

# Temel Motivasyon Kaynaklarının Girişimcilik Eğilimi Üzerine Etkisi: Süleyman Demirel Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma\*

Ercan ÖZÇOBAN\*\*  
Ahmet Sait ÖZKUL\*\*\*

Alınış Tarihi: 14 Aralık 2018

Kabul Tarihi: 10 Haziran 2019

**Öz:** Bu çalışmada, üniversite öğrencilerinin temel motivasyon kaynaklarının, girişimcilik eğilimleri/niyetleri üzerindeki etkisi incelenmektedir. Çalışmanın örneklemi, Süleyman Demirel Üniversitesi bünyesindeki 4 fakülte ve 6 meslek yüksekokulunda okuyan toplam 902 öğrenciden oluşmaktadır. Öğrencilerin temel motivasyon kaynaklarının girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisini ölçmek amacıyla, Yılmaz ve Sümbül'ün (2009) geliştirmiş olduğu "Girişimcilik Ölçeği" kullanılmıştır. Temel motivasyon kaynaklarının incelenmesi için ise Antalyalı ve Bolat'ın (2017) geliştirmiş olduğu "Temel Motivasyon Kaynakları (TMK)" ölçeği kullanılmıştır. Çalışmada temel motivasyon kaynaklarının (güç, başarı, bağlanma, düşünme), girişimcilik faktörlerini (risk, fırsatları değerlendirme, liderlik, gelecek, kararlılık, dış etkenlere karşı bireysel güç) pozitif yönde etkilediği tespit edilmiştir. En etkili motivasyon kaynağının düşünme ihtiyacı olduğu, en düşük etkiye sahip motivasyon kaynağının da bağlanma ihtiyacı olduğu görülmüştür. Ayrıca kadınların girişimcilik eğilimlerinin daha düşük olduğu, yine motivasyon kaynaklarının girişimciliği etkileme gücünün kadınlarda daha düşük olduğu araştırmanın diğer önemli bulgularıdır.

**Anahtar Kelimeler:** Girişimcilik Eğilimi, Temel Motivasyon Kaynakları, Düşünme İhtiyacı, Cinsiyet

## *The Effect of Basic Motivation Resources on Entrepreneurial Tendency: A Research on Süleyman Demirel University Students*

**Abstract:** In this study, the effect of basic motivation resources on entrepreneurial tendencies/intentions of the university students are examined. The sampling of the study consists of 902 students from 4 faculties and 6 vocational schools in Süleyman Demirel University. Yılmaz and Sümbül (2009) "Entrepreneurship Scale" was used to measure the effect of basic motivation resources of students on entrepreneurship tendency. In order to examine the main resources of motivation, "Basic Motivation Resources (TMK)" scale developed by Antalyalı and Bolat (2017) was used. It was determined in the study that the basic motivation resources (power, success, attachment, cognition) influenced entrepreneurship factors (risk, opportunity evaluation, leadership, future, stability, individual power against external factors) positively. It is seen that the need for cognition is the most effective motivation resource and the need for attachment has the least effect. In addition, it is the other important findings of the study that women's entrepreneurial tendencies are lower and that the motivation resources in women are less effective to influence entrepreneurship.

**Keywords:** Entrepreneurship Tendency, Basic Motivation Resources, Need for Cognition, Gender

\* Bu çalışma, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı bünyesinde, Dr. Öğretim Üyesi Ahmet Sait ÖZKUL danışmanlığında Ercan ÖZÇOBAN tarafından hazırlanan, "Temel Motivasyon Kaynaklarının Girişimcilik Eğilimi Üzerine Etkisi: Süleyman Demirel Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma" adlı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

\*\* Yüksek Lisans Öğrencisi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı

\*\*\* Dr. Öğretim Üyesi, Süleyman Demirel Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü

Atatürk  
Üniversitesi

## **I. Giriş**

Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçiş sürecinde ekonomik gelişmeyi belirleyen önemli etkenlerden biri girişimciliktir. Bir ülkenin kalkınması, gelişmesi ve büyümesi için girişimcilerin yetiştirilmesi önemlidir. Çünkü girişimcilik, toplumsal ve bireysel refahı sağlamada ve bireylerin yaşam standartlarını yükseltmede önemli katkılar sağlamaktadır (Balaban ve Özdemir, 2008: 134). Yapılan araştırmalarda, yüksek girişimcilik faaliyetleri olan ülkelerin ekonomik büyümeleri, ortalamanın üzerinde olduğu görülmektedir. Girişimcilik faaliyetleri yüksek olan Almanya, Kanada, İtalya, Fransa, Amerika ve Japonya'da girişimcilik seviyesi ile yıllık ekonomik gelişme arasında kuvvetli bir ilişki bulunmaktadır (Keleş, 2012: 108). Bu bağlamda Türkiye'nin ve dünyanın, ekonomik ve sosyal süreçlerinde etkin rol alma niyeti olan bireylerin, girişimcilik potansiyelinin artırılması/geliştirilmesinin önemli olduğu belirtilebilir.

Girişimcilik eğilimi ile ilgili çalışmalarda, Robinson (1991) ve Koh (1996), girişimcilik eğilimini etkileyen unsurların; risk alma, içsel kontrol odağı, belirsizliğe karşı tolerans, kendine güvenme, başarıma isteği ve yenilikçilik olduğunu tespit etmişlerdir (İrmiş ve Barutçu, 2012: 3). Yockey ve Rose (2002) sosyolojik ve çevresel faktörlerin, Lüthje ve Franke (2003) kişisel özelliklerinin, Karr (1985) demografik faktörlerin, Wang ve Wong (2004) ise cinsiyetin, eğitim düzeyinin ve ailede girişimci olmasının, girişimcilik eğilimini etkileyen faktörler olduklarını gözlemlemişlerdir. Türkiye'de Gürol ve Atsan'ın (2006), üniversite öğrencileri üzerinde yapmış oldukları araştırmanın sonucunda, girişimci eğilime sahip olan öğrencilerin, sahip olmayanlara göre başarıma isteği, içsel kontrol odağı, risk alma ve yenilikçilik özelliklerinin, öne çıktığı tespit edilmiştir. Atatürk Üniversitesinde Emsen ve arkadaşları (2001) tarafından yapılan çalışmada, kırsal alanda yaşayan, gelir seviyesi yüksek olan ve babası serbest işlerde çalışan erkek öğrencilerin girişimcilik eğilimlerinin daha yüksek olduğu ifade edilmiştir (Çalışkan vd., 2012: 26). Girişimcilik eğilimi/niyeti; eğitim, yaş, aile, motivasyon, kültür, çevre ve kişilik özellikleri gibi faktörlerden etkilenmektedir. Ayrıca bazı çalışmalar tarafından Schwartz'ın motivasyonel değerler (güç, başarı, evrensel düşünce, hazcılık, teşvik ediciler, kendini yönlendirme, yardımseverlik, geleneksellik, uygunluk, güvenlik) olarak belirlediği faktörlerin, girişimcilik eğilimini pozitif yönde etkilediği tespit edilmiştir (Naktiyok ve Timuroğlu, 2009: 85-103).

Bu çalışmanın konusu da geleceğin girişimcileri olan üniversite öğrencilerinin, temel motivasyon kaynaklarının (başarı, bağlanma, güç ve düşünme) girişimcilik eğilimlerine olan etkisinin araştırılması üzerinedir. Bu bağlamda çalışmanın, girişimcilik ve motivasyon kaynakları arasındaki ilişkiyi ortaya koyarak literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

## II. Girişimcilik Eğilimi

Bireylerin girişimcilik davranışının ortaya çıkmasını sağlayan girişimcilik arzusu, literatürde girişimcilik eğilimi, girişimcilik yatkınlığı, girişimcilik yeteneği, girişimcilik ilgisi gibi kavramlarla ifade edilse de girişimcilik eğilimi, “*bireyin bir davranışı gerçekleştirip gerçekleştirmeyeceğini belirleyen, o davranışa yönelik niyet*” şeklinde tarif edilmektedir. Bu tanımın gerekçesi ise niyetin davranışa temel oluşturmasıdır (Marangoz vd., 2014: 79-80). Çünkü niyetler davranışları yönlendirmektedir. İnsanın davranışlarındaki isteğini ve çabasını belirleyen, insanın niyeti olduğu gibi yeni bir iş kurma fikrindeki ilk adımı da niyetler oluşturmaktadır. Girişimcilik, fırsatların değerlendirilmesiyle alakalı süreç olduğundan, tesadüflerden ziyade bilinçli davranışların sonucu olarak ortaya çıkmaktadır (Özdemir, 2010: 120).

Bireylerin girişimci olma nedenleri konusu literatürde çok tartışılmış ve bu tartışmaların sonucunda insanları girişimcilik faaliyetlerine iten faktörlerden bazıları şu şekilde sıralanmıştır (Aktürk, 2012: 19):

- Bağımsızlık ve kendini gerçekleştirme isteği,
- Kendi fikirlerini gerçekleştirme arzusu,
- Pazarda bir fırsat keşfetme arzusu,
- Toplum içinde daha büyük bir saygınlık ve prestij kazanma isteği,
- Diğerlerinden daha iyi yapma arzusu,
- Yüksek ve performansa dayalı bir gelir isteği,
- Çoğu zaman şimdiki işinden memnun olmama veya işten çıkarılma riskinden kaçınma duygusu,
- İşsizlikten kurtulmak için bir çıkış yolu arama arzusu,
- Yüksek hedeflere ulaşabilme isteğidir.

## III. Temel Motivasyon Kaynakları

Sosyal bir varlık olan insanın nerede, ne zaman ve nasıl davranacağı, ihtiyaç ve isteklerinin neler olduğu devamlı araştırılmış ve insanları güdülemek amacıyla bir dizi teori ve modeller geliştirilmiştir. Taylor’un özendirici ücret sisteminin kullanımı ile başlayan motivasyon teorileri ihtiyaç (içerik) ve süreç teorileri olmak üzere iki ana grupta incelenmektedir. İçerik kuramları, bireylerin motive olmak için karşılaması gereken ihtiyaçlarını ele alırken, süreç kuramları ise bireyin motivasyonu için diğerlerinin neler yapabileceklerini incelemektedirler (Antalyalı ve Bolat, 2017: 85). Motivasyonla ilgili daha kapsamlı bir ihtiyaç teorisi olan ve özellikle iş motivasyonu ile ilgilenen, David McClelland’ın geliştirmiş olduğu başarıma ihtiyacı teorisidir. McClelland, insanların davranışlarını etkileyen üç temel motivasyon kaynağından bahsetmektedir. Bunlar başarı ihtiyacı, bağlanma ihtiyacı (ait olma) ve güç ihtiyacıdır (Burnham, 1997: 3).

McClelland’ın araştırdığı temel ihtiyaçlar (başarı, bağlanma, güç) sonraki araştırmacılar tarafından iş motivasyonu ve genel motivasyon araştırmalarında, kullanılmıştır. Bu ihtiyaçlar insanları motive etmenin yanında,

*Temel Motivasyon Kaynaklarının Girişimcilik Eğilimi Üzerine Etkisi: Süleyman Demirel Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma*

insanların hedeflerini ve neye ilgi duyduklarını içermektedir. McClelland'ın sistematize ettiği temel ihtiyaçların dışında kalan ihtiyaçlar daha sonra, araştırmalarda tartışılmıştır. Bunların içerisinde öncesinde Maslow (1970) tarafından bahsedilen ve özellikle Cacioppo ve Petty'nin (1982) araştırdığı düşünme ihtiyacı McClelland'ın üçlü yapısından ayrı bir başlık olarak ortaya çıkmaktadır (Antalyalı ve Bolat, 2017: 85).

Literatürde temel motivasyon kaynakları (güç, başarı, bağlanma) ihtiyaçları olarak ifade edilmektedir. Bunun yanında son dönemdeki çalışmalarda bu üçlü yapıya *düşünme ihtiyacı* da eklenerek (örn. Antalyalı ve Bolat, 2017: 86), temel motivasyon kaynakları dördümlü yapı şeklinde ele alınmıştır.

**Başarı İhtiyacı:** McClelland, kuramında başarı ihtiyacı üzerine ağırlık vermekte ve başarı ihtiyacının özelliklerini şu şekilde belirtmektedir (Ay, 2007: 67):

- Zor işleri başarmak, nesnelere, insanlara ve düşüncelere hakim olmak, onları kullanmak ve düzenlemek.
- Engelleri bertaraf edip yüksek standartlara ulaşmak.
- Kendini aşmak.
- Başkalarıyla yarışmak ve onları geçmek.
- Yeteneklerini başarıyla kullanarak öz saygısını arttırmaktır.

İnsanların çoğunda başarı ihtiyacı bulunmakta fakat bu ihtiyacı ortaya çıkaracak ortamı ve fırsatı bulamamaktadırlar. Bunun sebebi ihtiyaçların şiddeti, kişilere, toplumlara ve kültürlere göre farklılık göstermesidir. İnsanların, kendi alanlarında başarılı ve mükemmel olma gibi istek ve duyguları, başarı güdüsüyle izah edilmektedir. Başarı ihtiyacı yüksek kişilerin girişimcilik, risk alma eğilimi, sabır ve fırsatları değerlendirme gibi öne çıkan davranışları bulunmaktadır. Yüksek başarı güdüsüne sahip olan insanlar, ulaşılması güç ve emek gerektiren, hedefler belirlemede ve bunlara ulaşmak için gerekli olan bilgi ve tecrübeyi kazandıktan sonra bunları kullanacak davranışlar sergilemektedirler (Aytaç, 2008: 28, 31).

**Güç İhtiyacı:** İnsanın çevresine hakim olma isteğinin neticesinde ortaya çıkmaktadır. Bu sebeple insan çevresiyle olan ilişkisinde etkinliğini artıracak her türlü araca başvurmaktadır. Güç ihtiyacı, insanların tavır ve davranışlarını değiştirmek için onları etkileme, insanları kontrol etme, diğerlerinin üzerinde otorite kurma, bilgi ve kaynaklar üzerinde kontrol kazanma ve rakibi ya da düşmanı yenme olarak da ifade edilmektedir (Ay, 2007: 67). Güç güdüsüyle hareket eden girişimcilerin, çalışanlar tarafından sevilmeğe çok, onlara etki etmeyi ve kontrol altına almayı tercih ettikleri görülmektedir. Bu sebepten dolayı girişimci kişiler, başkalarının hakimiyeti altında çalışmayı istememektedirler. Güç ihtiyacı girişimcileri harekete geçirip onları amaçları doğrultusunda ilerlemelerini sağlamaktadır. Girişimcilerin başarılı olabilmesi için güç güdüsünün tek başına yeterli olmadığı, başarı güdüsüyle birlikte anlam kazandırdığı belirtilmektedir (Ceylan ve Demircan, 2002: 4).

**Bağlanma (Ait Olma) İhtiyacı:** Bağlanma ihtiyacı, insanlar tarafından sevilme, bir grup ya da takımın üyesi olarak kabul edilme, dost ve yardımsever insanlarla birlikte çalışma, ilişkilerde uyumu koruma, çatışmalardan kaçınma ve sosyal faaliyetlere katılma olarak ifade edilmektedir (Ay, 2007: 67). Yüksek bağlanma ihtiyacına sahip olan bireyler, başarıya ulaşmak için başkalarıyla yakın ilişki içinde olma arzusuna sahiptirler. Başkalarıyla pozitif ilişkiler kurma, bu ilişkileri sürdürme ve sevdikleri kişiler tarafından onaylanma isteği, bu güdüye sahip kişilerin özellikleri arasında yer almaktadır (Ceylan ve Demircan, 2002: 4).

**Düşünme İhtiyacı:** Kişilerin düşünmeyi gerektiren zihinsel süreçlerinde gayret sarf ederek keyif alma durumu olarak tanımlanmaktadır (Cacioppo vd., 1982: 116). Ayrıca, yaşadığı dünyayı anlama ve akla uygun açıklama gereksinimi olarak da ifade edilmektedir. Yüksek düşünme ihtiyacı olan bireylerde, emek gerektiren bilişsel uğraşlardan zevk alma ve bu uğraşlarla meşgul olma gibi özellikler görülmektedir. Bazı deneysel bulgular, düşünme ihtiyacının çaba gerektiren bilgi süreçleri ile pozitif bir ilişki içerisinde olduğunu göstermektedir. Örneğin, düşünme ihtiyacı yüksek olan bireyler ile düşük olan bireyler karşılaştırıldığında, yüksek düşünme ihtiyacı olan bireylerin, karmaşık bilgileri kısa zamanda hatırladığı ve herhangi bir konu ile ilgili olarak daha çok fikir üretebildiği görülmektedir. Düşünme ihtiyacı ile ilgili yapılan araştırmalar, birçok bilişsel performansın doğrudan düşünme ihtiyacı ile ilişkisi olduğunu göstermektedir (Saraçoğlu ve Çengel, 2013: 5).

#### IV. Araştırma Metodolojisi

##### A. Katılımcılar

Araştırmanın evreni, 2016–2017 eğitim - öğretim yılı bahar döneminde Süleyman Demirel Üniversitesi bünyesinde eğitim gören yaklaşık 82 bin lisans ve ön lisans öğrencisidir. Örneklem büyüklüğü %95 güven aralığı dikkate alındığında ulaşılması gereken minimum kişi sayısı 384'tür. Araştırmada, Süleyman Demirel Üniversitesi bünyesindeki dört fakülte (İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İletişim Fakültesi, Mühendislik Fakültesi, İlahiyat Fakültesi) ve altı meslek yüksekokulu (Isparta Merkez MYO, Aksu MYO, Gönen MYO, Sütçüler MYO, Yenişarbademli MYO, Yalvaç MYO) öğrencilerine anket uygulanmıştır. Araştırma, kapsamında 1250 öğrenciye ulaşılmıştır. Anketlerin 902'si çalışma kapsamında değerlendirilmeye uygun bulunmuştur.

Katılımcıların 399'u (%44,2) kadın, 503'ü (%55,8) ise erkek öğrencidir. Öğrencilerin 88'i 18 (%9,8), 191'i 19 (%21,2), 222'si 20 (%24,6), 170'i 21 (%18,8) ve 231'i 22 yaş ve üzeridir (%25,6). Lisans öğrenimi görenler 566 (%62,7), ön lisans öğrenimi görenler ise 336 (%37,3) kişidir. Öğrencilerin çoğunluğunda aile bireylerinde girişimci bir kişinin olmadığı görülmektedir. Katılımcıların 121'inin (%13,4) ailesinde girişimci birey bulunmakta, 786'sında (%86,6) ise bulunmamaktadır.

*Temel Motivasyon Kaynaklarının Girişimcilik Eğilimi Üzerine Etkisi: Süleyman Demirel Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma*

Bireylerin girişimci olabilmelerinin temel koşulları, risk alabilmeleri, fırsatları görüp değerlendirmeleri azimli ve hırslı olmalarıdır. Girişimci olmak için temel koşulların yanında girişimcileri harekete geçiren özelliklerin de olması gerekmektedir. Bu özellikler arasında kişilik yapısı, aile, sosyal çevre, eğitim, yenilikçi olma ve hepsini tetikleyen yeterli motivasyon gibi faktörler yer almaktadır (Bozkurt, 2011: 21). Bu bağlamda çalışmanın amacı girişimcilik eğilimini etkileyen önemli faktörlerden birisinin de bireylerin motivasyon kaynakları olduğunu ortaya koymaktır. Çalışmada iş hayatına adım atacak öğrencilerin temel motivasyon kaynaklarının girişimcilik eğilimlerine olan etkisinin yanında, demografik özelliklerinin de (yaş, cinsiyet, eğitim durumu ve girişimcilik dersi alma durumu) girişimcilik niyetlerini nasıl etkilediğini tespit edilmeye çalışılmıştır. Araştırma, temel motivasyon kaynakları ve girişimcilik eğilimlerine ilişkin bundan sonra yapılacak çalışmalara ışık tutması açısından önem taşımaktadır.

*B. Araştırmanın Modeli*

Araştırmada kullanılan analiz teknikleri göz önüne alındığında bu çalışma, kantitatif/nicel bir çalışmadır. Araştırmada uygulanan teknikler *inceleme (survey)* türünde *kolayda* örnekleme modeli uygulanmıştır. Çalışmada, Süleyman Demirel Üniversitesi öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerine etki eden faktörler, çeşitli değişkenler (temel motivasyon kaynakları ve demografik faktörler) açısından incelenmiştir.

Girişimcilerde girişimcilik ruhunun oluşmasında motivasyonun önemli rol oynadığı bilinmektedir. Motivasyonun herkes için aynı şekilde işlemediği, insanları motive eden faktörlerin farklı olduğu ve herkesin motivasyonunun da farklı düzeylerde olduğu ifade edilmektedir. Girişimcilerin bir takım amaçlarını gerçekleştirebilmeleri için çeşitli güdülerle teşvik edilmesi gerekmektedir. Bu sebeple temel motivasyon kaynaklarının bireylerin girişimcilik eğilimlerini etkilediği düşünülmektedir.

Bu durum neticesinde, araştırmanın amacına uygun olarak model geliştirilmiştir. Bu modelde temel motivasyon kaynakları boyutlarının girişimcilik eğilimi boyutlarına etkisi tespit edilmeye çalışılmaktadır. Demografik faktörlerin, girişimcilik eğilimi ve temel motivasyon kaynakları boyutlarına ilişkin anlamlı bir farklılığın olup olmadığına bakılmıştır. Bu bağlamda araştırmanın amacına göre hipotez oluşturulmuş ve test edilmiştir. Söz konusu hipotez aşağıda belirtilmiştir.

*H: Farklı motivasyon kaynakları girişimcilik eğilimi boyutları üzerinde anlamlı ve farklı etkilere sahiptir.*

*C. Veri Toplama Araçları*

Araştırmanın amacına yönelik olarak elde edilmek istenen verilerin toplanmasında anket tekniği kullanılmıştır. Araştırmada üç bölümden oluşan anket formu kullanılmıştır. Anket formunun birinci bölümünde demografik özellikleri belirlemeye yönelik sorular, ikinci bölümünde Yılmaz ve Sümbül'ün

(2009) “*Girişimcilik Ölçeği*”, üçüncü bölümde ise Antalyalı ve Bolat’ın (2017) geliştirmiş oldukları “*Temel Motivasyon Kaynakları (TMK) Ölçeği*” yer almıştır.

**Girişimcilik Ölçeği:** Yılmaz ve Sümbül (2009) tarafından geliştirilen bir ölçektir. Bu ölçek daha önce Bilge ve Bal (2012) tarafından “*Girişimcilik Eğilimi: Celal Bayar Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma*” adlı çalışmada kullanılmıştır. Bilge ve Bal (2012) yaptıkları bu çalışmalarında girişimcilik eğilimi ölçeğinin boyutlarını açıklayıcı faktör analizi sonucunda 6 faktör olarak elde etmişlerdir. Faktörlerde, içerdiği ifadelerin faktör yüklerinin büyüklüğünü dikkate alarak en uygun şekilde isimlendirilmiştir. Elde edilen bulgulara göre girişimcilik eğilim ölçeğinin iç tutarlılık düzeyini ölçen Cronbach Alpha katsayıları; risk alma için 0,83, fırsatları değerlendirme için 0,84, liderlik yönlü olma için 0,65, gelecek odaklılık için 0,72, kararlılık için 0,72, dış etkenlere karşı bireysel güç için 0,72 olarak tespit edilmiştir. Bu veriler ışığında çalışmada, Bilge ve Bal’ın (2012) kullandığı ölçekten yararlanılmıştır. 36 maddenin bulunduğu ölçeğin değerlendirilmesi için “Hiç”ten “Tam”a kadar giden 7’li likert-tipi ölçeklendirme tercih edilmiştir.

Girişimcilik eğilimi ölçeğine ait KMO değeri  $0,956 > 0,50$ ’dir. Bu da verilerin analiz için mükemmel derecede uygun olduğunu göstermektedir. Ölçeğin yapı geçerliliğini sınamak üzere yapılan doğrulayıcı faktör analizi ile ki kare katsayısını önemli oranda düşüren ve faktörün güvenilirliğini azaltan maddeler ile faktör iç tutarlılığı düşük ve faktör yükü 0,40’ın altında kalan toplam 9 madde ölçekten çıkarılarak 27 maddeyle analizlere devam edilmiştir. Bu maddeler bağlamında ölçek modelinin uyum istatistikleri; RMSEA=0,063, NFI=0,97, NNFI=0,97, CFI=0,97, GFI=0,90, AGFI=0,88, SRMR=0,044’tür. Bu değerler ölçek modelinin verilerle iyi uyum düzeyinde olduğunu göstermektedir. Ayrıca girişimcilik eğilimi ölçeğinin her bir boyutun Cronbach Alpha katsayılarına bakıldığında alt boyutlardan birinci faktör risk için 0,796, ikinci faktör fırsatları değerlendirme için 0,839, üçüncü faktör liderlik yönlü için 0,627, dördüncü faktör gelecek odaklılık için 0,735, beşinci faktör kararlılık için 0,728, altıncı faktör dış etkenlere karşı bireysel güç için 0,643 çıkmıştır. Bu ölçeğe ait bütün boyutların güvenirligi 0,60’ın üzerinde olduğu için oldukça güvenilir bir ölçek kabul edilmektedir. Hipotez testinde gerçekleştirilecek veri analizleri için ölçek boyutları bağlamında verilerin normal dağılıma uyumluluğu incelenmiş ve tüm boyutların çarpıklık ve basıklık değerlerinin 1 ile +1 arasında değer aldığı görülmektedir.

**Temel Motivasyon Kaynakları Ölçeği:** ölçeği, Antalyalı ve Bolat (2017) tarafından geliştirilmiştir. Antalyalı ve Bolat (2017), araştırmacıların yaygın olarak kullandığı başarı ihtiyacı, bağlanma ihtiyacı ve güç ihtiyacına ek olarak düşünme ihtiyacı boyutunu da ekleyerek TMK ölçeğini dört boyutlu olarak incelemişlerdir. Bu boyutlara ilişkin 24 ifadenin cevapları için 7’li likert tipi ölçeklendirme kullanılmıştır. Yanıtlar “Beni hiç tanımlamıyor (Hiç tanımlamıyor)”dan “Beni tamamen tanımlıyor (Tam tanımlıyor)”a kadar gidecek

*Temel Motivasyon Kaynaklarının Girişimcilik Eğilimi Üzerine Etkisi: Süleyman Demirel Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma*

şekilde belirtilmiştir. Katılımcılardan kendilerini objektif şekilde değerlendirerek kendilerine en uygun olan dereceyi işaretlemeleri istenmiştir.

Temel motivasyon kaynakları ölçeğinin, faktör analizine uygun olup olmadığına bakmak için ilk olarak doğrulayıcı faktör analizi yapılmış, daha sonra ise geçerlilik ve güvenilirliği test edilmiştir. Ölçeğe uygulanan doğrulayıcı faktör analizi sonucunda ki kare katsayısını önemli oranda düşüren ve faktörün güvenilirliğini azaltan maddeler ile faktör iç tutarlılığı düşük ve faktör yükü 0,40'ın altında kalan toplam 3 madde ölçekten çıkarılarak 21 maddeyle analizlere devam edilmiştir. Temel motivasyon kaynakları ölçeğinin ölçüm modelinde teorik olarak (17 ve 21. sorular) birbirine çok benzediği ve hata katsayıları birbirine çok yakın çıktığı için bu soruların hata katsayıları birleştirilmiştir. Bu maddeler bağlamında ölçek modelinin uyum istatistikleri; RMSEA=0,061, NFI=0,95, NNFI=0,96, CFI=0,97, GFI=0,92, AGFI=0,90, SRMR=0,044'tür. Bu değerler ölçek modelinin verilerle iyi uyum düzeyinde olduğunu göstermektedir. Ayrıca temel motivasyon kaynakları ölçeğine ait tüm boyutların Cronbach Alpha katsayıları, güç için 0,770, başarı için 0,687, bağlanma için 0,757 ve düşünme için ise 0,734 çıkmıştır. Bu ölçeğe ait bütün boyutların güvenilirliği 0,60'ın üzerinde olduğundan oldukça güvenilir bir ölçek olarak kabul edilmektedir. Hipotez testinde gerçekleştirilecek veri analizleri için ölçek boyutları bağlamında verilerin normal dağılıma uyumluluğu incelenmiş ve tüm boyutların çarpıklık ve basıklık değerlerinin 1 ile +1 arasında değer aldığı görülmektedir.

*D. Araştırmanın Bulguları*

Araştırmanın hipotezi bağlamında öğrencilerin motivasyon kaynaklarının (Güç, Başarı, Bağlanma, Düşünme), girişimcilik eğilimi boyutları (risk, fırsatları değerlendirme, liderlik yönlü, gelecek odaklı, kararlılık, dış etkenlere karşı bireysel güç) üzerine etkisinin olup olmadığı, bu etkilerin farklı motivasyon kaynakları bağlamında görece olarak nasıl farklılaştığı ve bu etkilerin gücü regresyon analizi ile incelenmiştir. Regresyon analizi yapmadan önce ilk olarak boyutlar arasında ilişkiler ele alınmış, bunun için korelasyon analizleri yapılmış ve bulguları Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1: *Temel Motivasyon Kaynakları Boyutlarıyla Girişimcilik Eğilimi Boyutlarının Korelasyon Analizi Bulguları*

<i>Temel Motivasyon Kaynakları</i>	<i>Risk</i>	<i>Fırsatları Değerlendirme</i>	<i>Liderlik Yönlü</i>	<i>Gelecek Odaklı</i>	<i>Kararlılık</i>	<i>Dış Etkilere Karşı Bireysel Güç</i>
Güç	,437**	,463**	,440**	,389**	,282**	,336**
Başarı	,423**	,475**	,376**	,373**	,401**	,393**
Bağlanma	,363**	,474**	,277**	,313**	,313**	,370**
Düşünme	,528**	,559**	,386**	,408**	,406**	,446**

\*\* P<,01; \* P<,05



Temel motivasyon kaynakları ve girişimcilik eğiliminin boyutları arasında anlamlı bir ilişkinin olup olmadığını ortaya koymak amacıyla yapılan Pearson korelasyon analizi sonucu Tablo 1’de gösterilmiştir. Burada ölçeklerin, kendi aralarında oluşan ilişkinin varlığı ve yönü tespit edilmeye çalışılmıştır. Analiz sonuçlarına göre, öğrencilerin temel motivasyon kaynakları ve girişimcilik eğiliminin boyutları arasında istatistiksel olarak pozitif yönlü, orta düzeyli ve anlamlı bir ilişkinin olduğu görülmektedir ( $p<0,01$ ). Buna göre temel motivasyon kaynakları ve girişimcilik eğiliminin boyutları arasında oluşan ilişki incelendiğinde güç, başarı, bağlanma ve düşünme boyutlarıyla girişimcilik eğiliminin risk alma, fırsatları değerlendirme, liderlik yönlü, gelecek odaklılık, kararlılık ve dış etkenlere karşı bireysel güç boyutlarıyla orta düzeyde bir ilişkiye sahip oldukları görülmektedir. Başka bir ifadeyle öğrencilerin temel motivasyon kaynakları arttıkça girişimcilik eğilimleri de artmaktadır.

Temel motivasyon kaynakları boyutlarının girişimcilik eğilimi boyutlarına olan etkisi çoklu regresyon analizi ile incelenmiştir. Bu doğrultuda sırasıyla, temel motivasyon kaynaklarının boyutlarının girişimcilik eğilimi boyutlarına ne derece etki ettiğine bakılmıştır. Yapılan Çoklu Regresyon analizi sonucunda elde edilen bulgular aşağıdaki Tablo 2’de sunulmuştur.

Tablo 2: Temel Motivasyon Kaynaklarının Girişimcilik Eğilimi Üzerindeki Etkisine İlişkin Regresyon Analizi Bulguları

	Risk Alma (B)	Fırsatları Değerlendirme(B)	Liderlik Yönlü (B)	Gelecek Odaklılık (B)	Kararlılık (B)	Dış Etkilere Karşı Bireysel Güç (B)
<b>Costant (Sabit)</b>	1,1862**	1,696**	1,952**	1,762**	2,652**	2,304**
<b>Güç</b>	,133**	,117**	,308**	,190**	-,017	,047
<b>Başarı</b>	,091**	,114**	,133**	,131**	,224**	,139**
<b>Bağlanma</b>	,061	,177**	,046	,097*	,096**	,146**
<b>Düşünme</b>	,333**	,275**	,165**	,228**	,264**	,262**
<b>R Square</b>	,318**	,387**	,232**	,219**	,212**	,243**

\*\*  $P<0,01$ ; \*  $P<0,05$ , B = Standardize edilmemiş beta katsayıları

Tablo 2’deki bulgulara göre temel motivasyon kaynaklarının girişimcilik eğilimi üzerindeki etkileri boyut boyut değerlendirilmiştir. Girişimcilik eğiliminin tüm boyutları üzerinde diğer motivasyon kaynaklarına göre daha etkili olan motivasyon kaynağı düşünme ihtiyacıdır. Düşünme ihtiyacı yükseldikçe olumlu biçimde en fazla etkilenen girişimcilik eğilimleri, risk alma ( $\beta=,333$ ,  $p<0,01$ ) ve fırsatları değerlendirme ( $\beta=,275$ ,  $p<0,01$ ) boyutlarıdır. Lider yönlülük boyutu hariç diğer tüm girişimcilik eğilimleri boyutlarını en fazla olumlu etkileyen motivasyon kaynağı düşünme ihtiyacıdır. Düşünme ihtiyacından sonra girişimcilik eğilimi üzerinde en etkili olan diğer motivasyon kaynağı ise güç ihtiyacıdır. Tablo 2 incelendiğinde; güç ihtiyacının özellikle, beklendiği üzere

*Temel Motivasyon Kaynaklarının Girişimcilik Eğilimi Üzerine Etkisi: Süleyman Demirel Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma*

lider yönlülük boyutuna ( $\beta=,308$ ,  $p<0,01$ ) etkisi anlamlı ve diğerlerine göre daha yüksektir. Girişimcilik eğilimini en düşük etkileyen motivasyon kaynağı ise bağlanma ihtiyacıdır. Ayrıca motivasyon kaynaklarının hangi girişimcilik eğilimi boyutunu en fazla açıkladığı incelendiğinde risk alma ve fırsatları değerlendirme olduğu görülmektedir. Tüm bu bulgular dikkate alındığında; özellikle düşünme ve güç ihtiyacının girişimcilik eğilimlerini anlamlı biçimde, birbirlerine göre de farklı düzeylerde etkilediği tespit edilmiş olup, kurulan hipotez kabul edilmiştir.

*E. Demografik Değişkenlere Göre Girişimcilik Eğilimi ve Temel Motivasyon Kaynakları Farklaşması*

Girişimcilik eğilimi ve temel motivasyon kaynakları boyutlarının hangi demografik değişkenlerle anlamlı farklar gösterip göstermediği önemli çıkarımları da beraberinde getirecektir. Çalışma ve analiz kapsamına alınan demografik değişkenler; yaş, cinsiyet ve eğitim durumudur. Ayrıca katılımcılara girişimcilik eğitimi alıp almadıkları da sorulmuş, en azından üniversitede alınan haftalık 2 bazen de 3 saati kaplayan, giriş bağlamında kalan bir eğitimin etkisi de değerlendirilmiş olacaktır.

Öncelikle yaş değişkeni üzerinden yapılan incelemelerde girişimcilik eğilimi boyutları bağlamında herhangi bir anlamlı farka rastlanmamışken, temel motivasyon kaynaklarında ise, düşünme ihtiyacı motivasyon kaynağı bağlamında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Bu fark 22 yaşın üzerindeki öğrencilerle 22 yaştan düşük diğer tüm öğrenciler arasındadır. Bu araştırma bağlamında, katılımcıların yaşı 22'den yukarı oldukça düşünme ihtiyacının onları daha fazla motive ettiği çıkarımı yapılabilir. Yine lisans düzeyindeki öğrenciler, ön lisans öğrencilerine kıyasla sırasıyla daha gelecek odaklı ( $t=3,765$ ,  $p<0,01$ ), kararlı ( $t=2,379$ ,  $p<0,05$ ), risk alan ( $t=2,149$ ,  $p<0,05$ ) ve lider yönlüdür ( $t=2,0874$ ,  $p<0,05$ ). Yani girişimcilik eğilimi lisans düzeyinde daha yüksektir. Yine lisans düzeyi; daha fazla güç ( $t=2,631$ ,  $p<0,01$ ) ve düşünme ihtiyaçlarından ( $t=2,100$ ,  $p<0,05$ ) motive olmaktadır. Zaten bu ihtiyaçlar girişimcilik eğiliminin de temel motivasyon kaynaklarını oluşturmaktadır. Ayrıca girişimcilik eğitimi alan öğrencilerde anlamlı olarak girişimcilik düzeylerinin (sırasıyla; lider yönlülük ( $t=4,105$ ,  $p<0,01$ ), gelecek odaklılık ( $t=3,296$ ,  $p<0,01$ ), risk alma ( $t=3,226$ ,  $p<0,01$ ), fırsatları değerlendirme ( $t=2,940$ ,  $p<0,01$ ) ve kararlılık ( $t=2,633$ ,  $p<0,01$ )) daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu bulgu girişimcilik dersinin kısmen de olsa girişimcilik eğilimine katkı sağladığı, bu bağlamda da önemsenmesi ve daha etkin biçimde sürdürülmesi gerektiği önerisini desteklemektedir.

Cinsiyetlerine göre girişimcilik eğilimi boyutlarının anlamlı olarak farklılaşıp farklılaşmadığını incelendiğinde erkeklerin kadınlara göre sırasıyla lider yönlülük ( $t=5,165$ ,  $p<0,01$ ), risk alma ( $t=3,692$ ,  $p<0,01$ ), gelecek odaklılık ( $t=3,141$ ,  $p<0,01$ ) ve fırsatları değerlendirme ( $t=2,160$ ,  $p<0,05$ ) boyutları bağlamında daha yüksek eğilimde oldukları görülmektedir. Ayrıca cinsiyetin girişimcilik eğilimi boyutları ile motivasyon kaynakları boyutları arasındaki ilişkilerde düzenleyici rolü tespit edilmiştir. Hayes (2013) tarafından geliştirilen

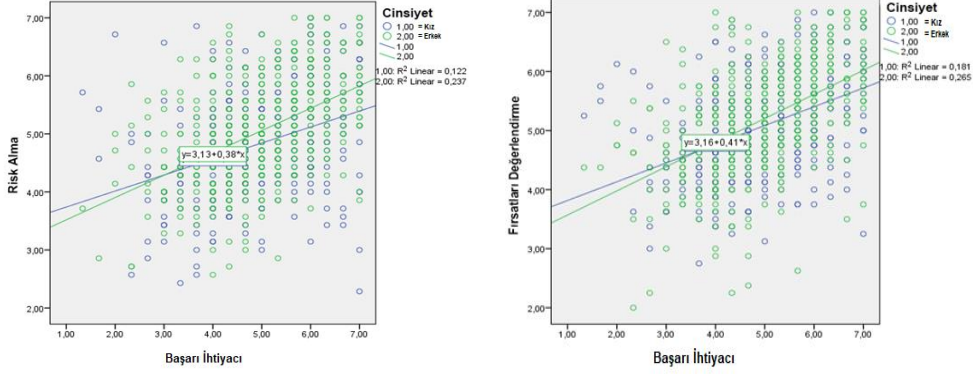
PROCESS adındaki bir makro ile düzenleyici etkiler incelenmiş ve anlamlı etkiler oluşturan modellerin bulguları ve görselleri aşağıda sunulmuştur.

Tablo 3: Başarı İhtiyacı İle Risk Alma ve Fırsatları Değerlendirme Boyutları Arasındaki İlişki Üzerinde Cinsiyet Faktörünün Düzenleyicilik Etkisi

Bağımlı Değişken: Risk Alma	COEFF	SE	T	P	LLCI	ULCI
Cinsiyet	-,3289	,2424	-1,3573	,1750	-,8046	,1467
Başarı	,1671	,0777	2,1498	,0318	,0146	,3196
Int_1	,1087	,0478	2,2743	,0231	,0149	,2025
<b>Int_1</b>						
	R2-chng		F			P
	,0046		5,1725			<b>,0232</b>
Bağımlı Değişken: Fırsatları Değerlendirme	COEFF	SE	T	P	LLCI	ULCI
Cinsiyet	-,3367	,2305	-1,4606	,1445	-,7891	,1157
Başarı	,2264	,0739	3,0618	,0023	,0813	,3715
Int_1	,0911	,0455	2,0036	,0454	,0019	,1803
<b>Int_1</b>						
	R2-chng		F			P
	,0034		4,0144			<b>,0454</b>

Yapılan analizde başarı ihtiyacı ve cinsiyet değişkenlerinin çarpımı ile oluşturulan etkileşim değişkeninin girişimcilikte risk alma değişkeni üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu görülmüştür. Tablo 3 incelendiğinde, (interaction effect) etkileşim değişkeninin anlamlılığının  $P= 0,0232$  ve  $P= 0,0454$  dolayı, cinsiyet faktörünün düzenleyici etkiye sahip olduğu görülmektedir. Bu anlamlı düzenleyici etkinin anlamı; erkeklerde başarı ihtiyacının risk alma boyutuna etkisi, kadınlara göre daha fazla gerçekleşmektedir. Erkeklerde başarı ihtiyacı, risk alma eğilimi üzerindeki değişimin %24'ünü açıklarken, kadınlarda risk alma eğilimi üzerindeki değişimin %12'sini açıklamaktadır (Şekil 1). Bu sonuçlara göre başarı ihtiyacı ile risk alma eğilimi arasındaki ilişki üzerinde cinsiyetin düzenleyici etkiye sahip olduğu anlaşılmaktadır. Yine erkeklerde, başarı ihtiyacı, fırsatları değerlendirme faktörü üzerindeki değişimin %27'sini açıklarken, kadınlarda fırsatları değerlendirme faktörü üzerindeki değişimin %18'ini açıklamaktadır. Yapılan bu analiz sonucuna göre cinsiyet faktörünün başarı ihtiyacı ile fırsatları değerlendirme eğilimi arasındaki ilişki üzerinde düzenleyici etkisinin olduğu görülmektedir.

*Temel Motivasyon Kaynaklarının Girişimcilik Eğilimi Üzerine Etkisi: Süleyman Demirel Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma*



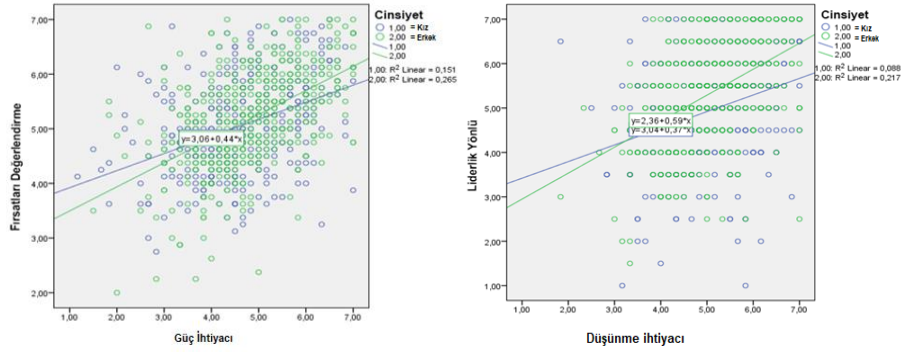
**Şekil 1.** Başarı İhtiyacı ile Risk Alma ve Fırsatları Değerlendirme Boyutları Arasındaki İlişki Üzerine Cinsiyet Faktörünün Düzenleyicilik Etkisi

Cinsiyetin bir başka düzenleyici rolü de güç ihtiyacı ile fırsatları değerlendirme, düşünme ihtiyacı ve lider yönlülük boyutları arasında tespit edilmiştir (Tablo 4). Yine Process Makroda yapılan analizde etkileşim değişkenini anlamlı etkisi bulunmuştur.

**Tablo 4:** Güç İhtiyacıyla Fırsatları Değerlendirme ve Düşünme İhtiyacıyla Lider Yönlülük Boyutu Arasındaki İlişki Üzerine Cinsiyet Faktörünün Düzenleyicilik Etkisi

Bağımlı Değişken: Fırsatları Değerlendirme	COEFF	SE	T	P	LLCI	ULCI
Cinsiyet	-,5536	,2401	-2,3059	,0213	-1,0248	-,0824
Güç	,1647	,0806	2,2929	,0221	,0266	,3428
Int_1	,1281	,0495	2,5866	,0098	,0309	,2253
<b>Int_1</b>						
	R2-chng		F		P	
Int_1	,0058		6,6904		<b>,0098</b>	
Bağımlı Değişken: Liderlik Yönlü	COEFF	SE	T	P	LLCI	ULCI
Cinsiyet	-,6814	,3970	-1,7163	,0865	-1,4606	,0978
Başarı	,1642	,1256	1,3074	,1914	-,0823	,4106
Int_1	,2106	,0773	2,7227	,0066	,0588	,3624
<b>Int_1</b>						
	R2-chng		F		P	
Int_1	,0067		7,4131		<b>,0066</b>	

Yukarıdaki tabloya bakıldığında, (interaction effect) etkileşim değişkenlerinin anlamlılığının  $P= 0,0098$  ve  $P= 0,0066$  olmasından dolayı, cinsiyet faktörünün her iki ilişkide de düzenleyici etkiye sahip olduğu görülmektedir.



Şekil 2. Güç İhtiyacıyla Fırsatları Değerlendirme ve Düşünme İhtiyacıyla Lider Yönlülük Boyutu Arasındaki İlişki Üzerine Cinsiyet Faktörünün Düzenleyicilik Etkisi

Yukarıdaki şekil hem erkeklerde hem de kadınlarda güç ihtiyacı arttıkça fırsatları değerlendirme eğiliminin arttığını göstermektedir. Ancak erkeklerdeki bu etki kadınlardakine göre daha fazla gerçekleşmektedir. Erkeklerde güç ihtiyacı, fırsatları değerlendirme faktörü üzerindeki değişimin %27'sini açıklarken, kadınlarda fırsatları değerlendirme faktörü üzerindeki değişimin %15'ini açıklamaktadır. Bu analizin sonucuna göre cinsiyetin, güç ihtiyacı ile fırsatları değerlendirme eğilimi arasındaki ilişki üzerinde düzenleyicilik etkisinin olduğu görülmektedir. Yine erkeklerde düşünme ihtiyacı, liderlik yönlü olma eğilimi üzerindeki değişimin %22'sini açıklarken, kadınlarda liderlik yönlü olma eğilimi üzerindeki değişimin %9'unu açıklamaktadır. Bu sonuçlara göre düşünme ihtiyacı ile liderlik yönlü olma eğilimi arasındaki ilişki üzerinde cinsiyet faktörünün düzenleyicilik etkisi olduğu görülmektedir.

## V. Sonuç

Bu araştırmanın en temel bulgusu, girişimcilik eğiliminin tüm boyutları üzerinde diğer motivasyon kaynaklarına göre *düşünme ihtiyacı*nın (need for cognition) daha etkili bir motivasyon kaynağı olduğudur. Bireylerin düşünme ihtiyaçları arttıkça girişimcilik eğilimleri de olumlu yönde artış göstermektedir. Yüksek düşünme motivasyonuna sahip bireylerin literatürde ifade edildiği şekilde; karar verme, problem çözme, derinlemesine farklı bakış açıları geliştirebilme, bilişsel düzeylerini etkili kullanabilme ve karmaşık durumların üstesinden gelmeleri söz konusudur (Tok, 2010: 48). Bununla beraber, düşünme

*Temel Motivasyon Kaynaklarının Girişimcilik Eğilimi Üzerine Etkisi: Süleyman Demirel Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma*

ihtiyacı ölçeğini geliştiren Cacioppo ve Petty'nin hipotezinde, düşünme ihtiyacı düşük olan bireylerin, başkalarının görüşlerini daha çabuk kabullenme eğiliminde oldukları, yüksek olan bireylerin ise olayları yorumlamada anlamlı bir bütün oluşturabilmek için bilgiyi arama peşinde oldukları ifade edilmektedir. Yüksek düşünme ihtiyacına sahip olan kişilerin düşünme sürecinin kendisinden tatmin oldukları, düşük olanların ise genellikle teşvik veya nedene bağlı düşünmeyi tercih ettikleri görülmektedir (Antalyalı ve Bolat, 2017: 90). Literatürdeki bu ifadeler, düşünme ihtiyacının yüksek oluşunun girişimcilik eğilimi boyutlarının hepsine yönelik olumlu katkısı olacağı yönde ipuçları vermektedirler. Nitekim bu çalışmanın, düşünme ihtiyacı yüksek olan bireylerin girişimcilik eğilimi boyutlarının tamamını olumlu yönde etkilediği sonucunu ortaya koyması, literatürde olan bulguları destekler nitelikte olduğu söylenebilir.

Düşünme motivasyonundan sonra ise girişimcilik eğilimine etki eden en önemli motivasyon kaynağının güç ihtiyacı olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Girişimcilerin çevreleriyle olan ilişkilerde etkinliklerini artıracak araçlara başvurmaları ve çevrelerini yönetme/etkileme ihtiyaçlarının daha yüksek olması bu sonucun rasyonel olduğuna dair bir göstergedir. Zaten daha önce literatürde yapılan araştırmalarda da güç ihtiyacının girişimcilik eğilimi açıklayan çok önemli bir motivasyon kaynağı olduğu görülmüştür (Ay, 2007: 67). Ayrıca güç ihtiyacının tek başına yeterli olmayıp başarı ihtiyacı ile beraber anlam kazandığı da ifade edilmektedir (Ceylan ve Demircan, 2002: 4). Ancak bu çalışmayı özgün kılan taraf düşünme ihtiyacının motivasyon kaynakları dahilinde farklı bir boyut olarak ele alınmasıdır. Bu çalışma düşünme ihtiyacı boyutunu modele katması ve düşünme ihtiyacının aslında girişimcilik eğiliminde en yüksek motivasyon kaynağı olarak ortaya çıkması yapılan konuyla ilgili çalışmalara çok önemli ve özgün bir katkı sağlamıştır. Bu bağlamda girişimcilik eğitimleri düşünme ihtiyacı yüksek bireylere daha özel ve daha derin bir şekilde verilmelidir. Çünkü bu bireylerde anlama idrak, bilmekten/öğrenmekten keyif alma ve fikir üretme noktalarına yönelik eğilimler diğer bireylere göre daha yüksektir. Çalışmada, düşünme ihtiyacının etkisinin girişimcilik eğilimini artırması sonucu ortaya konulmakla beraber, düşünme ihtiyacından sonra yine literatürde olduğu gibi güç ihtiyacının en yüksek ve bağlanma ihtiyacının ise en düşük düzeyde girişimcilik eğilimini açıkladıkları görülmektedir.

Kadınlarda bağlanma ihtiyacının daha yüksek çıkması, kadınların erkeklere göre girişimcilik eğilimlerinin daha az olması bulgusu ile tutarlılık göstermektedir. Nitekim çalışmanın bulgularına göre erkeklerin kadınlara göre, lider yönlülük, risk alma, gelecek odaklılık ve fırsatları değerlendirme boyutları bağlamında daha yüksek eğilimde oldukları görülmektedir. Motivasyon kaynaklarının girişimcilik eğilimlerini açıklamasında cinsiyetin düzenleyici bir rolü de keşfedilmiştir. Motivasyon kaynakları hem erkeklerde hem de kadınlarda girişimcilik eğilimini açıklayan bir unsur olmakla birlikte, erkeklerdeki açıklayıcı gücü daha yüksektir. Hem düşünme hem güç hem de başarı ihtiyacı girişimciliği

en fazla açıklayan motivasyon kaynakları olarak erkekler de daha fazla açıklayıcılık rolüne sahiptir.

Bununla beraber ülke ekonomisini ve girişimci sayısını artırmaya yönelik çalışmalarda temel motivasyon kaynaklarının göz ardı edilmemesi gerektiği bu çalışmanın önemli sonuçlarından biridir. Çünkü bireyleri girişimci olmaya yönlendiren sebepler ve motivasyon kaynakları girişimcilik niyetlerinin belirleyicisi hükmündedir. Bu araştırmanın sonuçları, taşıdığı sınırlılıklar çerçevesinde değerlendirilmelidir. Araştırma örneğinin büyüklüğü başlıca sınırlılıktır. Örnek büyüklüğü sadece belli bir bölgeyi ve bir üniversitedeki öğrencileri kapsamaktadır. Bu çalışmanın bulguları ve sınırlılıkları bağlamında bu konuyla ilgilenen araştırmacıların farklı niteliklerdeki örneklemeler üzerinde araştırmalar yapmaları önerilmektedir.

Çalışmada girişimcilik eğitimi almanın girişimcilik eğiliminde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık oluşturduğu belirlenmiştir. Bu yüzden girişimcilik eğitimi üniversiteler ve millî eğitimde yaygınlaştırılabilir. Cinsiyet açısından erkek öğrencilerin, kız öğrencilere göre girişimcilik eğilimlerinin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Genel anlamda girişimciliği özendirici faaliyetler yapılabileceği gibi, özellikle kadın girişimciliğinin özendirilmesi önerilmektedir. Bunun içinde kadınlara yönelik istihdam teşvikleri geliştirilmeli ve kadın girişimcilere özel destek programlarının uygulanması önerilmektedir. Temel motivasyon kaynaklarının girişimcilik eğilimini pozitif ve anlamlı olarak etkilediği tespit edilmesinden hareketle, yarının girişimcilerini oluşturabilmek için gerek ilk ve orta öğretim gerekse yükseköğretim kurumlarında “girişimcilik” kavramının, “motivasyon kaynakları” ile olan etkileşimi göz önünde bulundurulmalıdır.

#### Kaynaklar

- Aktürk, E., (2012), “Üniversite Öğrencilerinin Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimleri Üzerindeki Etkisi, Düzce Üniversitesinde Bir Araştırma”, Düzce Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Düzce.
- Antalyalı, Ö.L., Bolat, Ö., (2017), “Öğrenilmiş İhtiyaçlar Bağlamında Temel Motivasyon Kaynakları (TMK) Ölçeğinin Geliştirilmesi, Güvenilirlik ve Geçerlik Analizi”, *AİBÜ. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 17, Sayı 1, ss. 83-114.
- Ay, Z., (2007), “Sanayi İşletmelerinde Motivasyon ve Ülkemizdeki Motivasyon Uygulamaları”, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Konya.
- Aytaç, B., (2008), “Ticaret Meslek Liselerinde Okuyan Öğrencilerin Yüksek Öğretime Yönelik Motivasyon Düzeylerinin Araştırılması”, Muğla Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Muğla.

*Temel Motivasyon Kaynaklarının Girişimcilik Eğilimi Üzerine Etkisi: Süleyman Demirel Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma*

- Balaban, Ö., Özdemir, Y., (2008), “Girişimcilik Eğitiminin Girişimcilik Eğilimi Üzerindeki Etkisi: Sakarya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Örneği”, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, Cilt 3, Sayı 2, ss. 133-147.
- Bilge, H., Bal, V., (2012), “Girişimcilik Eğilimi: Celal Bayar Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma”, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* Cilt 2, Sayı 16, ss. 131-147.
- Bozkurt, Ç.Ö., (2011), *Dünya’da ve Türkiye’de Girişimcilik Eğitimi: Başarılı Girişimciler ve Öğretim Üyelerinden Öneriler*, Ankara, Detay Yayıncılık.
- Burnham, D. H., (1997), “Power is Still the Great Motivator - With a Difference”, <https://pdfs.semanticscholar.org/9711/c9e46bcc07051806e9e5de78a1a0253bc553.pdf>, Erişim Tarihi: 28 Ekim 2017.
- Cacioppo, J. T., & Petty, R. E. (1982). “The Need For Cognition”, *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol 42, Issue 1, ss. 116-131.
- Ceylan, A., Demircan, N., (2002), “Girişimcilerin Başarı, Güç ve Yakın İlişki İhtiyaçlarının Kişilik Özellikleriyle İlişkisi Üzerine Düzce Bölgesi’ndeki Kobi’ler de Bir Araştırma”, 21. Yüzyılda Kobi’ler: Sorunlar, Fırsatlar ve Çözüm Önerileri Sempozyumu, *Doğu Akdeniz Üniversitesi, İşletme Fakültesi*, 03-04 Ocak K.K.T.C. ss. 1-19.
- Çalışkan, İ., M., Uzman, E., Işık, H., (2012), “Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Girişimcilik Düzeylerini Farklı Kaynaklardan Algıladıkları Sosyal Desteğin Yordaması”, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, Cilt 7, Sayı 1.
- Keleş, H. N., Özkan, Ö. T., vd., (2012), “Ön Lisans Öğrencilerinin Girişimcilik Düzeylerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma”, *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, Cilt 5, Sayı 9, ss. 108-118.
- Marangoz, M. vd., (2014), “Eğitim Alanı Girişimcilik Niyetini Nasıl Etkilemektedir? Üniversite Öğrencilerine Yönelik Bir İnceleme” *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, Cilt 3, Sayı 1, ss. 75-95.
- Naktiyok, A. T., ve Kürşat, M., (2009), “Öğrencilerin Motivasyonel Değerlerinin Girişimcilik Niyetleri Üzerine Etkisi ve Bir Uygulama”, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt 23, Sayı 3, ss. 85-103.
- Özdemir, A., (2010), “Potansiyel Girişimci Olan Kadınların Motivasyon Faktörleri ve Eskişehir’de Bir Araştırma”, *Ege Akademik Bakış Dergisi*, Cilt 10, Sayı 1, ss. 117-139.
- Saraçoğlu, A. S., ve Çengel, M., (2013), “Cinsiyet, Yaş ve Düşünme İhtiyacı Düzeyinin Bilgi Ötesi Farkındalığı Yordayıcılığı”, *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, Cilt 14, Sayı 1, ss. 01-13.
- Tok, E., (2010), “Okul Öncesi 1. Sınıf Öğretmen Adaylarının Düşünme İhtiyaçları ve Düşünme İhtiyacına Yönelik Görüşleri (Pamukkale Üniversitesi Örneği)”, *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, Cilt 7, Sayı 2, ss. 46-62.