



Article Information

Article Type: Research Article

This article was checked by iThenticate.

Doi Number: <http://dx.doi.org/10.17121/ressjournal.3105>

A STUDY ON THE INVESTIGATION OF THE EFFECT OF MOTIVATION FACTORS ON THE ENTREPRENEURSHIP TENDENCY IN THE CONTEXT OF THE PLANNED BEHAVIOR THEORY

MOTİVASYON FAKTÖRLERİNİN GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİNE ETKİSİNİN
PLANLANMIŞ DAVRANIŞ TEORİSİ BAĞLAMINDA İNCELENMESİ ÜZERİNE
BİR ARAŞTIRMA¹

Umut KARAMAN²
Ayten AKATAY³

Abstract

The aim of this research is to examine the effect of motivation factors on entrepreneurship tendency in context of Planned Behavior Theory. The universe of the research is Çanakkale Onsekiz Mart University Biga Faculty of Economics and Administrative Sciences. The sample of the research consists of 314 students studying in the departments of Business Administration and Labor Economics and Industrial Relations in this faculty in the 2019-2020 academic year. As a result of the findings; while need for achievement, need for power and need for attachment did not have a significant effect on entrepreneurship tendency; it has been observed that need for cognition and economic needs have a significant positive effect on entrepreneurship tendency. When the effect of motivational factors on entrepreneurial tendency is evaluated in the context of Planned Behavior Theory; It has been seen that personal attitude is affected by the need for cognition and economic needs. However, perceived behavioral control was found to be influenced by the need for achievement, the need for cognition, and economic needs. It has been determined that the subjective norm is not affected by any motivation factor. On the other hand; while it was observed that personal attitude and perceived behavioral control had a significant positive effect on entrepreneurial tendency; there was no significant effect of subjective norm on entrepreneurship tendency.

Keywords: Entrepreneurship, Entrepreneurship Tendency, Planned Behavior Theory, Motivation Factors

¹ Bu çalışma "Motivasyon Faktörlerinin Girişimcilik Eğilimine Etkisinin Planlanmış Davranış Teorisi Bağlamında İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma" adlı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

²Öğr. Gör. İstanbul Rumeli Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu, Sivil Hava Ulaştırma İşletmeciliği Bölümü, umut.karaman@rumeli.edu.tr

³ Prof. Dr. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, aytenakatay@comu.edu.tr

Özet

Bu araştırmanın amacı, motivasyon faktörlerinin girişimcilik eğilimine etkisinin Planlanmış Davranış Teorisi bağlamında incelemektir. Araştırmanın evrenini Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise bu fakültede 2019-2020 eğitim ve öğretim yılında İşletme ile Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri bölümlerinde öğrenim gören 314 öğrenci oluşturmaktadır. Bulgular neticesinde; başarı, güç ve bağlanma ihtiyaçlarının girişimcilik eğilimi üzerinde anlamlı etkisine rastlanmazken; düşünme ve ekonomik ihtiyaçların ise girişimcilik eğilimine pozitif yönde anlamlı bir etkisi olduğu gözlemlenmiştir. Motivasyon faktörlerinin girişimcilik eğilimine etkisinin Planlanmış Davranış Teorisi bağlamında değerlendirildiğinde; kişisel tutumun düşünme ihtiyacı ve ekonomik ihtiyaçlardan etkilendiği görülmüştür. Bununla birlikte, algılanan davranışsal kontrolün başarı ihtiyacı, düşünme ihtiyacı ve ekonomik ihtiyaçlardan etkilendiği görülmüştür. Özel normun ise hiçbir motivasyon faktöründen etkilenmediği tespit edilmiştir. Öte yandan; kişisel tutum ve algılanan davranışsal kontrolün girişimcilik eğilimi üzerinde pozitif yönlü anlamlı bir etkisi olduğu görülürken; özel normun girişimcilik eğilimi üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamıştır.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Girişimcilik Eğilimi, Planlanmış Davranış Teorisi, Motivasyon Faktörleri

GİRİŞ

Kariyer, bireyin çalışma yaşamı boyunca herhangi bir iş alanında ilerlemesi ve beceri kazanması, üstlendiği roller ve bu roller ile ilgili deneyimlerini kapsar. Bireyin iş alanında ilerlemesini ve kariyer hayatını belirleyen bazı unsurlar vardır. Bu unsurlar; bireyin algıladığı yetenekler, nitelikler, gereksinimler, değerler, tutumlar, davranışlar, motivasyon ve çevre ile ilişkilidir. Kariyer beklentisinin oluşumunda, bireylerin doğal yetenekleri ve olgunlaşma dönemlerinde yaşadıkları dış çevre ile etkileşime girdikleri belirli dönemleri vardır. Bu dönemlerin en önemlilerinden birisi de üniversite yıllarıdır. Gençler bu dönemlerde hayatlarına ilişkin kritik yol haritaları çizmeye ve kariyer planları için tüm alternatifleri göz önünde bulundurmaya başlarlar. Bu noktada girişimcilik gençlerin karşısına bir kariyer alternatifi olarak ortaya çıkmaktadır.

Girişimcilik, bir yandan yeniliğin, ekonomik gelişimin ve teknolojinin hareketini sağlayan itici bir güç üstlenirken diğer yandan bolluğun, demokrasinin ve özgürlüğün de temelidir. Öneminin farkına varılmasının başlanmasıyla girişimcilik her ülkede gençlerin meslek seçimi ve kendi istihdamlarını sağlamaları konusunda önemli bir kariyer yolu haline gelmiştir. Diğer bir ifadeyle girişimcilik, gençlerin kariyer seçiminde önemli bir rol oynamıştır. Girişimcilik bu anlamda gençlerin sosyal yaşamlarında iyi bir statü kazanmalarına, kendi kendilerini geliştirmelerine, kendilerini değiştirmelerine fırsat ve şans tanımaktadır. Tüm bu nedenlerden dolayı çalışmada üniversiteli gençlerin girişimciliğe yönelme niyetlerinin altında yatan faktörlerin neler olduğu araştırılmıştır. Öğrencilerin gerek lisans aşamasında gerekse mezun olduktan sonra iş kurma niyetlerini farklı şekilde etkileyebilecek çeşitli motivasyon faktörleri bulunmaktadır.

Günümüzde girişimcilik bireylerin sadece gerekli sektörel bilgi ve eğitime sahip olmalarına değil aynı zamanda, girişimi yapmak için gerekli motivasyona sahip olmalarını da gerektirmektedir. Gençlerin gerek lisans aşamasında gerekse mezun olduktan sonra iş kurma niyetlerini farklı şekilde etkileyebilecek çeşitli motivasyon faktörleri bulunmaktadır. Bu bağlamda gençlerin, kariyerleri hakkında yanlış bir karar vermemeleri adına bir işe başlamadan önce özellikle kendi motivasyonlarını daha iyi anlamaları gerekmektedir. Diğer bir ifade ile gençlerin girişimcilik eğilimine yönelten temel motivasyon faktörlerinin neler olduğunun belirlenmesi ve bunların ayrı ayrı girişimcilik eğilimini ne derece etkilediğinin ölçülmesi gerekliliği önemlidir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Girişimcilik Eğilimi ve Motivasyon Faktörleri

Girişim kavramı; “gir” emir kipinden türemiş olup, bir yerden başka bir yere geçiş, bir işe kalkışmak, bir işe başlamak için atak davranarak harekete geçmek ve/veya bir sorunu çözmek için bir şeyler yapmak anlamına gelir (İrmiş vd., 2010: 7 ‘den aktaran; Kara, 2018: 3). Girişim, genel olarak iki farklı bakış açısına göre tanımlanmaktadır. Birinci yaklaşımda kavram somut bir çerçevede ele alınarak; “mal veya hizmet üretmek ve pazarlamak amacıyla üretim faktörlerinin (sermaye, emek, doğa) bir araya getirildiği, üretim süreci sonucunda mal veya hizmetlerin ortaya konulduğu, ekonomik, teknik ve hukuki birimler” olarak tanımlanmaktadır (Tutar ve Küçük, 2003: 162). İkinci yaklaşımda ise; girişim kavramı soyut bir çerçevede ele alınmaktadır. Bu bakımdan girişim; bir işletmeyi kurma düşüncesine sahip olabilme, bunun için yapılan planları, ortaya koyulan çabaları ve katlanılan zorlukları kapsamaktadır (Cabar, 2006: 2; Çevik, 2006: 5; Erbatu, 2008: 3-4; Birçek, 2008: 3). Girişim kavramı, ne şekilde ele alınırsa alınsın, her durumda topluma hizmet sunmak, kâr sağlamak amacıyla var olan bir olgudur. (Tutar ve Küçük, 2003: 161- 162).

Girişimci (müteşebbis) teşebbüs kelimesinden gelmektedir. Bu anlamda girişimci kavramı; “kendi inisiyatifini kullanarak cesaretle bir işe başlayan, giriş yapan, sorunu çözüme konusunda atılımda bulunan kişi” olarak nitelendirilir (Türkoğlu, 2007: 253-256’dan aktaran; Durak, 2011: 195). Ekonomi biliminin temelini atan kişi olarak bilinen Adam Smith, 1776 tarihinde yayınlanan “Ulusların Zenginliği” adlı eserinde kapitalisti, “temel kaynakları başarılı bir endüstriyel girişimde birleştiren mülkiyet sahibi yönetici” olarak tanımlamış ve bu tanımlamayla girişimci ile kapitalisti özdeşleştirmiştir (Karagöz, 2009: 10). Ona göre girişimci, ticari amaçla örgütün oluşumunu üstlenen bireydir (Özdemir, 2012: 5).

Girişimcilik; bireylerin veya ekiplerin, pazar fırsatlarını değerlendirmek ve kâr elde etmek için mevcut kaynakları (insanlar, para, teknolojiler, prosedürler, dağıtım kanalları, malzeme veya diğer kaynaklar) benzersiz ve az bulunan bir “paket” haline getirerek yenilikçi bir kombinasyonla, çevre ve toplum adına değer yarattığı (zenginlik ürettiği) içeriğe bağlı bir sosyal süreç ve inovasyon eylemidir (Carland vd.,1984:357; Drucker, 1985’tan aktaran; Ahmed ve Seymour, 2008 :7; Morris ve Lewis, 1995: 32; Ireland vd., 2001: 51; Johnson, 2004’ten aktaran; Yeşilay ve Yavaş, 2017:148; Hisrich vd.,2005’tan aktaran; Enslin, 2010: 19; Enslin, 2010:17).

Girişimcilik süreci temel olarak sırasıyla: fırsatların tanımlanması ve değerlendirilmesi; organizasyonun üretim, pazarlama, finansal gereksinimleriyle ilgili iş planının geliştirilmesi; gereksinim duyulan kaynakların belirlenmesi, uygun yönetim tarzı ve yapısının seçilip kontrol mekanizmalarının oluşturulmasını kapsamaktadır. Girişimsel süreçteki aşamaların her biri belli bir gelişim evresinden geçerek bir sonrakine bağlanır ve bu süreçte girişimci, sürecin tüm aşamalarını bir arada değerlendirerek başarı elde eder (Berber, 2000: 24-25).

Son zamanlarda çalışma alanı olarak daha fazla önem kazanan girişimcilik eğilimi bireyin kendi işini kurmasına ilişkin yatkınlığını ifade etmektedir. Diğer bir ifadeyle bireyin öz güven duygusuyla girişimciliğe yönelmesidir (Bozkurt vd., 2018: 45-46). Girişimcilik eğilimi, bireyin kendi işini kurması için sarf ettiği çabalara ve bu yöndeki eylemlerine bağlıdır. Bu nedenle girişimcilik eğilimi, bireyin girişimiyle alakalı iş planı geliştirme ve uygulamasını şekillendiren zihinsel bir süreçtir (Şeşen ve Basım, 2012: 22).

Girişimcilik eğilimi, bireyin diğer alternatif kariyer yolları arasından kendi işini kurmayı tercih etme ve sürekli çevresindeki potansiyel fırsatları değerlendirerek bu işi geliştirme düşüncesini yansıtır (Çelik vd., 2014: 114). Girişimcilik Eğilimi (Niyeti) bireyin kendi şirketini kurmasında ön koşuldur. Bu eğilim olmaksızın birey kendi işini kurup bağımsız çalışamaz, daima başkalarının yönetiminde iş gören olarak kalır. Girişimcilik eğilimi bireyin kendini girişimci olarak görmesini ve ilk fırsatta kafasındaki işi hayata geçirmesini sağlar. Bir işin yerine getirilmesine ilişkin dürtüleri, arzuları, istekleri, hevesleri, ihtiyaçları, beklentileri, inançları, ilgileri kapsayan genel bir kavram olmakla

beraber bireyi harekete sevk eden ve hareket yönünü seçmesini etkileyen temel itici kuvvet,güdü olarak tanımlanır (Tunç, 2007: 130; Aytaç, 2008: 4).

Motivasyon: “İnsanların hareket ve davranışlarına enerji ve yön veren; temel ve sosyal ihtiyaçlarını kullanarak onu harekete geçiren, onun hareketlerine devamlılık ve ivme kazandıran, onları olumlu yöne iten bir güçtür”. Motivasyon; bireylerin belirledikleri amaca ulaşmak adına kendi arzu ve istekleri ile davranışta bulunmalarıdır (Gümüş ve Sezgin, 2012: 1-2).Bireyin belli bir amacı gerçekleştirmek üzere kendi isteğiyle davranmasını sağlayan pek çok motivasyon faktörü vardır. Bunlardan birincisi, bireyin içinde olan ve bireyi motive eden içsel faktörlerdir (başarı ihtiyacı, güç ihtiyacı, hijyen faktörleri vb.). İkincisi ise bireyin dışında, çevresinde bulunan ve belli bir amaç doğrultusunda davranmaya sevk eden dışsal faktörlerle (ödülü algılayış derecesi, beklenti, eşitlik algısı vb.) ilgilidir.

Çalışanlarda asıl tatmin olma hissini yaratan motive edici faktörlerdir. Motivasyon faktörleri hijyen/sağlık faktörleri düzeltildikten sonra çalışanları doyuma ulaştıran unsurlardır. (Güzel, 2010: 3418). Güdüleyici özelliğe sahip faktörler doğrudan işin kendisi ile ilişkilidir (Oksay, 2005: 25). Sağlık faktörleri ise bireyin motive olmasını sağlayan asgari faktörlerdir. Bu unsurların eksik olmaları ya da hiç olmamaları bireyin motive olamamasına ve işte tatminsizliğe neden olur (Oksay, 2005: 26; Gümüş ve Sezgin, 2012: 10; Sevinç, 2015: 947). Bu bağlamda, belli başlı motivasyon faktörleri aşağıda açıklanmaktadır.

Başarı İhtiyacı: Başarı ihtiyacı, bir davranışı en üst seviyede gerçekleştirme isteğidir. Başarı ihtiyacına sahip olanlar, yaptığı işe çok önem verir ve o işi kusursuz olarak tamamlamak isterler (Yazıcı, 2009: 39). Bu yaklaşımda motivasyon faktörü, bireyin karmaşık görevlerin üstesinden gelerek ve işini başkalarından daha iyi yaparak yüksek standartlarda bir başarı yakalama ihtiyacı ve gayretini ifade etmektedir (Antalyalı ve Bolat, 2017: 86). Başarıya ulaşma ihtiyacı, bireyleri daha iyi performans göstermeye ve mevcut performanslarını iyileştirmeye iten bilinçsiz bir neden olduğundan, bunun karşılığında bazı kişisel mükemmellik standartları yaratır (Demirci, 2013: 23). Başarıya ihtiyaç duyan bireyler, rutin veya çok zor görevler yerine orta derecede zorlayıcı görevleri tercih eder, performansları için kişisel sorumluluk alır, performansları hakkında geri bildirim arar ve performanslarını iyileştirmek için yeni ve daha iyi yollar ararlar (Shane vd., 2003: 7-8; Rauch ve Frese, 2007: 49).

Güç İhtiyacı: Güç ihtiyacı, başkaları üzerinde otorite ve kontrol arzusunu ifade eder (Peay ve Dyer, 1989: 48). Başkaları üzerinde duygusal ve davranışsal kuvvetli bir etki yaratma isteğidir (Antalyalı ve Bolat, 2017:88). Birey, diğerlerini kendi isteği doğrultusunda harekete geçirmek için güce ihtiyaç duyar (Çevik, 2006: 73-74). Güç ihtiyacı duyan bireyler diğer insanları ikna etme, etki ve kontrol altına alma, onlardan sorumlu olma ve onlar üzerinde otorite kurma eğilimlidirler. Diğer insanların hareketlerini yönlendirebilecek bir pozisyonda olma gayreti içindedirler. Rekabet yoluyla statü kazanacakları durumları sürekli takip eder ve fırsatları kovalarlar. Bunun yanı sıra, başkalarını etki altına almada kullandıkları metotların daima kendi kontrollerinde olduğundan emin olmak isterler (Antalyalı ve Bolat, 2017: 88). Güç motivasyonunun yüksek olması, düzenli ve disiplinli bir çalışma etiğini de beraberinde getirir (Özgüner, 2015: 153).

Bağlanma İhtiyacı: Bağlanma ihtiyacı duyan birey, başarıya ulaşma konusunda başkalarıyla yakın ilişki içinde olma isteğindedir. Başkalarıyla olumlu ilişkiler kurma ve bu ilişkileri sürdürmeye odaklanır, özellikle önemsedikleri kişiler tarafından onaylanmak isterler(Ceylan ve Demircan, 2002: 5). Bu yaklaşımda, bireyin insanlarla ilişkilerine değer vermesi, iyi ilişkiler kurması, devam ettirmesi ve yardımlaşma önemli motivasyon faktörüdür. Birey organizasyon içinde departmanlar arası çeşitli işlerin koordinasyonunu sağlayabilir ve iş yerinde çatışma durumlarını önleyebilir (Antalyalı ve Bolat, 2017: 87-88). Çalışanları motive eden motivasyon faktörleri kapsamında yer alan diğer motivasyon unsurları ise düşünme ihtiyacı ve ekonomik ihtiyaçlardır.

Düşünme İhtiyacı: Düşünme ihtiyacı, bireyin zahmetli bilişsel girişimlere katılma ve bunlardan zevk alma eğilimini ifade eder. Düşünme ihtiyacı üzerine yapılan araştırmalar,

bu özelliğin insanların görevler ve sosyal bilgilerle nasıl başa çıktıklarını öngördüğünü göstermektedir (Cacioppo vd., 1984: 306). 1950'lerden bu yana, düşünmeye duyulan ihtiyaç büyük ölçüde araştırmalara konu olmuş, klinik, sosyal, kişilik ve eğitim psikolojisi dahil olmak üzere psikolojinin çeşitli alanlarında ve yönetim, gazetecilik ve pazarlama gibi psikolojinin ötesindeki alanlarda incelenmiştir. Yapılan araştırmalar, tutarlı bir şekilde düşünme ihtiyacının çok çeşitli bireysel farklılık değişkenleri ile tutum ve davranışsal sonuçlar ile anlamlı bir şekilde ilişkili olduğunu göstermiştir (Coelho vd., 2018: 1). Yüksek Düşünme ihtiyacı; bilgi edinme sürecinde derinlemesine inceleme yapmaya, bilginin şimdiki ve geçmişteki bütün yönlerini ele almaya, farklı bakış açılarıyla konuyu geniş bir çerçevede değerlendirmeye, konuları sistemli ve planlı şekilde organize etmeye olan isteği ifade etmektedir (Tok, 2010: 48). Düşünme ihtiyacı yüksek olan bireyler için sonuçtan ziyade düşünme sürecinin kendisi ve devamlı öğrenme arzusu tatminlik sağlarken; düşük olanlar ise sadece neden sonuç ilişkisi bağlamında mecbur kaldıkları için düşünmeyi tercih ederler (Antalyalı ve Bolat, 2017: 90).

Ekonomik İhtiyaçlar: Daha fazla para kazanma, gelir düzeyini yükseltme ve refah içinde yaşama arzusu gibi güdüler motive edici unsurlar olarak ekonomik ihtiyaçların içinde yer almaktadır (Dönmez, 2011: 229). Bunların yanı sıra gelir güvenliği ve finansal başarı gibi boyutlar da girişimciliğin sağladığı finansal getirinin önemini gösterir (Aksoy vd., 2019: 116). Bazı çalışmalarda, finansal değerlerin öğrencileri girişimciliğe motive eden faktörlerin başında geldiği görülmektedir. Öğrenciler üzerine yapılan bir çalışmada özellikle finansal bağımsızlık isteğinin en önemli motivasyon faktörü olduğu tespit edilmiştir (Marangoz ve Aydın, 2018: 76). Hessels ve arkadaşları (2008), servet artırma güdüsünün, sosyo-ekonomik değişkenler ile girişimcilik eğilimi ilişkisinde aracı olduğunu; servet artırma güdüsü yüksek girişimcilerin çoğunlukta olduğu ülkelerde daha yaygın olarak iş-büyüme ve ihracata yönelik girişimciliğin görüldüğünü bulmuşlardır (Aksoy vd., 2019: 113).

Planlanmış Davranış Teorisi

Planlanmış Davranış Teorisi üç boyutta yer almaktadır. Bunlar sırasıyla kişisel tutum, algılanan davranışsal kontrol ve öznel normdur.

Kişisel Tutum: Girişim yaratma bağlamında, bir bireyin tipik olarak kendi işini kurmasıyla ilişkili olumlu ve olumsuz sonuçlara ilişkin algısı davranışa yönelik tutumu oluşturur. (Shook ve Bratianu, 2010: 234). Kişisel tutum; yalnızca duygusal (ben bundan hoşlanıyorum, çekici) değil, aynı zamanda değerlendirici düşünceleri (avantajları vardır) de içerir (Linan ve Chen, 2009: 596). Kişisel tutum, girişimcilik gibi belirli bir davranışın o bireye ne kadar arzu edilir görüldüğüdür (Gillmore vd., 2002: 886).

Algılanan Davranışsal Kontrol: Algılanan davranışsal kontrol bir işi yapabilme, başarabilme ve kontrol edebilme inancıdır (Linan ve Chen, 2009: 596). İnsanların davranış performansı üzerinde gerçek kontrole sahip olduğu zaman, niyetin iyi bir davranış belirleyicisi olması beklenir. Böylece gerçek davranış kontrolü, niyetlerin davranış üzerindeki etkisini düzenler (Ajzen ve Fishbein, 2010: 21). Algılanan davranışsal kontrol, bireyin girişimciliğe yönelme bağlamında becerisine güvenip güvenmemesine ilişkin bir olgudur (Shook ve Bratianu, 2010: 236). Girişim yaratma bağlamında, bir birey girişim yaratma ile ilgili görevleri yerine getirebildiğine inandığı ölçüde, bir iş kurma niyeti daha fazla olacaktır. Buna karşılık, birey davranışı gerçekleştirme becerisine güvenmiyorsa ve girişimciliğin gerektirdiği belirli yeteneklerin (örneğin know-how) kendisinde bulunmadığı taktirde davranışı yapma niyetinde olma olasılığı o kadar düşüktür (Leroy vd., 2009: 5; Shook ve Bratianu, 2010: 236). Bilgileri, nitelikleri ve kabiliyetleriyle davranışı kontrol etme konusunda özgüvene ve yüksek öz yeterliliğe sahip bireyler belirli koşullar altında risklerden ziyade fırsatları algılama eğilimlidirler ve kendilerini zor durumların üstesinden gelebilecekleri konusunda yeterli hissederler (Vardar, 2018: 28).

Subjektif (Öznel) Norm: Öznel norm, potansiyel girişimcilerin hayatındaki önemli bireylerin belirli bir davranışı sergileme hakkında ne düşündüklerine dair algılarını değerlendirmek ve başkalarının bu algılarının o birey tarafından ne kadar önemsendiği ile ilgilidir (Krueger ve Brazeal, 1994: 97; Krueger vd., 2000: 417; Ajzen, 2012: 17). Diğer bir

ifadeyle öznel norm, bireyin girişimciliğe yönelik kararlarını verirken başkalarından etkilenip etkilenmediğine ilişkin bir olgudur ve bireyin özgür iradesini temsil eden seçim hakkıyla kendi yönünü belirleyip belirleyememe durumuyla ilişkilidir. Bu anlamda öznel normlar, insanların sosyal baskı altında kaldıklarında kendilerini ifade etme şekillerini ve davranışlarını belirler (Karakaş, 2012: 53).

Motivasyon Faktörlerinin Girişimcilik Eğilimine Etkisini Konu Alan Araştırmalar

Literatürde çeşitli motivasyon faktörlerinin girişimcilik eğilimine etkisini konu alan yapılmış pek çok çalışma vardır. Bunlar arasında Hornaday ve Bunker (1970), girişimciler üzerinde yaptıkları çalışmanın sonucunda, başarı güdüsünün en yüksek düzeyde, güç ve bağlanma güdülerinin düşük ve orta düzeyde olduğu görülmüştür. Yine yapılan bu çalışmaları destekler nitelikte, Roberts (1991), girişimcilerin başarı ve güç motivasyonlarının orta düzeyde, bağlanma motivasyonunun ise düşük olduğunu tespit etmiştir (Topaloğlu, 2006: 96'den aktaran; Özçoban, 2018: 94-95).

Lachman (1980), bağlanma güdüsü açısından girişimci ve yöneticileri karşılaştırmış ve iki grubun bağlanma düzeylerinin düşük olduğunu tespit etmiştir. Girişimci ve yöneticiler üzerinde yapılan diğer bir çalışmada Apospori ve arkadaşları (2005), bağlanma güdüsü açısından anlamlı bir farklılığın olmadığını ve iki grubun da bağlanma güdüsünün düşük olduğunu tespit etmişlerdir (Topaloğlu, 2006: 96'dan aktaran; Özçoban, 2018: 95).

Peay ve Dyer (1989), çalışmalarında girişimcilerin kişilik özellikleri üzerine odaklanmış ve girişimcilik arzusu ile güç arasındaki ilişkiyi açıklamaya çalışmışlardır (Naktiyok ve Timuroğlu, 2009: 88). Çalışmada, elde edilen veriler doğrultusunda girişimcilerin sosyal veya kişisel güç ihtiyaçları tarafından motive oldukları tespit edilmiştir (Peay ve Dyer, 1989: 52).

Ceylan ve Demircan (2002)'ın araştırma bulgularına göre girişimcilerin ilk işletmelerini kurma nedenleri McClelland'ın öğrenilmiş ihtiyaçlar teorisine dayanan başarı, güç veya yakın ilişki ihtiyaçlarıyla ilişkilidir. Daha fazla kazanma arzusu üzerinde başarı ve güç ihtiyaçlarının, kendi kendinin patronu olma arzusu üzerinde güç ihtiyacının, topluma faydalı olma arzusu üzerinde de bu üç ihtiyacın etkisi tespit edilmiştir. Benzer şekilde girişimci kişilik özelliklerinin, bu üç ihtiyaca sahip olma düzeyleri arttıkça daha fazla yansıtıldığı da ortaya çıkarılmıştır.

Topaloğlu (2006), yapmış olduğu çalışmasında, girişimcilerin başarı güdüsünün, güç ve bağlanma güdülerinden daha yüksek olduğunu belirtmiştir (Topaloğlu, 2006 'tan aktaran; Özçoban, 2018: 95). Naktiyok ve Timuroğlu (2009), araştırmalarında öğrencilerin motivasyonel değerlerinin girişimcilik niyetleri üzerine etkisini incelemişlerdir. Elde edilen bulgulara göre; öğrencilerin girişimcilik niyeti ile değişime açıklık (kendini yönetme, hazcılık ve teşvik ediciler) ve kendini geliştirme (hazcılık, güç ve başarı) ile ilgili motivasyonel değerler arasında olumlu yönlü ve kuvvetli bir ilişki gözlemlenmiştir.

Ören ve Biçkes (2011), kişilik özelliklerinin girişimcilik potansiyeline etkisi üzerine yaptığı araştırmasında öğrencilerin başarı ihtiyacı ile girişimcilik potansiyeli arasında anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki tespit etmiştir. Karakaş (2012), yüksek lisans tez çalışmasında öğrencilerin girişimcilik eğilimlerini kişilik özellikleri bağlamında incelemiştir. Araştırma kapsamında yer alan girişimci kişilik özellikleri ile girişimcilik eğilimi arasında pozitif bir ilişki bulunmuştur. Bu bağlamda, İşletme ve Mühendislik bölümü öğrencilerinin "başarı ihtiyacı" eğilimi artarken, girişimcilik eğiliminin de arttığı saptanmıştır.

Bozkurt ve Erdurur (2013), çalışmasında kişilik özelliklerinin, tüm diğer faktörler göz önüne alındığında girişimcilik eğilimini %28 oranda etkilediği sonucuna varılmıştır. Bu bağlamda, "başarı ihtiyacının" 0.16'lık oran ile girişimcilik eğilimi üzerinde ikinci en fazla etkiye sahip faktör olduğu görülmüştür.

Karabey (2013), girişimciliği destekleyen zihinsel süreçleri daha iyi anlamak için yaptığı çalışmasında girişimcilik sürecinin başlangıcında sezgisel düşüncenin yeni fikirler geliştirme konusunda önemli rol oynadığı; sürecin devamında bu fikirleri hayata geçirmek için gereken beşeri, finansal vb. kaynakları temin etme ve bunlardan yararlanma noktasında ise analitik düşüncenin sezgisel düşünceden daha önemli olduğunu ortaya koymuştur. Elde edilen bulgular neticesinde hem analitik hem sezgisel

düşünme tarzından dengeli bir şekilde yararlanma yeteneğinin girişimcilik niyeti ve girişimsel öz yetkinlik ile ilişkilendirilmesinin faydalı olacağı kanısına varılmıştır.

Özdemir (2016), risk alma eğiliminin ve başarıma ihtiyacının girişimcilik potansiyeli üzerinde etkisini öğrenciler üzerinde araştırmıştır. Elde edilen bulgular sonucu risk alma eğilimi ve başarıma ihtiyacının girişimcilik potansiyelini pozitif yönde etkilediği saptanmıştır.

Özçoban (2018), yüksek lisans tezi kapsamında yaptığı çalışmada temel motivasyon kaynaklarının (güç, başarı, bağlanma, düşünme ihtiyaçları), girişimcilik faktörlerini (risk, fırsatları değerlendirme, liderlik, gelecek, kararlılık, dış etkenlere karşı bireysel güç) pozitif yönde etkilediği tespit edilmiştir. Araştırmada girişimcilik eğilimine etkisi açısından “bağlanma” boyutu diğer boyutlardan düşük düzeyde çıkmıştır. Bunun yanı sıra; girişimcilik dersi alan öğrencilerin bu dersi almayan öğrencilere göre güç, başarı ve düşünme ihtiyaçlarının yüksek olduğu görülmüştür. Ayrıca bulgulara göre; temel motivasyon faktörleri bağlamında erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre güç ihtiyaçlarının daha yüksek olduğu, bağlanma ihtiyacında ise kız öğrencilerin erkek öğrencilere göre daha fazla bağlanma ihtiyacı içinde oldukları; girişimcilik eğilimi boyutları bağlamında ise erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre risk alma, fırsatları değerlendirme, liderlik yönü ve gelecek odaklılık eğilimlerinin daha fazla olduğu görülmüştür.

Maksüdünov (2018), araştırmasında farklı kültürleri temsil eden öğrencilerin girişimcilik motivasyonunu belirleyen faktörleri incelemeyi, benzerlikleri ve farklılıkları ortaya koymayı amaçlamıştır. On boyut çerçevesinde ele alınan girişimcilik eğilimine teşvik eden motivasyon faktörlerinden dokuzu iki araştırma grubu arasında farklılıklar gösterirken, sadece “finansal başarı” boyutunun her iki grup öğrencileri için de aynı düzeyde önemli bir faktör olduğu tespit edilmiştir.

Marangoz ve Aydın (2018), üniversite öğrencileri üzerindeki çalışmalarındaki bulgulara göre; algılanan girişimcilik motivasyonları arttıkça girişimcilik eğilimi de olumlu yönde artmakta, algılanan girişimcilik engelleri arttıkça da girişimcilik eğilimi azalmaktadır. Çalışmanın sonuçları değerlendirildiğinde, öğrencileri girişimciliğe motive eden unsurların başında “finansal değerlerin” ve özellikle de “finansal bağımsızlığın” geldiği görülmüştür.

METODOLOJİ

Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, motivasyon faktörlerinin girişimcilik eğilimi üzerinde etkisini Planlanmış Davranış Teorisi çerçevesinde incelemektir. Araştırmada kullanılan niyet tabanlı bir model olan Planlanmış Davranış Teorisi, bireylere yararlı pratik uygulamalar sağlamaktadır. Bu noktada, üniversite ya da kurslardaki eğitimciler, öğrencilerinin motivasyonlarını ve niyetlerini anlamalarına yardımcı olmak daha iyi bir eğitim sistemi oluşturmak için bu modeli kullanabilirler. Bu bakımdan araştırma hem literatüre katkı sağlama hem de uygulamada bir model olarak kullanılabilme açısından önem arz etmektedir.

Araştırmanın Evreni, Örneklemi ve Veri Toplama Süreci

Araştırmanın evrenini Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemi ise bu fakültede 2019-2020 eğitim ve öğretim yılında İşletme ile Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri bölümlerinde öğrenim gören 3. ve 4. sınıf lisans öğrencileri oluşturmaktadır. Sektörel anlamda geniş bir yelpazede eğitim aldıkları, çoğunlukla bir kariyer olarak girişimciliğe yönelmeleri ve son sınıf olmalarından dolayı iş hayatına atılmaya daha yakın olmaları söz konusu bu öğrencilerin seçiminde etkili olmuştur. Araştırmada anket yöntemi uygulanmıştır. 10 Nisan- 1 Haziran 2020 tarihleri arasında İşletme bölümünden 244, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri bölümünden 252 olmak üzere toplam 496 öğrenciye online anket formu gönderilmiş ve veriler yine online anket sistemi üzerinden elde edilmiştir. İşletme bölümünden 191, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri bölümünden 123 olmak üzere toplam 314 öğrenciden geri dönüş olmuştur.

Motivasyon faktörlerine ilişkin belirlenen 28 soruluk ölçek başarı, güç, bağlanma ve düşünme ihtiyacı olmak üzere beş alt boyuttan oluşmaktadır. Söz konusu bu alt boyutlara yönelik sorular Antalyalı ve Bolat (2017)'ın hazırladıkları "Öğrenilmiş İhtiyaçlar Bağlamında Temel Motivasyon Kaynakları (TMK) Ölçeği"nden alınmıştır. Bu ölçek Özçoban (2018)'in yüksek lisans tez çalışmasında da kullanılmıştır. Ekonomik ihtiyaçlar boyutuna ilişkin sorular ise Marangoz ve Aydın (2018); Aksoy, 78 Koçancı ve Namal (2019); Polat (2011)'in çalışmalarından alınıp düzenlenerek tek bir faktör halinde bir araya getirilmiştir. Ölçek 5'li likert tipinde şeklindedir (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum, 5= Kesinlikle Katılmıyorum).

Araştırmada Motivasyon Faktörleri, Planlanmış Davranış Teorisi ve Girişimcilik Eğilimi ölçeklerine güvenilirlik analizi uygulanmıştır. Motivasyon Faktörleri ölçeğinin Cronbach Alpha katsayısı, 851'dir ve yüksek derecede güvenilir bir ölçektir. Başarı ihtiyacı faktörünün Cronbach Alpha katsayısı, 800'dür, güç ihtiyacı faktörünün Cronbach Alpha katsayısı, 808'dir, bağlanma ihtiyacı faktörünün Cronbach Alpha katsayısı, 779'dur, düşünme ihtiyacı faktörünün Cronbach Alpha katsayısı, 777'dir ve ekonomik ihtiyaçlar faktörünün Cronbach Alpha katsayısı, 757'dir. Katsayıda görüldüğü gibi faktörlere ait ölçekler oldukça güvenilir kabul edilmektedir.

Planlanmış Davranış Teorisi Ölçeğinin Cronbach Alpha katsayısı, 832'dir ve yüksek derecede güvenilir bir ölçektir. Kişisel tutum faktörünün Cronbach Alpha katsayısı, 796'dır, algılanan davranışsal kontrol faktörünün Cronbach Alpha katsayısı, 898'dir ve öznel norm faktörünün Cronbach Alpha katsayısı, 751'dir. Katsayıda görüldüğü gibi algılanan davranışsal kontrol faktörüne ait ölçek yüksek derecede güvenilir; kişisel tutum ve öznel norm faktörüne ait ölçekler ise oldukça güvenilir kabul edilmektedir.

Girişimcilik eğilimini Planlanmış Davranış Teorisi bağlamında ölçmek için kişisel tutum, algılanan davranışsal kontrol, öznel norm ve girişimcilik eğilimi (niyeti) boyutlarına ilişkin sorular Leroy, Maes, Sels ve Debrulle (2009)'nin "Girişimcilik Niyeti ve Planlanmış Davranış Teorisi Ölçeği"nden alınmıştır. Ölçek 5'li likert tipinde şeklindedir (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılmıyorum). Girişimcilik Eğilimi Ölçeğinin Cronbach Alpha katsayısı ise, 844'tür ve yüksek derecede güvenilir bir ölçektir. Araştırmada açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır.

Araştırmanın Hipotezleri ve Modeli

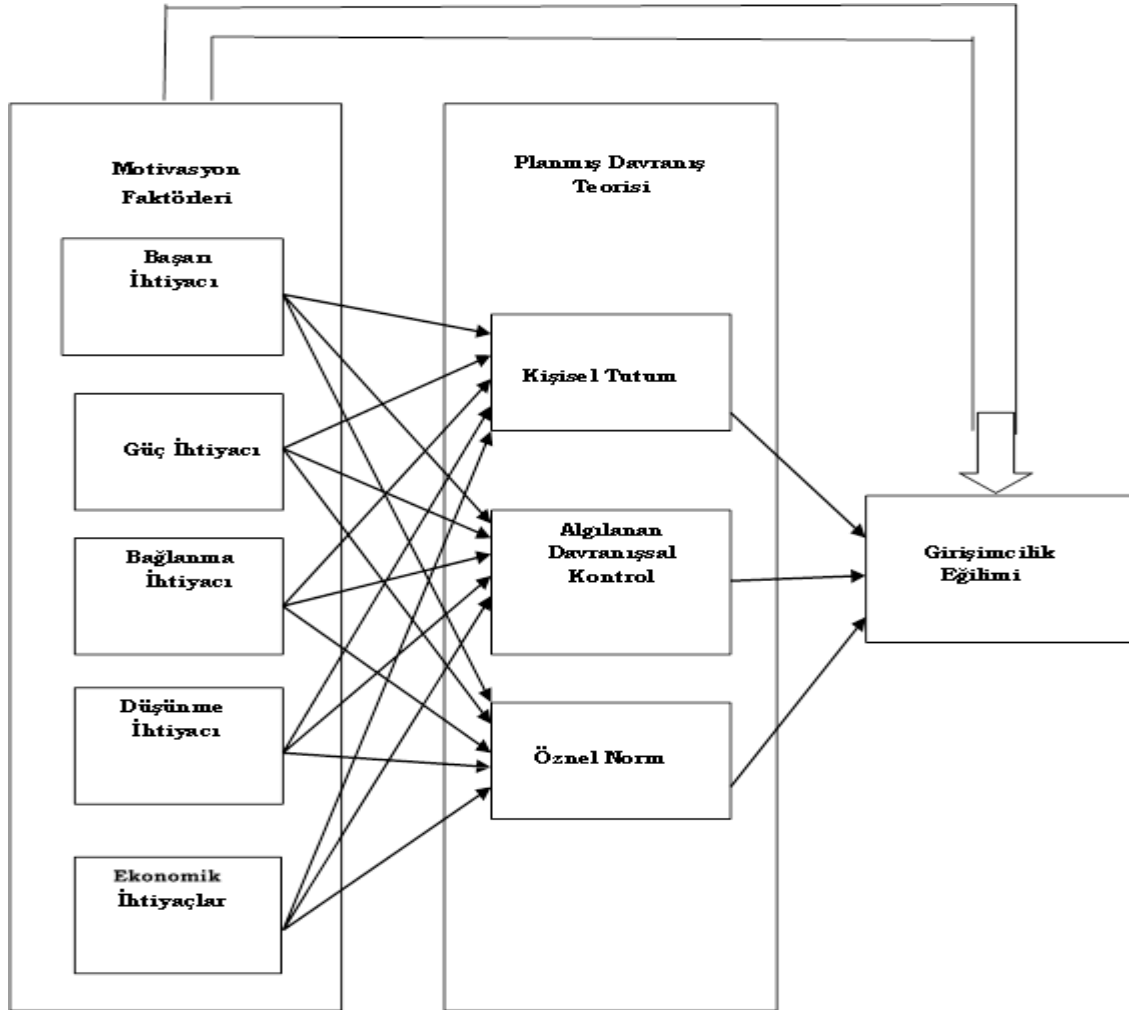
Araştırmanın amacı kapsamında oluşturulan hipotezler Tablo 1'de yer almaktadır.

Tablo 1. Araştırmanın Hipotezleri

Hipotez No:	Hipotez İfadesi
H1	Öğrencilerin başarı ihtiyaçlarının girişimcilik eğilimi üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır.
H1.1	Öğrencilerin başarı ihtiyaçlarının girişimciliğe yönelik kişisel tutum üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır.
H1.2	Öğrencilerin başarı ihtiyaçlarının girişimciliğe yönelik algılanan davranışsal kontrolü üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır.
H1.3	Öğrencilerin başarı ihtiyaçlarının girişimciliğe yönelik öznel norm üzerinde negatif yönde anlamlı bir etkisi vardır.
H2	Öğrencilerin güç ihtiyaçlarının girişimcilik eğilimi üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır.
H2.1	Öğrencilerin güç ihtiyaçlarının girişimciliğe yönelik kişisel tutum üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır.
H2.2	Öğrencilerin güç ihtiyaçlarının girişimciliğe yönelik algılanan davranışsal kontrolün üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır.
H2.3	Öğrencilerin güç ihtiyaçlarının girişimciliğe yönelik öznel norm üzerinde negatif yönde anlamlı bir etkisi vardır.
H3	Öğrencilerin bağlanma ihtiyaçlarının girişimcilik eğilimi üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır.
H3.1	Öğrencilerin bağlanma ihtiyaçlarının girişimciliğe yönelik kişisel tutum üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır.
H3.2	Öğrencilerin bağlanma ihtiyaçlarının girişimciliğe yönelik algılanan davranışsal kontrol üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır.

H3.3	Öğrencilerin bağlanma ihtiyaçlarının girişimciliğe yönelik öznel norm üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır.
H4	Öğrencilerin düşünme ihtiyaçlarının girişimcilik eğilimi üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır.
H4.1	Öğrencilerin düşünme ihtiyaçlarının girişimciliğe yönelik kişisel tutum üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır.
H4.2	Öğrencilerin düşünme ihtiyaçlarının girişimciliğe yönelik algılanan davranışsal kontrol üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır.
H4.3	Öğrencilerin düşünme ihtiyaçlarının girişimciliğe yönelik öznel norm üzerinde negatif yönde anlamlı bir etkisi vardır.
H5	Öğrencilerin ekonomik ihtiyaçlarının girişimcilik eğilimi üzerinde pozitif yönde anlamlı etkisi vardır.
H5.1	Öğrencilerin ekonomik ihtiyaçlarının girişimciliğe yönelik kişisel tutum üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır.
H5.2	Öğrencilerin ekonomik ihtiyaçlarının girişimciliğe yönelik algılanan davranışsal kontrol üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır.
H5.3	Öğrencilerin ekonomik ihtiyaçlarının girişimciliğe yönelik öznel norm üzerinde negatif yönde anlamlı bir etkisi vardır.
H6	Öğrencilerin kişisel tutumlarının girişimcilik eğilimi üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır.
H7	Öğrencilerin algılanan davranışsal kontrollerinin girişimcilik eğilimi üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır.
H8	Öğrencilerin öznel normlarının girişimcilik eğilimi üzerinde negatif yönde anlamlı bir etkisi vardır.

Araştırmanın modeli ise aşağıdaki Şekil 1'de görülmektedir.



Şekil 1. Araştırmanın Hipotezleri Bağlamında Araştırma Modeli

ARAŞTIRMANIN ANALİZLERİ VE BULGULARI

Araştırmada açıklayıcı faktör analizi, korelasyon analizi ve regresyon analizi yapılmıştır. Açıklayıcı faktör analizine ilişkin elde edilen bulgular Tablo 2, Tablo 2.1., Tablo 3, Tablo 4, Tablo 5 ve Tablo 6'da gösterilmiştir. Korelasyon analizine ilişkin elde edilen bulgular Tablo 8'de gösterilmiştir. Regresyon analizine ilişkin bulgular ise Tablo 9, Tablo 10, Tablo 11, Tablo 12 ve Tablo 13'te gösterilmiştir.

Tablo 2. Motivasyon Faktörleri Ölçeğine İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizi

Faktör Adı	Soru İfadesi	Faktör Yükleri	Faktörün Açıklayıcılığı (%)	Güvenilirlik (Cronbach's Alpha)
Başarı İhtiyacı	Bir işi yaparken mükemmel olacak diye aşırı titizlenmem.(R)	,614	11,44	,800
	İşimde en iyisi olacağım diye çok çalışmak bana göre değildir.(R)	,757		
	Mükemmeliyetçi bir yapım vardır.	,682		
	Yaptığım her işi kusursuz yapmazsam, bir türlü rahat edemem.	,697		
	Bir iş yaparken çok daha iyisini yapacağım diye aşırı çaba göstermek istemem.(R)	,680		
	Bir işi ilk defa yapıyorsam, mükemmel iş çıkarana kadar gece gündüz çalışırım.	,707		
Güç İhtiyacı	Benimkinden farklı fikirlere sahip olsalar da, insanların kararlarını etkilemeyi severim.	,741	11,21	,808
	İnsanların yanlış bulduğum düşüncelerini değiştirmeyi severim.	,685		
	İnsanları benim doğrularım yönünde etkilemeyi severim.	,774		
	Bir ekip çalışmasında, ekip üyelerini yapacakları işlerle ilgili etkileyen kişi olmak isterim.	,611		
	Dikkatlerin benim üzerimde olmasını severim.	,665		
	Bir ortamda konuşmaların merkezinde olmayı severim.	,665		
Bağlanma İhtiyacı	İnsanların bir araya geldiği organizasyonlara katılmaktan çok keyif alırım.	,401	11,76	,779
	Boş zamanlarımı tek başıma bir etkinlik yaparak geçirmektense, ailem veya arkadaşlarımla beraber geçirmeyi severim.	,531		
	Sevdiğim bir arkadaşım ile ilişkim bozulursa ve bunu çözemsem, çok üzülürüm.	,697		
	İnsanları dertli görürsem, onlarla ilgilenirim.	,806		
	İnsanların zor günlerinde onların yanında olmayı önemserim.	,810		
	İnsanların zor günlerinde ne yapar eder onların yanında olurum.	,796		
Düşünme İhtiyacı	Düşünmemi derinleştiren ortamları çok severim.	,605	10,83	,777
	Bir konuda ilk defa duyduğum farklı bir bakış açısının tüm detaylarını en ince ayrıntısına kadar anlamak için kafa yormaktan kendimi alamam.	,640		
	Yoğun bir şekilde sürekli düşünmek benim için başlı başına zevkli bir iştir.	,690		
	Çok farklı sonuçların olduğu sorunlar ilgimi çeker.	,755		
	Yeni öğrenme anlarının sunduğu zevk hiçbir şeyde yoktur diye düşünüyorum.	,558		
	Yeni şeyler öğrenmeyi herkes gibi severim, dahası	,575		

	her zaman yeni şeyler öğrenmenin yolunu ararım.			
Ekonomik İntiyaçlar	Maaşlı çalışarak kazanacağımdan daha fazla gelir elde etmek benim için çok önemlidir.	,787	8,57	,757
	Ek gelir elde etmek benim için çok önemlidir.	,806		
	Finansal olarak bağımsızlık kazanmak benim için çok önemlidir.	,570		
	Ekonomik açıdan büyük bir servete kavuşmak benim için çok önemlidir.	,752		
Motivasyon Faktörleri Ölçeğinin Güvenilirliği (Cronbach's Alpha)		,851		
Toplam Varyansı Açıklama Oranı		53,82		
Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)		,823		
Bartlett's Test of Sphericity	Ki-Kare Değeri		3297,382	
	Serbestlik Derecesi		378	
	P Değeri		,000	

Tablo 2 ve Tablo 2.1'de görüldüğü gibi Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) katsayısı 0,823 ve Bartlett's testi sonucu $\chi^2=3297,382$; p değeri 0,000 bulunmuştur ($p<0,005$). Dolayısıyla ankette kullanılan verilerin faktör analizine uygunluğunu göstermektedir.

Planlanmış Davranış Teorisi ölçeği faktör analizi sonucu uygun dağılım göstermediğinden kişisel tutum, algılanan davranışsal kontrol ve öznel norm boyutlarına ayrı ayrı faktör analizi yapılmıştır. Bunun yanı sıra Girişimcilik Eğilimi ölçeğine de ayrı olarak faktör analizi yapılmıştır.

Tablo 3. Kişisel Tutum Boyutuna İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizi

Faktör Adı	Soru İfadesi	Faktör Yükleri	Faktörün Açıklayıcılığı (%)	Güvenirlik (Cronbach's Alpha)
Kişisel Tutum	Girişimci olmak benim için cazip gözüküyor.	,863	62,26	,796
	Girişimci olmak benim için çoğunlukla olumsuz düşünceler uyandırır. (R)	,860		
	Girişimciliğin dezavantajlarından daha çok avantajlı yönleri vardır.	,732		
	İleride bir gün girişimci olmayı hayal ediyorum.	,686		
Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)			,738	
Bartlett's Test of Sphericity	Ki-Kare Değeri		423,285	
	Serbestlik Derecesi		6	
	P değeri		,000	

Tablo 3'te görüldüğü gibi Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) katsayısı 0,738 ve Bartlett's testi sonucu $\chi^2=423,285$; p değeri 0,000 bulunmuştur ($p<0,005$). Dolayısıyla ankette kullanılan verilerin faktör analizine uygunluğunu göstermektedir.

Tablo 4. Algılanan Davranışsal Kontrol Boyutuna İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizi

Faktör Adı	Soru İfadesi	Faktör Yükleri	Faktörün Açıklayıcılığı (%)	Güvenirlik (Cronbach's Alpha)
Algılanan Davranışsal Kontrol	Girişimci olabileceğim konusunda kendime güveniyorum.	,790	76,64	,898
	Girişimci olurken karşılaşacağım zorlukların çoğunun üstesinden gelebileceğime inanıyorum.	,779		
	Girişimci olmak için yeterli kapasiteye sahip olduğuna inanıyorum.	,744		
	Girişimci olmak benim için mümkün bir seçenek gibi görünüyor.	,752		
Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)			,816	
Bartlett's Test of Sphericity	Ki-Kare Değeri		765,302	
	Serbestlik Derecesi		6	
	P değeri		,000	

Tablo 4'te görüldüğü gibi Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) katsayısı 0,816 ve Barlett's testi sonucu $\chi^2=765,302$; p değeri 0,000 bulunmuştur ($p<0,005$). Dolayısıyla ankette kullanılan verilerin faktör analizine uygunluğunu göstermektedir.

Tablo 5. Öznel Norm Boyutuna İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizi

Faktör Adı	Soru İfadesi	Faktör Yükleri	Faktörün Açıklayıcılığı (%)	Güvenirlilik (Cronbach's Alpha)
Öznel Norm	Girişimci olmadan önce başkalarının görüşüne önem verirdim.	,688	66,80	0,751
	Girişimci olup olmamaya karar verirken başkalarının tavsiyelerini dinlerdim.	,731		
	Çevremim girişimci olma kararım üzerinde önemli bir etkisi olurdu.	,585		
Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)			,671	
Bartlett's Test of Sphericity		Ki-Kare Değeri	228,882	
		Serbestlik Derecesi	3	
		P değeri	,000	

Tablo 5.'te görüldüğü gibi Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) katsayısı 0,671 ve Barlett's testi sonucu $\chi^2=228,882$; p değeri 0,000 bulunmuştur ($p<0,005$). Dolayısıyla ankette kullanılan verilerin faktör analizine uygunluğunu göstermektedir.

Tablo 6. Girişimcilik Eğilimi Ölçeğine İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizi

Faktör Adı	Soru İfadesi	Faktör Yükleri	Faktörün Açıklayıcılığı (%)	Güvenirlilik (Cronbach's Alpha)
Girişimcilik Eğilimi	İleride bir gün girişimci olmayı düşünüyorum	0,910	76,77	0,844
	Fırsatlar oluştuğunda girişimci olacağım.	0,897		
	Kendimi asla girişimci olarak görmüyorum.	0,819		
Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)			0,697	
Bartlett's Test of Sphericity		Ki-Kare Değeri	434,059	
		Serbestlik Derecesi	3	

* $p<0.05$

Tablo 6'da görüldüğü gibi Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) katsayısı 0,697 ve Barlett's testi sonucu $\chi^2=434,059$; p değeri 0,000 bulunmuştur ($p<0,005$). Dolayısıyla ankette kullanılan verilerin faktör analizine uygunluğunu göstermektedir.

Araştırmada yer alan bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkenler ile bir ilişkisi olup olmadığını ölçmek için korelasyon analizi yapılmıştır. Korelasyon katsayısının (r) aldığı değerlere göre yorumlamalar Tablo 6.6'da aşağıda gösterilmiştir.

Tablo 7. r Katsayısının Aldığı Değerler ve Yorumları

	Kuvvetli (-)	Orta (-)	Zayıf (-)	Zayıf (+)	Orta (+)	Kuvvetli (+)
r katsayısı	$-1 \leq r < -0,7$	$-0,7 \leq r < -0,3$	$-0,3 \leq r < 0$	$0 < r \leq 0,3$	$0,3 < r \leq 0,7$	$0,7 < r \leq +1$
Anlamlılık	$p < 0,05$					

Kaynak: (Özçoban, 2018:76)

Korelasyon katsayısının büyüklüğü açısından yorumlanmasına ilişkin herkesin ortak olarak belirlediği kesin bir değer aralığı olmamakla beraber, korelasyon katsayısının mutlak değer olarak 0,7-1 arasında olması kuvvetli, 0,3-0,7 arasında olması orta, 0-0,3 arasında olması ise zayıf bir ilişki olduğunu göstermektedir (Kalfaoğlu, 2017: 100; Özçoban, 2018: 76). Bu bağlamda motivasyon faktörleri boyutlarının girişimcilik eğilimi ve girişimcilik eğiliminin alt boyutlarıyla ilişki durumu Tablo 8'de açıklanmıştır.

Tablo 8. Değişkenlere İlişkin Korelasyon Analizi

Değişkenler	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1 Başarı İhtiyacı	1								
2 Güç İhtiyacı	,180**	1							
3 Bağlanma İhtiyacı	,148**	,106	1						
4 Düşünme İhtiyacı	,401**	,306**	,350**	1					
5 Ekonomik İhtiyaçlar	,149**	,342**	,172**	,301**	1				
6 Kişisel Tutum	,240**	,181**	,187**	,355**	,353**	1			
7 Algılanan Davranışsal Kontrol	,256**	,223**	,059	,339**	,359**	,736**	1		
8 Öznel Norm	,013	-,072	,124*	-,048	-,009	,017	,002	1	
9 Girişimcilik Eğilimi	,177*	,170**	,077	,256**	,346**	,710**	,729**	,046	1

Pearson Correlation (r) / *p<0.05 , **p<0.01

Başarı ihtiyacı ile kişisel tutum arasında pozitif yönlü, zayıf düzeyde ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r=0,240$; $p<0,01$). Başarı ihtiyacı ile davranışsal kontrol arasında pozitif yönlü, zayıf düzeyde ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r=0,256$; $p<0,01$). Başarı ihtiyacı ile öznel norm arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki yoktur ($r=0,013$; $p>0,05$). Başarı ihtiyacı ile girişimcilik eğilimi arasında pozitif yönlü, zayıf düzeyde ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r=0,177$; $p<0,05$).

Güç ihtiyacı ile kişisel tutum arasında pozitif yönlü, zayıf düzeyde ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r=0,181$; $p<0,01$). Güç ihtiyacı ile davranışsal kontrol arasında pozitif yönlü, zayıf düzeyde ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r=0,223$; $p<0,01$). Güç ihtiyacı ile öznel norm arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki yoktur ($r=-0,072$; $p>0,05$). Güç ihtiyacı ile girişimcilik eğilimi arasında pozitif yönlü, zayıf düzeyde ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r=0,170$; $p<0,01$).

Bağlanma ihtiyacı kişisel tutum arasında pozitif yönlü, zayıf düzeyde ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r=0,187$; $p<0,01$). Bağlanma ihtiyacı ile algılanan davranışsal kontrol arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki yoktur ($r=0,059$; $p>0,05$). Bağlanma ihtiyacı ile öznel norm arasında pozitif yönlü, zayıf düzeyde ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r=0,124$; $p<0,05$). Bağlanma ihtiyacı ile girişimcilik eğilimi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki yoktur ($r=0,077$; $p>0,05$).

Düşünme ihtiyacı ile kişisel tutum arasında pozitif yönde, orta düzeyde ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r=0,355$; $p<0,01$). Düşünme ihtiyacı ile algılanan davranışsal kontrol arasında pozitif yönde, orta düzeyde ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r=0,339$; $p<0,01$). Düşünme ihtiyacı ile öznel norm arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki yoktur ($r=-0,048$; $p>0,05$). Düşünme ihtiyacı ile girişimcilik eğilimi arasında pozitif yönlü, zayıf düzeyde ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r=0,256$; $p<0,01$).

Ekonomik ihtiyaçlar ile kişisel tutum arasında pozitif yönlü, orta düzeyde ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r=0,353$; $p<0,01$). Ekonomik ihtiyaçlar ile algılanan davranışsal kontrol arasında pozitif yönlü, orta düzeyde ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r=0,359$; $p<0,01$). Ekonomik ihtiyacı ile öznel norm arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki yoktur ($r=-0,009$; $p>0,05$). Ekonomik ihtiyaçlar ile girişimcilik eğilimi arasında pozitif yönlü, orta düzeyde ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r=0,346$; $p<0,01$).

Kişisel tutum ile girişimcilik eğilimi arasında pozitif yönlü, kuvvetli düzeyde ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r=0,710$; $p<0,01$). Algılanan davranışsal kontrol ile girişimcilik eğilimi arasında pozitif yönlü, kuvvetli düzeyde ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r=0,729$; $p<0,01$). Öznel norm ile girişimcilik arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki yoktur ($r=-0,046$; $p>0,05$).

Araştırmanın hipotezlerinin sınanması amacıyla çoklu regresyon analizi kullanılmıştır. Her bir bağımsız değişkenin her bir bağımlı değişken üzerinde pozitif ya da negatif etkisi olup olmadığı gözlemlenmiştir.

Tablo 9. Motivasyon Faktörlerinin Girişimcilik Eğilimi Üzerindeki Etkisini Açıklamak Üzere Yapılan Çoklu Regresyon Analizi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	ß	t	p	Beta	VIF	F	Model (p)	Adjusted R2
Girişimcilik Eğilimi	Sabit	1,470	3,397	,001			10,561	,000*	,132
	Başarı İhtiyacı	,008	,107	,915	,006	1,197			
	Güç İhtiyacı	,024	,354	,724	,020	1,198			
	Bağlanma İhtiyacı	-,052	-,645	,519	-,036	1,146			
	Düşünme İhtiyacı	,251	2,708	,007*	,172	1,455			
	Ekonomik İhtiyaçlar	,357	5,074	,000*	,292	1,197			

*p<0.05

Tablo 9'da görüldüğü üzere, F değerine karşılık gelen anlamlılık seviyesine bakıldığında kurulan modelin istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir (F=10,561; p<0.05). Girişimcilik eğilimi üzerindeki değişimin % 13,2'sinin bu model ile açıklandığı görülmektedir (Düzenlenmiş R2=0,132). Bağımsız değişkenlere ait Beta katsayılarına, t değeri ve anlamlılık seviyelerine bakıldığında; başarı, güç ve bağlanma ihtiyaçlarının girişimcilik eğilimi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olmadığı görülürken (p>0.05); düşünme ihtiyacı ve ekonomik ihtiyaçların girişimcilik eğilimi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olduğu görülmektedir (p<0.05).

Başarı, güç ve bağlanma ihtiyaçlarının anlamlı bir etkisi olmadığı için; "H1: Öğrencilerin başarı ihtiyaçlarının girişimcilik eğilimi üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır" hipotezi ;"H2: Öğrencilerin güç ihtiyaçlarının girişimcilik eğilimi üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır" ve "H3: Öğrencilerin bağlanma ihtiyaçlarının girişimcilik eğilimi üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır" hipotezi reddedilmiştir.

Öte yanda, düşünme ihtiyacındaki bir birimlik artış girişimcilik eğiliminde 0,251 birim artışa neden olmaktadır. Kısacası düşünme ihtiyacının girişimcilik eğilimi üzerinde ($\beta=0,251$; p<0,05) pozitif yönlü anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir. Bu durumda "H4: Öğrencilerin düşünme ihtiyaçlarının girişimcilik eğilimi üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır" hipotezi kabul edilmiştir.

Ekonomik ihtiyaçlardaki bir birimlik artış girişimcilik eğiliminde 0,357 birim artışa neden olmaktadır. Kısacası ekonomik ihtiyaçların girişimcilik eğilimi üzerinde ($\beta=0,357$; p<0,05) pozitif yönlü anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir. Bu durumda "H5: Öğrencilerin ekonomik ihtiyaçlarının girişimcilik eğilimi üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır" hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 10. Motivasyon Faktörlerinin Kişisel Tutum Üzerindeki Etkisini Açıklamak Üzere Yapılan Çoklu Regresyon Analizi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	ß	t	p	Beta	VIF	F	Model (p)	Adjusted R2
Kişisel Tutum	Sabit	,971	2,906	,004			15,856	,000*	,192
	Başarı İhtiyacı	,109	1,917	,056	,107	1,197			
	Güç İhtiyacı	,000	,004	,997	,000	1,198			
	Bağlanma İhtiyacı	,058	,923	,357	,050	1,146			

Düşünme İhtiyacı	,252	3,517	,001*	,216	1,455
Ekonomik İhtiyaçlar	,258	4,744	,000*	,264	1,197

*p<0.05

Tablo 10'da görüldüğü üzere, F değerine karşılık gelen anlamlılık seviyesine bakıldığında kurulan modelin istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir (F=15,856; p<0.05). Kişisel tutum üzerindeki değişimin % 19,2'sinin bu model ile açıklandığı görülmektedir (Düzenlenmiş R²=0,192). Bağımsız değişkenlere ait Beta katsayılarına, t değeri ve anlamlılık seviyelerine bakıldığında; başarı, güç ve bağlanma ihtiyaçlarının kişisel tutum üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olmadığı görülürken (p>0.05); düşünme ihtiyacı ve ekonomik ihtiyaçların kişisel tutum üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olduğu görülmektedir (p<0.05).

Başarı, güç ve bağlanma ihtiyaçlarının anlamlı bir etkisi olmadığı için; "H1.1: Öğrencilerin başarı ihtiyaçlarının kişisel tutum üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır" hipotezi ; "H2.1: Öğrencilerin güç ihtiyaçlarının kişisel tutum üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır" ve "H3.1: Öğrencilerin bağlanma ihtiyaçlarının kişisel tutum üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır" hipotezi reddedilmiştir. Öte yandan, düşünme ihtiyacındaki bir birimlik artış kişisel tutumda 0,252 birim artışa neden olmaktadır. Kısacası düşünme ihtiyacının girişimcilik eğilimi üzerinde ($\beta=0,252$; p<0,05) pozitif yönlü anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir. Bu durumda "H4.1: Öğrencilerin düşünme ihtiyaçlarının kişisel tutum üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır" hipotezi kabul edilmiştir. Ekonomik ihtiyaçlardaki bir birimlik artış kişisel tutumda 0,209 birim artışa neden olmaktadır. Kısacası ekonomik ihtiyaçların kişisel tutum üzerinde ($\beta=0,258$; p<0,05) pozitif yönlü anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir. Bu durumda "H5.1: Öğrencilerin ekonomik ihtiyaçlarının kişisel tutum üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır" hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 11. Motivasyon Faktörlerinin Algılanan Davranışsal Kontrol Üzerindeki Etkisini Açıklamak Üzere Yapılan Çoklu Regresyon Analizi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	β	t	p	Beta	VIF	F	Model (p)	Adjusted R ²
Algılanan Davranışsal Kontrol	Sabit	,913	2,381	,018			16,578	,000*	,199
	Başarı İhtiyacı	,155	2,373	,018*	,131	1,197			
	Güç İhtiyacı	,054	,875	,382	,048	1,198			
	Bağlanma İhtiyacı	-,120	-1,662	,098	-,090	1,146			
	Düşünme İhtiyacı	,298	3,628	,000*	,221	1,455			
	Ekonomik İhtiyaçlar	,307	4,919	,000*	,272	1,197			

*p<0.05

Tablo 11'de görüldüğü üzere, F değerine karşılık gelen anlamlılık seviyesine bakıldığında kurulan modelin istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir (F=16,578; p<0.05). Algılanan davranışsal kontrol üzerindeki değişimin % 19,9'unun bu model ile açıklandığı görülmektedir (Düzenlenmiş R²=0,199). Bağımsız değişkenlere ait Beta katsayılarına, t değeri ve anlamlılık seviyelerine bakıldığında; güç ve bağlanma ihtiyaçlarının girişimcilik eğilimi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olmadığı görülürken (p>0.05); başarı, düşünme ihtiyacı ve ekonomik ihtiyaçların girişimcilik eğilimi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olduğu görülmektedir (p<0.05).

Güç ve bağlanma ihtiyaçlarının anlamlı bir etkisi olmadığı için;“H2.2: Öğrencilerin güç ihtiyaçlarının algılanan davranışsal kontrol üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır” hipotezi ve “H3.2: Öğrencilerin bağlanma ihtiyaçlarının algılanan davranışsal kontrol üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır” hipotezi reddedilmiştir. Öte yandan, başarı ihtiyacındaki bir birimlik artış algılanan davranışsal kontrolde 0,155 birim artışa neden olmaktadır. Kısacası başarı ihtiyacının algılanan davranışsal kontrol üzerinde ($\beta=0,155$; $p<0,05$) pozitif yönlü anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir. Bu durumda “H1.2: Öğrencilerin başarı ihtiyaçlarının algılanan davranışsal kontrol üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır” hipotezi kabul edilmiştir. Düşünme ihtiyacındaki bir birimlik artış algılanan davranışsal kontrolde 0,298 birim artışa neden olmaktadır. Kısacası düşünme ihtiyacının algılanan davranışsal kontrol üzerinde ($\beta=0,298$; $p<0,05$) pozitif yönlü anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir. Bu durumda “H4.2: Öğrencilerin düşünme ihtiyaçlarının algılanan davranışsal kontrol üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır” hipotezi kabul edilmiştir. Ekonomik ihtiyaçlardaki bir birimlik artış algılanan davranışsal kontrolde 0,307 birim artışa neden olmaktadır. Kısacası ekonomik ihtiyaçların algılanan davranışsal kontrol üzerinde ($\beta=0,307$; $p<0,05$) pozitif yönlü anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir. Bu durumda “H5.2: Öğrencilerin ekonomik ihtiyaçlarının algılanan davranışsal kontrol üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır” hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 12. Motivasyon Faktörlerinin Öznel Norm Üzerindeki Etkisini Açıklamak Üzere Yapılan Çoklu Regresyon Analizi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	β	t	p	Beta	VIF	F	Model (p)	Adjusted R2
Öznel Norm	Sabit	3,105	7,394	,000			1,896	,095	,014
	Başarı İhtiyacı	,048	,664	,507	-,041	1,197			
	Güç İhtiyacı	-,075	-1,122	,263	,069	1,198			
	Bağlanma İhtiyacı	,208	2,638	,009	-,159	1,146			
	Düşünme İhtiyacı	-,136	-1,508	,133	,102	1,455			
	Ekonomik İhtiyaçlar	,013	,187	,851	-,012	1,197			

* $p<0.05$

Tablo 12’de görüldüğü üzere, F değerine karşılık gelen anlamlılık seviyesine bakıldığında kurulan modelin istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülmektedir ($F=1,898$; $p>0.05$). Girişimcilik eğilimi üzerindeki değişimin sadece %0,14’ünün bu model ile açıklandığı görülmektedir (Düzenlenmiş $R^2=0,014$). Dolayısıyla; “H1.3: Öğrencilerin başarı ihtiyaçlarının öznel norm üzerinde negatif yönde anlamlı bir etkisi vardır” hipotezi; “H2.3: Öğrencilerin güç ihtiyaçlarının öznel norm üzerinde negatif yönde anlamlı bir etkisi vardır” hipotezi; “H3.3: Öğrencilerin bağlanma ihtiyaçlarının öznel norm üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır” hipotezi; “H4.3: Öğrencilerin düşünme ihtiyaçlarının öznel norm üzerinde negatif yönde anlamlı bir etkisi vardır” hipotezi ve “H5.3: Öğrencilerin ekonomik ihtiyaçlarının öznel norm üzerinde negatif yönde anlamlı bir etkisi vardır” hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 13. Planlanmış Davranış Teorisi Boyutlarının Girişimcilik Eğilimi Üzerindeki Etkisini Açıklamak Üzere Yapılan Çoklu Regresyon Analizi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	β	t	p	Beta	VIF	F	Model (p)	Adjusted R2
Girişimcilik Eğilimi	Sabit	,156	,734	,463			154,142	,000*	0,595
	Kişisel Tutum	,472	7,095	,000*	,377	2,185			
	Algılanan Davranışsal Kontrol	,489	8,482	,000*	,451	2,185			
	Öznel Norm	,043	1,078	,282	,039	1,001			

*p<0.05

Tablo 13'te görüldüğü üzere, F değerine karşılık gelen anlamlılık seviyesine bakıldığında kurulan modelin istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir (F=154,142; p<0.05). Girişimcilik eğilimi üzerindeki değişimin % 59,5'inin bu model ile açıklandığı görülmektedir (Düzenlenmiş R2=0,595). Bağımsız değişkenlere ait Beta katsayılarına, t değeri ve anlamlılık seviyelerine bakıldığında; öznel normun girişimcilik eğilimi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olmadığı görülürken (p>0.05); kişisel tutum ve algılanan davranışsal kontrolünün girişimcilik eğilimi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olduğu görülmektedir (p<0.05).

Öznel normun anlamlı bir etkisi olmadığı için; "H8: Öğrencilerin öznel normlarının girişimcilik eğilimi üzerinde negatif yönde anlamlı bir etkisi vardır" hipotezi reddedilmiştir. Öte yandan, kişisel tutumdaki bir birimlik artış girişimcilik eğiliminde 0,472 birim artışa neden olmaktadır. Kısacası kişisel tutumun girişimcilik eğilimi üzerinde ($\beta=0,472$; p<0,05) pozitif yönlü anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir. Bu durumda "H6: Öğrencilerin düşünme ihtiyaçlarının girişimcilik eğilimi üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır" hipotezi kabul edilmiştir. Algılanan davranışsal kontrolündeki bir birimlik artış girişimcilik eğiliminde 0,489 birim artışa neden olmaktadır. Kısacası ekonomik ihtiyaçların girişimcilik eğilimi üzerinde ($\beta=0,489$; p<0,05) pozitif yönlü anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir. Bu durumda "H7: Öğrencilerin algılanan davranışsal kontrollerinin girişimcilik eğilimi üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır" hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 15. Analiz Bulgularına Göre Hipotezlerin Kabul Edilme Durumu

Hipotez no:	Hipotez İfadesi	Kabul/Red Durumu
H1	Öğrencilerin başarı ihtiyaçlarının girişimcilik eğilimi üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır.	Red
H1.1	Öğrencilerin başarı ihtiyaçlarının girişimcilğe yönelik kişisel tutum üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır.	Red
H1.2	Öğrencilerin başarı ihtiyaçlarının girişimcilğe yönelik algılanan davranışsal kontrolü üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır.	Kabul
H1.3	Öğrencilerin başarı ihtiyaçlarının girişimcilğe yönelik öznel norm üzerinde negatif yönde anlamlı bir etkisi vardır.	Red
H2	Öğrencilerin güç ihtiyaçlarının girişimcilik eğilimi üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır.	Red
H2.1	Öğrencilerin güç ihtiyaçlarının girişimcilğe yönelik kişisel tutum üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır.	Red
H2.2	Öğrencilerin güç ihtiyaçlarının girişimcilğe yönelik algılanan davranışsal kontrolün üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır.	Red
H2.3	Öğrencilerin güç ihtiyaçlarının girişimcilğe yönelik öznel norm üzerinde negatif yönde anlamlı bir etkisi vardır.	Red
H3	Öğrencilerin bağlanma ihtiyaçlarının girişimcilik eğilimi üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır.	Red
H3.1	Öğrencilerin bağlanma ihtiyaçlarının girişimcilğe yönelik kişisel tutum üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır.	Red

Tablo 15.1. Analiz Bulgularına Göre Hipotezlerin Kabul Edilme Durumunun Devamı

Hipotez no:	Hipotez İfadesi	Kabul/Red Durumu
H3.2	Öğrencilerin bağlanma ihtiyaçlarının girişimciliğe yönelik algılanan davranışsal kontrol üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır.	Red
H3.3	Öğrencilerin bağlanma ihtiyaçlarının girişimciliğe yönelik öznel norm üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır.	Red
H4	Öğrencilerin düşünme ihtiyaçlarının girişimcilik eğilimi üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır.	Kabul
H4.1	Öğrencilerin düşünme ihtiyaçlarının girişimciliğe yönelik kişisel tutum üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır.	Kabul
H4.2	Öğrencilerin düşünme ihtiyaçlarının girişimciliğe yönelik algılanan davranışsal kontrol üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır.	Kabul
H4.3	Öğrencilerin düşünme ihtiyaçlarının girişimciliğe yönelik öznel norm üzerinde negatif yönde anlamlı bir etkisi vardır.	Red
H5	Öğrencilerin ekonomik ihtiyaçlarının girişimcilik eğilimi üzerinde pozitif yönde anlamlı etkisi vardır.	Kabul
H5.1	Öğrencilerin ekonomik ihtiyaçlarının girişimciliğe yönelik kişisel tutum üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır.	Kabul
H5.2	Öğrencilerin ekonomik ihtiyaçlarının girişimciliğe yönelik algılanan davranışsal kontrol üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır.	Kabul
H5.3	Öğrencilerin ekonomik ihtiyaçlarının girişimciliğe yönelik öznel norm üzerinde negatif yönde anlamlı bir etkisi vardır.	Red
H6	Öğrencilerin kişisel tutumlarının girişimcilik eğilimi üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır.	Kabul
H7	Öğrencilerin algılanan davranışsal kontrollerinin girişimcilik eğilimi üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır.	Kabul
H8	Öğrencilerin öznel normlarının girişimcilik eğilimi üzerinde negatif yönde anlamlı bir etkisi vardır.	Red

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırmanın temel amacı motivasyon faktörlerinin girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisini Planlanmış Davranış teorisi bağlamında incelemektir. Çalışmada motivasyon faktörleri McClelland'ın Öğrenilmiş İhtiyaçlar Teorisi bağlamında “başarı ihtiyacı”, “güç ihtiyacı” ve “bağlanma ihtiyacı”; Cohen, Stotland ve Wolf'un ortaya attığı “düşünme ihtiyacı”; ve bunlarla birlikte “ekonomik ihtiyaçlar” olarak belirlenmiştir.

Çalışmada Ajzen'in Planlanmış Davranış Teorisi bağlamında bireyin girişimcilik davranışının altında yatan ve girişimcilik eğilimini etkileyen üç temel faktör; bireyin girişimciliğe olan arzulama derecesini yansıtan “kişisel tutum”, girişimciliği yapabileceği konusunda kendine güven duygusunu yani öz yetkinliğini yansıtan “algılanan davranışsal kontrol” ve girişimci olma kararını verme noktasında başkalarının tesirinde kalıp kalmama durumunu yani sosyal baskıya ne derece karşı koyduğunu yansıtan “öznel norm” olarak ele alınmıştır.

Araştırmanın hipotezlerini sınamak amacıyla, motivasyon faktörlerinin hem girişimcilik eğilimine hem de Planlanmış Davranış Teorisinin alt boyutları olan kişisel tutum, algılanan davranışsal kontrol ve öznel norma etkisi incelenmiştir. Çoklu regresyon analizinde elde edilen bulgular değerlendirildiğinde başarı ve güç ihtiyacının girişimcilik eğiliminde anlamlı bir etkisinin rastlanmaması literatürü desteklememektedir. Öyle ki; McClelland (1961)'a göre başarı ihtiyacı öğrenilmiş ihtiyaçların üçü arasında en fazla girişimciliğe etki edendir. Ayrıca Hornaday ve Bunker (1970), Peay ve Dyer (1989), Roberts (1991), Ceylan ve Demircan (2002), Topaloğlu (2006), Naktiyok ve Timuroğlu (2009), Ören ve Biçkes (2011), Karakaş (2012), Bozkurt ve Erdurur (2013), Özdemir (2016), Özçoban (2018) yaptıkları çalışmalarda başarı ve/veya güç ihtiyaçlarının girişimcilik eğilimini pozitif yönde etkilediği sonucuna ulaşmışlardır. Fakat diğer çalışmaların aksine, bu çalışmada başarı ve güç ihtiyacının girişimcilik eğilimine etkisine ilişkin değerler anlamlı bir etki olamayacak kadar düşük seviyede çıkmıştır.

Elde edilen bulgular neticesinde bağlanma ihtiyaç düzeyinin çok düşük çıkması ve girişimcilik eğilimi üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaması; Lachman (1980), Apospori vd., (2005) çalışmalarını desteklemektedir (Topaloğlu, 2006: 96'dan aktaran; Özçoban, 2018:95). Ayrıca Hornaday ve Bunker (1970), Topaloğlu (2006), Özçoban (2018) çalışmalarında bağlanma ihtiyacın girişimcilik eğilimine etkisinin düşük düzeyde olduğunu bulurken; Ceylan ve Demircan (2002) ise bağlanma ihtiyacının girişimcilik eğilimini topluma faydalı olma arzusu hususunda etkilediği sonucuna ulaşmıştır.

Elde edilen bulgular neticesinde düşünme ihtiyacının girişimcilik eğilimini etkilemesi Karabey (2013) ve Özçoban (2018)'in çalışmalarındaki bulguları desteklemekte; ekonomik ihtiyaçlarının girişimcilik eğilimini etkilemesi ise Maksüdünov (2018), Marangoz ve Aydın (2018)'in çalışmalarındaki bulguları desteklemektedir. Bu çalışmada, öğrencilerin girişimcilik eğilimi konusunda özellikle düşünme ihtiyacı ve ekonomik ihtiyaçlar tarafından motive oldukları sonucu çıkmaktadır.

Elde edilen bulgular neticesinde başarı, güç ve bağlanma ihtiyaçlarının kişisel tutum üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığı gözlemlenmiştir. Buna karşın kişisel tutumun; düşünme ihtiyacı ve ekonomik ihtiyaçlardan etkilendiği tespit edilmiştir. Düşünme ihtiyacı, öğrencileri yeni deneyimlere açık olma, yeni şeyler öğrenme, yeni fikirler üretme, sıkıcı ve rutin işlerden ziyade düşünmeyi derinleştiren ortamlarda ve bilişsel projeler üretmeye dayalı faaliyetlerde bulunma gibi konularda güdüleyerek girişimciliği onlar için daha arzu edilir hale getirmiş, dolayısıyla iyimser bir tutum göstermelerini sağlamış olabilir. Ekonomik ihtiyaçlar, öğrencileri ek gelir elde etme, iş gören olarak kazanacağından daha fazla kazanacakları kârlı işlerle uğraşma, ekonomik olarak bağımsızlık kazanma, parasal anlamda servete kavuşup refah içinde yaşama gibi konularda güdüleyerek girişimci olmayı onlar için cazip kılmış, dolayısıyla tutumlarını ciddi ölçüde etkilemiş olabilir. Bu güdülerin girişimciliği öğrenciler için cazip ve arzulanabilir kıldığı görülmektedir.

Elde edilen bulgular neticesinde güç ve bağlanma ihtiyaçlarının algılanan davranışsal kontrol üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığı gözlemlenmiştir. Buna karşın algılanan davranışsal kontrolün; başarı ihtiyacı, düşünme ihtiyacı ve ekonomik ihtiyaçlardan etkilendiği tespit edilmiştir. Başarı ihtiyacının girişimciliğe yönelik algılanan davranışsal kontrolünü olumlu etkilemesinin nedeni; başarı ihtiyacıyla öğrencilerin başarılı olacağına dair kendi becerilerine güvenme, sorumluluk alabilme, başarı azmiyle uzun saatler çalışabilme, başarıya ulaşmak için kararlı ve ısrarcı olma, başarıya ulaşma yolunda zorluklardan yılmama gibi konularda güdülenmesi olabilir. Düşünme ihtiyacının girişimciliğe yönelik algılanan davranışsal kontrolü önemli ölçüde etkilemesinin nedeni; düşünme ihtiyacıyla öğrencilerin zahmetli bilişsel işlere katılma ve bunlardan zevk alma, analitik düşünerek karşılaşacağı her türlü problemi çözebileceğine inanma, karmaşık durumların üstesinden gelebilme gibi konularda güdülenmesi olabilir. Ekonomik ihtiyaçların girişimciliğe yönelik algılanan davranışsal kontrolü önemli ölçüde etkilemesinin nedeni ise; öğrencilerin girişimcilikten yüksek kazançlar elde edebilme kabiliyetlerine güveniyor olması ve bu bağlamda girişimciliği kendisine finansal anlamda avantajlı olarak görmesinden kaynaklanıyor olabilir. Girişimcilik her ne kadar risk faktörü içerse de bu güdülerin öğrencilere cesaret verdiği ve o işi yapabilecekleri konusunda öz yetkinlik duygusu aşıladığı görülmektedir.

Elde edilen bulgular neticesinde, motivasyon faktörlerinin alt boyutları ile öznel norm arasındaki modelin anlamlı olmadığı saptanmıştır. Bu güdüler beraber ele alındığında öğrencilerin girişimci olup olmamaya karar verme noktasında algılanan sosyal baskıyı azaltma veya artırmada bir etkisi olmadığı görülmektedir.

Araştırmanın hipotezlerini sınamak amacıyla, Planlanmış Davranış Teorisinin alt boyutlarının da girişimcilik eğilimine etkisi incelenmiştir. Çoklu regresyon analizinde elde edilen bulgular değerlendirildiğinde; kişisel tutum ve algılanan davranışsal kontrolün girişimcilik eğilimine kuvvetli derecede etkisi olduğu tespit edilirken; öznel normun girişimcilik eğiliminde anlamlı bir etkisine rastlanmamıştır. Bu bulgular; Ekici (2016), Vardar (2018), Yeşilay ve Yavaş (2017), Çetinkaya (2014), Kalkan (2011/2)'in çalışmalarını destekler niteliktedir. Bu bağlamda; girişimciliğin bir kişinin zihninde olumlu yer etmesi ve arzulanabilir olmasının yanı sıra kişinin girişimciliği yapabilecek

kabiliyetleri kendinde görmesi, bu konuda kendini donanımlı hissetmesi ve özgüvenli olması onun kendi işini kurma niyetini oldukça etkilediği görülmektedir. Öte yandan bu çalışmada; aile ve arkadaşların görüş, tavsiye ve onayının, çevrenin tesiri altında kalma ve algılanan sosyal baskının girişimcilik eğilimine anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmektedir.

Araştırmadan elde edilen bulgular neticesinde özellikle düşünme ihtiyacı ve ekonomik ihtiyaçların girişimcilik eğilimini konusunda öğrencileri daha fazla motive ettiği dikkat çekmektedir. Bu durumda analitik ve rasyonel düşünmeye, akıl yürütmeye, problem çözmeye, karmaşık olay ve durumları yorumlamaya, zihinsel aktivitelere katılmaya dayalı bir eğitim sistemi gençlere olayları anlamlandırma konusunda daha geniş bir bakış açısı kazandırarak toplumsal problemleri çözmeye yönelik girişimlerde bulunmalarına sevk edebilir. Böylelikle bilgi toplama kabiliyetleri de geliştireceğinden pazardaki yeni fırsatları keşfedebilir, inovasyona dayalı girişimlerde bulunabilirler. Ayrıca girişimci olduktan sonra karşılaşacakları sorunlar karşısında daha hızlı çözüm üretmelerini ve karar vermelerini sağlayabilir. Bununla beraber, gençleri girişimciliğe yönlendirmede ekonomik ihtiyaçların da önemli payı olduğundan devlet bu konuda gençlere finansal anlamda daha fazla destek verip onları girişimciliğe teşvik edebilir.

Öte yandan güç ve bağlanma ihtiyaçlarının her ne kadar bu araştırma neticesinde girişimcilik eğilimi ve Planlanmış Davranış Teorisi Alt boyutları üzerinde etkisi çok düşük kalsa da, bu güdülerin etkisi başka çalışmalarda da incelenmelidir. Güç ihtiyacı, öğrencileri sosyal statü ve prestij elde ederek dikkatleri üzerine çekme, başkalarına emir verme, onları kontrol etme ve kendi hedefleri doğrultusunda yönlendirme, başkası altında çalışmaktan organizasyonu koordine edici ve faaliyetleri yönlendirici kişi olma yani insanlar ve kaynaklar üzerinde hakimiyet kurma gibi konularda güdüleyerek onları kendi işinin patronu olmaya isteklendirebilir, dolayısıyla girişimciliğe karşı olumlu tutum beslemelerini sağlayabilir. Ayrıca güç ihtiyacı; öğrencilerin özgüvenli olma, kendini her işte üstün görme, her işte kontrolü alacağına ve yetki ile sorumluluğu üstlenebileceğine inanması, düzenli ve disiplinli bir çalışma etiği gibi konularda güdüleyerek algılanan davranışsal kontrolü olumlu etkileyebilir. Bağlanma ihtiyacı ise girişimcilere başkalarıyla pozitif ilişkiler kurma, onlarla iş bağlama ve ortaklıklar kurma, kendi işletmesindeki çalışanları tarafından sevilen bir patron olmasını sağlama, iş yerindeki çatışma ortamını yatıştırma ve olayları tatlıya bağlama gibi konularda yardımcı olabilir. Ayrıca bağlanma ihtiyacının, kişileri kâr amacı gütmeyen topluma fayda sağlama, insanlara yardımcı olma ve onların dertlerine çare bulmaya yönelik girişimci faaliyetler gerçekleştirme konusunda güdülemesi olasıdır. Bu durumda özellikle sosyal girişimciler üzerinde bağlanma ihtiyacının etkisini araştırmaya yönelik çalışmalar yapılabilir.

KAYNAKÇA

- Ahmad, N.; Seymour, R.G.(2008). Defining Entrepreneurial Activity: Definitions Supporting Frameworks for Data Collection, OECD Statistics Working Paper, 1-18.
- Ajzen, I. (2012). Martin Fishbein's Legacy: The Reasoned Action Approach. The Annals of the American Academy of Political and Social Science, 640, 11-27.
- Ajzen, I.; Fishbein, M. (2010). Predicting and Changing Behavior: A Reasoned Action Approach. New York: Psychology Press: Taylor and Francis Group,
- Aksoy, B.; Koçancı, M.; Namal, M.K. (2019). Girişimcilik Motivasyonu: Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi Katılımcıları Örneği, Yönetim ve Ekonomi, 26(1), 109 - 129.
- Antalyalı, Ö. L.; Bolat, Ö. (2017). Öğrenilmiş İhtiyaçlar Bağlamında Temel Motivasyon Kaynakları (TMK) Ölçeğinin Geliştirilmesi, Güvenilirlik ve Geçerlilik Analizi. AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 17(1), 83-114.
- Aytaç, B. (2008). Ticaret Meslek Liselerinde Okuyan Öğrencilerin Yüksek Öğretime Yönelik Motivasyon Düzeylerinin Araştırılması. Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Muğla.

- Berber, A. (2000). Girişimci ile Yönetici Profiline Karşılaştırılması ve Girişimcilikten Yöneticiliğe Geçiş Süreci. İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, 29(1), 23-44.
- Birçek, A. (2008). Girişimci Kişilik Özelliklerinin Liderlik Bağlamında İncelenmesi. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale.
- Bozkurt, Ö. ; Ercan, A. ; Yurt, İ. (2018). Bireysel Değerler ile Girişimcilik Eğilimi Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi: Düzce Üniversitesi Örneği. Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 13(1), 43-55.
- Bozkurt, Ö.; Erdurur, K. (2013). Girişimci Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimindeki Etkisi: Potansiyel Girişimciler Üzerine Bir Araştırma. Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 8(2), 57-78.
- Cabar, H. (2006). Türkiye’de Girişimcilik Kültürünün Oluşmasında Etkili Faktörler ve Denizli Örneği. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kütahya.
- Cacioppo, J. T.; Petty, R. E. (1982). The Need for Cognition. Journal of Personality and Social Psychology, 42(1), 116-131.
- Cacioppo, J.T.; Petty, R.E; Kao, C.F. (1984). The Efficient Assesment of Need for Cognition. Journal of Personel Assessment, 48(3), 306-307.
- Carland, J.W.; Hoy, F. , William R.B.; Carland, J.A.C. (1984). Differentiating Entrepreneurs from Small Business Owners: A Conceptualization. Academy of Management Review, 9(2), 354-359.
- Ceylan, A.; Demircan, N. (2002). Girişimcilerin Başarı, Güç ve Yakın İlişki İhtiyaçlarının Kişilik Özellikleri ile İlişkisi Üzerine Düzce Bölgesi’ndeki Kobi’lerde Bir Araştırma. 21. Yüzyılda Kobi’ler: Sorunlar, Fırsatlar ve Çözüm Önerileri Sempozyumu, Doğu Akdeniz Üniversitesi, İşletme Fakültesi, 03-04 Ocak K.K.T.C. , 1-19.
- Coelho, G. L. H.; Hanel, P.H.P.; Wolf, L.J. (2018). The Very Efficient Assessment Of Need for Cognition: Developing a Six-Item Version. Assessment, <https://doi.org/10.1177/1073191118793208>.
- Çelik, A.; İnce, M.; Bozyiğit, S. (2014). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Niyetlerini Etkileyen Ailesel Faktörleri Belirlemeye Yönelik Bir Çalışma. Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 7(3), 113-124.
- Çetinkaya B. Ö. (2014). Planlanmış Davranış Teorisi Çerçevesinde Öğrencilerin Girişimci Olma Niyetlerinin İncelenmesi. Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi, 3(1), 27-46.
- Çevik, E. (2006). Girişimcilerin Girişimcilik Tipleri ile Çalışma Amaçları Arasındaki İlişki. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Demirci, A.E. (2013). Cross-Cultural Differences in Entrepreneurial Tendencies: An Exploratory View in Turkey And Canada. (Ed: Nelson O. Ndubisi, Charles A. Rarick). International Journal of Entrepreneurship, 17, 21-40.
- Durak, İ. (2011). Girişimciliği Etkileyen Çevresel Faktörlerle İlgili Girişimcilerin Tutumları: Bir Alan Araştırması. Yönetim Bilimleri Dergisi, 9(2), 193-213.
- Enslin, H.K.K. (2010). An Assessment of Intrapreneurship in Public Secondary Educational Institutions. North-West University, Master in Business Administration, Potchefstroom.
- Erbatu, G. (2008). Kültürel Boyutları İçerisinde Girişimcilik Eğilimi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans, İstanbul.
- Gillmore, R. M.; Archibald, Matthew; Morrison, Diane; Wilsdon, Anthony; Wells, Elizabeth; Hoppe, Marilyn; Nahom, Deborah; Murowchick, Elise (2002). Teen

- Sexual Behavior: Applicability of the Theory of Reasoned Action. *Journal of Marriage and Family*, 64(4), 885-897.
- Gümüş, S. ; Sezgin, B. (2012). Motivasyonun Örgütsel Bağlılığa ve Performansa Etkisi. İstanbul: Hiperlink Yayınları, 1.Baskı.
- Ireland, R. D.; Hitt, M. A.; Camp, S. M. ; Sexton, D. L. (2001). Integrating Entrepreneurship and Strategic Management Actions to Create Wealth. *Academy of Management Executive*, 15(1), 49-63.
- Kalkan, A. (2011/2). Kişisel Tutum, Öznel Norm ve Algılanan Davranış Kontrolünün Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı:14, 189-206.
- Kara, A. (2018). Yüksek Öğretim Kurumlarında Spor Eğitimi Alan Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimi ve Liderlik Özellikleri Üzerine Bir Araştırma. İstanbul Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Karagöz, M. (2009). Girişimcilik Profili Araştırması: Isparta İli Örneği. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Isparta.
- Karakaş, A.F.(2012). İşletme ve Mühendislik Bölümü Öğrencilerinin Girişimcilik Eğiliminin Araştırılması: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Örneği, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale.
- Kalfaoğlu, S. (2017). Duygusal Zeka İle Girişimcilik Eğilimi İlişkisi: Dega Katılımcıları Üzerine Bir Araştırma. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir.
- Karabey, C. N. (2013). Girişimsel Düşünceyi Anlamak: Düşünme Tarzı ve Risk Tercihinin Girişimsel Özyetkinlik ve Girişimcilik Niyeti ile İlişkisi. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 18(3), 143-159.
- Krueger, N.F. ; Brazeal, J.D.V. (1994) , “Entrepreneurial Potential and Potential Entrepreneurs”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, Cilt:18, Sayı:3
- Krueger, N. F.; Reilly, M.D.; Carsrud, A.L. (2000). Competing Models of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Business*, 15(5-6), 411-432.
- Leroy, H.; Maes, J. ; Sels, L. ; Debrulle, J. (2009). Gender Effects on Entrepreneurial Intentions: A TPB Multi-Group Analysis at Factor and Indicator Level. Paper presented at the Academy of Management Annual Meeting, Chicago- USA, 7-11 August 2009, 1-28.
- Linan, F.; Chen, Y.W. (2009). Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593-617.
- Maksüdünov, A. (2018). Girişimcilik Motivasyonunu Etkileyen Faktörler: Kırgızistan ve Hindistan’da Lisansüstü Öğrenciler Üzerine Karşılaştırmalı Bir Araştırma. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15(41),38-56.
- Marangoz, M.; Aydın, A. E. (2018). Girişimcilik Motivasyonları ve Engellerine İlişkin Algıların Girişimcilik Niyetine Etkisi: Üniversite Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 13(1), 69-78.
- Morris, M.H.; Lewis, P.S. (1995). The Determinants of Entrepreneurial Activity: Implication for Marketing. *European Journal of Marketing*, 29(7), 31-48.
- 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.

- Oksay, A. (2005). Çalışanlarda İş Tatmini: Sağlık Sektörü Üzerine Bir Araştırma. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Isparta.
- Ören, Kenan; Biçkes, Mehmet (2011). Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Potansiyeli Üzerindeki Etkileri (Nevşehir'deki Yüksek Öğrenim Öğrencileri Üzerinde Yapılan Bir Araştırma). Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 16(3), 67-68.
- Özçoban, E. (2018). Temel Motivasyon Kaynaklarının Girişimcilik Eğilimi Üzerine Etkisi: Süleyman Demirel Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Isparta.
- Özdemir, A.; Saygılı, M.; Yıldırım, K. (2016). Risk Alma Eğilimi ve Başarma İhtiyacının Girişimcilik Potansiyeline Etkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. İşletme Bilimi Dergisi, 4(2), 121-140.
- Özdemir, Ö.G. (2012). Ekonomik Gelişme ve Girişimcilik: İnovatif Girişimciliğin Yeni Değer Yaratımında Rolü. E-Journal of New World Sciences Academy, 7(1), 1-18.
- Özgüner, M. (2015). Girişimcilik Tipleri ve Kişilik Tipleri İlişkisi Üzerine Bir İnceleme. Route Educational and Social Science Journal, 2(1), 148-160.
- Peay, T.R. ; Dyer, W.G. (1989). Power Orientations of Entrepreneurs and Succession Planning. Journal of Small Business Management; 27(1), 47-52.
- Rauch, A.; Frese, M. (2007). Born to Be an Entrepreneur? Revisiting the Personality Approach to Entrepreneurship. (Ed.: J. Robert Baum, Michael Frese, Robert A. Baron), The Organizational Frontiers. The Psychology of Entrepreneurship, Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 41-65.
- Sevinç, H. (2015). Kamu Çalışanlarının Motivasyonunda Kullanılan Araçlar. Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 8(39), 944-964.
- 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(Özel Sayı), 21-28.
- Shane, S.; Locke, E.A. ; Collins, C.J. (2003). Entrepreneurial Motivation. Human Resource Management Review, 13(2), 257-279.
- Shook, C.L.; Bratianu, C. (2010). Entrepreneurial Intent in a Transitional Economy: An Application of the Theory of Planned Behavior to Romanian Students. International Entrepreneurship and Management Journal, 6(3), 231-247.
- Tok, E. (2010). Okul Öncesi 1. Sınıf Öğretmen Adaylarının Düşünme İhtiyaçları ve Düşünme İhtiyacına Yönelik Görüşleri (Pamukkale Üniversitesi Örneği). Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi, 7 (2), 46-62.
- Tunç, B. (2007). İşletmelerde Yaratıcılık Yenilikçilik Girişimcilik Yönetimi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İzmir.
- Tutar, H.; Küçük, O. (2003). Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi. Ankara: Seçkin Yayıncılık, 1.Baskı.
- Vardar, Alpay (2018). Girişimcilik Niyetine Etki Eden Değişkenlerin Planlanmış Davranış Teorisi Çerçevesinde Analizi: Açıköğretim Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma. Eskişehir Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Eskişehir.
- Yeşilay, R. B.; Yavaş, V. (2017). Öğrencilerin Girişimcilik Niyetinin Planlanmış Davranış Teorisi Çerçevesinde İncelenmesi: Sivil Havacılık Alanında Öğrenim Gören Önlisans Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi, 6(1), 145-172.