

	JOURNAL OF ACADEMIC PERSPECTIVE ON SOCIAL STUDIES (JAPSS) **** SOSYAL ÇALIŞMALAR ÜZERİNE AKADEMİK PERSPEKTİF DERGİSİ	
E-ISSN: 2667-5889	https://dergipark.org.tr/pub/japss	Paper Type: Research Paper, Makale Türü: Araştırma Makalesi
Sayı:1, Eylül 2025	Issue:1, September, 2025	Received Date / Geliş Tarihi: 18.08.2025 Accepted Date / Kabul Tarihi: 28.09.2025
TEMEL MOTİVASYON KAYNAKLARININ GENÇ GİRİŞİMCİLİK ALGISI ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİN İNCELENMESİ* ◆◆◆ EXAMINING THE EFFECT OF BASIC MOTIVATION SOURCES ON YOUNG ENTREPRENEURSHIP PERCEPTION		
Atıf/ to Cite (APA): Bozkurt, İ., ve Aktar, A., (2025). Temel motivasyon kaynaklarının genç girişimcilik algısı üzerindeki etkisinin incelenmesi. Journal of Academic Perspective on Social Studies, (JAPSS), (1), 52-66 DOI: https://doi.org/ 10.35344/japss.1767602		İsa BOZKURT** Adile AKTAR***

ÖZ

Bu çalışmada temel motivasyon kaynaklarının geleceğin girişimcileri olan üniversite öğrencilerinin genç girişimcilik algıları üzerinde bir etkiye sahip olup olmadığının araştırılması amaçlanmıştır. Yürütülen çalışmada anket tekniğiyle Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi bünyesinde Finans, Bankacılık ve Sigortacılık bölümü, Maliye programının bulunduğu Gelendost Meslek Yüksekokulu'nda eğitim gören 32 adet ve Sütçüler Prof. Dr. Hasan Gürbüz Meslek Yüksekokulu'nda eğitim görmekte olan 27 adet öğrenciden veri toplanmıştır. Ayrıca bu çalışma TÜBİTAK 2209/A Üniversite Öğrencileri Araştırma Projeleri Destek Programı tarafından 1919B012216447 proje numarasıyla desteklenmiştir. Araştırma sonucunda temel motivasyon kaynakları ile genç girişimcilik algısı arasında orta seviyede ve pozitif yönlü bir ilişkinin bulunduğu saptanmıştır. Araştırmaya katılan öğrenciler, girişimcilik eğitiminin kendileri için önemli olduğunu ve üniversitede almış oldukları bu eğitim ışığında girişimci olabileceklerini düşündüklerini belirtmişlerdir. İlgili kamu kuruluşlarının üniversitelerle koordineli bir şekilde hareket ederek iş birliği yapmalarının genç girişimciliğin yaygınlaşmasına katkı sağlayabileceği söylenebilir. Bunun dışında gençlerin girişimci yönlerinin ön plana çıkartılabilmesi için mevcut destek ve katkıların da artırılması faydalı olabilir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Genç Girişimcilik, Temel Motivasyon Kaynakları.

ABSTRACT

This study aimed to investigate whether basic motivation sources have an impact on young entrepreneurship perceptions of university students, who are the entrepreneurs of the future. In the study conducted with the survey technique, 32 students studying at the Finance, Banking and Insurance department of Isparta University of Applied Sciences, Gelendost Vocational School where the Finance program is located, and was collected from 27 students studying at Sütçüler Prof. Dr. Hasan Gürbüz Vocational School. Additionally, this study was supported by TUBITAK 2209/A Students University Research Projects Support Program with project number 1919B012216447. As a result of the research, when looking at the relationship between basic motivation sources and youth entrepreneurship perception, it was determined that there was a moderate and positive relationship. Students participating in the research state that entrepreneurship education is important for them and they think that they can become entrepreneurs in the light of the education they received at the university. It can be said that relevant public institutions acting in coordination with universities can contribute to the spread of young entrepreneurship. Apart from this, it may be beneficial to increase the existing support and contributions in order to highlight the entrepreneurial aspects of young people.

Keywords: Entrepreneurship, Young Entrepreneurship, Basic Motivation Sources.

* Bu araştırma TÜBİTAK 2209/A Üniversite Öğrencileri Araştırma Projeleri Destek Programı tarafından 1919B012216428 numarasıyla desteklenen projeden türetilmiştir.

** Bağımsız araştırmacı, bozkurtisa449@gmail.com, ORCID ID: https://orcid.org/ 0009-0006-2658-347X

*** Öğr. Gör. Dr., Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Gelendost Meslek Yüksekokulu, Finans, Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü, Maliye Programı, adileaktar@isparta.edu.tr, ORCID ID: https://orcid.org/ 0000-0001-7632-4552

1. GİRİŞ

Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçiş aşamaları incelendiğinde ekonomik gelişmelere yön vermekte olan en önemli unsurun “girişimcilik” olduğu görülmektedir. Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü, girişimciliği; “ekonomi üstünde olumlu etkiye sahip olan bir iş imkânı oluşturma motoru” şeklinde tanımlamıştır (OECD, 2005). Genç girişimcilik ise; ilk defa bir girişim sürecine dâhil olan ve demografik açıdan 18-35 yaş aralığındaki genç grubunda yer alan kişiler tarafından gerçekleştirilen girişimciliktir (Chigunta, 2002). Çelik (2016) ise genç girişimci yaş aralığının Türkiye Genç İş Adamları Derneği tarafından 20-45, Isparta Genç İş Adamları Derneği tarafından ise 20-49 olarak kabul edildiğini, ayrıca Maliye Bakanlığı’nın da 29 yaşını geçmemiş olan girişimcileri genç girişimci kategorisinde tanımladığını belirtmiştir.

Bireylerin girişimci olabilmeleri için sahip olmaları gereken birtakım temel koşullar vardır. Bu bağlamda bu bireylerin; risk alabilmeleri, fırsatları fark ederek değerlendirmeleri, azimli ve çalışkan olmaları bu koşullar arasında en dikkat çekenlerdir (Gaddam, 2007). Girişimci olabilmek için sayılan bu temel koşulların yanı sıra girişimcilerin harekete geçmelerini sağlayacak bazı özelliklerin de önem arz ettiği görülmektedir. Bireylerin kişilikleri, aileleri, sosyal çevreleri, eğitim durumları, yenilikçilik durumları ile “motivasyon” unsuru gibi unsurlar bu özellikler arasında yer almaktadır (Armstrong ve Hird, 2009; Marques vd., 2012).

McClelland (1985) davranış ve tutumlar üzerinde etkisi bulunan başarı ihtiyacı, bağlanma ihtiyacı ve güç ihtiyacı gibi üç temel motivasyon kaynağından bahsederken, Antalyalı ve Bolat (2017) sayılan bu temel motivasyon kaynaklarına düşünme ihtiyacını da dahil etmişlerdir. Genç girişimcilerde girişimcilik ruhunun oluşumunda motivasyonun önemli bir role sahip olduğu bilinmektedir. Motivasyonun her birey için aynı anlama gelmemesi bireylerin motivasyon kaynaklarının ve motivasyon düzeylerinin farklı olduğunu göstermektedir. Genç girişimcilerin amaçlarına ulaşabilmeleri için bu motivasyon kaynakları bağlamında teşvik edilmeleri gereklidir. Bu nedenle temel motivasyon kaynaklarının gençlerin girişimcilik algıları üzerinde bir etkiye sahip olduğu düşünülmektedir.

Yürütülen bu çalışmanın temel amacı; Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Gelendost Meslek Yüksekokulu ile Sütçüler Prof. Dr. Hasan Gürbüz Meslek Yüksekokulu bünyelerindeki Finans, Bankacılık ve Sigortacılık bölümü, Maliye programında ön lisans düzeyinde eğitim almakta olan 1. ve 2. sınıf öğrencilerinin temel motivasyon kaynaklarının, genç girişimcilik algıları üzerinde bir etkisinin bulunup bulunmadığını tespit etmektir.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Girişimcilik kavramına ilişkin literatür çalışmaları incelendiğinde bu kavramın farklı boyutlarıyla ele alındığı görülmektedir. Cantillon (1775) girişimciliğin ekonomik yönünü, Theobald (1987); Alvord vd., (2004) girişimciliğin sosyal yönünü, Pearce ve Robinson (2015) girişimciliğin davranış ve kişilik boyutlarını, Davidsson (1995); Kruger ve Brazeal (1994) kişilik faktörleri ile girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkiyi, McClelland (1965); Shapero (1982) ise başarı, güç, bağlanma, yenilikçilik, risk alma isteği gibi olguların girişimcilik eğilimi üzerinde oluşturduğu etkiyi araştırmışlar ve sonraki çalışmalara öncülük etmişlerdir. Ülkelerin ekonomik dinamikleri arasında vazgeçilmez bir yere sahip olan genç girişimcilik kavramı, ekonomik kalkınmanın temininde olduğu kadar sürdürülebilirliği hususunda da önem arz etmektedir (Astebro vd., 2012). Özellikle ülkemiz gibi genç ve dinamik nüfus yoğunluğunun fazla olduğu ülkelerde genç girişimcilik konusu üzerinde bilimsel çalışmaların yürütülmesi konuya dikkat çekerek, yol gösterici nitelik taşıyabilecektir (Uygun vd., 2012). Genç girişimcilik kavramı yeterince araştırılmayan bir konu olmasının yanında konuya atfedilen önemin her geçen gün artmasının temel nedeni, genç işsizlik oranlarının dünya genelinde artış göstermesi olarak

açıklanmaktadır. Genç işsizliği, son on yıllık periyotta tüm dünya çapında çözüme kavuşturulması gerekli olan sosyo-ekonomik sorunların başında gelmektedir. Öte yandan işsiz kesim, ülkelerin üretim seviyeleri ile ekonomik büyüme potansiyellerini azaltan bir atıl ekonomik kaynak stoku anlamı taşımaktadır (Gregg, 2001). Ekonomik kalkınmanın bahsi geçen gösterge faktörlerin yanı sıra sosyal, uluslararası ve psikolojik faktörlerin de yer aldığı geniş bir perspektif ile ele alınması gerekmektedir (Gedik, 2020: 68). Bu sorunun çözüme kavuşabilmesi için genç girişimcilik olgusu, gerçekten iyi eğitim almış gençlerin yeteneklerini keşfedebilmeleri ve ekonomik düzene katkıda bulunabilmeleri için bir araç olarak görülmektedir. Bilindiği üzere bireyler, motivasyonlarına paralel davranışlar sergilemekte ve bahsi geçen bu motivasyonlar bireylere göre farklılık göstermektedir (Carsrud ve Brannback, 2011). Dolayısı ile yeni bir girişimde bulunurken, girişimci motivasyonlarının önem arz eden bir belirleyici konumunda bulunduğu söylenebilir (Dracke, 2014). Pinillos (2011), Shane vd., (2003) yürüttükleri çalışmalarda bireylerin gerçekleştirdikleri eylemlerin büyük oranda motivasyonlarının doğurduğu bir sonuç olduğuna, bu nedenle genç girişimcilerin süreçteki rollerinin anlaşılması konusunun önemine vurgu yapmaktadırlar. Girişimcilik faaliyetlerinin artmasında; gereken motivasyonun yanında gençlerin girişimci yönlerinin ve girişimcilik algı düzeylerinin de büyük paya sahip olması nedeniyle yürütülen olan bu çalışma, ülkemizin ekonomik kalkınmasına dolaylı katkıda bulunabileceği için önem taşımaktadır.

3. YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın temel amacı; Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesinde yer alan Gelendost Meslek Yüksekokulu ile Sütçüler Prof. Dr. Hasan Gürbüz Meslek Yüksekokulu bünyelerindeki Finans, Bankacılık ve Sigortacılık bölümü, Maliye programında ön lisans düzeyinde eğitim almakta olan 1. ve 2. sınıf öğrencilerinin temel motivasyon kaynaklarının, genç girişimcilik algıları üzerinde bir etkisinin bulunup bulunmadığını tespit etmektir. Ayrıca araştırmada öğrencilerin demografik özelliklerinin (yaş, cinsiyet, eğitim görülen meslek yüksekokulu, eğitim görülen sınıf vb.) genç girişimcilik algılarını nasıl etkilediğinin tespit edilmesi de amaçlanmaktadır.

3.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evreni Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesinde yer alan Gelendost Meslek Yüksekokulu ile Sütçüler Prof. Dr. Hasan Gürbüz Meslek Yüksekokulu bünyelerindeki Finans, Bankacılık ve Sigortacılık bölümü, Maliye programında ön lisans düzeyinde eğitim almakta olan 1. ve 2. sınıf öğrencilerinden oluşmaktadır.

Gelendost Meslek Yüksekokulu Finans, Bankacılık ve Sigortacılık bölümü, Maliye programında 1. sınıfta toplam 20 öğrenci, 2. sınıfta ise toplam 12 öğrenci eğitim görmektedir. Sütçüler Prof. Dr. Hasan Gürbüz Meslek Yüksekokulu Finans, Bankacılık ve Sigortacılık bölümü, Maliye programında ise 1. sınıfta toplam 16 öğrenci 2. sınıfta ise toplam 11 öğrenci eğitim görmektedir. Araştırmaya katılım tamamen gönüllük esasına bağlı olarak yürütülmüş olup araştırma evreninde yer alan bütün öğrenciler araştırmaya katılım sağlamıştır. Örneklem seçiminde herhangi bir yöntem kullanılmamıştır. Araştırmanın örnekleme 59 adet öğrenciden oluşmaktadır. Krejcie ve Morgan (1970)'ın .05 hata payı ile örneklem hesaplamasında araştırma evreninde bulunan 59 katılımcı için 59 katılımcıdan oluşan örneklemin evreni temsil etmekte olduğu belirtilmektedir. Bu bağlamda gerçekleştirilmiş olan bu çalışmada 59 katılımcının evreni temsil etmekte olduğu söylenebilir.

3.3. Veri Toplama Yöntemi ve Araçları

Yürütülen bu çalışmada veriler Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Gelendost Meslek Yüksekokulu ile Sütçüler Prof. Dr. Hasan Gürbüz Meslek Yüksekokulu bünyelerindeki Finans,

Bankacılık ve Sigortacılık bölümü, Maliye programında ön lisans düzeyinde eğitim almakta olan 1. ve 2. sınıf öğrencilerine yüz yüze anket yöntemi kullanılarak toplanmıştır.

Anket formunda Antalya ve Bolat (2017) tarafından geliştirilmiş bir ölçek olan “Temel Motivasyon Kaynakları Ölçeği” ve Acar (2019)’ın geliştirmiş olduğu bir ölçek olan “Genç Girişimcilik Ölçeği” kullanılmıştır.

3.4. Araştırmanın Etik Yönü

Bu araştırmanın yürütülmesi için gerekli olan etik kurul izni Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu 12/01/2023 tarih, 13 toplantı sayısı ve 04 nolu kararıyla alınmıştır.

Ayrıca araştırmanın yürütüldüğü kurumlardan ve araştırmada veri toplama aracı olarak kullanılan anket formunda bulunan soruların kullanımı için ilgili araştırmacılardan izin alınmıştır. Son olarak bu araştırma TÜBİTAK 2209/A Üniversite Öğrencileri Araştırma Projeleri Destek Programı tarafından 1919B012216447 proje numarasıyla desteklenmiştir.

4. BULGULAR

Araştırma ile sağlanmış olan veriler SPSS (Statistical Package for Social Sciences) 29.0 paket programı kullanılarak analiz edilmiştir.

Aşağıda yer alan Tablo 1’de araştırmada kullanılan ölçekler alt boyutlarına ilişkin olarak gerçekleştirilen güvenilirlik testi sonuçları sunulmuştur.

Tablo 1. Araştırmada Kullanılan Ölçekler ve Alt Boyutlarına İlişkin Güvenilirlik Testi Sonuçları

Ölçek Adı	Cronbach’s Alpha
Genç Girişimcilik Ölçeği	0,966
Temel Motivasyon Kaynakları Ölçeği	0,940
Alt Boyutlar	
Güç İhtiyacı	0,805
Başarı İhtiyacı	0,712
Bağlanma İhtiyacı	0,927
Düşünme İhtiyacı	0,934

Güvenilirlik analizi, veri toplamak amacıyla kullanılan ölçme araçlarının tutarlılık gösterip göstermediğinin test edilmesi için kullanılan bir analizdir. Güvenilirlik analizi ile araştırmaya katılan yanıtlayıcılara yöneltilen ifadelerin ve yanıtlayıcıların bu ifadelere verdikleri yanıtların ilgili konuyu ölçüp ölçmediği test edilmektedir. Güvenilirlik katsayısı 0 ile 1 arasında değer almakta olup, bu değer 1’e yaklaştıkça güvenilirlik derecesi artmaktadır (Ural ve Kılıç, 2005: 258).

Bu araştırmada kullanılan “Genç Girişimcilik” ve “Temel Motivasyon Kaynakları” ölçekleri ile “Temel Motivasyon Kaynakları” ölçeğinin alt boyutları olan “Güç İhtiyacı”, “Başarı İhtiyacı”, “Bağlanma İhtiyacı” ve “Düşünme İhtiyacı” alt boyutlarının Cronbach’s Alpha değerlerine bakıldığında güvenilir oldukları görülmektedir.

Tablo 2’de araştırmaya katılan öğrencilerin demografik özelliklerine ilişkin betimleyici istatistikler görülmektedir.

Tablo 2. Katılımcıların Demografik Özelliklerine Ait Betimleyici İstatistikler

Demografik Özellikler		n	%
Cinsiyet	Kadın	30	50,8%
	Erkek	29	49,2%
Yaş	18-22	48	81,4%
	23-27	10	16,9%
	28 ve üstü	1	1,7%
Çalışma tecrübesi	Var	45	76,3%
	Yok	14	23,7%
Aylık gelir	5500 altı	13	22,0%
	5500-7000	7	11,9%
	7001-8500	9	15,3%
	8501-10000	11	18,6%
	10000 ve üzeri	19	32,2%
Eğitim görülen meslek yüksekokulu	Gelendost MYO	32	54,2%
	Sütçüler Prof. Dr. Hasan Gürbüz MYO	27	45,8%
Eğitim görülen sınıf	1. Sınıf	36	61,0%
	2. Sınıf	23	39,0%
Girişimcilik dersi alma durumu	Evet, aldım	15	25,4%
	Hayır, almadım	44	74,6%
Eğitim görülen bölümü seçme durumu	İsteyerek seçtim	44	74,6%
	İstemeyerek seçtim	15	25,4%
Akademik başarı durumu	1.51-1.80	12	20,3%
	1.81-2.50	17	28,8%
	2.51-3.00	20	33,9%
	3.01-3.50	8	13,6%
	3.51-4.00	2	3,4%
Anne eğitim durumu	Okuryazar değil	5	8,5%
	İlkokul mezunu	34	57,6%
	Ortaokul mezunu	10	16,9%
	Lise mezunu	7	11,9%
	Üniversite mezunu	3	5,1%
Baba eğitim durumu	Okuryazar değil	2	3,4%
	İlkokul mezunu	27	45,8%
	Ortaokul mezunu	16	27,1%
	Lise mezunu	12	20,3%
	Üniversite mezunu	2	3,4%
Anne çalışma durumu	Devlet memuru	2	3,4%
	Özel sektörde maaşlı personel	7	11,9%
	Çalışmıyor	35	59,3%
	Emekli	4	6,8%
	Diğer	11	18,6%
Baba çalışma durumu	Devlet memuru	5	8,5%
	Özel sektörde maaşlı personel	12	20,3%
	Çalışmıyor	10	16,9%
	Emekli	6	10,2%
	Diğer	26	44,1%

Katılımcıların %50,8'i kadındır ve %81,4 oranla yaş ortalamaları 18-22 yaş arasındır. Katılımcıların %76,3'ünün daha önceden bir işte çalışma tecrübesi vardır. Katılımcıların %32,2'sinin aylık geliri 10.000 TL ve üzeridir.

Katılımcıların %61'i 1. sınıfta, %39'u ise 2. sınıfta eğitim görmektedir. Katılımcıların %74,6'sının eğitim görmektedir olduğu programı isteyerek seçtikleri, %33,9'unun akademik başarı ortalamasının 2,51-3,00 olduğu, %57,6'sının anne eğitim durumu ve %45,8'inin baba eğitim durumunun ilköğretim olduğu, %59,3'ünün annesinin herhangi bir işte çalışmadığı, %44,1'inin babasının diğer sektörlerde çalıştığı tespit edilmiştir.

Tablo 3'de araştırmaya katılan yanıtlayıcılara ilişkin betimleyici istatistikler yer almaktadır.

Tablo 3. Katılımcılara Yöneltilen Sorulara Ait Betimleyici İstatistikler

		n	%
Ailenizde kendi işini kuran var mı?	Anne	0	0,0%
	Baba	16	27,1%
	Kardeş	2	3,4%
	Yok	41	69,5%
Bir işletmeyi yönetme sorumluluğunu alabilir misiniz?	Evet	46	78,0%
	Hayır	13	22,0%
Girişimcilik ruhuna sahip olduğunuzu düşünüyor musunuz?	Evet	46	78,0%
	Hayır	13	22,0%
Risk alma eğiliminiz hakkında ne düşünüyorsunuz?	Risk alabilirim	46	78,0%
	Risk üstlenmekten kaçınıyorum	13	22,0%

Katılımcıların %69,5'inin ailesinde kendi işini kuran bir aile bireyi bulunmamaktadır. %78'i bir işletmeyi yönetebilme sorumluluğunu üstlenebileceğini düşündüğünü beyan etmiştir ve ayrıca aynı oranla %78'lik kısmın girişimcilik ruhuna sahip olduğunu belirttiği görülmektedir. Katılımcıların risk alma eğilimlerine bakıldığında bu oranının değişmediği ve %78'inin risk almaktan kaçınmayacağını belirttiği görülmektedir.

Tablo 4'te genç girişimcilik algısı ölçeğindeki ifadeler katılımcılar tarafından verilen yanıtların istatistikleri yer almaktadır.

Tablo 4. Genç Girişimcilik Algısı Ölçeğinde Yer Alan Sorulara Verilen Cevapların İstatistikleri

İfadeler	$\bar{x}$	$\sigma(s)$	Mod
Çocukluğumdan beri kendi işletmemi kurmayı hayal ederim	3,39	1,44	4,00
İleride kendi işletmemi kurmak için çok istekliyim	3,42	1,48	5,00
Kendi işletmemde çalışma fikri beni çok heyecanlandırıyor	3,37	1,55	5,00
Kendi işletmemi kurmak için çok gayret sarf edebilirim	3,59	1,46	4,00
Kendi işletmemi kurmak için risk alabilirim	3,56	1,47	5,00
Sadece kendi işletmemde çalışmak beni mutlu edebilir	3,07	1,45	4,00
Kendi işletmemi kurmak beni farklı biri yapar	3,36	1,35	4,00
Kendi işletmemi kurmak beni saygın biri yapar	3,46	1,43	4,00
Kendi işletmemi kurmak beni sıra dışı biri kılar	3,20	1,31	4,00
Kendi işletmemi kurmak beni alkışlanacak biri yapar	3,29	1,47	4,00
Kendi işletmemi kurarak aileme/ akrabalarımı faydalı olmak istiyorum	3,44	1,49	5,00
Kendi işletmemi kurarak istihdam sağlamak istiyorum	3,46	1,50	5,00
Kendi işletmemi kurarak doğup büyüdüğüm şehre vefa borcunu ödemek istiyorum	3,39	1,44	5,00
Kendi işletmemi kurarak ülkeme vefa borcunu ödemek istiyorum	3,53	1,55	5,00
Kendi işletmemi kurarak beni yetiştiren öğretmenlerimin hakkını ödemek istiyorum	3,80	1,28	4,00
Girişimcilik için yeterli sermayenin olması gerekir	3,36	1,23	4,00
Girişimci kişi gerekli sermayeyi tedarik edebilen kimsedir	3,64	1,34	4,00
Girişimci kişi sermayesi olmasa bile işe başlamak için heyecan duyar	3,86	1,24	5,00
Girişimci kişi ekonomik zorlukları göze alır	3,56	1,28	4,00
Girişimci kişi sadece hedeflerine odaklanır, yaşanacak finansal sıkıntılar onu yıldıramaz	3,81	1,35	5,00

Tablo 4'e göre araştırmaya katılan öğrencilerin sunulan ifadelere katılma derecelerine bakıldığında en yüksek ortalamaya ($\bar{x}=3,86$) "Girişimci kişi sermayesi olmasa bile işe başlamak için heyecan duyar" ifadesi sahipken, en düşük ortalamaya ise ($\bar{x}=3,07$) "Sadece kendi işletmemde çalışmak beni mutlu edebilir" ifadesi sahiptir.

Tablo 5'te katılımcıların temel motivasyon kaynakları ölçeğindeki ifadelerle verdikleri yanıtlara ilişkin istatistikler görülmektedir.

Tablo 5. Temel Motivasyon Kaynakları Ölçeğinde Yer Alan Sorulara Verilen Cevapların İstatistikleri

İfadeler	$\bar{x}$	$\sigma(s)$	Mode
Benimkinden farklı fikirlere sahip olsalar da insanların kararlarını etkilemeyi severim	4,25	1,85	4,00
İnsanların yanlış bulduğum düşüncelerini değiştirmeyi severim	4,25	1,65	4,00
İnsanları benim doğrularım yönünde etkilemeyi severim	3,85	1,89	4,00
Bir ekip çalışmasında, ekip üyelerini yapacakları işlerle ilgili etkileyen kişi olmak isterim	4,64	1,88	7,00
Dikkatlerin benim üzerimde olmasını severim	4,03	2,00	4,00
Bir ortamda konuşmaların merkezinde olmayı severim	4,12	2,00	4,00
Bir işi yaparken mükemmel olacak diye aşırı titizlenmem	3,61	2,00	4,00
İşimde en iyisi olacağım diye çok çalışmak bana göre değildir	3,27	2,16	1,00
Mükemmeliyetçi bir yapım vardır	4,78	1,91	7,00
Yaptığım her işi kusursuz yapmazsam, bir türlü rahat edemem	4,92	1,72	7,00
Bir iş yaparken çok daha iyisini yapacağım diye aşırı çaba göstermek istemem	3,31	1,96	4,00
Bir işi ilk defa yapıyorsam, mükemmel iş çıkarana kadar gece gündüz çalışırım	5,12	1,83	7,00
İnsanların bir araya geldiği organizasyonlara katılmaktan çok keyif alırım	4,66	2,18	7,00
Boş zamanlarımı tek başıma bir etkinlik yaparak geçirmektense ailem veya arkadaşlarımla beraber geçirmeyi severim	4,85	2,00	7,00
Sevdiğim bir arkadaşım ile ilişkim bozulursa ve bunu çözemezsem, çok üzülürüm	4,68	1,95	4,00
İnsanları dertli görürsem, onlarla ilgilenirim	4,93	1,96	7,00
İnsanların zor günlerinde onların yanında olmayı önemserim	5,17	1,81	7,00
İnsanların zor günlerinde ne yapar eder onların yanında olurum	5,05	1,86	7,00
Düşünmemi derinleştiren ortamları çok severim	4,93	1,87	7,00
Bir konuda ilk defa duyduğum farklı bir bakış açısının tüm detaylarını en ince ayrıntısına kadar anlamak için kafa yormaktan kendimi alamam	4,76	1,71	4,00
Yoğun bir şekilde sürekli düşünmek benim için başlı başına zevkli bir iştir	4,34	1,94	4,00
Çok farklı sonuçların olduğu sorunlar ilgimi çeker	4,73	1,87	7,00
Yeni öğrenme anlarının sunduğu zevk hiçbir şeyde yoktur diye düşünüyorum	4,78	1,90	7,00
Yeni şeyler öğrenmeyi herkes gibi severim, dahası her zaman yeni şeyler öğrenmenin yollarını ararım	5,07	1,89	7,00

***mod= en çok verilen yanıt**

Tablo 5'e göre araştırmaya katılan öğrencilerin sunulan ifadelerle katılma derecelerine bakıldığında en yüksek ortalamaya sahip ifadenin ($\bar{x}=5,17$) "İnsanların zor günlerinde onların yanında olmayı önemserim" ifadesinin olduğu görülmektedir. En düşük ortalamaya ise ($\bar{x}=3,27$) "İşimde en iyisi olacağım diye çok çalışmak bana göre değildir" ifadesi sahiptir.

Tablo 6. Genç Girişimci Ölçeğinden Puanlar ile Demografik Özellikler Arasındaki Farklılığın Analizi

		Genç Girişimci Ölçeği					U*/H**	p
		$\bar{x}$	$\sigma(s)$	Medyan	Minimum	Maximum		
Cinsiyet	Kadın	72,60	19,85	75,00	28,00	100,00	368,0*	0,309
	Erkek	66,41	23,83	73,00	21,00	98,00		
Yaş	18-22	70,19	21,70	75,00	23,00	100,00	2,967**	0,227
	23-27	64,20	23,32	68,00	21,00	92,00		
	28ve üstü	93,00	.	93,00	93,00	93,00		
Çalışma tecrübesi	Var	71,93	20,78	75,00	21,00	100,00	246,5*	0,222
	Yok	61,93	24,53	72,50	23,00	94,00		
Aylık Gelir	5500 altı	68,69	23,95	69,00	25,00	100,00	0,868**	0,929
	5500-7000	76,43	17,58	75,00	52,00	98,00		
	7001-8500	66,89	17,63	75,00	28,00	81,00		
	8501-10000	67,09	24,57	73,00	23,00	93,00		
	10000 ve üzeri	70,32	23,74	74,00	21,00	98,00		
Eğitim görülen sınıf	1. Sınıf	69,22	21,49	73,00	25,00	100,00	392,5*	0,738
	2. Sınıf	70,09	23,07	75,00	21,00	98,00		
Girişimcilik dersi alma durumu	Evet, aldım	70,53	19,29	75,00	21,00	98,00	326,5*	0,951
	Hayır, almadım	69,23	22,96	73,50	23,00	100,00		
Eğitim görülen bölümü seçme durumu	İsteyerek seçtim	71,82	21,80	75,00	21,00	100,00	251,0*	0,169
	İstemeyerek seçtim	62,93	21,66	71,00	25,00	96,00		
Akademik başarı durumu	1.51-1.80	62,92	25,02	70,00	25,00	94,00	4,403**	0,354
	1.81-2.50	67,35	18,81	69,00	28,00	98,00		
	2.51-3.00	73,30	22,55	78,00	21,00	100,00		
	3.01-3.50	70,75	24,00	77,00	23,00	92,00		
	3.51-4.00	86,00	14,14	86,00	76,00	96,00		
Anne Eğitim Durumu	Okuryazar değil	80,80	13,10	80,00	67,00	96,00	6,300**	0,178
	İlkokul mezunu	71,06	19,98	74,50	23,00	98,00		
	Ortaokul mezunu	57,80	26,44	55,50	25,00	97,00		
	Lise mezunu	79,57	18,80	78,00	47,00	100,00		
	Üniversite mezunu	49,67	28,50	50,00	21,00	78,00		
Baba Eğitim Durumu	Okuryazar değil	71,00	2,83	71,00	69,00	73,00	1,089**	0,896
	İlkokul mezunu	67,00	25,12	74,00	21,00	98,00		
	Ortaokul mezunu	73,06	22,36	75,50	25,00	97,00		
	Lise mezunu	71,33	16,79	70,50	47,00	100,00		
	Üniversite mezunu	64,00	19,80	64,00	50,00	78,00		
Anne Çalışma Durumu	Devlet memuru	64,00	19,80	64,00	50,00	78,00	1,910**	0,752
	Özel sektörde maaşlı personel	61,00	29,11	63,00	23,00	98,00		
	Çalışmıyor	70,49	19,53	74,00	28,00	98,00		
	Emekli	79,00	11,66	81,00	63,00	91,00		
	Diğer	69,64	28,40	75,00	21,00	100,00		
Baba Çalışma Durumu	Devlet memuru	73,60	17,44	75,00	50,00	98,00	2,896**	0,575
	Özel sektörde maaşlı personel	60,92	24,30	60,50	23,00	94,00		
	Çalışmıyor	74,30	22,00	80,50	28,00	100,00		
	Emekli	67,67	19,98	73,50	40,00	91,00		
	Diğer	71,38	22,37	75,00	21,00	98,00		

Genç girişimcilik ölçeği ile sosyodemografik veriler arasında istatistiksel bakımdan anlamlı bir sonuç bulunamamıştır ($p>0,05$). Ancak tabloya bakıldığında kadınların, 28 yaş ve üstü kişilerin, çalışma tecrübesi olan kişilerin, aylık geliri 5500-7000 TL arası olan kişilerin, 2. sınıfta eğitim gören, girişimcilik eğitim alan, eğitim gördüğü bölümü isteyerek seçenlerin, akademik başarı ortalaması 3.51-4.00 arası olan kişilerin, annesi okuryazar olmayan, baba eğitim durumu ortaokul mezunu, annesi emekli, babası çalışmayan kişilerin genç girişimci ölçeğinden almış oldukları puan ortalamaları en yüksektir.

Tablo 7’de katılımcıların güç ihtiyaçları ile eğitim gördükleri sınıf arasındaki farklılığa ilişkin bulgular yer almaktadır.

Tablo 7. Katılımcıların Güç İhtiyaçları ile Eğitim Gördükleri Sınıf Arasındaki Farklılığın Analizi

Eğitim Görülen Sınıf	Güç İhtiyacı						
	$\bar{x}$	$\sigma(s)$	Medyan	Min	Max	U	p
1. Sınıf	25,42	9,03	24,50	10,00	42,00	402,0	0,852
2. Sınıf	24,74	8,19	24,00	6,00	39,00		

Tablo 7’de görüldüğü üzere temel motivasyon kaynakları ölçeği alt boyutu olan güç ihtiyaçları ile eğitim görülen sınıf arasında istatistiksel bakımdan anlamlı bir sonuç bulunamamıştır ($p>0,05$). Fakat 1. sınıfta eğitim gören öğrencilerin güç boyutundan almış oldukları puanın daha yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 8’de katılımcıların başarı ihtiyaçları ile eğitim gördükleri sınıf arasındaki farklılığa ilişkin bulgular yer almaktadır.

Tablo 8. Katılımcıların Başarı İhtiyaçları ile Eğitim Gördükleri Sınıf Arasındaki Farklılığın Analizi

Eğitim Görülen Sınıf	Başarı İhtiyacı						
	$\bar{x}$	$\sigma(s)$	Medyan	Min	Max	U	p
1. Sınıf	26,72	7,90	24,50	17,00	42,00	399,5	0,821
2. Sınıf	26,74	8,45	28,00	16,00	40,00		

Tablo 8’e göre temel motivasyon kaynakları ölçeği, başarı ihtiyaçları alt boyutu ile eğitim görülen sınıf arasında istatistiksel bakımdan anlamlı bir sonuç bulunamamıştır ($p>0,05$). Fakat tabloya bakıldığında 1. sınıfta eğitim gören öğrencilerin başarı boyutundan almış oldukları puanın daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 8’de katılımcıların bağlanma ihtiyaçları ile eğitim gördükleri meslek yüksekokulu arasındaki farklılığa ilişkin bulgular yer almaktadır.

Tablo 9. Katılımcıların Bağlanma İhtiyaçları ile Eğitim Gördükleri Meslek Yüksekokul Arasındaki Farklılığın Analizi

Eğitim Görülen MYO	Bağlanma						
	$\bar{x}$	$\sigma(s)$	Medyan	Min	Max	U	p
Gelendost MYO	28,22	10,28	28,50	6,00	42,00	373,0	0,368
Sütçüler Prof. Dr. Hasan Gürbüz MYO	30,67	9,43	34,00	11,00	42,00		

Tablo 9 incelendiğinde temel motivasyon kaynakları ölçeği bağlanma boyutu ile eğitim görülen meslek yüksekokulu arasında istatistiksel bakımdan anlamlı bir sonuç bulunamamıştır ($p>0,05$). Fakat tabloya bakıldığında Sütçüler Prof. Dr. Hasan Gürbüz Meslek Yüksekokulu’nda eğitim gören öğrencilerin bağlanma boyutundan almış oldukları puanların daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 10’da katılımcıların düşünme ihtiyaçları ile eğitim gördükleri meslek yüksekokulu arasındaki farklılığa ilişkin bulgular yer almaktadır.

Tablo 10. Katılımcıların Düşünce İhtiyaçları ile Eğitim Gördükleri Meslek Yüksekokulu Arasındaki Farklılığın Analizi

Eğitim Görülen MYO	Düşünce					U	p
	$\bar{x}$	$\sigma(s)$	Medyan	Min	Max		
Gelendost MYO	27,91	10,36	28,00	6,00	42,00	406,5	0,697
Sütçüler Prof. Dr. Hasan Gürbüz MYO	29,44	9,36	28,00	12,00	42,00		

Temel motivasyon kaynakları ölçeği düşünce boyutu ile eğitim görülen meslek yüksekokulu arasında istatistiksel açıdan istatistiksel bakımdan anlamlı bir sonuç bulunamamıştır ($p>0,05$). Fakat tabloya bakıldığında Sütçüler Prof. Dr. Hasan Gürbüz Meslek Yüksekokulu'nda eğitim gören öğrencilerin düşünce boyutundan almış oldukları puan daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 11'de temel motivasyon kaynaklarının genç girişimcilik algısı üzerindeki etkisine ilişkin bulgular sunulmuştur.

Tablo 11. Temel Motivasyon Kaynaklarının Genç Girişimcilik Algısı Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi

	β	SE β	Beta	t	p değeri
Sabit (Genç girişimcilik algısı)	26,356	9,011		2,925	,005
Temel motivasyon kaynakları	,393	,079	,550	4,975	<,001
	R	R ²	F	p	
	0,550	0,303	24,75	<0,001	

Tablo 11'e göre temel motivasyon kaynakları ile genç girişimcilik algısı arasında orta seviyede ve pozitif yönde bir ilişki bulunduğu saptanmıştır ($r=0,550$; $p<0,001$). Temel motivasyon kaynakları arttıkça, genç girişimcilik algısı da artmaktadır. Temel motivasyon kaynaklarının genç girişimcilik algısı üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisi olduğu tespit edilmiştir ($\beta=0,393$; $F=24,75$; $p<0,001$). Temel motivasyon kaynakları, genç girişimcilik algısını %30 oranında açıklamaktadır ($R^2=0,303$).

Tablo 12. Girişimcilik Eğitimin Kariyer Hedefleri Üzerindeki Etkisinin Cinsiyete Göre İncelenmesi

		β	SE β	Beta	t	p	R	R ²	F	p
Kadın	Sabit (Genç girişimcilik algısı)	18,854	12,843		1,468	,153	0,63	0,39	18,42	<0,001
	Temel motivasyon kaynakları	,478	,111	,630	4,293	<,001				
Erkek	Sabit (Genç girişimcilik algısı)	30,534	12,834		2,379	,025	0,49	0,24	8,62	0,007
	Temel motivasyon kaynakları	,335	,114	,492	2,936	,007				

Kadınlarda, temel motivasyon kaynaklarının genç girişimcilik algısı üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir ($F=18,42$; $p<0,001$). Erkeklerde de temel motivasyon kaynaklarının genç girişimcilik algısı üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı etkisi bulunmaktadır ($F=8,62$; $p<0,05$). Açıklama oranları incelendiğinde, temel motivasyon kaynaklarının genç girişimcilik algısını açıklama oranı $R^2=0,39$, erkeklerde ise $R^2=0,24$ olarak elde edilmiştir. Kadınlarda temel motivasyon kaynaklarının genç girişimcilik algısını açıklama oranı daha yüksek bulunmuştur.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Girişimcilik ekonomik göstergelere yön veren en önemli unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü'nün yapmış olduğu tanım da girişimciliğin ekonomiler üzerinde pozitif yönlü bir etkiye sahip olduğunun vurgulandığı görülmektedir (OECD, 2005). Yerli ve yabancı literatür incelendiğinde yürütülen çalışmalarda girişimcilik faaliyetlerinin ileri düzeylerde olduğu Almanya, Japonya, Fransa, Kanada, İtalya ve Amerika gibi ülkelerde, girişimcilik seviyesiyle yıllık ekonomik gelişim verileri arasında güçlü bir ilişkinin bulunduğu ortaya konmuştur. Dünyanın

dört bir tarafında devletler, kalkınmayı teşvik etmenin yegâne yolunun özellikle genç nüfusun girişimcilğe teşvik edilmesi olduğunu kabul etmişlerdir. Bu bağlamda yoğun bir genç nüfusa sahip olan ülkemizde, ekonomik ve sosyal süreçlerde aktif olarak rol alma düşüncesi bulunan gençlerin, girişimcilik potansiyellerinin artırılması hususunun önem kazandığı görülmektedir. Bu noktada genç girişimcilik faaliyetlerinin ülke geneline yayılması noktasında üniversitelere büyük görevler düşmektedir (Mowery ve Shane, 2002). Teknolojinin büyük bir hızla geliştiği ve yeni fikirlerin önem kazanmakta olduğu günümüzde, gençlere yeni fikirler üretmeleri konusunda gerekli motivasyonu sağlayabilecek ve fikirlerini uygulamaya koyabilmeleri için yol gösterebilecek bir eğitim sisteminin temin edilmesi gerekmektedir.

Temel motivasyon kaynaklarının geleceğin girişimcileri olan üniversite öğrencilerinin genç girişimcilik algıları üzerinde bir etkiye sahip olup olmadığının tespit edilmesi amaçlanan bu araştırma ile elde edilen sonuçlar incelendiğinde şu bulgulara ulaşıldığı görülmektedir:

Ballı ve Ballı (2014)'e göre bireylerin yaşları, cinsiyetleri, ailelerinde girişimci bulunup bulunmaması ve ailelerinin sosyo-ekonomik durumları gibi demografik özellikler girişimcilik eğilimi üzerinde etkisi bulunan unsurlardır. Çetinkaya Bozkurt (2011)'e göre bireylerin tutum ve davranışları, yaşamlarının erken dönemlerinde ilk olarak ailelerinden ve sonrasında ise okuldan edindikleri tecrübelerinden kaynaklanmaktadır. Bu araştırmaya katılan öğrencilerin demografik özelliklerine bakıldığında %81,4'inin yaş ortalamasının 18-22 arasında olduğu ve örneklemin büyük çoğunluğunun genç girişimci adayı tanımına uyduğu görülmektedir. Katılımcıların %76,3'ünün çalışma tecrübesi vardır ve %32,2'sinin aylık geliri 10.000 TL ve üzeridir. Katılımcıların %61'i 1. sınıfta eğitim görmekteyken, %39'u 2. sınıfta eğitim görmektedir ve %74,6'sı girişimcilik dersi almamıştır. %74,6'sı eğitim görmekte olduğu programı isteyerek seçmiş olan katılımcıların %33,9'unun akademik başarı ortalamasının 2,51-3,00 aralığında olduğu tespit edilmiştir.

Dam (2008)'e göre bireylerin anne ve babalarının meslekleri, eğitim durumları gibi birçok özellik bireylerin eğilimleri üzerinde bir etkiye sahiptir. Katılımcıların %57,6'sının anne eğitim durumu ve %45,8'inin baba eğitim durumu ilkökuldür. Ayrıca %59,3'ünün annesi çalışmıyorken, %44,1'inin babasının diğer sektörlerde çalışmakta olduğu görülmektedir.

Katılımcıların %69,5'inin ailesinde kendi işini kuran yoktur. İlgili literatür incelendiğinde yürütmüş olduğu çalışmada Kök (2007)'nin bireylerin ailelerinin eğitim düzeylerinin yüksek olması durumu ile ailelerinde girişimci bulunması durumlarının girişimcilik eğilimini artırdığını tespit ettiği görülmektedir.

Kaygın ve Güven (2015)'e göre girişimcilik sadece yeni bir işletme kurmakla sınırlı bir faaliyet olmayıp, aynı zamanda kurulmuş olan bir işletmenin devamlılığının temin edilmesini de gerektirmektedir. Bu bağlamda işletmelerin idari ve finansal olarak yönetilebilmesi için sorumluluk alabilen ve yönetici vasfına sahip yöneticilere ihtiyaç duyulmaktadır. Katılımcılara sorulan “Bir işletmeyi yönetme sorumluluğunu alabilir misiniz?” sorusuna %78 oranında evet yanıtı alınmıştır. Thornbery (2001)'e göre girişimci bireyler fikir, iş ve iktisadi değerler üretebilme ve yönetebilme yeteneklerine sahip kişilerdir. Bu bulgudan hareketle yürütülen bu çalışmaya dahil olan katılımcıların sorumluluk alabilen, yönetici vasfına sahip bireylerden oluştuğu söylenebilir.

“Girişimcilik ruhuna sahip olduğunuzu düşünüyor musunuz?” sorusu sorulduğunda %78'lik bir kesimin girişimcilik ruhuna sahip olduğunu beyan ettikleri ve “Risk alma eğiliminiz hakkında ne düşünüyorsunuz?” sorusu sorulduğunda %78'inin risk alabileceklerini düşündükleri görülmektedir. Risk, zarar ya da kayba sebep olabilecek bir olayın meydana gelme ihtimalidir. Ayrıca risk, belirli bir zaman periyodu içerisinde önceden belirlenmiş amaçlara ulaşamaması olarak da tanımlanmaktadır. Girişimcilik doğası gereği risk ve belirsizliği bünyesinde barındıran bir faaliyettir. Bir girişimcinin taşınması gereken özelliklere ilişkin yerli ve yabancı literatür incelendiğinde ortak noktanın riski üstlenme isteği olduğu görülmektedir. Bird (1998) ve McClelland (1985)'in yapmış oldukları girişimci tanımlarına bakıldığında girişimcilerin olası riskleri üstlenmekten hoşlanan bir kişiliğe sahip olduğu görülmektedir. Bu yönüyle yürütülen bu çalışmaya katılan öğrencilerin büyük çoğunluğunun risk alma eğilimine sahip olduklarını beyan etmeleri literatürde yer alan çalışmalarla örtüşmektedir.

Katılımcıların genç girişimcilik algısı ölçeğinde yer alan ifadelerle ilişkin beyanlarına bakıldığında; çoğunluğun çocukluk çağlarından beri kendi işletmelerini kurmayı ve girişimci olmayı hayal ettikleri,

böylelikle ailelerine faydalı olmayı hedefledikleri tespit edilmiştir. Bu bulgudan hareketle katılımcıların ailelerinde girişimci örneği bulunmamasına rağmen, bir girişimcinin taşınması gereken en önemli özellikleri taşınmaları nedeniyle bu görüşte olabilecekleri söylenebilir.

Katılımcıların temel motivasyon kaynakları ölçeğinde yer alan sorulara vermiş oldukları yanıtlar incelendiğinde ekip çalışmalarına katılmaya ve ekip lideri olmaya istekli oldukları, işlerinde en iyi olabilmek için çok çalışmayı göze alabileceklerini belirttikleri görülmektedir.

McClelland (1985)'e göre güç ihtiyacı, bireylerin etki etme isteklerine karşılık gelmektedir. Katılımcıların temel motivasyon kaynakları ölçeği alt boyutu olan güç ihtiyaçları ile eğitim görmekte oldukları sınıf arasında istatistiksel açıdan anlamlı sonuç saptanmamış olsa da 1. sınıfta eğitim görmekte olan öğrencilerin güç boyutundan almış oldukları puanın daha yüksek olduğu görülmektedir. Yamaguchi (2003), Royle ve Hall (2012), Veroff (1992) gibi araştırmacılara göre yüksek güç ihtiyacı olan bireyler; rekabetçi, daha yüksek statü için çok çalışmayı göze alabilen, diğerlerini etkileri altına alma isteği bulunduran kişilerdir.

Girişimcilik algısı üzerinde etkisi bulunan psikolojik faktörlerden ilki başarı ihtiyacı olarak karşımıza çıkmaktadır. 1960'lı yıllarda psikolojik girişimcilik teorilerinin en önemlileri McClelland tarafından atılmış olup, McClelland (1961) bireyin bazı standartlar kapsamında çok iyi olabilmek için gayret sarf etmesini başarı ihtiyacı olarak nitelendirmiştir. Katılımcıların başarı ihtiyaçları ile eğitim görmekte oldukları sınıf arasında istatistiksel açıdan anlamlı sonuç saptanmamıştır ancak 1. sınıfta eğitim görmekte olan öğrencilerin başarı boyutundan almış oldukları puan daha yüksektir. İlgili literatüre bakıldığında başarı ihtiyacı daha yüksek düzeydeki girişimcilerin, yeteneklerini aşan işlerde daha çok çalışmaya ve işlerini daha hızlı öğrenmeye istekli oldukları görülmektedir.

McClelland (1985)'e göre bağlanma ihtiyacı, bireylerin sıcak ve yakından kişisel ilişkiler ya da arkadaşlıklar kurmalarıdır. Temel motivasyon kaynakları ölçeği bağlanma boyutu ile eğitim görülen meslek yüksekokulu arasında istatistiksel açıdan anlamlı sonuç saptanmamıştır ancak Sütçüler Prof. Dr. Hasan Gürbüz Meslek Yüksekokulu'nda eğitim gören öğrencilerin bağlanma boyutundan almış oldukları puan daha yüksektir. McClelland'a göre bağlanma ihtiyacı daha yüksek bireyler başka bireylerle olan ilişkilerine değer vermekte ve sağlıklı ilişkilerde bulunarak, bu ilişkilerin devamlılığını arzu etmektedirler. McShane ve Glinow (2010) ise bağlanma ihtiyacı yüksek olan kişilerin daha sempatik ve uyumlu kişiler olduklarını, başkaları tarafından sevmeyi önemli gördüklerini belirtmişlerdir.

Düşünme ihtiyacı kavramı ilk olarak Cohen, Stotland ve Wolf (1955) tarafından ele alınmıştır. Cacioppo ve Petty (1982) düşünme ihtiyacını; düşünme gerektiren süreçlere dahil olma isteği olarak açıklamaktadır. Temel motivasyon kaynakları ölçeği düşünme ihtiyacı boyutu ile eğitim görülen meslek yüksekokulu arasında istatistiksel açıdan anlamlı sonuç saptanmamıştır ancak Sütçüler Prof. Dr. Hasan Gürbüz Meslek Yüksekokulu'nda eğitim gören öğrencilerin düşünce boyutundan almış oldukları puanın daha yüksek olduğu görülmektedir. Suedfeld ve Tetlock (2001)'e göre yüksek düşünme ihtiyacı olan bireyler meraklı, yeni fikir ve deneyimlere açık kişilerdir. Berzonsky ve Sullivan (1992)'ye göre ise düşünme ihtiyacı yüksek olanlar sorun çözme odaklı kişiler olup, karar almada ihtiyaç duydukları bilgilere ulaşabilmek için araştırma yapmaya hevesli kişilerdir.

Temel motivasyon kaynakları ile genç girişimcilik algısı arasındaki ilişkiye bakıldığında orta seviyede ve pozitif yönde bir ilişkinin bulunduğu saptanmıştır. Yani temel motivasyon kaynakları arttıkça genç girişimcilik algısı da artmaktadır. Hem kadınlarda hem de erkeklerde temel motivasyon kaynaklarının genç girişimcilik algısı üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı etkisi bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır. Fakat açıklama oranları incelendiğinde, temel motivasyon kaynaklarının genç girişimcilik algısını açıklama oranının kadınlarda daha yüksek olduğu görülmektedir.

Girişimci bireylerin yeniliklere açık bireyler olmaları, geleceği öngörebilmeleri, yaratıcı olmaları gerekmektedir. Bu noktada üniversitelerde verilen girişimcilik eğitimleri gençlerin girişimcilik algılarının şekillendirilmesinde büyük önem arz etmektedir. Araştırmadan elde edilen bulgularda da görüldüğü üzere öğrenciler, girişimcilik eğitiminin kendileri için önemli olduğunu belirtmekte ve üniversitede almış oldukları bu eğitim ışığında girişimci olabileceklerini düşünmektedirler. Xie ve Wang (2025) yürütmüş oldukları araştırmada Çin'de yer alan üniversitelerde üretken yapay zeka uygulamalarının üniversite öğrencilerinin girişimcilik niyetlerini olumlu yönde etkilediğine ilişkin bir

sonuca ulaşmışlardır. Ülkemizde üniversitelerde verilen girişimcilik eğitimlerinin içerikleri, geleceğin genç girişimcileri olma potansiyeli taşıyan üniversite öğrencilerinin ilgilerini çekebilecek yapay zeka uygulamaları gibi güncel konularla zenginleştirilerek daha cezbedici hale getirilebilir.

Şahin (2018) yürütmüş olduğu çalışmasında OECD ülkelerinde girişimcilik faaliyetlerinde %1'lik oranda bir artışın, ülkenin ekonomik büyümesini %0,44'lik bir oranda artırdığını ortaya koymuştur. Bu bulgu girişimcilik faaliyetlerinin önemini bir kere daha göstermiştir.

Girişimciliğe hak ettiği önemi veren, girişimcileri destekleyen bir politikanın benimsenmesi ülke ekonomilerinin gelişmesine ve büyümesine doğrudan katkı sunmaktadır. Bu noktada girişimcilik kültürünün oluşturulabilmesi ve girişimcilik faaliyetlerinin yaygınlaşabilmesi için gençlerin eğitiminde büyük pay sahibi olan üniversitelere önemli görevler düşmektedir. Ayrıca girişimcilik faaliyetlerinin araştırma yapma ve kaynak bulma gibi süreçleri içermesi nedeniyle ilgili kamu kuruluşlarının üniversitelerle koordineli bir şekilde hareket ederek iş birliği yapmalarının genç girişimciliğin yaygınlaşmasına katkı sağlayabileceği söylenebilir. Bunun dışında gençlerin girişimci yönlerinin ön plana çıkartılabilmesi için mevcut destek ve katkıların da artırılması fayda sağlayabilir.

Bu çalışmada Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi bünyesindeki Gelendost Meslek Yüksekokulu ile Sütçüler Prof. Dr. Hasan Gürbüz Meslek Yüksekokulu Finans, Bankacılık ve Sigortacılık bölümü, Maliye Programında ön lisans düzeyinde eğitim almakta olan 1. ve 2. sınıf öğrencilerinin örneklem alınması çalışmanın sınırlılığını oluşturmaktadır. Çalışmanın genellenebilirliğinin bu durum göz önünde bulundurularak değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu nedenle gelecekte bu konu ile ilgili yürütülecek olan çalışmaların, farklı üniversitelerde ve farklı bölümlerde eğitim görmekte olan öğrenciler üzerinde araştırılması önerilmektedir. Ayrıca, bu çalışma konusu gerçek girişimciler üzerinde yürütülerek, teorik ve fiili duruma yönelik bir karşılaştırma yapma imkânı elde edilebilir.

KAYNAKÇA

- Acar, S. (2019). Mesleki Eğitim Merkezi Öğrencilerinin Girişimcilik Algılarının İncelenmesi: İstanbul İli Örneği, T.C. Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi: İstanbul.
- Alvord, S. H. Brown, L. D. and Letts, C. W. (2004). Social Entrepreneurship and Societal Transformation: An Exploratory Study. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 40 (3), (260–282).
- Antalyalı, Ö. L. ve Bolat, Ö. (2017). Öğrenilmiş İhtiyaçlar Bağlamında Temel Motivasyon Kaynakları (TMK) Ölçeğinin Geliştirilmesi, Güvenilirlik ve Geçerlik Analiz. *AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17 (1), (83 114).
- Armstrong, S. J. and Hird, A. (2009). Cognitive Style and Entrepreneurial Drive of New and Mature Business Owner- Managers. *Journal of Business and Psychology*, 24 (4), (419-430).
- Astebro, T. Bazzazian, N. and Braguinsky, S. (2012). Startups by Recent University Graduates and Their Faculty: Implications for University Entrepreneurship Policy. *Research Policy*, 41(4), (663-677).
- Ballı, E. ve Ballı, A. İ. K. (2014). Üniversite Öğrencilerinin Bireysel Değerleri ve Girişimcilik Eğilimleri. *Çukurova Üniversitesi İİBF Dergisi*, 18(1), (101- 121).
- Berzonsky, M. D. and Sullivan, C. (1992). Social-Cognitive Aspects of Identity Style: Need for Cognition, Experiential Openness, and Introspection. *Journal of Adolescent Research*, 7, 140-155.
- Bird, B. (1998). Entrepreneurial Behavior, Foresman Company.

- Cacioppo, J. T. and Petty, R. E. (1982). The Need for Cognition *Journal of Personality and Social Psychology*, 42(1), (116-131).
- Cantillon, R. (1775). *Essai sur la Nature du Commerce en General* [and other essays]. Editör ve çeviren Henry Higgs, Londra: Frank Cass.
- Carsrud, A. and Brannback, M. (2011). Entrepreneurial Motivations: What Do We Still Need to Know?. *Journal of Small Business Management*, 49 (1), (9-26).
- Chaudhary, R. (2017). Demographic Factors, Personality and Entrepreneurial Inclination: A Study Among Indian University Students. *Education + Training*, 59 (2), (171-187).
- Chigunta, F. (2002). *Youth Entrepreneurship: Meeting the Key Policy Challenges*. Oxford, UK: Oxford University.
- Cohen, A. R. Stotland, E. and Wolfe, D. M. (1955). An Experimental Investigation of Need for Cognition''. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 51(2), 291-294.
- Çelik, H., (2016) Türkiye’de Genç Girişimciliğin Önündeki Engeller ve Çözüm Önerileri. Süleyman Demirel Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. İşletme Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Çetinkaya Bozkurt, Ö. (2011). Dünyada ve Türkiye’de Girişimcilik Eğitimi: Başarılı Girişimciler ve Öğretim Üyelerinden Öneriler. Detay Yayıncılık.
- Dam, H. (2008). Öğrencinin Okul Başarısında Aile Faktörü. *Hitit Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 7 (14), (75-99).
- Davidsson, P. (1995). Culture, Structure and Regional Levels of Entrepreneurship. *Entrepreneurship & Regional Development*, 7, (41-62).
- Dracke, F. (2014). *Entrepreneurial Motivation in Change*, Copenhagen: Copenhagen Business School.
- Gaddam, S. (2007). A Conceptual Analysis of Factors Influencing Entrepreneurship Behavior and Actions. *ICFAI Journal of Management Research*, 6 (11), (46-63).
- Gedik, A. (2020). Ekonomik Kalkınmada Bilişim Sektörünün Etkinliği Üzerine Bir Uygulama, *Journal of Academic Perspective on Social Studies*, (1), 67-83.
- Gregg, P. (2001). The Impact of Youth Unemployment on Adult Unemployment in the NCDS. *The Economic Journal*, 111 (475), (F623–F653).
- Kaygın, E. ve Güven, B. (2015). Girişimcilik: Temel Kavramlar, Girişimcilik Türleri, Girişimcilikte Güncel Konular. Siyah İnci Akademi Yayınları.
- Kök, S. B. (2007). Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler ve Kadın Girişimciliği. Denizli Ticaret Odası Ekonomik Araştırma Serisi, Yayın No:1.
- Krueger, N. F. and Brazeal, D. V. (1994). Entrepreneurial Potential and Potential Entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18 (3), (91-104).
- Marques, C.S. Ferreira, J. J. Gomes, D. N. and Rodrigues, R.G. (2012). Entrepreneurship Education: How Psychological, Demographic and Behavioural Factors Predict the Entrepreneurial Intention. *Education+Training*, 54 (8/9), (657-672).
- McClelland, D. C. (1961). *The Achieving Society*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- McClelland, D. C. (1985). *Human Motivation*. Glenview, IL: Scott Foresman.
- McShane, S. L. And Von Glinow, M. A. (2010). *Organizational Behavior* (5b.). New York: McGraw-Hill.

- Mowery, D.C. and Shane, S. (2002). Introduction to the Special Issue on University Entrepreneurship and Technology Transfer. *Management Science*, 48 (1), (V-IX).
- OECD, (2005). Türkiye’deki Dinamik Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Geliştirilmesine ve Finansmanına Yönelik Çerçeve.
- Pearce, J. and Robinson, R. (2015). Stratejik Yönetim. Çeviren: Mehmet Barca, Ankara: Nobel Akademi Yayıncılık Eğitim Danışmanlık.
- Pinillos, M. J. (2011). The Intellectual Structure of Entrepreneurial Motivation: A Citation/Cocitation Analysis. *China-USA Business Review*, 10 (4), (285-297).
- Royle, M. T. and Hall, A. T. (2012). The Relationship Between McClelland’s Theory of Needs, Feeling Individually Accountable, and Informal Accountability for Others. *International Journal of Management and Marketing Research*, 5(1), (21-42).
- Shane, S. Locke, E. A. and Collins, C. (2003). Entrepreneurial Motivation. *Human Resource Management Review*, 13 (1), (257–279).
- Shapero. A. (1982). Social Dimensions of Entrepreneurship, Encyclopedia Of Entrepreneurship, Editör:C. Kent, D. Sexton and K. Vesper, Englewood Cliffs, New York: Prentice Hall.
- Suedfeld, P. and Tetlock, P. E. (2001). Individual Differences in Information Processing. Tesser, & N. Schwarz içinde, Blackwell Handbook of Social Psychology: Intraindividual Processes. Oxford: Blackwell Publishers.
- Şahin, D. (2018). OECD Ülkelerinde Girişimcilik Faaliyetlerinin Ekonomik Büyüme Üzerine Etkisi: Panel Veri Analizi. *Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(3), (81-90).
- Theobald, R. (1987). The Rapids of Change: Social Entrepreneurship in Turbulent Times, Knowledge Systems.
- Thornberry, N. (2001). Corporate Entrepreneurship, Antidote or Oxymoron?. *European Management Journal*, 19 (5), (526-533).
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2005). Bilimsel araştırma süreci ve SPSS ile veri analizi. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Uygun, M. Mete, S. and Güner, E. (2012). Genç Girişimci Adaylarının Girişimcilik Eğilimi ve Girişimcilik Özellikleri Arasındaki İlişkiler. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 4 (2), (145-156).
- Veroff, J. (1992). Power Motivation. C. P. Smith içinde, Motivation and Personality: Handbook of Thematic Content Analysis. New York: Cambridge University Press.
- Xie, Y. and Wang, S. (2025). Generative Artificial Intelligence in Entrepreneurship Education Enhances Entrepreneurial Intention Through Self-Efficacy and University Support. 15(24079), (1-20).
- Yamaguchi, I. (2003). The Relationships Among Individual Differences, Needs and Equity Sensitivity. *Journal of Managerial Psychology*, 18(4), (324-344).