz sonucunda iletişim kaygısı ile girişimcilik niyeti ilişkisinin negatif yönde ve anlamlı olduğu ($\beta = -,142$ ve $p < ,001$) belirlenmiş olup araştırma modeline ilişkin H1 hipotezi desteklenmiştir. Dolayısıyla iletişim kaygısının yüksek oluşunun girişimcilik niyetini azaltacağı ifade edilebilir.

Düzenleyici etkiyi belirlemek için Baron ve Kenny (1986) tarafından önerildiği şekilde hesaplanan etkileşim değişkeni (iletişim kaygısı X sosyal özyeterlik) regresyon modele dahil edilmiş, girişimcilik niyeti üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisinin ($\beta = ,091$ ve $p < ,05$) olduğu görülmüştür. Buna göre sosyal özyeterliğin, iletişim kaygısı ile girişimcilik niyeti ilişkisinde düzenleyici etkiye sahip olduğu ifade edilebilir. Bu sonuca göre H2 hipotezi de desteklenmektedir.

Aynı zamanda değişkenler arasındaki etkileşimi test etmek için yapılan eğim analizi (slope testi) sonucunda düzenleyici

Tablo 1.
Değişkenlerin Ortalamaları, Standart Sapmaları ve Değişkenler Arası Korelasyonlar

Faktör	Ortalama	Standart Sapma	1	2	3
İletişim Kaygısı (1)	2,821	,668	1		
Sosyal Özyeterlik (2)	3,343	,744	-,320**	1	
Girişimcilik Niyeti (3)	3,484	,956	-,142**	,180**	1

**p < ,01.

Tablo 2.
İletişim Kaygısının Girişimcilik Niyetine Etkisinde Sosyal Özyeterliğin Düzenleyici Rolüne İlişkin Hiyerarşik Regresyon Sonuçları

	1. Adım	2. Adım	3. Adım
	β	β	B
İK ^a	-,142***	İK	-,094*
		SÖZ ^b	,150***
			İK*SÖZ
			,091*
R ²	,020	R ²	,040
R ²	,020	R ²	,048
ΔR^2	,018	ΔR^2	,037
ΔR^2	,018	ΔR^2	,043
F	12,334	F	12,580
F	12,334	F	10,140

^aİK=İletişim Kaygısı.

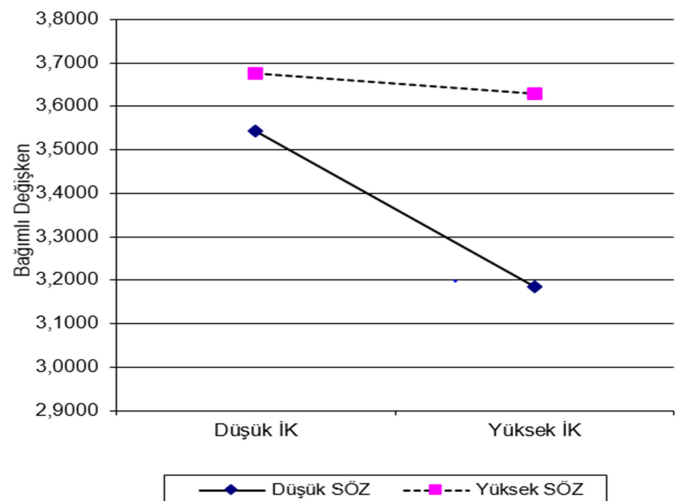
^bSÖZ=Sosyal Özyeterlik.

***p < ,001; **p < ,01; *p < ,05.

değişkenin etkileri grafiksel olarak Şekil 1'de gösterilmiştir. Slope testi sonuçlarına göre sosyal özyeterliğin (SÖZ) düşük olması durumunda iletişim kaygısı (İK) arttıkça girişimcilik niyeti (GN) azalmaktadır ($\beta = -,104$; t: 1,97; p < ,05). Buna karşın sosyal özyeterliğin yüksek olması durumunda iletişim kaygısının girişimcilik niyetini negatif ama anlamlı olmayan şekilde etkilediği gözlenmektedir. Yani yüksek sosyal özyeterlik durumunda iletişim kaygısındaki artışın girişimcilik niyetini azalttığı ancak bu azalışın anlamlı olmadığı gözlenmektedir ($\beta = -,098$; t: 1,86; p > ,05). Bu nedenle sosyal özyeterliğin yüksek olduğu durumlarda H2 hipotezi desteklenmiştir.

Tartışma

Girişimcilik; gelişmiş ülkeler için dinamizm, zenginlik ve refahın, gelişmekte olan ülkelerde kalkınmanın ve geri kalmış ülkelerde yapılanmanın temel taşı olarak değerlendirilmektedir. Çünkü girişimciler yeni girişimlerde bulunarak, süreç yenileyerek, sosyal iyileşme yaparak ve yeni iş imkanları sunarak gayri safi milli hasılaya katkıda bulunmakta ve böylece ekonomik değer yaratmaktadır (Naktiyok, 2004, s. 11). Dolayısıyla ülkelerin kalkınmışlık düzeyleri açısından girişimcilik önemlidir. Özellikle günümüz rekabet koşullarında bireylerin daha girişimci faaliyetlerde bulunabilmeleri için cesaretlendirilmeleri hem kendileri hem istihdam sağlayacakları



Şekil 1.
İletişim Kaygısı ile Girişimcilik Niyeti Arasındaki İlişide Sosyal Özyeterliğin Düzenleyici Rolü.

diğer bireyler hem de içinde buldukları toplum ve ülke açısından faydalı olacaktır. Dolayısıyla girişimcilik konusunda bireylerde farkındalık yaratabilecek, onlara girişimsel faaliyetlere başlayabilme noktasında cesaret kazandırabilecek ortamlar olarak üniversiteler değerlendirilebilir. Üniversiteler eğitim veren kurumlar olarak, bireylerin sosyalleşebilecekleri, kendi yeteneklerine güven oluşturabilecekleri, iletişim becerilerini geliştirebilecekleri ortamları sunması açısından genç bireylerde girişimci olma yönünde bir niyet oluşturabilecektir. Girişimcilik niyetinin oluşması önemli görülmektedir çünkü Ajzen'e (1991) göre bireyin belirli bir davranışı gösterebilmesi için o davranışa ilişkin bir niyet oluşturması gerekmektedir. Dolayısıyla girişimcilik için de girişimcilik niyeti bir ön koşul olarak değerlendirilmektedir. Bu doğrultuda çalışmanın örneklemi üniversite öğrencileri oluşturmaktadır ve çalışmada öğrencilerin orta düzeyde (3,484) girişimcilik niyetine sahip oldukları gözlemlenmiştir.

Bireyin iletişim kaygısı duyması girişimcilik niyetinin oluşmasını engelleyecek bir faktör olarak ele alınabilir. İletişim kaygısı; bireyin yaşadığı bu olumsuz deneyimden dolayı yaşadığı bir utangaçlık şekli olup, başkalarıyla iletişim kurarken korku veya huzursuzluk duyması anlamına gelmektedir (Shen & Huang, 2022, s. 2).

Diğer taraftan girişimcilik ile yapılan değerlendirmeler göz önünde bulundurulduğunda girişimci bireylerin hatta girişimci olmaya niyetlenen bireylerin iletişim kabiliyetleri sayesinde diğer bireyleri etkileyerek daha başarılı olabilecekleri de ifade edilmektedir (Yılmaz & Sünbül, 2009, s. 197). İletişim kaygısı düzeyi yüksek olan bireylerin örgütsel ortamlarda diğer bireylerle fazla iletişim kurmalarını gerektirmeyecek işlerde, aksine iletişim kaygısı düzeyi düşük olan bireylerin örgütsel ortamlarda daha fazla iletişim süreçlerinin etkili olacağı işlerde başarılı olabilecekleri göz önünde bulundurulduğunda (Harville, 1992) girişimcilik ve girişimcilik niyeti açısından iletişimin ne kadar önemli olduğu ortaya konulabilecektir. Dolayısıyla literatür incelendiğinde iletişimin girişimcilik için önemine vurgu yapan çalışmaların (Azleen ve ark., 2013; Clarke & Cornelissen, 2011; Holt & Macpherson, 2010; Lee & Jones, 2008; Roodt, 2005; Shen & Huang, 2022, s. 6) var olması iletişim kaygısının girişimcilik için istenmeyen bir durum olabileceği sonucunu doğurabilir. Çalışmada öğrencilerin düşük düzeyde (2,821) iletişim kaygısı yaşıyor oldukları görülmektedir ve iletişim kaygısı ile girişimcilik niyeti arasındaki ilişkiye bakıldığında iletişim kaygısının girişimcilik niyetini olumsuz yönde ve anlamlı olarak ($\beta = -.142$ ve $p < .001$) etkilediği görülmektedir. Yani iletişim kaygısı yaşayan bireylerin girişimcilik niyetlerinin azaldığı ifade edilebilir. Elde edilen bu sonuç, yukarıda yer alan literatürdeki diğer çalışma sonuçlarıyla benzerlik göstermektedir.

Çalışmada ele alınan bir diğer değişken sosyal özyeterliliklerdir. Özyeterlilik genel bir kavramdır, her davranışa uyarlanabilir ve bireyin bir davranışı gösterirken kendini yetkin hissetmesi anlamına gelmektedir. Özyeterlilik her şeyden önce bir algıdır, bireyin bir şeyi yapabileceğine inanmasıdır. Özyeterlilik bireyin yetenekli olması değil, var olan bu yeteneklerine güvenmesi anlamına gelmektedir. Daha açık bir ifadeyle özyeterliliği düşük bir birey karşılaştığı herhangi bir durumda baş edebilecek yeteneklere sahipse bu yeteneklerini harekete geçiremeyecek ve başarısız olabilecektir (Yıldırım & İlhan, 2010, s. 2). Dolayısıyla öncelikle genel bir kavram olarak değerlendirilen özyeterliliğin girişimci olabilmeyi düşünen bireyler açısından yüksek olması gerekir ki girişimcilik faaliyetlerini başarıyla gerçekleştirebileceğine inanabilsin. Literatür incelendiğinde özyeterlilik ile girişimcilik niyeti arasında olumlu ve anlamlı ilişkiler ortaya koyan çalışmalara rastlanmaktadır (Avcı &

Ardıç, 2022; Fragoso ve ark., 2020; Naktiyok ve ark., 2010; Şeşen & Basım, 2012; Wilson ve ark., 2007; Zain ve ark., 2010; Zehir & Bektaş, 2022).

Özyeterliliğin bireylerin sosyalleşebilmeleri yönündeki yeteneklerine vurgu yapan bir türü olan sosyal özyeterlilik bireyin başkalarıyla iletişim haline geçebileceğine dair sahip olduğu yeteneklere inancısıdır. Sosyal açıdan bireyin kendisini yetkin algılaması etkileşimlerinde daha güvenli davranmasına ve daha olumlu sonuçlarla karşılaşmasına yol açabilecekken, sosyal açıdan bireyin kendisini yetersiz algılaması çekingenlik, motivasyon kaybı, düşük başarı, olumsuz sosyal ilişkiler gibi istenmeyen sonuçlara neden olabilecektir (Akin & Başören, 2015, s. 604). İletişim ile benzer paralellikte yorumlanabilen sosyal özyeterliliğin yüksek olduğu bireylerde girişimcilik faaliyetlerinin başarılı olabileceği, sosyal özyeterliliğin düşük olduğu bireylerde girişimcilik faaliyetlerinin istedikleri yönde ilerlemeyeceği yorumu yapılabilir dolayısıyla çalışmada sosyal özyeterliliğin iletişim kaygısı ile girişimcilik niyeti arasında düzenleyici rolü olabileceği düşünülmüş ve bu doğrultuda oluşturulan hipotez desteklenmiştir.

Çalışmada özellikle sosyal özyeterliliğin düşük olduğu durumlarda iletişim kaygısının artmasının girişimcilik niyetini azaltacağı sonucuna ulaşılmıştır ($\beta = -.104$; $p < .05$).

Sonuç ve Öneriler

Girişimcilik niyetinin incelenmesiyle girişimcilik faaliyetlerinin nasıl ortaya çıkabileceği ve böylece girişimciliğin nasıl teşvik edilebileceği anlaşılabilir. Bu doğrultuda bireylerin girişimcilik niyetlerinde başarılı olabilmeleri için bu niyetin oluşmasını engelleyen ya da destekleyen unsurların bilinmesi faydalı olacaktır. Sosyal bir varlık olarak bireyin hayatının her anında iletişim gereklidir. Çünkü iletişim bireyin kendini ifade edebilmesini ve kendini ifade eden diğer bireyleri anlayabilmesini sağlamaktadır. Dolayısıyla iletişim bir gerekliliktir ve girişimci olmaya niyet eden bir birey için de iletişim becerilerine sahip olmak başarılı olmalarını daha kolaylaştırabilecektir.

Çalışmada elde edilen sonuçlar belirli sayıda öğrenci ile sınırlı olduğundan genellenememektedir. Çalışmanın daha geniş örneklem gruplarında, farklı coğrafik bölgelerde ve hatta farklı sektörlerde tekrarlanması faydalı olacaktır. Girişimcilik niyeti gibi önemli bir değişkenin öncülleri ve ardılları çeşitlendirilerek farklı modellerin önerilmesiyle ilgili literatür zenginleştirilebilir.

Etik Kurul Onayı: Bu çalışma için etik komite onayı Bayburt Üniversitesi'nden (Tarih: 23 Mayıs 2022, Sayı: 119-06) alınmıştır.

Katılımcı Onamı: Bu çalışmaya katılan katılımcılardan onam alınmıştır.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Çıkar Çatışması: Yazar çıkar çatışması bildirmemiştir.

Finansal Destek: Yazar bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

Ethics Committee Approval: Ethics committee approval was received for this study from the ethics committee of Bayburt University (Date: May 23, 2022, Number: 119-06).

Informed Consent: Written consent was obtained from the participants who participated in this study.

Peer-review: Externally peer-reviewed.

Declaration of Interests: The author declare that they have no competing interest.

Funding: The author declared that this study has received no financial support.

Kaynaklar

- Abdigani Kyzy, S. A., & Kahramanoğlu, A. (2022). Üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimini etkileyen faktörler: OMÜ örneği. *Business and Management Studies: An International Journal*, 10(3), 1066–1081. [CrossRef]
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [CrossRef]
- Akın, A., & Başören, M. (2015). Algılanan empatik öz-yeterlik ve sosyal öz-yeterlik ölçeğinin Türkçe formunun geçerlik ve güvenilirliği (The Validity and Reliability of Turkish Version of the Perceived Empathic and Social Self-Efficacy Scale). *Bartın University Journal of Faculty of Education*, 4(2), 603–610. [CrossRef]
- Amrutrao, S. (2019). Prospective of rural entrepreneurship to fulfill the gap of employment in current scenario. *International Journal of Multidisciplinary*, 4(10), 171–173. <https://www.researchgate.net/publication/340335264>.
- Avcı, M., & Ardiç, K. (2022). Girişimcilik eğiliminin bireysel öncüllerinin incelenmesi. *Sakarya Üniversitesi İşletme Enstitüsü Dergisi*, 4(1), 27–35. [CrossRef]
- Azleen, I., Mohd Zulkeflee, A. R., & Nek Kamal, Y. Y. (2013). Communication apprehension (CA): A case of accounting students. *International Journal of Independent Research and Studies*, 2(1), 16–27. <https://ssrn.com/abstract=2205557>.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator–mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173–1182. [CrossRef]
- Caprara, G. V., Steca, P., Cervone, D., & Artistic, D. (2003). The contribution of self-efficacy beliefs to dispositional shyness: On social-cognitive systems and the development of personality dispositions. *Journal of Personality*, 71(6), 943–970. [CrossRef]
- Chen, C. C., Greene, P. G., & Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing*, 13(4), 295–316. [CrossRef]
- Chou, M. H. (2019). Predicting self-efficacy in test preparation: Gender, value, anxiety, test performance, and strategies. *Journal of Educational Research*, 112(1), 61–71. [CrossRef]
- Clarke, J., & Cornelissen, J. (2011). Language, communication, and socially situated cognition in entrepreneurship. *Academy of Management Review*, 36(4), 776–778. [CrossRef]
- Coleman, P. K. (2003). Perceptions of parent-child attachment, social self-efficacy, and peer relationships in middle childhood. Infant and child development. *An International Journal of Research and Practice*, 12(4), 351–368. [CrossRef]
- Çakmak, V., & Aktan, E. (2016). Öğrencilerin iletişim kaygısı, muziplik/kurulum ile okul başarısı arasındaki ilişkinin incelenmesi. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 42, 19–36. <https://acikerisim.aksaray.edu.tr/xmlui/handle/20.500.12451/1385>
- Fragoso, R., Rocha-Junior, W., & Xavier, A. (2020). Determinant factors of entrepreneurial intention among university students in brazil ve portugal. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 32(1), 33–57. [CrossRef]
- Harville, D. L. (1992). Person/job fit model of communication apprehension in organizations. *Management Communication Quarterly*, 6(2), 150–165. [CrossRef]
- Hébert, R. F., & Link, A. N. (2006). The entrepreneur as innovator. *Journal of Technology Transfer*, 31(5), 589–597. [CrossRef]
- Holt, R., & Macpherson, A. (2010). Sensemaking, rhetoric and the socially competent entrepreneur. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 28(1), 20–42. [CrossRef]
- Janssens, C., Van den Broeck, G., Maertens, M., & Lambrecht, I. (2018). *Mothers' Non-Farm Entrepreneurship and Child Secondary Education in Rural Ghana (Vol. 1705)*. Intl Food Policy Res Inst.
- Karabey, C. N. (2013). Girişimsel düşüncüyü anlamak: Düşünme tarzı ve risk tercihinin girişimsel özetkinlik ve girişimcilik niyeti ile ilişkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(3), 143–159. <https://dergipark.org.tr/en/pub/sduibfd/issue/e/20817/222734>.
- Karabulut, A. T. (2016). Personality traits on entrepreneurial intention. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 229, 12–21. [CrossRef]
- Kickul, J., & D'Intino, R. S. (2005). Measure for measure: Modeling entrepreneurial self-efficacy onto instrumental tasks within the new venture creation process. *New England and Journal of Entrepreneurship*, 8(2), 39–47. [CrossRef]
- Konuk, N. (2019). Bir sosyal medya aracı olarak Instagram kullanımı ve kişisel iletişim kaygısı üzerine üniversite öğrencileri ile araştırma. *European Journal of Managerial Research (EUJMR)*, 3(4), 1–26. <https://dergipark.org.tr/en/pub/eujmr/issue/43811/49809>.
- Krueger Jr., N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5–6), 411–432. [CrossRef]
- Lans, T., Wesselinck, R., Biemans, H. J. A., & Mulder, M. (2004). Work-related lifelong learning for entrepreneurs in the agri-food sector. *International Journal of Training and Development*, 8(1), 73–89. [CrossRef]
- Lee, R., & Jones, O. (2008). Networks, communication and learning during business start-up: The creation of cognitive social capital. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 26(5), 559–594. [CrossRef]
- Matsushima, R., & Shiomi, K. (2003). Social self-efficacy and interpersonal stress in adolescence. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 31(4), 323–332. [CrossRef]
- McCroskey, J. C. (1977). Oral communication apprehension: A summary of recent theory and research. *Human Communication Research*, 4(1), 78–96. [CrossRef]
- McCroskey, J. C., Beatty, M. J., Kearney, P., & Plax, T. G. (1985). The content validity of the PRCA-24 as a measure of communication apprehension across communication contexts. *Communication Quarterly*, 33(3), 165–173. [CrossRef]
- Minniti, M., & Lévesque, M. (2008). Recent developments in the economics of entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 23(6), 603–612. [CrossRef]
- Naktiyok, A. (2004). *İç girişimcilik*. Beta Yayınları.
- Naktiyok, A., & Timuroğlu, M. K. (2009). Öğrencilerin motivasyonel değerlerinin girişimcilik niyetleri üzerine etkisi ve bir uygulama. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 23(3), 85–103. <https://dergipark.org.tr/en/pub/atauniiib/issue/2672/35000>
- Naktiyok, A., Nur Karabey, C., & Çağlar Güllüce, A. (2010). Entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial intention: The Turkish case. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(4), 419–435. [CrossRef]
- Nalbantoğlu, A. (2022). *Akademik Özyeterliliğin Akademik girişimcilik niyetine etkisi ve üniversite – Sanayi iş birliği destek Mekanizmalarının Değerlendirilmesi* (Tez no: 710956). [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, T.C. İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü]. YÖK Ulusal Tez Merkezi veri tabanından elde edildi.
- Roodt, J. (2005). Self-employment and the required skills. *Management Dynamics*, 14(1), 18–33. <https://hdl.handle.net/10520/EJC69699>.
- Russ, T. L. (2012). The relationship between communication apprehension and learning preferences in an organizational setting. *Journal of Business Communication*, 49(4), 312–331. [CrossRef]
- Rusu, S., Isac, F., Cureteanu, R., & Csorba, L. (2012). Entrepreneurship and entrepreneur: A review of literature concepts. *African Journal of Business Management*, 6(10), 3570. [CrossRef]
- Shah, N. Z., Abd Razak, N. S., Hamid, N. S., & Yazib, N. S. M. (2023). Enhancing entrepreneurship intentions through communication activities. *Asian Journal of Entrepreneurship*, 4(1), 11–23. [CrossRef]
- Shen, J., & Huang, X. (2022). The role of entrepreneurial education in determining actual entrepreneurial behavior: Does TESOL amplified communication apprehension matter? *Frontiers in Psychology*, 13, 1074774. [CrossRef]
- Sherer, M., Maddux, J. E., Mercandante, B., Prentice-Dunn, S., Jacobs, B., & Rogers, R. W. (1982). The self-efficacy scale: Construction and validation. *Psychological Reports*, 51(2), 663–671. [CrossRef]

- Stevenson, H. H. & Jarillo, J. C. (2002). A paradigm of entrepreneurship entrepreneurial management. In M.F. Krueger (ed.), *Entrepreneurship: Critical Perspectives on Business and Management* (pp. 247–64). Routledge.
- Şeşen, H., & Basım, H. N. (2012). Demografik faktörler ve kişiliğin girişimcilik niyetine etkisi: Spor bilimleri alanında öğrenim gören üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. *Ege Akademik Bakış*, 12, 21–28. <https://www.researchgate.net/publication/303863017>
- Timuroğlu, M. K., & Akpınar, E. N. (2017). Duygusal zekânın girişimcilik niyeti üzerine etkisi. *Atatürk University Journal of Economics & Administrative Sciences*, 31(4). <https://www.researchgate.net/publication/349635988>
- Timuroğlu, M. K., & Çakır, S. (2014). Girişimcilerin yeni bir girişim yapma niyetlerinin risk alma eğilimi ile ilişkisi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(2), 119–136. [\[CrossRef\]](#)
- Wei, M., Russell, D. W., & Zakalik, R. A. (2005). Adult attachment, social self-efficacy, self-disclosure, loneliness, and subsequent depression for freshman college students: A longitudinal study. *Journal of Counseling Psychology*, 52(4), 602–614. [\[CrossRef\]](#)
- Wilson, F., Kickul, J., & Marlino, D. (2007). Gender, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial career intentions: Implications for entrepreneurship education. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), 387–406. [\[CrossRef\]](#)
- Winięcki, K. L., & Ayres, J. (1999). Communication apprehension and receiver apprehension in the workplace. *Communication Quarterly*, 47(4), 430–440. [\[CrossRef\]](#)
- Yıldırım, F., & İlhan, İ. Ö. (2010). Genel öz yeterlilik ölçeği Türkçe formunun geçerlilik ve güvenilirlik çalışması. *Türk Psikiyatri Dergisi*, 21(4), 301–308. <https://www.turkpsikiyatri.com/Data/UnpublishedArticles/d8au87.pdf>
- Yılmaz, E., & Sünbül, A. (2009). Üniversite öğrencilerine yönelik girişimcilik ölçeğinin geliştirilmesi. *Journal of Selçuk University Social Sciences Institute*, 21, 195–203. <https://dergipark.org.tr/en/pub/susbed/issue/61797/924383>
- Zain, Z. M., Akram, A. M., & Ghani, E. K. (2010). Entrepreneurship intention among Malaysian business students. *Canadian Social Science*, 6(3), 34–44. https://scholar.google.com.tr/scholar?cluster=2105141686401745986&hl=tr&as_sdt=0,5
- Zehir, C., & Bektaş, G. (2022). Duygusal zekâ ve girişimcilik niyeti arasında öz yeterliliğin aracılık ilişkisi. *Yıldız Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(1), 11–21. <https://dergipark.org.tr/en/pub/ysbed/issue/73094/1128493>

Extended Summary

Research Problem: The aim of this study is to evaluate the perception of social self-efficacy on university students' communication apprehension and entrepreneurial intention levels.

Research Questions: Is there a significant relationship between communication apprehension and entrepreneurial intention?

Does the relationship between communication apprehension and entrepreneurial intention differ according to social social self-efficacy?

Literature Review: Entrepreneurial intention reflects the idea of establishing one's own business and starting a new venture by evaluating the opportunities around the individual (Karabey, 2013, s. 147). Therefore, in order to be an entrepreneur, one must first have an entrepreneurial intention. In the study, it was thought that communication apprehension, defined by McCroskey (1977, p. 78), as "the level of fear or apprehension about the communication of the individual with another person or people, which is realized or expected to occur," will negatively affect the formation of entrepreneurial intention. Although a conceptual relationship between these two variables has been revealed, a research that empirically examines this relationship has not been reached. However, there is a consensus among researchers that effective, strong, and good communication is essential for entrepreneurship (Azleen et al., 2013; Clarke & Cornelissen, 2011; Holt & Macpherson, 2010; Lee & Jones, 2008; Roodt, 2005; Shen & Huang, 2022). On the other hand, another variable discussed in the study is social self-efficacy. Social self-efficacy refers to the individual's belief that he or she has the ability to initiate and maintain social relationships with other individuals. (Wei et al., 2005, p. 602). When the literature is examined, there are studies showing that self-efficacy is a prerequisite for entrepreneurial intention and the relationship between them is positive and significant (Avcı & Ardiç, 2022; Fragoso et al., 2020; Naktiyok et al., 2010; Şeşen & Basım, 2012; Wilson et al., 2007; Zain et al., 2010; Zehir & Bektaş, 2022). Therefore, in the study, it was thought that social self-efficacy might have a moderator effect. As a result of these evaluations, research hypotheses were formed.

Methodology: The data used in the research were collected from the university students using an online questionnaire. Questionnaire data suitable for analysis were collected from 604 students. Confirmatory factor analysis, correlation and regression analyses were applied to the obtained data with the help of SPSS and AMOS programs.

Result and Conclusion: As a result of the study, it was seen that communication apprehension affects entrepreneurship intention negatively and significantly ($\beta = -.142$ and $p < .001$). In addition, findings show that social self efficacy has a *moderating role in the relationship between* communication apprehension and entrepreneurial intention. In the study, it was concluded that an increase in communication apprehension, especially in cases where social self-efficacy is low, will decrease entrepreneurial intention ($\beta = -.104$; $p < .05$).