



Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi

2023, 6(10): 1300-1313.

DOI: [10.26677/TR1010.2023.1315](https://doi.org/10.26677/TR1010.2023.1315)

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Para Sevgisi ve Girişimcilik Niyeti İlişkisi*

Dr. Öğr. Üyesi Nurdanur TAVLAN SOYDAN, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Bozdoğan Meslek Yüksekokulu, Aydın, e-posta: nurdanur.tavlan@adu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4320-2257>

Yasemen KAYMAZ, Önlisans Öğrencisi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Bozdoğan Meslek Yüksekokulu, Aydın, e-posta: yasemenkaymaz9956@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-3789-9836>

Medine BABA, Önlisans Öğrencisi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Bozdoğan Meslek Yüksekokulu, Aydın, e-posta: 216309024@stu.adu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-9818-5853>

Öz

Girişimcilik ekonomik kalkınmanın itici güçlerindedir ve bu nedenle girişimciliğe yönlendiren faktörlerin belirlenmesinin genç nüfusun girişimciliğe niyetlenmesinde önemli olduğu düşünülmektedir. Bu çalışmada planlı davranış teorisinden hareketle üniversite öğrencilerinin girişimcilik niyetleri ile paraya duydukları sevginin ilişkisi incelenmiştir. Çalışmanın bağımsız değişkeni olan para sevgisi ölçeği için Tang ve Chen'in (2008) çalışmalarından, girişimcilik niyeti ölçeği için Linan ve Chen'in (2009) çalışmalarından faydalanılmıştır. Çalışmanın verileri ön lisans ve lisans okuyan öğrencilere uygulanan öz bildirim dayalı çevrimiçi anket aracılığıyla toplanmış ve 354 katılımcının anketi geçerli kabul edilmiştir. Yapılan çoklu regresyon analizi sonucunda yalnızca paranın motivasyon sağlama boyutunun girişimcilik niyeti üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu görülmüştür.

* Bu makale TÜBİTAK 2209-A Üniversite Öğrencileri Bilimsel Araştırma Projeleri Destekleme Programı- 2022/2 kapsamında tamamlanan projenin bir çıktısıdır.

Anahtar Kelimeler: Para Sevgisi, Girişimci, Girişimcilik Niyeti.

Makale Gönderme Tarihi: 04.08.2023

Makale Kabul Tarihi: 07.10.2023

Önerilen Atıf:

Tavlan Soydan, N., Kaymaz, Y. ve Baba, M. (2023). Para Sevgisi ve Girişimcilik Niyeti İlişkisi, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 6(10): 1300-1313.



Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences

2023, 6(10): 1300-1313. DOI:[10.26677/TR1010.2023.1315](https://doi.org/10.26677/TR1010.2023.1315)

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



RESEARCH PAPER

The Relationship Between the Love of Money and Entrepreneurial Intention

Assistant Prof. Dr. Nurdanur TAVLAN SOYDAN, Aydın Adnan Menderes University, Bozdoğan Vocational School, Aydın, e-mail: nurdanur.tavlan@adu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4320-2257>

Yasemen KAYMAZ, Associate Degree Student, Aydın Adnan Menderes University, Bozdoğan Vocational School, Aydın, e-mail: yasemenkaymaz9956@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-3789-9836>

Medine BABA, Associate Degree Student, Aydın Adnan Menderes University, Bozdoğan Vocational School, Aydın, e-mail: 216309024@stu.adu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-9818-5853>

Abstract

Entrepreneurship is a driving force of economic development; hence, determining the factors that influence entrepreneurship is considered crucial for fostering entrepreneurial intentions among the younger population. In this study, the relationship between entrepreneurial intentions of university students and their love of money has been investigated based on the theory of planned behavior. The Love of Money Scale, which is the independent variable of the study, was adapted from the works of Tang and Chen (2008), while the Entrepreneurial Intention Scale was adopted from the studies of Linan and Chen (2009). The data for the study were collected through a self-reported online survey administered to undergraduate students, and a total of 354 valid survey responses were accepted. The results of the multiple regression analysis revealed that only the motivation dimension of money had a statistically significant effect on entrepreneurial intention.

Keywords: Love of Money, Entrepreneur, Entrepreneurial Intention.

Received: 04.08.2023

Accepted: 07.10.2023

Suggested Citation:

Tavlan Soydan, N., Kaymaz, Y. and Baba, M. (2023). The Relationship Between the Love of Money and Entrepreneurial Intention, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 6(10): 1300-1313.

GİRİŞ

Ekonominin temel sorunlarından bir tanesi kıt olan kaynaklarla sınırsız olan ihtiyaçların nasıl giderileceğidir. Bu nedenle kıt olan kaynakların en verimli şekilde kullanılarak hangi mal ve hizmetlerin nasıl üretileceği ve ihtiyaçların nasıl karşılanacağı önemli bir sorundur. Üretim söz konusu olduğunda akla mal ve hizmet üretmek için faaliyette bulunan işletmeler ve bu işletmeleri faaliyete geçiren girişimciler gelmektedir. Girişimci, emek, sermaye, doğal kaynaklar ve teknoloji olarak sınıflandırılan üretim faktörlerini bir araya getiren kişidir. Cantillon (1931) girişimciyi çiftçi olarak değerlendirerek girişimciliği belirsizlik yönüyle ele almış ve belirli olmayan bir gelirle hayatı idame ettirmek olarak tanımlamıştır. J. Baptiste Say'a (1836) göre girişimci üretim kaynaklarını bir araya getiren kişidir ve bunu ticari ürün üretmek amacıyla yapmaktadır. Schumpeter (1934) ise girişimciliğin yenilikçilik boyutunu vurgulayarak girişimciyi yenilikçi ve endüstri lideri olarak tarif etmiştir. Girişimcilik niyeti ise kişinin kendi işini kurmak için girişimci çabalar sarf etmesine yönelik eylemlere bağlılığı olarak ifade edilmektedir (Şeşen ve Basım, 2012).

Girişimcilik, ülkelerin ekonomik kalkınma ve ekonomik gelişmişliğine de katkı sağlayacak önemli bir kavramdır. Girişimciliğin ekonomik alandaki etkileri araştırıldığında yeni ürün/hizmetler ve üretim süreçleriyle pazara giriş yapmaları, inovasyon ve rekabetçiliği artırması, toplumun istek ve ihtiyaçlarının şekillenmesi, istihdam sağlaması, yeni endüstriler kurulmasını sağlaması, refah düzeyinin yükselmesi gibi özellikleri sıralanmaktadır (Önce vd., 2014). Buna ek olarak girişimcilerin her zaman iyiliği düşünen ve toplumsal refahı arttırmayı hedefleyen bireyler olmayabileceği de vurgulanmaktadır. Dolayısıyla girişimciler toplumdaki diğer bireyler gibi kendi çıkarları doğrultusunda, kazanç sağlamak ve toplumda diğerlerine göre daha iyi konumda olmak gibi sebeplerle de hareket edebilmektedirler. Sonuç olarak kâr motivasyonu girişimsel davranışı şekillendirebilmektedir (Yıldız ve Alp, 2012: 33).

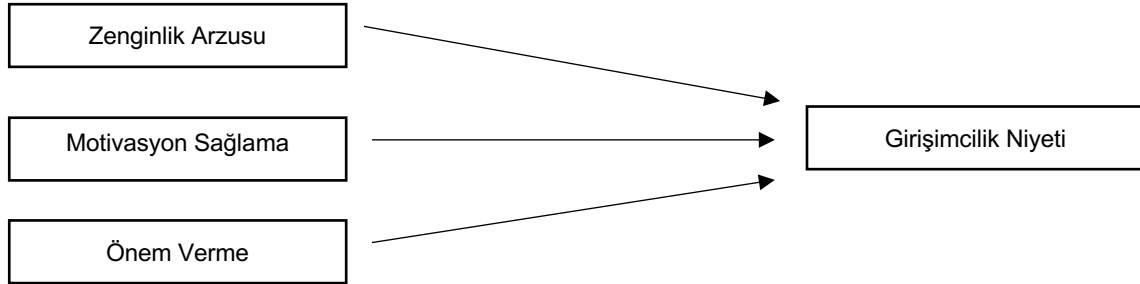
Para sevgisi bireyin para için duyduğu istek ve arzusu, paraya karşı duygusal, bilişsel ve davranışsal olarak olumlu tutum sergilemesidir (Tang ve Chen, 2008: 5). Paraya olan sevgi bireyin ihtiyaçlarına değil daha çok paraya yönelik isteklerine odaklanmaktadır ve bu nedenle de yüksek para sevgisine sahip bireyler paraya ihtiyaçları olmasa bile sürekli daha fazla para istemektedirler (Tang vd., 2004a). Parayı bazı kişiler gücü elde tutmak için isterken, bazılarında göre hijyen bir faktör olarak değerlendirilir bazılarında göre ise daha iyi bir performans sağlamak için güdüleyici bir faktördür (Luna ve Tang, 2015: 286). Para sevgisinin yüksek olması zamanla bireyde ücret tatminsizliğine sebep olabilmektedir (Tang ve Chiu, 2003). Girişimci ile ilgili yapılan tanımlamalarda başkası hesabına çalışmayıp ticari bir girişimin sahibi ya da yöneticisi olan kişi şeklinde bir tanım yer almaktadır (Brockhaus, 1980: 509). Böylece para sevgisi sonucu ücret tatminsizliği yaşayan bireyler zamanla kendi işlerini kurma fikirleri geliştirmeye başlayabilmektedir (Tang vd., 2004a; Liu ve Tang, 2011; Sezer, 2013).

2021 yılı Küresel Girişimcilik Monitörü Girişimci Davranış ve tutumlar Yetişkin Nüfus Araştırması sonuçları incelendiğinde Türkiye'de gizli girişimci olan ve üç yıl içinde iş kurma niyetinde olan 18-64 yaş nüfus yüzdesinin %31.3 olduğu görülmektedir (<http://gem-consortium.ns-client.xyz/data>). 2020 yılı Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) Girişimcilik ve İş Demografisi raporunda 2019 yılında girişimlerin doğum oranlarının %13 iken istihdamdaki paylarının %4,6 olduğu açıklanmıştır. 2020 yılında ise doğum oranlarının %14.7'ye yükselmesiyle istihdam payları %5'e çıkmıştır. Yine TÜİK 2020 yılı verilerinden Küçük ve Orta Büyüklükteki Girişim (KOBİ) İstatistikleri incelendiğinde sanayi ve hizmet sektöründe faaliyet gösteren 3 milyon 295 bin girişimin KOBİ statüsünde olduğu ve bu girişimlerin istihdamın %72'sini karşıladığı görülmüştür (www.tuik.gov.tr). Bunun yanında Habitat Derneği ve Infakto RW ortaklığında gerçekleştirilen Türkiye'de Gençlerin İyi Olma Hali Raporunda ev genci (2017

yılında literatüre geçmiştir) sayısının OECD 2020 verilerine göre yaklaşık 6 milyona yaklaştığı tahmin edilmekte, 36 üye ülke arasında Türkiye'nin ilk sırada yer aldığı ifade edilmektedir. Ne eğitimde ne istihdamda olan işgücünün atıl durması yaşamdan memnuniyetlerinin azalmasına neden olmaktadır. Gençlerin iyi olma hallerinin olumsuz seyretmesinin de uzun vadede sosyo-ekonomik açıdan ülkeye olumsuz yansıtacağı düşünülmektedir.

İnsanların kişisel servetlerini artırmak amacıyla girişimler başlattığı varsayımı girişimcilik araştırmalarında ortak bir amaçtır. Girişimciler için geleneksel başarı ölçütleri firma geliri, kârlılık ve kişisel servet yaratma gibi parasal faktörleri vurgular. Bununla birlikte bağımsız olma, kendini gösterme gibi nedenler de girişimlerin başlatılmasında önemli faktörlerdir. Girişimcilikte paranın diğer karar boyutlarına göre ne ölçüde önemli olduğu literatürde sınırlı ilgi gören ampirik bir sorudur. Girişimciliğin ekonomiye katkıları göz önünde bulundurulduğunda girişimciliğin teşvik edilmesinin ve girişimci olmaya yönlendiren ya da girişimci olmayı engelleyen nedenlerin ne olduğunu incelemenin önemli olduğu düşünülmektedir. Yapılan literatür taramasında para sevgisi ve girişimcilik niyeti arasındaki ilişkiyi ele alan çalışmaların hem ulusal hem de uluslararası düzeyde kısıtlı olduğu görülmüştür. Genellikle para sevgisinin çalışanların işten ayrılmaları ve iş tatminleri, işe ilişkin tutumlar, etik davranışlar vb. üzerine etkisinin incelendiği çeşitli çalışmalara rastlanmıştır (Tang vd., 2004b; Sardžosk ve Tang, 2012; Monteiro vd., 2015; Susanto, 2020; Dissanayeke ve Jayawardan, 2023; Ramadhania ve Ardini, 2023). Bununla birlikte Özbek'in (2019) çalışmasında para sevgisi ile girişimcilik niyeti arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki tespit edilirken Amit vd.'nin (2000) çalışmalarında kişisel zenginliğin girişimciliğin altında yatan temel neden olarak görülmediği, paranın girişimcilik faaliyetleri için motive edici bir faktör olmasına rağmen birincil faktör olmadığı ifade edilmektedir.

Bu çalışmada para sevgisinin zenginlik arzusu, motivasyon ve önem verme boyutları ile girişimcilik niyeti arasındaki ilişki araştırılmıştır. Araştırma kapsamında elde edilen verilerle geliştirilen hipotezler test edilmiştir. Araştırmanın modeli Şekil 1.'de yer almaktadır.



Şekil 1. Araştırmanın Modeli

Araştırmanın modelinde zenginlik arzusu, paranın motivasyon sağlaması ve paraya önem verme değişkenleri bağımsız (yordayıcı), girişimcilik niyeti değişkeni ise bağımlı değişken olarak belirlenmiştir. Böylece para sevgisinin boyutları olan zenginlik arzusu, paranın motivasyon sağlaması ve paraya önem vermenin girişimcilik niyeti ile olan ilişkileri araştırılmıştır.

PARA SEVGİSİ ve GİRİŞİMCİLİK NİYETİ İLİŞKİSİ

Geleneksel kavrayışa göre para takas görevi gören ve ticareti kolaylaştıran bir araç olarak kabul edilmektedir. Yönetim araştırmalarında para ticaretin temelinde yer alan başlıca faktördür: insanlar para kazanmak için örgütlenmekte ve iş kurmaktadır. İşletmeler çalışanlarına emekleri karşılığında ödeme yapmaktadır böylece parayı onları çekmek, motive etmek ve elde tutmak için

kullanılmaktadır (Mitchell ve Mickel, 1999: 568). Bununla birlikte para araçsal, sembolik ve sosyal anlamlar da dahil olmak üzere pek çok anlam barındırır. Örneğin daha iyi yaşam koşullarına sahip olmak, iyi arabalara binmek ve iyi evlerde oturmak ve böylece motivasyon sağlamak paranın araçsal yönlerini ifade ederken saygınlık, statü ve görünürlük göstergesi olarak da kişinin toplum önünde imajını tanımladığı sembolik bir araç olarak da kullanılır (Gupta ve Shaw, 1998: 26).

Para sevgisi kişinin paraya karşı arzusu, istekleri ve tutumu şeklinde ifade edilmektedir (Tang ve Chen, 2008: 5). Locke (1969: 318), para sevgisinin kişinin ihtiyaçlarını değil onun isteklerini ve değerlerini temsil ettiğini iddia etmektedir. Çünkü ihtiyaçlar bir organizmanın refahının nesnel gereklilikleri anlamına gelirken değer bir kişinin gerçekten kazanmaya ve/veya elinde tutmaya çalıştığı ya da faydalı olduğunu düşündüğü şeyi ifade etmektedir. Paranın önemine ilişkin geçmişte yapılan araştırmalarda çeşitli sonuçlara ulaşılmıştır. Örneğin 1979 yılında üniversite birinci sınıfta okuyan öğrencilerin %49.9'unun üniversiteye gitmeye karar vermelerindeki neden daha fazla para kazanmak iken bu oran 1993 yılında %75.1'e yükselmiştir. Kişilerin iş tercihi yaparken önemli buldukları faktörler sıralamasına yönelik bir araştırmada ücret Belçika, İngiltere ve ABD'de ikinci Almanya'da ise birinci sırada yer almıştır. Parasızlık üniversite öğrencileri arasında bir numaralı memnuniyetsizlik sebebi olarak ifade edilmiştir (Tang ve Chen, 2008: 6).

Girişimci kelimesinin kökenleri, R. Cantillon ve J. B. Say'ın çalışmalarına dayandırılabilir. Girişimciliği bir riskin üstlenilmesi olarak gören Cantillon, girişimciyi çiftçi şeklinde ifade ederek şöyle bir tanım yapmıştır: "Çiftçi, arazi sahibine çiftlik veya arazi için sabit bir miktar para ödemeyi vaat eden (...), bu girişimden elde edeceği kârı garanti etmeyen bir girişimci". Dolayısıyla girişimci üretici olarak çiftçi kendisini riske atarak hava durumu ve talebin değişmesi gibi risklerle mücadele etmek zorundadır ve öngörülemez koşullar girişimin belirsizlik içinde yürütülmesine neden olmaktadır (Cantillon, 1931: 47-49). Bu tanımda, girişimcinin kaynak sahibi olmadığı ve maliyetlerin sabit, gelirin ise belirsiz ve artık niteliğinde olduğu vurgulanır. Daha sonra J. Baptiste Say (1836), girişimciyi ekonomik kaynakları daha düşük verimlilik ve getiri sağlayan bir alandan daha yüksek verimlilik ve getiri sağlayan bir alana taşıyan kişi olarak tanımlar. Hebert ve Link zaman içinde girişimcinin birçok farklı rol oynadığını ve ekonomi literatüründe en az 12 farklı tema tespit ettiklerini ifade etmiştir (1989: 41). Bu roller ve rollere ilişkin düşünürler Ripsas (1995: 106) tarafından tablolaştırılmıştır. Tablo 1.'de girişimcinin ekonomi teorisi tarihindeki rolleri yer almaktadır:

Tablo 1. Girişimcinin Ekonomi Teorisi Tarihindeki Roller

1. Girişimci belirsizlikle ilgili riski üstlenen kişidir (örn. Cantillon, Thünen, Mill, Hawley, Knight, Mises, Cole, Shackle).	2. Girişimci finansal sermaye sağlayan kişidir (örn. Smith, Turgot, Böhm-Bawerk, Pigou, Mises)
3. Girişimci yenilikçidir (örn. Baudeau, Bentham, Thünen, Schmoller, Sombart, Weber, Schumpeter)	4. Girişimci bir karar vericidir (örn. Cantillon, Menger, Marshall, Wiese, Amasa Walker, Francis Walker, Keynes, Mises, Shackle, Cole, Schultz).
5. Girişimci bir endüstri lideridir (örn. Say, Sain-Simon, Amasa Walker, Francis Walker, Marshall, Wieser, Sombart, Weber, Schumpeter)	6. Girişimci bir yönetici veya müdürdür (örn. Say, Mill, Marshall, Menger)
7. Girişimci ekonomik kaynakların örgütleyeni ve koordinatörüdür (örn. Say, Walras, Wieser, Schmoller, Sombart, Weber, Clark, Davenport, Schumpeter, Coase).	8. Girişimci bir işletmenin sahibidir (örn. Quesnay, Wieser, Pigou, Hawley).
9. Girişimci üretim faktörlerinin işverenidir (örn. Amasa Walker, Francis Walker, Wieser, Keynes).	10. Girişimci bir taşeron veya yüklenicidir (örn. Bentham).
11. Girişimci bir arbitrajcıdır (örn. Cantillon, Walras, Kirzner)	12. Girişimci alternatif kurumlar arasında kaynak tahsis eden kişidir (örn. Cantillon, Kirzner, Schultz).

Kaynak: Ripsas, 1995: 106.

Girişimciliğin ekonomi teorisindeki rollerinden hareketle Hebert ve Link (1989: 47) girişimciyi malların, kaynakların ya da kurumların konumunu, biçimini ve kullanımını etkileyen muhakemeye dayalı kararlar alma ve bunların sorumluluğunu üstlenme konusunda uzmanlaşmış kişidir şeklinde tarif etmiştir.

Niyet, davranışın en iyi belirleyicisi olarak kabul edilir. Niyeti etkileyen bilişsel değişkenler motivasyonel öncüller olarak adlandırılmaktadır (Ajzen, 1991: 181). Girişimcilik davranışlarını geliştirme niyeti ihtiyaçlar, değerler, istekler, alışkanlıklar ve inançlar gibi çeşitli faktörlerden etkilenmektedir. Planlı davranış teorisine göre girişimcilik niyeti kişinin girişimcilik davranışını gerçekleştirmek için göstereceği çabayı ifade etmektedir (Linan, 2004). Buna göre davranışı etkileyen üç motivasyonel faktör bulunmaktadır. Bunlar: davranışa yönelik tutumlar, öznel normlar ve algılanan davranışsal kontroldür (Ajzen, 1991: 188). Zengin olmak, meydan okumak, kendini ispatlamak ve kendine güvenmek davranışsal tutum içerisinde yer almaktadır. Davranışsal tutum çerçevesinde kişilerin girişimci olmalarının altında yatan sebep yüksek gelir elde etme isteği olabilmektedir. Kadınlar açısından ele alındığında örneğin kadınlar için iş-yaşam dengesi daha önemliken erkekler daha çok servet elde etmeye yönelik tutum sergileyebilmektedir (Çetinkaya Bozkurt, 2014: 30). Amit vd., (2000) çalışmalarında kişisel servet edinme arzusunun girişimcilik için önde gelen güdüler arasında kabul edildiğini ifade etmektedir. Bu çalışmada da yeni girişimler kurma kararında para sevgisinin etkisi araştırılmıştır. Buna göre çalışmanın hipotezleri aşağıdaki gibi belirlenmiştir:

H₁: Para sevgisi ile üniversite öğrencilerinin girişimcilik niyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{1a}: Zengin olma arzusu ile üniversite öğrencilerinin girişimcilik niyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{1b}: Motivasyon kaynağının para olması ile üniversite öğrencilerinin girişimcilik niyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_{1c}: Paraya önem verme ile üniversite öğrencilerinin girişimcilik niyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.

METODOLOJİ

Verilerin Toplanması ve Ölçüm Araçları

Bu çalışmanın başlangıç aşamasında araştırmanın verilerinin üniversite öğrencilerinden öz bildirim dayalı kağıt-kalem ile uygulanan anket aracılığıyla toplanması planlanmıştır. 6 Şubat 2023 tarihinde yaşanan deprem felaketi nedeniyle üniversitelerde eğitim-öğretime uzaktan devam edilme kararının alınmasıyla verilerin çevrimiçi anketler vasıtasıyla toplanmasına karar verilmiştir. Ön lisans ve lisans okuyan üniversite öğrencilerine anlık mesajlaşma uygulamalarında oluşturulan gruplar aracılığıyla Google formlar üzerinden hazırlanan anket ulaştırılmıştır. 354 katılımcının anketi geçerli sayılmıştır.

Araştırma için tasarlanan anket 3 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde araştırmanın bağımsız değişkeni olan Para Sevgisine ilişkin ifadeler, ikinci bölümde araştırmanın bağımlı değişkeni olan Girişimcilik Niyetine ilişkin ifadeler, üçüncü bölümde ise demografik değişkenlere ilişkin sorular yer almaktadır. Ölçüm araçlarına ilişkin bilgiler aşağıda yer almaktadır:

Para Sevgisi: Araştırmada Tang ve Chen (2008) tarafından geliştirilen ve 9 ifadeden oluşan para sevgisi ölçeğinin kullanılmıştır. Ölçek zenginlik, motivasyon ve önem olmak üzere üç boyuttan oluşmaktadır. İfadeler 1= Tamamen Katılmıyorum, 5= Tamamen Katılıyorum aralığında derecelendirilmiştir.

Girişimcilik Niyeti: Girişimcilik niyetini ölçmek amacıyla Linan ve Chen'in (2009) çalışmalarından faydalanılmıştır. Ölçek altı ifade ve tek boyuttan oluşmaktadır. İfadeler 1= Hiç Katılmıyorum, 5= Tamamen Katılıyorum, aralığında derecelendirilmiştir.

Verilerin Analizi

Araştırmanın verileri IBM-SPSS24 ve Jamovi programlarından faydalanılarak analiz edilmiştir. Anket çalışmasının veri setinin ölçüm geçerliliğini test etmek amacıyla Keşfedici Faktör Analizi ve ölçüm verilerinin güvenilirliğini sınamak için Alfa Katsayısı [Cronbach Alfa] Güvenilirlik Testi kullanılmıştır. Keşfedici Faktör Analizi için temel eksen faktörleme [Principle Axis Factoring] yöntemi ve Promax döndürme tekniği tercih edilmiştir. Ayrıca, araştırmada kullanılan demografik, bağımsız ve bağımlı değişkenlere ait betimsel istatistikler, korelasyon analizi ve çoklu regresyon analizi için IBM-SPSS24 yazılımı kullanılmıştır.

BULGULAR ve YORUM

Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizi

Araştırma, çevrimiçi uygulanan anket çalışmasının elde ettiği veri seti üzerinde ölçüm geçerliliğini test etmek amacıyla Keşfedici Faktör Analizi ve ölçüm verilerinin güvenilirliğini belirlemek için Alfa Katsayısı [Cronbach Alfa] Güvenilirlik Testi'nin uygulandığı bir çalışma olarak gerçekleştirilmiştir. Keşfedici faktör analizi için temel eksen faktörleme [Principle Axis Factoring] yöntemi kullanılmış ve sonuçları elde etmek için Promax döndürme yöntemi tercih edilmiştir. Daha fazla bilgi için, geçerlilik ve güvenilirlik analizine ilişkin detaylar Tablo 2'de sunulmaktadır.

Tablo 2. Değişkenlere İlişkin Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizi

Değişkenler	İfadeler	Faktörler				Alfa Katsayısı
		1	2	3	4	
Zenginlik Arzusu	PS1	0,774				0,851
	PS2	0,816				
	PS3	0,659				
Paranın Motivasyon Sağlaması	PS4		0,573			0,758
	PS5		0,903			
	PS6		0,414			
Paraya Önem Verme	PS7			0,720		0,831
	PS8			0,820		
	PS9			0,836		
Girişimcilik Niyeti	GN1				0,425	0,923
	GN2				0,648	
	GN3				0,889	
	GN4				0,950	
	GN5				0,953	
	GN6				0,975	

Açıklanan Toplam Varyans: % 65,6

Faktör Çıkarım Yöntemi: Temel Eksen Faktörleme

Döndürme Yöntemi: Kaiser Normalizasyonu ile Promax.

Tablo 2. incelendiğinde tüm ifadelerin doğru faktörlere yüklendiği ve faktör yüklerinin 0,4'ün üzerinde değere sahip olduğu görülmektedir. Faktörler toplam değişkenliğin %65,6'sını açıklamaktadır. Ölçüm verilerinin güvenilirliğine ilişkin yapılan güvenilirlik analizi sonucunda Alfa katsayıları ise; Zenginlik Arzusu için; 0,851, Paranın Motivasyon Sağlaması için; 0,758, Paraya Önem Verme için; 0,831, Girişimcilik Niyeti için; 0,923 olarak hesaplanmıştır.

Katılımcılara İlişkin Betimsel İstatistikler

Çalışmanın bu kısmında katılımcılara ilişkin betimsel istatistikler yer almaktadır.

Tablo 3. Katılımcılara İlişkin Betimsel İstatistikler

Değişken	Kategori	Frekans	Yüzde
Cinsiyet	Kadın	250	70,6
	Erkek	97	27,4
	Cevaplamak İstemiyorum	7	2,0
	Toplam	354	100
Öğrenim Durumu	Ön lisans	209	59
	Lisans	145	41
	Toplam	354	100
Girişimcilik Dersini Alma Durumu	Evet	225	34,7
	Hayır	133	65,3
	Toplam	354	100
Ailede Kaçınıcı Çocuk Olduğu	İlk çocuk	123	34,7
	Son çocuk	124	35
	Diğer	107	30,2
	Toplam	354	100
Ailede Ticaretle Uğraşan Olup Olmadığı	Evet	158	44,6
	Hayır	196	55,4
	Toplam	354	100
Baba Mesleği	Memur	49	13,8
	İşçi	116	32,8
	Esnaf/Ticaretle Uğraşan	94	26,6
	Diğer	95	26,8
	Toplam	354	100
Anne Mesleği	Memur	28	7,9
	İşçi	44	12,4
	Esnaf/Ticaretle Uğraşan	24	6,8
	Ev hanımı	244	68,9
	Diğer	14	4
	Toplam	354	100

Tablo 3. incelendiğinde katılımcılardan 250'sinin (%70,6) kadınlardan oluştuğu, 209 kişinin (%59) ön lisans mezunu olduğu, 225 kişinin (%34,7) girişimcilik dersi aldığı görülmektedir. Bununla birlikte katılımcıların ailelerine ilişkin sorulara verilen cevaplara göre katılımcılardan 124 kişinin (%35) ailenin son çocuğu, 123 kişinin (%34,7) ise ailenin ilk çocuğu olduğu görülmektedir. Katılımcılardan 196'sının (%55,4) ailesinde ticaretle uğraşan aile bireyi bulunmazken 116 kişinin (%32,8) babasının mesleğinin işçi, 244'ünün (%68,9) annesinin ev hanımı olduğu görülmektedir.

Ölçüm Araçlarına İlişkin Betimsel İstatistikler

Çalışmanın bu kısmında ölçüm araçlarına ilişkin betimsel istatistiklere yer verilmiştir. Tablo 4.'te para sevgisi değişkeninin boyutları olan zenginlik arzusu, paranın motivasyon sağlaması ve paraya önem verme boyutlarına ait ifadelerin ortalaması ve standart sapması ile boyutların genel ortalaması ve standart sapmaları yer almaktadır. Tablo 5'te ise girişimcilik niyeti değişkenine ait ifadelerin ortalaması ve standart sapması ile girişimcilik niyetinin genel ortalaması ve standart sapmaları verilmektedir.

Tablo 4. Para Sevgisi Boyutlarına İlişkin Betimsel İstatistikler

İfadeler	X	S.S.
P1- Zengin olmak istiyorum.	4,13	0,912
P2- Zengin olmak hoş bir şey olmalı.	4,12	0,961
P3- Çok fazla paraya sahip olmak (zengin olmak) iyidir.	3,75	1,105
<i>Zenginlik Arzusu Genel Ortalama</i>	<i>4,01</i>	<i>0,874</i>
P4- Para, beni sıkı çalışmaya yöneltir.	3,78	1,143
P5- Para kazanmak için çok çalışmaya istekliyim.	3,74	1,113
P6- Para beni oldukça motive eder.	4,04	0,991
<i>Paranın Motivasyon Sağlaması Genel Ortalama</i>	<i>3,85</i>	<i>0,890</i>
P7- Para değerlidir.	3,94	1,041
P8- Para güzeldir.	3,92	0,981
P9- Para önemlidir.	4,14	0,939
<i>Paraya Önem Verme Genel Ortalama</i>	<i>3,99</i>	<i>0,854</i>

Aralık Katsayısı: 0,80-1,80: Tamamen katılmıyorum, 1,81-2,60: Katılmıyorum, 2,61-3,40: Ne Katılıyorum ne katılmıyorum, 3,41-4,20: Katılıyorum, 4,21, 5: Tamamen katılıyorum

Tablo 4. incelendiğinde zenginlik arzusu boyutunun genel ortalamasının 4,13 ile katılıyorum düzeyinde olduğu standart sapmasının ise 0,912 olduğu görülmektedir. Paranın motivasyon sağlaması boyutunun ortalaması 3,85 ile katılıyorum düzeyinde iken ve standart sapması 0,961'dir. Paraya önem verme boyutunun genel ortalamasının da 3,99 ve katılıyorum düzeyinde olduğu görülmektedir. İlgili boyutun standart sapması ise 0,854'tür.

Tablo 5. Girişimcilik Niyetine İlişkin Betimsel İstatistikler

İfadeler	X	S.S.
G1- Bir girişimci olarak her şeyi yapmaya hazırım.	3,66	1,021
G2- Profesyonel olarak hedefim, bir girişimci olmaktır.	3,64	1,048
G3- Kendi işimi kurmak ve sürdürmek için her türlü çabayı göstereceğim.	4,03	1,068
G4- Gelecekte bir iş kurma konusunda kararlıyım.	3,97	1,082
G5- Ciddi anlamda kendi işimi kurmayı düşünüyorum.	3,85	1,163
G6- Bir gün kendi işimi kurma konusunda ciddi niyetlerim var	3,90	1,139
<i>Girişimcilik Niyeti Genel Ortalama</i>	<i>3,84</i>	<i>0,924</i>

Aralık Katsayısı: 0,80-1,80: Tamamen katılmıyorum, 1,81-2,60: Katılmıyorum, 2,61-3,40: Ne Katılıyorum ne katılmıyorum, 3,41-4,20: Katılıyorum, 4,21, 5: Tamamen katılıyorum

Tablo 5. incelendiğinde girişimcilik niyeti 3,84 genel ortalama ile katılıyorum düzeyindedir. Girişimcilik niyetinin standart sapması ise 0,924 olarak hesaplanmıştır.

Korelasyon Analizi

Araştırmanın bu kısmında değişkenler arasındaki ilişki düzeyini göstermek için korelasyon analizi sonuçları Tablo 6.'da verilmiştir.

Tablo 6. Korelasyon Analizi Sonuçları

	Zenginlik Arzusu	Paranın Motivasyon Sağlaması	Paraya Önem Verme	Girişimcilik Niyeti
Zenginlik Arzusu	1			
Paranın Motivasyon Sağlaması	,568**	1		
Paraya Önem Verme	,616**	,565**	1	
Girişimcilik Niyeti	,228**	,398**	,204**	1

**Korelasyon katsayıları 0.01 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlıdır

Korelasyon katsayısı 0,10-0,29 arasında düşük, 0,30-0,49 arasında orta ve 0,50-1,00 arasında ise yüksek düzeyde ilişki olduğu şeklinde yorumlanır (Cohen, 1992). Buna göre Tablo 6. incelendiğinde çalışmanın bağımlı değişkeni olan girişimcilik niyeti ile zenginlik arzusu ($r = ,228$) ve paraya önem verme ($r = ,204$) arasında düşük düzeyde pozitif yönlü istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunurken paranın motivasyon sağlaması ($r = ,398$) ile girişimcilik niyeti arasında orta düzeyde pozitif yönlü istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

Hipotezlerin Test Edilmesi

Bu kısımda araştırmanın hipotezlerinin test edildiği çoklu regresyon analizi sonuçlarına yer verilmiştir. Yapılan çoklu regresyon analizi sonuçları Tablo 7.'de yer almaktadır.

Tablo 7. Bağımlı Değişken: Girişimcilik Niyeti İçin Regresyon Katsayıları

	B	S.H.	β	t	p
Kesme Terimi	1,925	0,201		9,574	<,001
Zenginlik Arzusu	0,017	0,057	0,020	6,699	,763
Paranın Motivasyon Sağlaması	0,347	0,054	0,409	2,212	<,001
Paraya Önem Verme	-0,035	0,058	-0,040	6,802	,548

R²: ,159 F: 22,125 s.d.1.: 3 s.d.2: 353

B: Standardize edilmemiş regresyon katsayısı, S.H.: Standardize edilmemiş regresyon katsayısının standart hatası, β : Standardize edilmiş regresyon katsayısı, t: t istatistiği, p: anlamlılık değeri, R²: Belirlilik katsayısı, F: F istatistiği, s.d: Serbestlik derecesi

Tablo 7.'de para sevgisinin boyutlarını oluşturan zenginlik arzusu, paranın motivasyon sağlaması ve paraya önem verme boyutlarının bağımsız değişken, girişimcilik niyetinin bağımlı değişken olduğu çoklu regresyon analizi sonuçları yer almaktadır. Buna göre zenginlik arzusu, motivasyon sağlama ve önem vermenin birlikte girişimcilik niyetindeki değişkenliğin yaklaşık %16'sını açıkladığı görülmektedir.

Yapılan çoklu regresyon analizi sonucuna göre yalnızca paranın motivasyon sağlama boyutunun girişimcilik niyeti üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu görülmüştür. Buna göre zenginlik arzusu ve paraya önem vermenin etkisi sabit tutulduğunda paranın motivasyon

sağlamasının girişimcilik niyeti üzerinde pozitif yönlü etkisi olduğu görülmektedir (direkt etki: 0,347). Zenginlik arzusu ve paraya önem vermenin etkisi sabit tutulduğunda motivasyon sağlamadaki 1 birimlik değişim girişimcilik niyetinde yaklaşık 0,35 birimlik bir değişime karşılık gelmektedir. Elde edilen bulgular yalnızca H_{1b} : *Motivasyon kaynağının para olması ile üniversite öğrencilerinin girişimcilik niyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır* hipotezini destekler niteliktedir. Çalışmanın bulguları H_{1a} : *Zengin olma arzusu ile üniversite öğrencilerinin girişimcilik niyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır* ve H_{1c} : *Paraya önem verme ile üniversite öğrencilerinin girişimcilik niyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır* hipotezlerini destekler nitelikte değildir.

SONUÇ, ÖNERİ ve KISITLAR

Bu çalışmanın amacı para sevgisinin farklı boyutlarının (zenginlik, motivasyon, önem) üniversite öğrencilerinin girişimcilik niyeti üzerine etkisini incelemektir. Çalışmanın bulgularına göre bu üç boyuttan yalnızca motivasyon sağlama boyutunun girişimcilik niyeti üzerinde istatistiksel olarak etkisi olduğu görülmüştür. Yapılan literatür taraması sonucunda Özbek'in (2019) çalışmasında tek boyutlu olarak ele alınan para sevgisi ile girişimcilik niyeti arasındaki ilişkide başarısızlık korkusunun moderatör etkisi incelenmiş olup para sevgisi ile girişimcilik niyeti arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Bununla birlikte bu araştırmayla da örtüşür nitelikte olan Amit vd.'nin (2000) çalışmalarında kişisel zenginliğin girişimciliğin altında yatan temel olarak görülmediği, paranın girişimcilik faaliyetleri için motive edici bir etkisi olmasına rağmen birincil faktör olmadığı vurgulanmaktadır. Harpaz (1990) paranın kişiler için motivasyon kaynağı olduğu durumlarda para kazanmak için ne gerekiyorsa yapabileceklerini ifade ederken Locke vd. (1980: 381) ise örgütlerde performansın artırılmasında başka hiçbir teşvik ya da motivasyon tekniği paranın yanına bile yaklaşamaz şeklinde görüş belirtmiştir. Cunningham vd., (2004) rekreasyon ve eğlence hizmetleri öğrencileri ile işletme öğrencilerinin paranın değerine ilişkin tutum farklılıklarını araştırdıkları çalışmalarında işletme bölümü öğrencilerinin bu bölüme para sevgisi nedeniyle girdiklerini ifade etmişlerdir. Bu çalışmanın bulguları da paranın girişimcilik niyetinin finansal amaçlara yönelik bir motivasyonla da şekillendiğini ve özellikle üniversite öğrencilerinin girişimcilik yolunu seçerken para faktörünün önemli bir itici güç olduğunu göstermektedir. Öte yandan öğrencilerin zengin olma arzusu ve paraya önem vermeleri açısından istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir. Bu çalışma kapsamında daha çok paranın motive edici boyutu sayesinde daha sıkı çalışmaya yönlendiği ve isteklendirdiği tespit edilmiştir.

Bu çalışmanın bulguları, üniversite öğrencilerinin girişimcilik niyetini anlamak ve teşvik etmek için dikkate alınması gereken faktörleri vurgulamaktadır. Girişimciliğin ekonomik büyümeye ve inovasyona katkı sağlayan önemli bir faktör olduğu göz önüne alındığında, bu tür çalışmaların girişimcilik politikalarının oluşturulmasında ve girişimciliği teşvik etme stratejilerinin geliştirilmesinde önemli bir rol oynayabileceği söylenebilir. Ancak, daha fazla araştırma yapılması ve farklı faktörlerin etkisiyle ilgili daha geniş bir perspektifin elde edilmesi bu alandaki anlayışımızı derinleştirebilir.

Çalışmanın verilerinin toplanma biçimi, zamanı, katılımcıların demografik ve kültürel özellikleri gibi kısıtlar göz önünde bulundurulduğunda farklı bölgelerde farklı demografik özelliklere sahip katılımcılara uygulanacak çalışmalarda sonuçlar farklılık gösterilebileceği için çalışmanın sonuçlarının genellenmemesi gerekliliği gelecekte yapılacak araştırmacılara bir öneri niteliğindedir. Ayrıca bu çalışmada para sevgisinin boyutların girişimcilik niyeti üzerindeki etkisi incelenmiştir farklı psikolojik, sosyal ya da kültürel faktörlerin de etkisi göz önünde bulundurularak daha kapsamlı bir anlayış geliştirilebilir.

KAYNAKÇA

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Amit, R., MacCrimmon, K. R., Zietsma, C., and Oesch, J. M. (2001). Does Money Matter?: Wealth Attainment as The Motive For Initiating Growth-Oriented Technology Ventures. *Journal of Business Venturing*, 16(2), 119-143.
- Brockhaus Sr, R. H. (1980). Risk Taking Propensity of Entrepreneurs. *Academy of Management Journal*, 23(3), 509-520.
- Cantillon, R, (1931). *The Circulation and Exchange of Goods and Merchandise*, London: Macmillan.
- Cohen, J., (1992). Statistical Power Analysis, *Current Directions in Psychological Science*, 1(3), 98-101
- Cunningham, P. H., Frauman, E., Ivy, M. I., and Perry, T. L. (2004). The Value of Money and Leisure and College Student's Choice of Major. *SCHOLE: A Journal of Leisure Studies and Recreation Education*, 19(1), 65-72.
- Çetinkaya Bozkurt, Ö. (2014). Planlanmış Davranış Teorisi Çerçevesinde Öğrencilerin Girişimci Olma Niyetlerinin İncelenmesi. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 27-47.
- Dissanayake, D. S., and Jayawardana, A. K. (2023). The Impact of Personal Sense of Power on Unethical Decision-Making: A Moderated Mediation Model of Love of Money Motive and Power Distance Orientation, *Decision*, 1-16.
- Gupta, N., and Shaw, J. D. (1998). Let The Evidence Speak: Financial Incentives Are Effective. *Compensation & Benefits Review*, 30(2), 26-32.
- Harpaz, I. (1990), The Importance of Work Goals: An International Perspective', *Journal of International Business Studies* 21, 79-93.
- Heber, R. F., and Link, A. N., (1988). In Search of the Meaning of Entrepreneurship, *Small Business Economics*, 1(1989), 39-49.
- Küresel Girişimcilik Monitörü <Http://Gem-Consortium.Ns-Client.Xyz/Data> (Erişim Tarihi: 05.11.2022)
- Linan, F. (2004). Intention-Based Models of Entrepreneurship Education, *Piccola Impresa / Small Business*, 2004(3), 11-35.
- Linan, F., and Chen, Y. W. (2009). Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593-617.
- Liu, B. C., and Tang, T. L. P. (2011). Does The Love of Money Moderate the Relationship Between Public Service Motivation and Job Satisfaction? The Case of Chinese Professionals in The Public Sector, *Public Administration Review*, 71(5), 718-727.
- Luna-Arocas, R. and Tang, T. L.P. (2015). Are You Satisfied with Your Pay When You Compare? It Depends on Your Love of Money, Pay Comparison Standards, And Culture, *Journal of Business Ethics*, 128, 279-289.
- Locke, E. A. (1969), What is Job Satisfaction?, *Organizational Behavior and Human Performance*, 4(4), 309-336.

Locke, E. A., D. B. Feren, V. M. McCaleb, K. N. Shaw and A. T. Denny: (1980). The Relative Effectiveness of Four Methods of Motivating Manager Performance, in K. D. Duncan, M. M. Gruneberg and D. Wallis (eds.), *Changes in Working Life*, New York: Wiley.

Mitchell, T. R., and Mickel, A. E. (1999). The Meaning of Money: An Individual-Difference Perspective. *Academy of Management Review*, 24(3), 568-578.

Monteiro, D. L. C., Peñaloza, V., Pinto, F. R., Coria, M. D. C. D., and Calderón, L. M. O. (2015). Attitudes Towards Money and Motivational Orientation to Work in Brazilian Young Workers. *Contaduría Y Administración*, 60(1), 11-30.

Önce, G. A., Marangoz, M. ve Erboy, N. (2014). Ekonomik Büyüme ve Kalkınmada Girişimciliğin Rolü ve Önemi, International Conference on Eurasian Economies. [Http://Avekon.Org/Papers/1041.Pdf](http://Avekon.Org/Papers/1041.Pdf)

Özbek, G. (2021). Para Sevgisi ve Girişimcilik Niyeti İlişkisinin Analizi: Gümüşhane Üniversitesi Öğrencilerine Yönelik Bir Uygulama, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gümüşhane Üniversitesi.

Ramadhania, P. L., and Ardini, L. (2023). The Influence of Love of Money, Machiavellianism, Turnover Intention, and Job Stress on Dysfunctional Behavior with Individual Morality as A Moderating Variable, *Neo Journal of Economy and Social Humanities*, 2(2), 112-129.

Ripsas, S. (1998). Towards an Interdisciplinary Theory of Entrepreneurship. *Small Business Economics*, 10, 103-115.

Sardžoska, E. G., and Tang, T. L. P. (2012). Work-Related Behavioral Intentions In Macedonia: Coping Strategies, Work Environment, Love of Money, Job Satisfaction, and Demographic Variables, *Journal of Business Ethics*, 108, 373-391.

Say, J. B., (1836). *A Treatise on Political Economy or the Production, Distribution and Consumption of Wealth*, Philadelphia: Grigg and Elliot.

Schumpeter, J. (1934). *Theory of Economic Development: An inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle*, Cambridge: Harvard University Press.

Sezer, C. (2013). Kariyer Olarak Girişimcilik ve Girişimcilik Niyetini Etkileyen Faktörlerin İçerik Analizi ile Belirlenmesi, *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(2), 49-60.

Susanto, E. (2020). Does Love of Money Matter for Innovative Work Behavior in Public Sector Organizations? Evidence from Indonesia, *International Journal of Public Sector Management*, 34(1), 71-85.

Şeşen, H. ve Basım, H. N. (2012). Demografik Faktörler ve Kişiliğin Girişimcilik Niyetine Etkisi: Spor Bilimleri Alanında Öğrenim Gören Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, *Ege Akademik Bakış*, 12, 21-28.

Tang, T. L. P., and Chiu, R. K. (2003). Income, Money Ethic, Pay Satisfaction, Commitment, And Unethical Behavior: Is The Love of Money The Root of Evil For Hong Kong Employees?, *Journal Of Business Ethics*, 46(1), 13-30.

Tang, T. L. P., Luna- Arocas, R., Sutarso, T., and Tang, D. S. H. (2004a). Does The Love Of Money Moderate And Mediate The Income- Pay Satisfaction Relationship?, *Journal Of Managerial Psychology*, 111-135

Tang, T. L. P., Tillery, T., Lazarevski, K. R., B., and Luna-Arocas, R. (2004b). The love of money and work-related attitudes: Money profiles in Macedonia, *Journal of Managerial Psychology*, 19(5), 542-548.

Tang, T. L. P., and Chen, Y. J. (2008). Intelligence Vs. Wisdom: The Love of Money, Machiavellianism, And Unethical Behavior Across College Major and Gender, *Journal of Business Ethics*, 82(1), 1-26.

Türkiye İstatistik Kurumu, Küçük ve Orta Büyüklükteki Girişim İstatistikleri <https://Data.Tuik.Gov.Tr/Bulten/Index?P=Kucuk-Ve-Orta-Buyuklukteki-Girisim-Istatistikleri-2020-41129> (Erişim Tarihi: 05.11.2022)

Yıldız, S., ve Alp, S. (2012). Girişimcilik Teorisi Çerçevesinde Kobilerin Ekonomiye Etkileri ve Rekabet Koşullarını Etkileyen Faktörler, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 7(2), 29-49.