

**DENİZLİ ESNAFLARININ GİRİŞİMCİLİK ÖZELLİKLERİNİ
İNCELEMeye YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA**

Pamukkale Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Yüksek Lisans Tezi
İşletme Anabilim Dalı
Yönetim ve Organizasyon Programı

Ecem YILMAZ

Danışman: Prof. Dr. Ayşe İRMİŞ

Mayıs 2021

DENİZLİ

Bu tezin tasarımı, hazırlanması, yürütülmesi, araştırmalarının yapılması ve bulgularının analizlerinde bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini; bu çalışmanın doğrudan birincil ürünü olmayan bulguların, verilerin ve materyallerin bilimsel etiğe uygun olarak kaynak gösterildiğini ve alıntı yapılan çalışmalara atıfta bulunulduğunu beyan ederim.

Ecem YILMAZ

ÖNSÖZ

Girişimcilik sürecinin baş aktörü olan girişimciler ülkelerde ekonomik büyümenin sağlanması, işsizliğin azaltılması ve sermaye birikiminin oluşması gibi çok yönlü işlevselliğe sahiptir. Bu durum girişimcilerin ve girişimcilik faaliyetlerinin özellikle gelişmekte olan ülkelerde incelenmesi ve desteklenmesi gerekliliğini doğurmaktadır. Bu çalışma Denizli'nin sanayi ve ticaret merkezi haline gelmesinde önemli rol oynayan esnafların girişimcilik özelliklerini incelemeye yönelik olarak gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın Covid-19 pandemi dönemine denk gelmiş olması, araştırma yönteminde kullanılacak olan mülakat tekniğinden vazgeçilmesine neden olmuş ve böylece çalışmada araştırma yöntemi olarak anket tekniği kullanılmıştır. Covid-19 salgınından en çok etkilenen kesim olan esnafların ve onların işletmelerinin bu süreçteki durumu göz önüne alındığında araştırmanın söz konusu dönemde gerçekleştirilmiş olması ayrı bir öneme sahip olmaktadır.

Akademik hayatımın başlangıcından itibaren bana yol gösteren, beni her konuda destekleyen, motive eden, sevgisini her daim hissettiğim, her anımda yanımda olan, öğrencisi olmaktan her zaman onur duyacağım değerli hocam ve aynı zamanda tez danışmanım Sayın Prof. Dr. Ayşe İRMİŞ'e çok teşekkür ederim. Yüksek lisans eğitimim boyunca bizlere her zaman örnek olan, fikirlerini ve görüşlerini esirgemeyen saygıdeğer hocalarım Prof. Dr. Feyzullah EROĞLU'na ve Prof. Dr. Sabahat BAYRAK KÖK'e teşekkür ederim. Çalışmanın alan araştırmasında fikirlerini paylaşan ve yön gösteren Doç. Dr. Yeter Aytül DAĞLI EKMEKÇİ'ye teşekkür ederim. Tezin son hali için değerli fikir ve önerileriyle çalışmama destek veren Dr. Hatice Çoban KUMBALI'ya, çalışmam için ayırdığı zaman ve öneriler adına Doç. Dr. İbrahim DURAK'a teşekkürlerimi sunarım. Hayatımın her aşamasında olduğu gibi, bu süreçte de desteğini, sevgisini ve ilgisini esirgemeyen annem Vahide YILMAZ'a ve babam Özkan YILMAZ'a minnettar olduğumu belirtir ve bu çalışmayı kendilerine ithaf ederim.

ÖZET

DENİZLİ ESNAFLARININ GİRİŞİMCİLİK ÖZELLİKLERİNİ İNCELEMAYA YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

YILMAZ, Ecem

Yüksek Lisans Tezi

İşletme Anabilim Dalı

Yönetim ve Organizasyon Programı

Tez Yöneticisi: Prof. Dr. Ayşe İRMİŞ

Mayıs 2021, viii +113 Sayfa

Esnaflar ülke ekonomisinde rol oynayan ana unsurlardan biridir. Esnafların girişimcilik süreci toplumun ihtiyaçlarının karşılanması, istihdamın sağlanması, daha büyük işletmelerin müşteriye ulaşmasında köprü görevi görmesi, sermayenin daha geniş bir coğrafyaya yayılması vb. işlevleriyle ülke ekonomilerinin temel dinamiğini oluşturur. Buradan hareketle çalışmanın amacı, ülke ekonomisinin önemli bir parçası olan esnafların girişimcilik özelliklerinin neler olduğunu ortaya koymak ve bu özellikleri analiz etmektir. Bu amaçla, Denizli ticaretinin önemli bir merkezi olan Bayramyeri'nde faaliyet gösteren 250 esnaf ile anket yapılmıştır. Çalışmada örnekleme oluşturan esnafların girişimcilik özelliklerinin, sosyo-demografik özelliklere (yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, baba mesleği, faaliyette bulunulan sektör) göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği elde edilen bulgular ile analiz edilmiştir. Araştırmanın örneklemini oluşturan esnafların girişimcilik düzeyleri orta seviyededir. Çalışmada başarı ihtiyacı, risk alma eğilimi, belirsizliğe tolerans, yenilik ve geleneksel zanaat bilgisi esnafların özelliği olarak ortaya çıkmıştır. Yapılan istatistiksel analizler sonucunda esnafların başarı ihtiyacı yüksek, risk alma eğilimleri orta, belirsizliğe tolerans düzeyleri düşük, geleneksel zanaat bilgisi orta ve yenilik düzeyleri yüksek seviyededir. Çalışmanın sonunda araştırma sonuçları yorumlanarak, önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Girişimci, girişimcilik özellikleri, esnaf, esnaf girişimci

ABSTRACT

A RESEARCH TO EXAMINE THE ENTREPRENEURIAL CHARACTERISTICS OF TRADESMEN OF DENİZLİ

YILMAZ, Ecem

Master's Thesis

Business Administration Department

Management and Organization Program

Advisor of Thesis: Prof. Dr. Ayşe İRMİŞ

May,2021, viii +113 Pages

Tradesmen is one of the main factors that play a role in the economy of the country. The entrepreneurship process of tradesmen is to meet the needs of the society, to provide employment, to act as a bridge for larger enterprises to reach customers, to spread the capital to a wider geography. It constitutes the basic dynamics of the country's economies with its functions. Based on this, the aim of the study is to reveal and analyse the entrepreneurial characteristics of the tradesmen, who are an important part of the country's economy. With this aim, a survey was conducted with 250 tradesmen operating in Bayramyeri, an important center of Denizli trade. In the study, whether the entrepreneurship characteristics of the tradesmen constituting the sample differ significantly according to their socio-demographic characteristics (age, gender, education level, father's profession, the sector of activity) was analysed with the obtained findings. The entrepreneurship levels of the tradesmen who make up the sample of the research are medium level. In the study, the need for success, risk taking tendency, tolerance to uncertainty, innovation and traditional craft knowledge emerged as the characteristics of tradesmen. As a result of the statistical analysis, the need for success of the tradesmen is high, their risk-taking tendency is medium, their tolerance to uncertainty is low, their traditional craft knowledge is medium, and their level of innovation is high. At the end of the study, the research results were interpreted, and suggestions were made.

Keywords: Entrepreneur, entrepreneurship characteristics, tradesman, tradesman entrepreneur

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	i
ÖZET.....	ii
ABSTRACT	iii
İÇİNDEKİLER	iv
TABLolar DİZİNİ	vi
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	viii
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM GİRİŞİMCİLİK

1.1. Girişimcilik ile İlgili Temel Kavramlar ve Tanımlar	4
1.1.1 Girişimci Kavramı	4
1.1.2. Girişimcilik Kavramı ve Önemi	6
1.1.3. Girişimci ile İlgili Benzer Kavramlar	8
1.2. Girişimcinin Özellikleri	10
1.2.1. Başarma İhtiyacı	11
1.2.2. Risk Alma Eğilimi.....	11
1.2.3. Belirsizliğe Tolerans.....	11
1.2.4 Kendine Güven.....	12
1.2.5. Kontrol Odağı.....	12
1.2.6. Yenilik	13
1.3. Girişimci Kişiliğin Oluşumuna Etki Eden Faktörler.....	13
1.3.1. Aile	13
1.3.2. Eğitim	14
1.3.3. Kültür.....	16
1.3.4. Diğer Faktörler	18
1.4. Girişimci Tipolojisi	23
1.4.1 Girişimci Tipolojisi Kavramı	23
1.4.2 Bir Girişimci Türü Olarak: Esnaf Girişimci.....	24
1.4.3. Türk Girişimcilik Tarihinde Esnafın Yeri.....	27
1.4.4. Denizli’de Esnaf Kültürü ve Esnaf Girişimciliği Tarihi	32

İKİNCİ BÖLÜM DENİZLİ ESNAFLARININ GİRİŞİMCİLİK ÖZELLİKLERİNİ İNCELEMeye YÖNELİK BİR ALAN ARAŞTIRMASI

2.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı	37
2.2. Alan Araştırması ile İlgili Literatür Taraması.....	38
2.3. Araştırma Sorusu ve Hipotezler	40
2.4. Araştırmanın Yöntemi ve Veri Toplama Araçları	41
2.5. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi	42
2.6. Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Güvenilirlik Analizleri.....	42
2.6.1 Girişimcilik Ölçeğinin Güvenilirlik Analizi.....	43

2.7. Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Geçerlilik Analizleri	45
2.7.1 Girişimcilik Ölçeğinin Geçerlilik Analizi	45
2.8. Araştırmanın Bulguları.....	48
2.8.1. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özelliklerine ve Katılımcıların İşletmelerinin Özelliklerine İlişkin Bulgular	48
2.9. Araştırmada Kullanılan Ölçeklere İlişkin Temel Göstergeler	52
2.10. Sosyo-Demografik Değişkenlerin Ölçekte Yer Alan Girişimcilik Özelliği Boyutlarıyla İlişkisinin Analizi	55
2.10.1. Cinsiyete Göre Boyutların Değerlendirilmesi	55
2.10.2. Yaşa Göre Boyutların Değerlendirilmesi	57
2.10.3. Eğitim Düzeyine Göre Boyutların Değerlendirilmesi	59
2.10.4. Katılımcıların Babalarının Mesleğine Göre Boyutların Değerlendirilmesi	60
2.10.5. Sektörlere Göre Boyutların Değerlendirilmesi.....	61
2.10.6. İşletmelerin Kuruluş Mülkiyetine Göre Boyutların Değerlendirilmesi.....	63
2.10.7. İşletmelerin Kuruluş Sermayesine Göre Boyutların Değerlendirilmesi.....	65
2.10.8. İşletmenin Kuruluş Yılına Göre Boyutların Değerlendirilmesi	68
2.10.9. İşletmenin Hâlihazırdaki Mülkiyetine Göre Boyutların Değerlendirilmesi	70
2.10.10. İşletmelerde Mamulün Tedarik Şekline Göre Boyutların Değerlendirilmesi	72
2.10.11. Katılımcıların Son Üç Yıl İçerisinde Kredi Kullanım Durumlarına Göre Boyutların Değerlendirilmesi	75
2.10.12. İşletmenin Katılımcıların Kendi Mülkiyetinde Olduğu Dönemde Büyümesine Göre Boyutların Değerlendirilmesi	76
2.10.13. Katılımcıların İşletmeyi Gelecekte Büyütme Durumuna Göre Boyutların Değerlendirilmesi	79
2.10.14. Esnafların İşletmelerin Faaliyetlerine Devam Edeceğini Düşündükleri Yıla Göre Boyutların Değerlendirilmesi	81
2.10.15. İşletmelerde Çalışan Sayısına Göre Değişkenlerin Değerlendirilmesi	82
2.10.16. Son Bir Yıl İçerisinde Pandemi Nedeniyle Küçülmeye Giden İşletmelere Göre Boyutların Değerlendirilmesi	84
TARTIŞMA VE SONUÇ	87
KAYNAKLAR	95
EKLER.....	109
EK-1 Anket Formu.....	110
ÖZGEÇMİŞ	113

TABLOLAR DİZİNİ

Tablo 1: Esnaf Girişimci ve Fırsat Girişimcisi	27
Tablo 2: Girişimcilik Ölçeğinin Güvenilirlik Analizi	43
Tablo 3: Girişimcilik Ölçeğine İlişkin KMO ve Barlett's Test Sonuçları	45
Tablo 4: Girişimcilik Ölçeğine İlişkin Faktör Yükleri.....	46
Tablo 5: Normallik Testi Sonuçları.....	48
Tablo 6: Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri	48
Tablo 7: Katılımcıların İşletmelerinin Özellikleri.....	49
Tablo 8: Katılımcıların Bir İşletmenin Devamlılığın Sağlanmasında Etkili Olduğunu Düşündüğü Durumların Yüzdeler Oranları.....	51
Tablo 9: Girişimcilik Boyutlarının Ortalama ve Standart Sapma Sonuçları.....	53
Tablo 10: Girişimcilik Özelliklerinin (Alt Boyutlarının) Cinsiyete İlişkin Farklılıkları	56
Tablo 11: Bağımsız Örneklem T testi sonuçları	56
Tablo 12: Girişimcilik Özelliklerinin (Alt Boyutlarının) Yaşa İlişkin Farklılıkları	57
Tablo 13: Girişimcilik Özelliklerinin (Alt Boyutlarının) Eğitim Düzeyine İlişkin Farklılıkları.....	59
Tablo 14: Girişimcilik Özelliklerinin (Alt Boyutlarının) Katılımcıların Babalarının Mesleğine İlişkin Farklılıkları.....	60
Tablo 15: Girişimcilik Özelliklerinin (Alt Boyutlarının) Sektöre İlişkin Farklılıkları ...	61
Tablo 16: Girişimcilik Özelliklerinin (Alt Boyutlarının) İşletmelerin Kuruluş Mülkiyetine İlişkin Farklılıkları	63
Tablo 17: Bağımsız Örneklem T testi Sonuçları.....	64
Tablo 18: Girişimcilik Özelliklerinin (Alt Boyutlarının) İşletmelerin Kuruluş Sermayesine İlişkin Farklılıkları	65
Tablo 19: Girişimcilik Özelliklerinin (Alt Boyutlarının) İşletmelerin Kuruluş Yıllarına İlişkin Farklılıkları	68
Tablo 20: Girişimcilik Özelliklerinin (Alt Boyutlarının) İşletmelerin Hâlihazırdaki Mülkiyetine İlişkin Farklılıkları	70
Tablo 21: Girişimcilik Özelliklerinin (Alt Boyutlarının) İşletmelerde Mamulün Tedarik Şekline İlişkin Farklılıkları	72
Tablo 22: Bağımsız Örneklem T testi Sonuçları.....	73
Tablo 23: Gruplar arası Etki Büyüklüğü.....	74
Tablo 24: Girişimcilik Özelliklerinin (Alt Boyutlarının) Katılımcıların Son Üç Yılda Kredi Kullanım Durumlarına İlişkin Farklılıkları.....	75
Tablo 25: Bağımsız Örneklem T testi Sonuçları.....	76
Tablo 26: Girişimcilik Özelliklerinin (Alt Boyutlarının) İşletmenin Katılımcıların Kendi Mülkiyetinde Olduğu Dönemde Büyümesine İlişkin Farklılıkları	77
Tablo 27: Bağımsız Örneklem T testi Sonuçları.....	77
Tablo 28: Gruplar arası etki büyüklüğü	79
Tablo 29: Girişimcilik Özelliklerinin (Alt Boyutlarının) Katılımcıların İşletmelerini Gelecekte Büyütme Durumuna İlişkin Farklılıkları.....	79
Tablo 30: Bağımsız Örneklem T testi Sonuçları.....	80
Tablo 31: Gruplar arası Etki Büyüklüğü.....	81
Tablo 32: Girişimcilik Özelliklerinin (Alt Boyutlarının) İşletmelerin Faaliyetlerine Devam Edeceği Yıla Göre Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin Farklılıkları	81
Tablo 33: Girişimcilik Özelliklerinin (Alt Boyutlarının) İşletmelerde Çalışan Sayısına İlişkin Farklılıkları	82
Tablo 34: Girişimcilik Özelliklerinin (Alt Boyutlarının) Son 1 Yıl İçerisinde Pandemi Nedeniyle Küçülmeye Giden İşletmelere İlişkin Farklılıkları	84

Tablo 35: Bağımsız Örneklem T testi Sonuçları.....	85
Tablo 36: Gruplar arası Etki Büyüklüğü.....	86

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1: Tesk Alt Teşkilat Şeması	31
---	----

GİRİŞ

Girişimcilik, sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçiş, teknolojik ve küresel gelişmeler gibi çok sayıda faktörün etkisiyle giderek artan ve yükselen ivme kazanmaktadır. 1980'lerden sonra gelişmiş ülkelerde küçük işletmelerin sayıca toplam işletmeler içindeki payı artarken büyük işletmelerin payının azalması ve işsizlik sorununun makro iktisadi politikalarla aşılammaması, küçük ve yeni işletmelere yönelik ilginin artmasına böylece küçük işletmeler için de girişimcilik olgusunun ön plana çıkmasına neden olmuştur (Işık vd., 2011: 149). Girişimcilikte önemli olan kimsenin göremediği, aklına getirmedeği bir düşünceye sahip olmak ve bu fikri iş fırsatı olarak değerlendirebilmektir. Girişimcinin kim olduğu önem teşkil etmekle birlikte, holding sahibi, perakendeci, bir kasap ya da tesisatçı da iş fikrine ve bu iş fikrini gerçeğe dönüştürebilme yetisine sahip olup risk alabildiği sürece girişimci olduğu kabul edilmektedir (Durukan, 2007: 29). Bu bağlamda girişimci, insan ihtiyaçlarını karşılamak üzere üretim faktörlerini bir araya getiren, kâr elde etmek amacıyla bir ürün ya da hizmet sunan, istihdam sağlayan ve bu özellikleriyle ekonomiye katkı sağlayan kişidir. Yeni iş alanlarının yaratılması, yeni ürün ve hizmetler sunmak, büyük firmaların sunmadığı ancak toplumun talep ettiği ürünleri ve terzilik, kuaförlük tamirat vb. hizmetleri sunmak girişimciliğin ekonomiye sağladığı yararlar olarak değerlendirilmektedir (Arıkan, 2004: 63).

Ülkelerin kalkınması ve zenginliği söz konusu ülkelerin kaynaklarını etkin ve verimli bir şekilde kullanmalarıyla ilişkilendirilir. Ülkelerin gelişmişlik düzeyleri o ülkede faaliyet gösteren kişilerin girişimci gücünün varlığına ve girişimsel faaliyetlerine bağlıdır. Girişimcilik faaliyetlerinin yoğun olduğu ülkelerde söz konusu kaynakların birçok sektör arasında dengeli paylaşımı da ülkelerin piyasada kalabilmelerine ve ülkelerarası rekabette söz sahibi olmalarına imkân tanımaktadır. Küresel rekabet ortamındaki koşullar göz önünde bulundurulduğunda girişimcilik her geçen gün daha da önemli hale gelmektedir. Çünkü her alanda yaşanan değişim ve dönüşüm, girişimciliğin toplumsal ve ekonomik gelişim için gerekli bir unsur olduğunu ortaya çıkarmıştır.

Küreselleşme ile üretimin değişen yapısı ve teknolojik ilerlemeler ülkeler için uluslararası ortamda rekabet etmeyi zorlaştırmıştır. Bu açıdan dünyada yaşanan değişimlere kolay uyum sağlayan, esnek, yaratıcı, krizlere karşı dayanıklı yapıları ve işsizliği azaltmaları sayesinde KOBİ'lerin önemi artarak günümüze kadar gelmiştir. KOBİ'ler, iş modelleri, büyüklük, yaş ve girişimci profilleri açısından da çeşitlilik

göstermektedir. Üstelik kadın girişimci-erkek girişimci, esnaf girişimci-fırsatçı girişimci, büyük işletme girişimcisi-küçük işletme girişimcisi gibi farklı girişim ve yetenek havuzundan yararlanır. Bu bağlamda KOBİ'ler geleneksel zanaatlardan yüksek teknolojlili girişimlere ve hizmet sektöründeki mikro işletmelerden, orta ölçekli sanayi şirketlerine kadar çeşitlilik göstermektedir.

2019 yılında yayımlanan bir rapora göre, KOBİ'ler Avrupa'nın GSYİH'sinin yarısından fazlasını oluşturmakta ve yaklaşık 100 milyon kişiyi istihdam etmektedir. Raporda, Avrupa'da 2018 yılında en yaygın KOBİ türünün mikro işletmeler (%93) olduğu görülmektedir. Bu açıdan mikro işletmeler istihdam artışına yön veren ve Avrupa ekonomisinde en yüksek katma değer yaratan ekonomik unsur olarak ifade edilmektedir (Annual Report On European Smes,2019). 2019 yılında KOBİ'ler Türkiye'de tüm işletmelerin %99,8'ini oluşturmuştur. Aynı yıl KOBİ'ler toplam istihdamın %73,8'ini karşılamıştır. Esnaf KOBİ'ler içinde mikro işletme sınıfında yer almaktadır ve bu işletmeler 2019 yılında Türkiye'de ihracat yapan 84 bin girişimin yüzde 60,8'ini oluşturmaktadır (TOBB, 2020). Bununla birlikte TESK tarafından yayımlanan son bilgilere göre Türkiye'de esnafın sayısı 2.031.022'dir ve bu oran nüfusun %2,43'üne karşılık gelmektedir (www.tesk.org.tr).

Girişimciliğin toplum refahındaki etkisi ve ekonomide oynadığı rol göz önüne alındığında girişimciliğin geliştirilmesi ve girişimsel faaliyetlerin desteklenmesi ülkeler için bir zorunluluk haline gelmiştir. Bu bağlamda ekonomik ve toplumsal hayatın vazgeçilmez bir parçası olan esnafın girişimcilik sürecindeki etkinliği ve işlevselliği göz ardı edilmemelidir. Nitekim esnafın yöre halkını üretime teşvik etmek, kişilerin gelir seviyelerini artırmak ve faaliyette bulunduğu bölgede yerel kalkınmaya öncülük etmek gibi birçok fonksiyonu bulunmaktadır. Aynı zamanda esnafın üretim ve ticaret döngüsünde önemli bir köprü oldukları görülmektedir. Tüketicilere hizmet veren ve zanaatkâr esnafın yanı sıra üretim işletmelerinin kitle halinde üretilmiş ürünlerinin nihai müşteriye ulaştırılmasında ve hatta başka işletmelere bazı ara mamullerin temininde esnaf önemli bir rol oynamaktadırlar. Bu çalışma esnafın önemini ortaya koyarak onların girişimci kişilik özelliklerini belirlemek ve analiz etmek amacıyla yapılmıştır. Çalışmanın ilk bölümünde girişimci-girişimcilik tanımlarına ve önemine yer verilmiştir. Girişimcinin özellikleri incelenmiş, girişimci kişiliğe etki eden faktörler ele alınmıştır. Literatürde yer alan girişimci tipolojisi kavramı değerlendirilmiş olup fırsatçı girişimci ve esnaf girişimci kavramları açıklanmıştır. Bu bağlamda esnaf girişimciler faaliyetlerini sınırlı imkânlarla ve geleneksel bilgilerini kullanarak yürüten kimselerdir.

Fırsatçı girişimciler esnaf girişimcilerin aksine yüksek eğitim düzeyine sahip ve yeniliğe daha açıktır. Daha sonra çalışmada Türk girişimcilik tarihinde esnafların yeri ve önemi üzerinde durulmuştur. Araştırmada son konu olarak Denizli’de esnaf kültürü ve esnaf girişimciliği anlatılmıştır.

Tez çalışmasının ikinci bölümünde ise alan araştırmasına yer verilmiştir. Öncelikle araştırmanın amacına ve önemine değinilmiş, sonrasında araştırmanın evreni ve örnekleme hakkında bilgi verilmiştir. Araştırmanın evrenini Denizli’nin ticaretinin önemli bir yerini dolduran Bayramyeri’nde faaliyet gösteren esnaflar oluşturmaktadır. Evren içinde 300 esnafa ulaşılmıştır. Fakat 250 anket üzerinden istatistiksel analiz yapılabilmektedir. Araştırmada nicel yöntem benimsenmiş, veri toplama aracı olarak anket tekniği kullanılmıştır. Literatür incelemesi ve daha önce yapılan bilimsel araştırmalar ışığında, araştırma hipotezleri oluşturulmuştur. Hipotez testlerine geçmeden önce ölçme araçlarının güvenilirlik ve geçerlilik çalışmaları yapılmıştır. Araştırmada, örneklemin sosyo-demografik bulgularına ilişkin bilgi verilmiştir. Ayrıca esnafların girişimci kişilik özelliklerinin düzeyini gösteren ölçeklere ilişkin temel göstergeler analiz edilmiştir. Hipotezlerin hangi analizlerle test edilmesinin uygun olacağını belirlemek üzere normallik testi yapılmış, verilerin normal dağılıma yakın olduğu anlaşılmıştır. Bu nedenle, hipotez testleri için parametrik analiz teknikleri kullanılmıştır. Araştırmada esnafların sosyo-demografik değişkenlerinin girişimcilik özelliği boyutlarıyla ilişkisinin analizi için bağımsız t testi ve anova testi uygulanmıştır. Hipotez testlerinin değerlendirilmesinin ardından tartışma ve sonuç bölümüyle tez çalışması tamamlanmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM GİRİŞİMCİLİK

1.1. Girişimcilik ile İlgili Temel Kavramlar ve Tanımlar

1.1.1 Girişimci Kavramı

Köken bakımından Fransızca *entreprende* kavramına dayanan girişimcilik belirsiz ve anlatımı güç bir tanım olarak karşımıza çıkmaktadır. Girişimci kavramı ilk olarak, kraliyet sözleşmeleriyle görevlendirilmiş Fransız asilzadeleri için kullanılmıştır. Kraliyet hazinesine uygun bir bağış veya başka bir iyilik karşılığında Kral bir asilzadeye bir yol veya bir köprü kurma ve paraları toplama hakkı verirdi. Finansmanı düzenlemek, inşaatı denetlemek ve tesisi yönetmek için asiller girişimci tayin edilirdi. Atanmış girişimci olan asilzade yeterince risk almadığı halde gelir elde eden girişimci olarak düşünülürdü. Bununla beraber, girişimci olarak görülen asilzadeler, kâr elde etme karşılığında atandıkları görevlerle ilgili sonuca ulaşmadaki belirsizliği peşinen kabul etmişlerdi (Legge ve Hindle, 2004: 34-57). Bugün de girişimciliğin bu temel ilkesi değişmemiştir. Girişimciler sonuçta elde edeceklerini düşündükleri ödül karşılığında belirsizliği kabul etmekte ve projeleri yönetmektedirler.

Günümüzde, risk alma, öngörebilme, fırsatları değerlendirme, yaratıcı ve farklı düşüncelerle yenilik yapma ve yeni değerler yaratma süreci girişimci denildiğinde akla gelen alt kavramlar olarak ifade edilir (Eroğlu vd., 2015: 536). Girişimcilik tanımında atıf yapılan ana unsur ise belirsizlikle ilişkilendirilen risk kavramıdır. Diğer atıf yapılan faktörler risk faktörü kapsamının içindedir. Girişimcilerin asıl fonksiyonu belirsizlikler karşısında riskleri yönetmek olarak görülmektedir. Girişimci, pazarda oluşan veya oluşabilecek boşluğu değerlendirebilen ve bu boşlukları fırsata dönüştürmeyi riski kabullenme pahasına göze alan kişidir. Risk alarak gerçekleştirdikleri bu projeler sadece onlara ödül kazandırmaz aynı zamanda kendi toplumları ve tüm dünya için yeni projelerin oluşturabileceği zeminler yaratır. Girişimcilerin yeni iş yaratmada bakış açısı kazandırdığı ve ekonomik çerçevede yenilikçi değerlerle birlikte potansiyel zenginliği oluşturduğu kabul edilir (Agbenyegah, 2013: 50,54).

Say'a göre girişimci; kaynakları yüksek verimlilik alanına doğru kaydırarak ekonomik alanda değer yaratır (Dees, 2001: 1). Toplumlarda birer katalizör görevi üstlenen girişimciler, yeni fikirleri ve yeni tasarımları uygulamaya dönüştürmek için ulaştıkları yerlerde istek ve şevk uyandırmayı başarabilen kişilerdir (Durak vd., 2017: 9). Yaratıcı ve sistematik düşüncüyü harmanlayan girişimci, başarının kilit noktasının ne

olduğunun farkındadır. Bu farkındalığı oluştururken ihtiyaçları ve beklentileri karşılamak için önüne çıkan fırsatları değerlendirmeyi kendine amaç edinir. Girişimci bu amacı gerçekleştirirken problemin ne olduğunu, kimleri etkilediğini ve problemlerin çözümlerini soru-cevap analizine dâhil ederek yaratıcı ve sistematik uygulamayı öne çıkarmaktadır (Kuratko ve Hodgetts, 2007: 143). Girişimci, üretim faktörlerini birleştiren, bunları koordine ederek üretimin gerçekleşmesini sağlayan, ürünleri pazara ulaştıran ağı kuran ve bu süreçte yöneticilik ve liderlik rollerini üstelenen bir ekonomi ajanıdır (Bayrak ve Mert, 2016: 161). Bu bağlamıyla girişimci değişen çevre koşulları ve yaşam tarzında yaşanan gelişme ve değişimlerle inisiyatif alan, kaynakları etkin kullanabilme kapasitesine bağlı olarak ekonomik ve sosyal çevrede yeni değerler üreten ve problemleri çözüme yeteneği ile riski göze alabilen kişilerdir (Özdevecioğlu ve Karaca, 2015: 19). Girişimcilik süreci içerisinde ana aktör olan girişimci, yaratıcılığını geniş çapta kullanır ve belirsizliğin beraberinde getirdiği riskin etkisi altında ekonomik fırsatları değerlendirerek inovasyon ve büyüme stratejilerini belirli hedefler doğrultusunda gerçekleştirir (Agbenyegah, 2013: 26).

Fransız Cantillon 1755 yılında girişimciyi ekonomi literatüründe, kazanç elde etme isteği ve belirsizliğe katlanabilme yeteneğine sahip kişi olarak tanımlamıştır. Kâr veya zarar belirsizliğine rağmen girişimci elinde bulunduğu ham maddeyi kazanç elde etme umuduyla bir fiyat karşılığı satar. Bu durumda Cantillon'a göre söz konusu girişimciyi harekete geçiren güdü elde etmeyi arzu ettiği kârdır (Er, 2013: 77). Yeteneklerinin yanında girişimcinin en önemli fonksiyonu ekonomide arz ve talebi dengelemektir. Çünkü girişimci değişen ve gelişen ekonomiden sorumlu olan kişidir (Bula, 2012: 81).

1800 yılında önemli iktisatçılardan olan Say girişimciyi üretim faktörlerini bir araya getiren kişi olarak tanımlar. Say'a göre girişimci ekonomik faaliyetlerin merkezinde rol alan, üretim ve servetin dağılımını kontrol eden, yöneticilik vasıflarının yanında bilgili ve donanımlı olan bir bireydir (Çögürücü, 2016: 72).

Weber dini inanç ile girişimcilik arasındaki ilişkiyi Protestan ahlâkına dayandırmıştır. Protestan ahlâkı bireycilik, başarı motivasyonu ve kendine güveni öne çıkaran bir görüşü temsil etmektedir (İyidemirci, 2019: 35). Weber 1905 yılında Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu adlı eserinde girişimcilik literatürüne önemli katkılar yapmıştır. Weber'e göre ülkenin dini inancı ve aile yaşantısında edindiği tecrübeler, kişinin ruhunu etkiler ve meslek seçiminde önemli bir yer tutar. Bu doğrultuda sermaye sahipleri ve işverenler ya da yüksek teknik düzeyde çalışan işçiler

Protestan ahlâkına sahiptir. Çağdaş yaşamın kaderine yön veren kapitalizmin elde etme güdüsü ve en yüksek kazancı elde etme uğraşısıyla bir ilgisi yoktur. Sınırsız kazanma arzusu yerine sürekli kazanma peşinde olan kapitalizmin odak noktası verimliliktir (Weber, 2005: 16-17).

Schumpeter (1950) girişimci fonksiyonlarını değerlendirirken kendinden önce ortaya çıkan teorilere ek olarak yenilik kavramını girişimci literatürüne kazandırmıştır. Diğer teorilerin aksine Schumpeter girişimciyi herhangi bir toplumsal statüye ait bir kişi ya da sermaye sahibi olarak görmemektedir (Fikirli ve Çetin, 2017: 32). Schumpeter'e göre girişimci yeni bir ürün üretir veya var olan ürünü yenisiyle değiştirmek için bir işletme kurar. Aynı zamanda girişimci ortaya çıkan sorunları yöneten ve liderlik vasıflarıyla donatılmış ekonomik gelişmelerin ana aktörüdür (Tiryaki, 2005: 5). Ona göre girişimci merak, yaratıcılık, inovasyon, kendine güven ve risk alma eğilimi özelliklerine sahiptir. Bu özellikleriyle girişimci yeniliği ticaretle buluşturur ve böylece yeniliği ekonomik sisteme dâhil eder (Fikirli ve Çetin, 2017: 32).

Frank Knight (1961) ise girişimcilik teorisine Risk, Belirsizlik ve Kâr (Risk, Uncertainty and Profit) adlı çalışmasıyla önemli katkılar yapmıştır. Knight'a göre kendine inanan girişimci belirsiz koşullar altında bile kendini güvende hissetmektedir (Peneder, 2009: 6). Girişimcilerin başarılı olması sahip olduğu yeteneklerinin yanında şanslarına da bağlıdır. Knight belirsizliği üstlenen girişimcinin elde edeceği ödülün o işten elde ettiği kâr olduğunu iddia etmiştir (Arıkan, 2004: 11). Knight, Cantillon'dan ilham aldığı girişimcilik teorisinde belirsizlik ve risk faktörünü birbirinden ayırmaktadır. Nitekim belirsizliği en aza indiren girişimci, ortaya çıkan fırsatların getirilerini hesaplarırken katlanabileceği riskleri göz önünde bulundurur. Girişimcinin elde ettiği başarı sonucunda tahmin edebildiği risk onun için motivasyon kaynağıdır (Yener, 2018: 25-26).

1.1.2. Girişimcilik Kavramı ve Önemi

Osmanlı İmparatorluğu'nda 16. ve 17. yüzyıllarda toplumun her sınıfından birey ticaret yapmakta ve Müslüman Türk esnaflar ekonomik yapının önemli bir halkasını oluşturmaktaydı. Özellikle iç ticaretin yoğun olarak yapıldığı bu dönemde köylüler de ürünlerini pazarlarda satmış ve böylece ekonomiye katkı sağlamışlardır (Akkuş ve Menteş, 2018: 174). Ancak 19. yy'da ticari hayata yön veren girişimci sınıfını Yahudi ve Rum asıllı Türk vatandaşlar oluşturmuştur. Osmanlı Devleti'nin son dönemleri olarak adlandırılan bu dönemde sanayi devrimiyle birlikte dış borçlanma hız kazanmış

ve ekonominin kontrolü batılı güçlerin eline geçmiştir (Arıkan, 2004: 14).

Türkiye Cumhuriyeti, Osmanlı Devleti'nin son yıllarında yaşadığı sarsıntıların etkilerini düzeltebilmek amacıyla diğer alanlarda olduğu gibi ekonomi alanında da bir çözüm arayışına girmiştir. Bu doğrultuda uygulanacak ekonomi politikası 17 Şubat 1923'de toplanan İzmir İktisat Kongresi'nde şekillenmiştir. Kongrede iktisadi bağımsızlığın ön koşul olduğu, girişimci sınıfını destekleyen ve onların önünde oluşabilecek problemleri devlet politikasıyla sınırlandıran kararlar alınmıştır. Nitekim sanayileşmeyi özel girişim yoluyla sağlama ve girişimcilerin yatırım yapmaktan çekindiği ya da yatırım yapmayı kârlı (elverişli) bulmadığı alanlarda devletin müdahale edeceği bir anlayış benimsenmiştir (Durmuş ve Aydemir, 2016: 159).

Ulusal kalkınma yolunda girişimciliğin odak nokta haline gelmesi 1970'li yıllarda yaşanan petrol krizinin sonucunda büyük ölçekli şirketlerin yerini, krizden daha az zararlı çıkan küçük ve orta ölçekli şirketlerin almasıyla olmuştur. Küçük ve orta ölçekli şirketler sınıfında yerini alan girişimcilik krizden çıkabilmenin itici gücü olarak görülmüş ve başta ABD olmak üzere diğer gelişmiş ülkelerle birlikte devlet politikası olarak uygulanmaya başlanmıştır (İlhan, 2004: 71).

1980'ler ve sonrası Türk ekonomisinde girişimciler açısından bir dönüm noktası niteliğindedir. Türkiye ekonomisinin dışa açılması ve yabancılarla ilişkilerin ilerletilmesi girişimcilerin yerellikten ziyade uluslararası kimliğe sahip olmalarına yol açmıştır (Balıkcı, 2014: 283-284). Serbest piyasa koşullarında kendine yer bulan girişimci sermaye birikimini sağlama ve kaynakların verimli kullanılabilmesi adına ekonomik gelişmeye katkı yapacaktır (Sezgin, 2010: 163). Bu doğrultuda ekonomik kalkınmayı hedef alan 24 Ocak 1980 kararlarından sonra ekonomi anlayışının farklılık göstermesi bu değişiklikte önemli bir yer tutmaktadır. Bu çerçevede değerlendirildiğinde ihracata dayalı büyümeyi gerçekleştirme serbest piyasa ekonomisi anlayışında aktif rol oynayan girişimciliği destekleme politikalarıyla yürütülmüştür (Arıkan, 2004: 17).

Tarihsel sürece bakıldığında gelişen ve değişen dünya ekonomisi, ekonomik alandaki çok yönlü bakış açısı, rekabet koşulları ve tüm dünyayı etkisi altına alan kapitalizm gerçeği ile birlikte girişimcilik kavramı; bir tanım ve bir süreç olarak görülmenin ötesine geçmiştir (İrmiş ve Barutçu, 2012: 2). Özellikle sanayi devriminden itibaren giderek önemi artan girişimcilik kavramı; beraberinde getirdiği birçok olumlu faktör ile toplumların üzerinde etkisini büyük ölçüde hissettirmiştir. Girişimcilik ile yeni iş alanları topluma kazandırılmış, yeni istihdam alanları yaratılarak işsizlik azaltılmış,

ekonomik ve teknolojik çevreye önemli katkılar yapılmıştır (Aksel ve Bağcı, 2016: 2121).

Girişimcilik en dar tanımıyla yaratıcı insan faaliyetidir ve bir örgütü kurarak, onu faaliyete geçirme sürecinde rol alan temel ögedir (Timmons, 2011: 139 Akt: İrmış ve Özdemir, 2011: 139). Yeni fikirlerin ve yaratıcı çözümlerin oluşturulması; hesaplanmış risk alma isteğine, bir ekip oluşturma yeteneğine, ihtiyaç duyulan kaynağı algılayabilme kapasitesine ve karmaşık gibi görünen durumları fırsata çevirebilme becerisine bağlıdır. Bu bağlamda girişimcilik, tutku gerektiren dinamik bir vizyon, değişim ve değer yaratma sürecidir (Kuratko ve Hodgett, 2007: 33). Bu özellikleriyle girişimcilik süreci işletmelerin ortaya çıkarılıp büyümesinden ziyade toplumun gelişmesinde ve refahında önemli bir katma değer yaratmaktadır (Hisrich vd., 2016: 6).

Girişimcilik sürecine dâhil olan fonksiyonlar; fırsatların keşfedilmesi, değerlendirilmesi ve kullanılmasıyla ilgilidir. Yeni ürünler, yeni hizmetler veya yeni üretim süreçleri hatta daha önce olmayan ürün ve girdiler için yeni stratejilerin oluşturulmasında yeni örgütlerin yapılandırılması ve yeni pazarların bulunması girişimcilik anlayışının en önemli fonksiyonlarıdır (Alvora vd., 2007: 2).

Schumpeter'e göre; kâr elde etmek isteyen tüm girişimcilerin yenilik yapma ve bu yenilikleri ticarete dönüştürme mecburiyeti vardır. Ekonomik sistemin gelişmesi yapılacak yeniliklere, onların etkinliğine başka bir ifadeyle inovasyona bağlıdır. İnovasyon; rekabet gücünün ve ekonomik dinamiklerin vazgeçilmez bir unsurudur. Aynı zamanda inovasyon ekonomik değişimin merkezidir. Schumpeter girişimciliğin vazgeçilmez unsuru olarak gördüğü inovatif faaliyetlerin ekonomik sistem içerisinde 5 alanda yapılabileceğini öne sürmüştür (Karol, 2013: 90).

- Yeni bir ürünün piyasaya sunulması veya hâlihazırda bilinen bir ürüne yenilik katılarak piyasaya sunulması
- Bir ürünün henüz ilgili endüstride olmayan yeni bir üretim veya satış yöntemiyle pazara çıkarılması
- Henüz sektörde keşfedilmemiş yeni bir pazara girilmesi
- Yeni hammadde veya yarı mamul tedarik kaynaklarının temin edilmesi
- Yeni endüstri sanayi yapılarının oluşturulması

1.1.3. Girişimci ile İlgili Benzer Kavramlar

Girişimci kavramı girişimcilik fonksiyonunun geniş bir yelpazeye sahip olması

sebebiyle pek çok kavramı içinde barındırır. Yönetici, lider, sermayedar, işveren, patron gibi kavramlar kimi zaman girişimciliğin içerisinde yer alan kimi zamanda girişimciliğin yerine kullanılan kavramlardır.

Özellikle işe ilk başladıkları dönemlerde ve devam eden süreçte girişimciler yöneticilik rolünü de üstlenirler. “*Yönetici örgütün kıt kaynaklarını alternatif kullanım alanları arasında en etkili biçimde dağıtımına tabi tutabilecek teknik bilgiye yani kıt kaynaklardan nitelikli insan unsurunu çalışmaya içtenlikle yöneltecek faktörlerin ne olduğunu bulma ve uygulamada gerekli hüner ve bilgiye sahip bir kişidir*” (Şimşek ve Çelik, 2017: 10). Yönetici işletmenin amaçlarını yönetiminden sorumlu olduğu kişilerle birlikte gerçekleştirir. Yapılan araştırmalar girişimcinin en büyük özelliği olan risk alma davranışının onu profesyonel yöneticiden ayıran en belirgin özellik olduğunu ortaya koymaktadır. Girişimcilik sürecinde kâr amacı güdülür ve yapılan işlerin sonunda oluşan risklere katlanılır ancak yöneticilik faaliyetinde kâr ve risk başkasına aittir (Güven, 2019: 676-678). Ayrıca yöneticilerin aksine girişimciler ortaya çıkan zararı tamamen kendileri üstlenir (İrmiş vd., 2017: 12). Girişimci ortaya çıkan fırsatları değerlendirirken aktif ve bağımsız hareket eden, yenilikçi ve değişen değerlere uyumlu, sorgulayıcı tavırlara sahipken, yönetici var olan düzeni korur ve faaliyetlerini bu düzen ve politika çerçevesinde yürütür. Bu doğrultuda her yönetici aynı zamanda bir girişimci olarak düşünülmemelidir (Yıldırım vd., 2011: 192).

Girişimci kavramının kapsadığı bir diğer kavram liderdir. Lider “bir grup insanı belirli amaçlar etrafında toplayabilme ve bu amaçları gerçekleştirmek için onları bir araya getirme sanatıdır” (Eren, 2017: 435). Liderler örgütün hedeflerine ulaşması için çalışanları arasında gerekli destek ve güven ortamını sağlar (Esmer ve Dayı, 2017: 113). Literatürde girişimci ve liderlik birbirine benzeyen kavramlar olarak nitelendirilir. Bu husus girişimcilerin liderlik özelliklerini taşımasıyla da ilişkilidir. Çünkü kararlı ve amaca yönelik hareket eden girişimci, başarıya ancak söz konusu liderlik davranışlarını göstererek ulaşır. Bu noktada her lider girişimci olmamasına rağmen her girişimcinin lider olması beklenir (Kızıltay, 2010: 30).

Girişimcilik sorumluluk sahibi olmayı, risk alabilmeyi, cesaretli olmayı, fırsatları görebilmeyi gerektirir ancak sermaye kavramı girişimcinin bu özellikleri arasında yer almamaktadır (Ercan ve Gökdeniz, 2009: 68) Bu noktada sermayedar ve girişimci birbirinden farklı kavramlar olarak değerlendirilir. Girişim faktörü paranın varlığından çok yeni ürün ve üretim teknikleriyle, geniş bir vizyonla veya değişen koşullara uyum yeteneği gibi unsurlarla açıklanır. Sermayedar ise bir işletme kurmak

adına mal ve hizmet üretmek için gerekli olan üretim araçlarına sahip olan, bu sermayeyi toplumdaki ihtiyaçları da göz önüne alarak yatırıma dönüştüren kişidir. Girişimcilik yeteneklerine sahip olan bireyler iş kuracak yeterli sermayesi olmasa bile potansiyel birer girişimci olarak görülür (Durukan, 2007: 29). Ancak sermayesi olan kişi girişimcilik özelliklerine sahip olmayabilir. Bu noktada üretim faktörlerine sahip olan bireyler sermayelerini borç olarak girişimcilik niteliklerine sahip olan kişilere verirse, onlarla ortaklık kurma yoluyla girişim sürecinin başlamasına katkı sağlayabilir (Arıkan, 2004: 60).

Girişimci yerine kullanılan diğer kavramlar ise “işveren” ve “patron” dur. Patron, girişimci sermayedar, işveren ya da yöneticilik kavramlarının yerine kullanılmaktadır. Burada patron, bir girişimci olabileceği gibi aynı zamanda bir sermaye sahibi, işveren ya da bir yönetici durumunda da olabilir (Durukan, 2007: 29). İşveren veya patron girişimciliğin temel bazı özelliklerini yerine getirdikleri için çoğu zaman bir girişimci olarak kabul edilirler (Ercan ve Gökdeniz, 2009: 68).

1.2. Girişimcinin Özellikleri

Girişimsel faaliyet sosyal ve psikolojik yönleri olan ve bu yönleriyle bireyleri girişimciliğe iten ve çeken faktörleri içinde barındıran bir süreçtir. Çekme ve itme faktörleri bir işe başlamak için farklı motivasyonları açıklamanın ortak bir yolu olarak kabul edilir. İten faktörler, yetersiz aile geliri, maaşlı bir işten memnuniyetsizlik, iş bulma zorluğu ve ailenin sorumlulukları nedeniyle esnek bir iş programına ihtiyaç duyulması gibi daha ziyade sosyal unsurlardır. Çekme faktörleri ise bağımsızlık, kendini gerçekleştirme, servet kazanma, sosyal statü ve güç arzusu ile ilgilidir. Girişimciler itme ve çekme faktörlerinin göreceli önemine göre iki karşıt seçim faktörü ve gerekliliği tarafından yönlendirilmektedir. Bununla birlikte, bu faktörler genellikle birlikte gerçekleşir (Apospori vd., 2005: 142).

Koh girişimcileri tanımlayan bir takım kişilik özellikleri olduğunu ileri sürmüştür. Bu kişilik özellikleri girişimcilerin iş kurma ve risk alma isteklerini açıklamaya odaklanmıştır. Koh yaptığı çalışmada girişimcilik eğilimleri ile ilişkilendirilen bu özellikleri altı başlıkta incelemiştir. Bunlar; başarıma ihtiyacı, risk alma eğilimi, belirsizliğe tolerans, kendine güven, kontrol odağı, yeniliktir (Koh, 1996: 14-17).

1.2.1. Başarma İhtiyacı

McClelland'ın motivasyon kuramına göre 3 tür ihtiyaç söz konusudur. Bunlar, bir işin üstesinden gelmeye yönelik başarı ihtiyacı, başkalarının davranışlarını kontrol etmeye yönelik güç ihtiyacı ve kişiler arasında daha yakın ilişkiler kurarak onları bir araya getirme arzusuna yönelik ihtiyaçtır (Lilly vd., 2006: 664). Girişimciler yeteneklerini zorlayan işlerin üstesinden gelmeye yönelik yüksek başarı ihtiyacı hissederek, durumu değerlendirir ve kendi becerileriyle kazanma şansını gördükleri işleri başarmak üzere sorumluluk alırlar (Aguinis vd., 2008: 123). McClelland yüksek düzeyde başarı ihtiyacı duyan toplumlarda daha fazla girişimcinin ortaya çıktığını kabul etmektedir. Yapılan çalışmalarda sanayileşmiş olan ülkelerde girişimcilik motivasyonları arasında başarı ihtiyacı ve bağımsızlık güdüsü önemli ölçüde çıkmış ve özellikle başarı ihtiyacı ilk sırada yer almıştır (Apospori vd., 2005: 142).

1.2.2. Risk Alma Eğilimi

Risk alma, girişimcinin bir niteliği olarak ortaya çıkmaktadır. Çünkü girişimcilik faaliyetleri belirsiz iş ortamlarında yürütülmekte ve risk bu faaliyetlerin merkez konumunda yer almaktadır. Uygun düzeyde kontrol edilen ve yönetilen risk başarılı girişimciliğin temel gerekliliğidir (Agbenyegah, 2013: 61).

Nitekim risk kavramı girişimcilik süreci etrafında şekillenen bir öneme sahiptir. Riskin iyi analiz edilmesi girişimcinin doğru karar alabilme potansiyelini arttıracaktır. Çünkü risk girişimcinin düşüncesini başarılı bir şekilde fırsata çevirebilmesine imkân sağlayan faktör olarak değerlendirilir. Ancak; tam tersi bir durumda girişim başarısızlıkla sonuçlanacak ve bu durum finansal kayıplara yol açacaktır (Tipu, 2017: 432).

1.2.3. Belirsizliğe Tolerans

Hofstede belirsizlikten kaçınma davranışını; bir kültürün parçası olan bireylerin bilinmeyen ve kesin olmayan koşullarda kendini tehdit altında hissetmesiyle ilişkilendirir. Belirsizlikle başa çıkma eğilimi kültüre dayanmakta ve aile, okul ve devlet kurumları etrafında şekillenmektedir. Belirsizlikten kaçınmanın düşük olduğu toplumlarda bireylerin belirsizlikle mücadele etmeleri beklenir (Mueller ve Thomas, 2001: 60). Bu bireyler yüksek bilgi donanımı etkisinde nitelikli davranışlar sergiler ve diğer insanların içsel özelliklerine daha duyarlıdır. Bununla birlikte belirsizliğe toleransı yüksek kişiler eylemlerinde girişimci özellikler göstermektedir (Sargut, 2001: 180). Belirsizliğe tolerans; bir girişimcinin önemli bir özelliği olarak kabul edilir ve

girişimcilerin belirsizliğe diğer bireylere göre daha fazla tolerans göstermesi beklenir. Mitton (1989)'a göre girişimciler belirsiz ortamlarda faaliyet göstermenin yanı sıra söz konusu belirsizliği yönetmek mecburiyetindedir (Dinis vd., 2013: 774). Çünkü belirsizlik durumu; bilgi kapasitesinin yetersizliği karşısında yaşanan zorlayıcı şartlarda, yeni bilgilere ulaşılması ve bu bilgilerin kontrol edilmesini gerektirir (Zaman, 2013: 4055).

1.2.4 Kendine Güven

Özgüven, bireylerin yetenek ve becerilerine ilişkin algılarına dayanır. Bu kavram, bir bireyin göstereceği performans için gerekli yeteneklere sahip olduğuna ve bu becerileri etkili bir şekilde kullanabileceğine olan tutumunun sonucudur. Bu tutumlar motivasyon sürecinde etkin rol oynamakta duygu durum ve davranışlarımızı derinden etkilemektedir (Wilson vd., 2007: 389).

Girişimcinin kendine güveni önceden belirlenmiş amaçlara ulaşmasında bir işi organize etmek ve yürütmek için iş yaratma sürecinde gerekli olan kişisel inancını ifade eder. Robinson ve arkadaşlarına (1991) göre girişimciler girişimci olmayan bireylere göre ayırt edici nitelikte bir özgüvene sahiptir (Nasip vd., 2017: 828). Bununla birlikte başarılı girişimci kendine inanır ve yapabileceklerinin farkındadır. Bu özellikleri girişimcinin motivasyon dürtüsünü öne çıkarır ve başarısında anahtar rolü üstlenir (Kuratko ve Hodgets, 2007: 123).

1.2.5. Kontrol Odağı

Kontrol odağı ilk olarak Julian B. Rotter (1954) tarafından ifade edilmiş, daha sonra da içsel kontrol odaklılık ve dışsal kontrol odaklılık olarak kavramsallaştırılmıştır. İçsel kontrol odaklılıkta insanlar yaşamlarını kendilerinin kontrol edebildiklerine inanmaktadırlar. Dışsal kontrol odaklılıkta ise kendilerini etkileyen çevresel faktörlerin veya şans ve kader gibi faktörlerin kararlarını ve hayatlarını kontrol ettiğine inanırlar. Yapılan çalışmalarda girişimci firmaları yöneten kişilerin yüksek kontrol odağına sahip oldukları ileri sürülmüştür. Ayrıca Gatawoot ve arkadaşlarının 1995 yılında yapmış olduğu çalışmada da girişimsel faaliyetlerin başarı faktörünün içsel kontrol odaklılıkla bağlantılı olduğu vurgulanmıştır (Nasip vd., 2017: 828). Çünkü içsel kontrol odaklı bireyler inovatif düşünceye sahiptir ve risk alma konusunda daha fazla eğilim göstermektedirler. Bu durum girişimcilik davranışı ile doğrudan ilişkilidir (İrmiş vd., 2017: 24).

İç kontrol odağı, bir kişinin karşılaştığı olumlu veya olumsuz bir olayın kendi davranışının bir sonucu olduğuna inanmasıdır. Bir olayın sonucunun kendi davranışından bağımsız olarak algılanması ise dış kontrol odağıdır. Dış kontrol odağı kişinin herhangi bir dış faktörün etkisi altında kaldığı durumlarda söz konusu olmaktadır (Simon ve Britt, 2017: 658).

1.2.6. Yenilik

Yenilik; ticari faaliyetlerin yeni ve benzersiz bakış açılarıyla algılanmasını ve gerçekleştirilmesini ifade etmektedir. Schumpeter yenilik yapmayı, girişimciliğin en temel ve belirgin unsuru olarak görmektedir (Dinis vd., 2013: 767).

Çünkü Schumpeter (1942)'e göre girişimci; ekonomiye yenilikler getirmeyi ve ekonomide büyümeyi sağlamaya teşvik eden bir görev üstlenmekte, bunu da 'yaratıcı yıkım' kavramıyla açıklamaktadır (Ferreria vd., 2016: 6).

Drucker (1998) ise girişimcilik faaliyetlerinin yürütülmesini sağlayan temel etkenin yenilikçilik olduğuna inanır ve inovasyonun bu faaliyetlerin ana kaynağı olduğunu kabul eder. Bu görüşe göre inovasyon geri bildirim etkisi yaratarak, diğer girişimcilere de faaliyetlerini sürdürme konusunda motivasyon sağlayacaktır (Galindo vd., 2013: 503).

1.3. Girişimci Kişiliğin Oluşumuna Etki Eden Faktörler

1.3.1. Aile

İnsanların hayatlarında karşılaştıkları ilk sosyal grup ve sosyo-kültürel değerlerini benimsediği kurum ailedir. Çünkü çocuk yaşamdaki tutum ve davranışlarını anne-babayı taklit ederek öğrenir. Bu doğrultuda kişiliğin oluşmasında aile faktörünün etkileri çok yönlüdür. Nitekim demokratik bir yapıya sahip ailede büyüyen çocuk daha rahat ve serbest bir şekilde duygularını ifade eden ve sosyal ilişkileri gelişmiş bir birey olacaktır (Eroğlu, 2011: 215-216). Girişimcilik faaliyetlerinin aile içerisinde bir mantık ve kültür olarak yerleşmiş olması yeni girişim yaratma bakış açısını genişletmektedir (Aldrich ve Cliff, 2003: 593). Diğer bir açıdan ise araştırmalar yüksek gelire sahip ailede büyüyen ve bu finansmanla girişimcilik faaliyetleri desteklenen çocuğun yeni bir iş kurmaya daha yatkın olduğunu ve girişimcilik eğilimi gösterdiğini ortaya koymuştur (Çelik ve Karababa, 2018: 59). Örucü ve diğerlerinin üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerinde ailesel faktörlerin etkisini incelemeye yönelik yaptığı çalışmada, aile gelire göre üniversite son sınıf öğrencilerinin girişimcilik niyetinin farklılaştığı ve gelir düzeyi yüksek ailelerin çocuklarının diğerlerine göre daha çok

girişimci olma eğilimi gösterdikleri sonucuna ulaşılmıştır (Örücü vd., 2007: 44). Kuzey Amerika’da yapılan çalışmalarda aile sisteminin özelliklerinin (gelenekleri, kaynakları, norm, tutum ve değerleri) yeni iş fırsatlarının ortaya çıkmasında, fırsatların tanınmasında, iş kurma kararlarının alınmasında ve kaynak aktarımı sürecinde etkili olduğu görülmüştür (Aldrich ve Cliff, 2003: 590). Yine yapılan başka çalışmalar bireylerin girişimci olmalarını ailenin mesleği ve sosyal statüsüyle ilişkilendirmiştir. Girişimci bir ailede büyüyen çocuk geleceğini şekillendirirken yetiştiği çevreden ilham alır ve bu onun girişimci karakterinin oluşmasına olanak sağlar (Dündar ve Ağca, 2007: 130). 125’ ten fazla etnik topluluğun bulunduğu Nepal’de aile faktörünün girişimciliğe etkisini incelemek üzere bir araştırma yapılmıştır. Girişimcinin ebeveyn mesleğinin, Nepal’ deki girişimcilik gelişimini ve çocukların meslek seçimini etkilediği görülmüştür. Örneğin çocuklar için bir rol model olan babalar çocukların meslek seçimini güçlü bir şekilde etkilemektedir (Pant, 2015: 45). Çelik ve diğerleri öğrencilerin girişimcilik niyetleri ile ailesel faktörler arasında ilişki olup olmadığını ortaya çıkarmak için yaptıkları çalışmada, ailede ve yakın çevrede girişimci olması ile öğrencilerin girişimcilik niyetleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmışlardır (Çelik vd., 2014: 122). ABD, Çin ve İspanya’ da 1000’den fazla üniversite öğrencisi üzerinde yapılan çalışmada ise ailesinde girişimci olan bireylerin iş kurma niyetlerinin daha yüksek olduğu sonucu bulunmuştur. Başka bir açıdan ise girişimciliğe yönelik destekleyici tavır gösteren ailenin varlığı ile girişimcilik niyeti arasında olumlu ilişkilere rastlanmıştır. Aksi durumda öğrencilerin girişimciliği sürdürme niyetlerinin daha düşük olduğu ileri sürülmüştür (Pruett vd., 2008: 590).

1.3.2. Eğitim

İnsan hayatının şekillenmesinde ve gelişiminde rol oynayan eğitim, ideolojik eğitim sistemi ve faydacı eğitim sistemi olarak gruplanmaktadır. İdeolojik eğitim sistemi bireylerin nerelerde nasıl davranması gerektiğini öğreten kalıplaşmış formlardan oluşan bir süreçtir. Öte yandan faydacı eğitim sisteminin amacı bireylere gerçek hayatta karşılaştıkları durumları algılayabilme, üretime katkı sağlayabilme ve mesleki hedeflerini gerçekleştirirken ihtiyaç duyacağı bilgi ve beceriyle donatmaktır. Nitekim bu farkındalığa sahip bireyler yaratıcılık ve girişimcilik niteliklerini kullanma imkânı bulabilecektir (Eroğlu, 2011: 305-306). Eğitim insanın yeteneklerini keşfetmesini sağlayan ve onu sosyal hayata hazırlayan bir araçtır. Bilimsel, ekonomik, sosyal ve teknolojik açıdan toplumun gelişmesine katkı yapan en önemli unsurdur. Toplumlarda

yaşanılan bu gelişmeler, entelektüel birikimin ve bireysel yeteneğe dayalı girişimciliğin eğitimdeki önemini de arttırmaktadır (Patır ve Karahan, 2010: 28). Bu doğrultuda eğitim girişimciliğin ortaya çıkmasında anlamlı bir rol üstlenir. Örneğin Drucker yaptığı çalışmalarda girişimciliğin bir disiplin olduğunu ve öğrenilebildiğini ileri sürmektedir (Kerse vd., 2017: 635).

Eğitim (örneğin üniversitelerdeki mesleki eğitim veya teknik liselerdeki eğitim), girişimcilerin üretecekleri ürün veya hizmet konusunda ve kaynakları bir araya getirme, onları koordine etme, yönetme ve benzeri konularda uzmanlık kazanmalarında rol oynamaktadır. Başka bir ifadeyle yapacakları girişimlerin konusuna hâkim olmalarının zeminini hazırlamaktadır. Mesleki uzmanlık haricinde alınan girişimcilik eğitimi de birçok araştırmanın konusu olmuştur. Nasr ve Boujelbene'e göre girişimcilik eğitimi üniversiteler için toplumsal ve ekonomik bir gerekliliktir. Çünkü yükseköğretim kurumlarının bilgi ve yeniliği öğrencilere aktarması açısından oynadıkları rol çok önemlidir (Nasr ve Boujelbene, 2013: 712). Bu doğrultuda üniversitelerin öğrencilerini girişimci davranışlara teşvik etmesi de öğrencilerin özgüvenlerine ve kendi yaratıcılıklarına olan inancına olumlu yönde katkı yapmaktadır (Pruett vd., 2008: 591). Girişimcilik eğitiminin amacı insanlara ortaya çıkan fırsatları değerlendirme, yaratıcı ve eleştirel bir yaklaşım kazandırmaktır. Ayrıca üniversitelerdeki girişimcilik eğitimleri, bireylere iyi bir girişimcinin gösterdiği davranışlar hakkında fikir sahibi olmalarını sağlar. Örneğin eğitimler öğrenciler üzerinde kendini tanıma duygusu, cesaret ve kararlılık gibi girişimcinin sahip olduğu özelliklere olumlu yönde katkı yapmaktadır (Bozkurt ve Alparslan, 2013: 9-10). Bu noktada girişimcilik eğitimi iş yaratma konusunda ilgi uyandırır ve yönetme becerisi konusunda bilgi aktarımı sağlar. Söz konusu eğitimlerle ekonomik kalkınmada rol alan yeni girişimcilerin ortaya çıktığı düşünülmektedir. Çünkü üniversite tarafından verilen eğitimler öğrencilerin kariyer seçimlerine önemli ölçüde yön verir (Hien ve Cho, 2018: 1).

Literatürde bireylerin aldıkları eğitim ile girişimcilik niyetleri arasındaki ilişkiyi incelemek üzere birçok araştırma yapılmıştır. Weaver ve diğerleri girişimcilik eğitimi ve girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkiyi incelemek üzere yaptığı çalışmada; girişimcilik eğitiminin, girişimcilik performansını anlamlı ve pozitif yönde etkilediğini bulmuşlardır (Weaver vd., 2006: 136). İpçioğlu ve Taşer (2009: 22) ise işletme bölümünde okuyan iki farklı üniversitenin 1. ve 4. sınıf öğrencileri üzerinde yaptığı çalışmada, öğrencilerin aldığı 4 yıllık lisans eğitimi sonrasında girişimcilik hislerinde gelişme olduğu sonucuna ulaşmıştır. Bae ve diğerlerinin (2014) yaptığı çalışmada

girişimcilik eğitiminin, girişimcilik eğilimi üzerinde zayıf ancak olumlu etkisi bulunmuştur (Puni vd., 2018: 493). İşcan ve Kaygın üniversite öğrencileri üzerinde yaptığı çalışmada, öğrencilerin girişimcilik faaliyetinde bulduklarını ve iş fikirlerinin olduğunu belirtmişlerdir. Bu doğrultuda öğrencilerin girişimcilik niyetine sahip oldukları bulgusuna ulaşılmıştır (İşcan ve Kaygın, 2011: 284). Yılmaz ve Günel'in yaptığı çalışmada ise üniversite eğitimi alan öğrenciler ile iş kurma niyetleri arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Bu durum öğrencilerin girişimci niyetlerinin eğitim dışında başka unsurlardan da etkilendiğini ortaya koymaktadır (Yılmaz ve Günel, 2011: 15). Bu doğrultuda eğitim girişimcilik eğilimini olumlu yönde destekler ancak tek başına yeterli değildir. Eğitimin verimli olması, girişimcilik için önemli sayılan diğer faktörlerin de oluşmasına bağlıdır (Balaban ve Özdemir, 2008: 147).

1.3.3. Kültür

Kültür nesilden nesile aktarılan ve toplumun bireylere kazandırdığı maddi ve manevi unsurlardan oluşan bir yaşam biçimidir. Geçmişten miras alınan kültür, toplumların geleceğini şekillendirir ve bir araya gelen bireylerin birbirleriyle ya da çevresiyle olan ilişkilerini düzenler. Kişinin belirli tarzda davranışlar göstermesi içinde bulunduğu kültürün bir yansımasıdır (Eroğlu, 2011: 142-143). Hofstede'ye göre ise kültür, bireyin yaşamı boyunca kazandığı ve toplumların birbirinden ayrışmasına olanak tanıyan düşünce sistemidir. Bu doğrultuda toplumların bilgi, inanç, sanat, beceri ve alışkanlıkları o kültürü meydana getiren unsurlardır (Öğüt ve Kocabacak, 2007: 148). Toplumda bir alt kültür vazifesi gören girişimcilik ise söz konusu kültürel unsurlarla etkileşim halindedir. Girişimcilik toplumun sosyo-ekonomik değerleriyle var olur ve kültürel değerlerle bütünleşir. Çoğu zaman doğuştan var olduğu düşünülen girişimcilik özellikleri gerçekte öğrenilen bir davranış olarak kendisine uygun bir zemin bulduğu yer ve zamanda ortaya çıkar. Bu çerçevede bir toplumdaki girişimcilik olgusunu anlayabilmek için bazı kültürel unsurların bilinmesi gerekmektedir (Güney ve Çetin 2003: 193). Çünkü bir toplumdaki bireylerin diğer toplumlardaki bireylere göre farklı davranışlarda bulunmasının sebebi bireylerin içinde bulunduğu ulusal kültürün yansıması olan değerler sistemidir. Bu sistem etrafında şekillenen girişimcilik faaliyetleri ise ulusal kültürden bağımsız düşünülemez (Günay ve Göktan, 2012: 37).

Hofstede (2011: 2) yaptığı çalışmada toplumların farklı kültürlere sahip olmasını belirsizlikten kaçınma, güç mesafesi, erili-dişilik ve bireycilik-toplulukçuluk, kısa vade odaklılık-uzun vade odaklılık ve hoşgörü-kısıtlama boyutlarıyla açıklar. Yapılan

araştırmalar bireyciliğın baskın, belirsizliğe toleransın düşük ve güç mesafesinin kısa olduğu toplumlarda girişimciliğın daha yaygın olduğunu göstermektedir (Sajjad vd., 2012: 32). Girişimci bir işe başlamadan önce başarılı olup olmayacağı konusunda belirsiz ve net olmayan bir durumla karşı karşıya kalmaktadır. Bu noktada girişimcilik süreci başlangıçtan itibaren belirsizliği de beraberinde getirir (Güney ve Nurmakhmatuly, 2007: 70). Belirsizlikten kaçınmanın yüksek olduğu toplumlarda girişimcilik düşüncesi sınırlıdır. Ancak düşük seviyede belirsizlikten kaçınan bireyler önüne çıkan fırsatları değerlendirme, risk alma, yenilik ve değışim yapma konusunda kendine güvenmektedir (Güney vd., 2007: 67). Yüksek güç aralığı olan kültürlerde astların daha itaatkâr olması ve karar alma süreçlerine daha az katılım sağlaması gözlenmektedir. Bu durum ‘dikey iletişim alışkanlıkları’, ‘merkezi bir güç dağılımı ve organizasyon’, kaderci davranışsal tavırlar olarak yansımaktadır. İçerdiği katılıkla merkeziyetçilik, girişimci fikirlerin alışverişini ve girişimciliğın gelişimini yavaşlatmakta veya engellemektedir. Ancak güç mesafesinin az olması çalışanların daha fazla inisiyatif alması ve yeni girişimci fikirler üretip sunmasına destek sağlar (Fiş ve Wasti, 2009: 138). Düşük güç mesafesi ve belirsizlikten kaçınmanın düşük olduğu ülkelerde toplumsal hiyerarşinin az olduğu söylenmektedir. Bu toplumlarda herkes rahatça diyalog kurabilir ve insanların risk alması desteklenir (Sargut, 2015: 183). Bu nedenle güç mesafesinin az olduğu kültürler girişimcilik için uygun ortam yaratmaktadır (Demirel ve Tikici, 2004: 55).

Bireysellik, özgürlüğü vurgulayan ve kendi kişisel başarılarını ödüllendiren kültürel bir özelliktir. Bu bakış açısıyla başarısızlık olasılığına rağmen yeni işletme açma ve kendi fikirlerini gerçekleştirme eğilimini arttırmaktadır (Lima vd., 2018: 1). Girişimcilik paralelinde bireyciliği esas alan kültürler kendine güven, bağımsızlık ve iç denetim odaklılık tarzı davranış kalıpları gösterir. Girişimciliğın temelini oluşturan bu davranış kalıpları ise, bireyciliğın ön plana çıktığı toplumlarda girişimcilik niyetini ve girişimci sayısını olumlu yönde etkiler (Çarıkçı ve Koyuncu, 2010: 7). Ozaralli ve Rivenburgh (2016: 5)’a göre yenilikçilik ve rekabetçilik gibi kişilik özellikleri bireyci kültürlerde şekillenmektedir. Yaratıcılık ve yenilik alanında insanların desteklenmesi ve girişimcilerin faaliyetlerini bunun üzerine odaklamaları girişimcilik kültürünün oluşmasına katkı sağlar. Bu durum aynı zamanda toplumun girişimcilikle ilgili algılarına yön verir (Tinik ve Akyüz, 2016: 41).

Girişimcilik ve üretim konusunda ortak bir tarihin varlığı ve toplumdaki geçmiş deneyimler girişimcilikte bir üretim kültürünün oluşmasını sağlar (Küçükler, 2012: 8).

Bir toplumda kültürel ve ekonomik sermayenin gelecek nesillere, girişimciliğe daha uygun şekilde aktarılması o toplumda girişimciliğin ve girişimcilik sürecinin yaygınlaşmasında önemlidir (Tinik ve Akyüz, 2016: 39). Morrison (2000: 59) girişimciliğin başlama sürecinin temellerinin kişi, toplum ve kültürde olduğunu ileri sürmektedir. Morrison'a göre girişimcilik sürecini başlatmanın anahtarı toplumda girişim ruhunun ne derece var olduğu ya da teşvik edilebildiği ile ilgilidir. Destekleyici bir kültür, girişimciliği daha değerli ve sosyal olarak tanınır bir olgu haline getirir ve böylece girişimcilik için uygun bir ortam yaratır. Diğer bir ifadeyle daha fazla girişimci değerlerinin ve düşünce kalıplarının paylaşıldığı bir kültürde, girişimciliğe uygun psikolojik özelliklere ve tutumlara sahip olan bireylerin sayısı artar. Bu anlamda, bir toplumda girişimciliğe yüksek değer atfedilmesi, bireylerin girişimsel faaliyetler için daha olumlu tutum ve niyetlere sahip olmasını sağlar (Fernández-Serrano ve Liñán, 2014: 171). Örneğin, bir toplumda hâkim olan kültürel bakış açısı bireylerin işletme kurması sonucunda elde edeceği yüksek getiriye önem veriyorsa, o toplumda diğerlerine oranla daha fazla işletme kurulur. Yeni bir işletme kurma isteği olan bireyler büyük ölçüde yakın çevreden etkilenir. Çünkü söz konusu toplumlarda kişinin kendi patronu olması ve kendi işinden maddi kazanç sağlaması önemli bir yere sahiptir. Ancak başarısızlığı itibar kaybı ve yenilgi olarak algılayan toplumlarda bu durumun aksi gerçekleşecektir (Demirel ve Tikici, 2004: 54-55).

Zhao ve diğerleri (2012) tarafından kültür ve girişimcilik arasındaki ilişkiyi inceleyen pek çok etkenin olduğu ileri sürülmüştür. Yapılan çalışmada kişi başına düşen GSYİH ile ölçülen ulusal zenginliğin, kültür ile girişimcilik arasındaki ilişkide ılımlı bir değişken olduğu ve kültürün girişimcilik üzerindeki etkisini anlamlandırdığı deneysel çalışma ile ortaya çıkarılmıştır. Bu çalışma sonunda ülkenin zenginliğine bağlı olarak kültürün girişimci faaliyet üzerinde olumlu ya da olumsuz etkisi olduğu belirtilmektedir. Bu etki söz konusu ülkenin refahına ve gelişmesine bağlı olarak değişiklik göstermektedir (Castillo-Palacio vd., 2017: 12).

1.3.4. Diğer Faktörler

Cinsiyet, yaş, kişisel değerler ve referans grupları girişimci kişiliğin ortaya çıkmasını ve girişimcilik eğilimini etkileyen diğer unsurlardır. Cinsiyet faktörü dikkate alınarak yapılan çalışmalarda erkeklerin kadınlara göre daha çok girişimcilik niyetine sahip oldukları görülmüştür (İrmiş ve Barutçu, 2012: 5). Durak (2018) yaptığı çalışmada girişimcilik niyetinin öğrencilerin cinsiyetlerine göre anlamlı farklılık

gösterdiği ve erkek öğrencilerin girişimcilik niyetinin kız öğrencilerinin girişimcilik niyetinden daha yüksek olduğu bulgusuna ulaşmıştır. Bu farkın sebebi girişimciliğin riskli ve zorlu bir meslek olmasına ve geleneksel toplum yapısının kadınları temkinli olmaya yönlendirerek onların risk almaktan kaçınmalarına bağlanmıştır (Ulama, 2016: 749). Suartha ve Suprapti (2016: 47)'e göre erkekler girişimciliği kadınlara göre daha arzulan bir iş olarak düşünmektedir. Singapur' da yapılan araştırmada erkek öğrencilerin kız öğrencilere kıyasla daha fazla girişimci eğiliminde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yapılan daha derinlemesine analizlerde bu durumun kız öğrencilerin riskten kaçınma tutumları nedeniyle olmadığı ancak geleneksel sosyal rollerinin muhtemel etkileri sebebiyle girişimsel bilgi eksikliklerinden kaynaklandığı sonucuna ulaşılmıştır (Wang ve Wong, 2004: 169-170). Yapılan başka araştırmalarda kadınların erkeklere kıyasla girişim sürecinde daha fazla zorlukla karşılaştığı, başarı oranının daha düşük olduğu ve bir girişimi başlatmak için finansman güçlüğü yaşadığı gibi bulgular edinilmiştir. Ancak Marlow ve Patton'a göre bu durumun nedeni, genellikle bu tür faaliyetlere giren kadınlara karşı oluşan klişelerdir (Ahmed vd., 2010: 17). Yine yapılan çalışmalarda bu farklılığın sebebi erkeklerin ve kadınların davranışlarına ve kararlarına yön veren toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin etkileri olarak görülmektedir (Ndofirepi vd., 2018: 6-7).

Celal Bayar Üniversitesi lisans ve ön lisans öğrencilerinin girişimcilik ilgileri üzerine yapılan çalışmada girişimciliğin alt boyutları ile cinsiyet arasında anlamlı farklılıklar elde edilememiştir (Bilge ve Bal, 2012: 146). Öte yandan; Pawlak (2016: 25)' in 887 öğrenciye yaptığı anket çalışmasında öğrencilerin girişimcilik niyetleri ile cinsiyetleri arasında anlamlı bir fark olmadığı ortaya çıkmıştır. Benzer şekilde Taysı ve Canbaz da öğrencilerin cinsiyetleri ile girişimcilik düzeyleri arasındaki ilişkiyi araştırmak üzere yaptıkları çalışmada cinsiyet grupları arasında istatistiki açıdan anlamlı farklılık olmadığı ve hem kadınların hem de erkeklerin yüksek girişimcilik eğilimine sahip olduğu sonucuna ulaşmışlardır (Taysı ve Canbaz, 2014: 63).

Yapılan pek çok çalışmada girişimcilik ve yaş faktörü arasındaki ilişkide farklı görüşler ortaya konulmuştur. Singh ve DeNoble (2003) yaşlı bireylerin gençlere kıyasla yeni bir girişim başlatma eğilimini daha fazla gösterdiğini, bu durumun sebebinin ise yaşlıların (emekli olan bireylerin) deneyimlerini, tasarruflarını ve sosyal ağlarını kullanarak yeni iş başlatma davranışı göstermelerinden kaynaklandığını ileri sürmektedir (Yaghmaei ve Ghasemi, 2015: 116). Benzer şekilde, Marin ve diğerleri (2019), 59 ülkede yaptığı çalışmada sosyal girişimcilik eğiliminin, yaşlılarda daha fazla

olduğu sonucuna ulaşmıştır. Toplumsal değer üretmek için sosyal oryantasyona sahip olan yaşlılar halkın yardıma ihtiyaç duyduğu çok sayıda sosyal problemi tespit etmekte ve dünyadaki sorunlara duyarlı olmaktadır. Yaşamları boyunca para kazanan ve para biriktiren yaşlılar, bu problemlerin çözümüne katkı sağlamak ve sosyal fayda yaratmak adına gençlere kıyasla kendilerini daha fazla bu problemlerin çözümüne odaklamışlardır. Toplumsal fayda sağlamlarının yanında sosyal girişimcilerin öz yeterliliğe sahip olmaları gerektiği göz önüne alındığında, ileriki yaşlarda bireylerde bu özelliğin daha fazla olduğu iddia edilmektedir.

Dunn, Holtz-Eakin (2000) tarafından yapılan araştırmada, ilk kez kâr amaçlı serbest çalışmaya başlayan insanların yaş ortalamasının 26 yaş olduğu ve serbest çalışmaya başlayan kişilerin bu yaş grubunda toplandığı sonucuna ulaşılmıştır. 15-29 yaş aralığında gençlerin diğer yaş gruplarındaki insanlardan daha yaratıcı ve yenilikçi fikirlere sahip olması bu durumu açıklamaktadır (Remeikiene vd., 2013: 303). Ayrıca bu yaş aralığının, girişimcilik kariyerinin başlangıç dönemi olarak kabul edilmesinin sebebi, o yaştaki bireylerin yüksek enerji ve risk alma gibi faktörlere sahip olmasıdır. Aksine ilerleyen yaşlarda kişiler risk almaktan kaçınmakta ve bu yaş grubuna kıyasla daha durgun olmaktadır (Mirza ve Dağdeviren, 2016: 90). Risk alma, inovasyon, enerji ve motivasyonun girişimcilik sürecindeki etkisi yüksektir ve bu durum gençlerin girişimciliği bir adrenalin olarak algılamasına yol açmaktadır. Hükümetler de bu özelliklerinden dolayı gençlerin girişimci faaliyetler için uygun olduğunu düşünerek onları girişimcilik konusundaki hedef potansiyellerinin içine almaktadır (Yaghmaei ve Ghasemi, 2015: 116). Yalçınsoy ve Aksoy tarafından bir kamu üniversitesinde okuyan 2299 öğrenci üzerinde yapılan çalışmada, öğrencilerin yaşları ile girişimcilik eğilimleri arasında anlamlı farklılık olduğu ve 20-24 yaş grubunda olan öğrencilerin girişimcilik eğilimlerinin diğer yaş grubunda olan öğrencilere kıyasla daha fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Yalçınsoy ve Aksoy, 2018: 906). Öte yandan, Vietnam' daki üç üniversitede 372 öğrenciye yapılan anket çalışmasında girişimcilik niyeti ve yaş aralıkları arasında anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır (Nguyen, 2018: 4).

Referans grupları genellikle, bir bireyin değerlerinin, tutumlarının veya davranışlarının oluşturulmasında bir karşılaştırma görevi görür ve bireyin seçimlerini, davranışlarını ve tutumlarını etkiler. Bu gruplar birincil ve ikincil olarak sınıflandırılmıştır. Birincil gruplar (aile, komşular ve iş arkadaşları), üyelerin birbirleriyle olan ilgileri, paylaşılan faaliyetler ve kültür ve birlikte geçirilen uzun süreli ilişkileri içerir. İkincil gruplar ise (dini gruplar, dernekler, vb.) birincil gruplardan daha

az kişisel etkileşimde bulunulan ve ilişkilerin geçici olduğu gruplardır (Scaraboto vd., 2012: 251). Özellikle kolektivist toplumlarda referans gruplarının daha etkili olduğu görülmektedir. Çünkü bu tür toplumlarda üyeler, arkadaşlar ve akrabalar birbirlerine bireyci toplumlara göre daha fazla bağlılık duyar. Sosyal ağ sisteminin bir parçası olan referans grup faktörü, bireylerin girişimci niyetini arttırmada önemli rol oynamaktadır. Bu kültürel boyutun önemi olarak, toplumdaki bazı bireyler temel bir sosyal örgütlenme biçimini temsil eder ve bu durum onların bir destek ağı olarak kabul görmesine sebep olur.

Özellikle girişimin başlatılmasında ve girişimcilikle ilgili faaliyetlerde referans gruplarının rolü daha belirgin hale gelmektedir. Kişiler işe başlamak için kaynakları bir araya getirmeye çalışırken, kendilerinde yeterince enerji göremezlerse, referans grupları onların işe başlamalarını kolaylaştırır. Böylece potansiyel girişimciler yakın ilişkilerde bulunduğu bu kişileri rol model olarak alır ve bilgiyi onların sosyal ağlarından edinebileceğini hissederler. Bu bağlamda, referans grupları bir işi başlatma eğiliminde olan girişimcinin bu eğilimini geliştirmede ve böylece yeni işletmelerin ortaya çıkarılmasında itici güçtür. Örneğin, bireyin kendi tutumlarının yanı sıra akranlarının düşünceleri bu bireyin girişimciliği başlatma düşüncesini üç kat daha fazla etkilemektedir. Kendileri de bir girişimci olan akran grupları, bireylerin girişimcilik niyetini etkileyen sosyal etkileşimlerin bir parçası olmasının yanında bu girişimcilik niyetinin gelişmesinde de önemi bir rol üstlenir (Amouri vd., 2016: 75,78).

Yapılan başka çalışmalarda da referans olan arkadaş ve akran grubunun kişide girişimciliğe yönelik algının oluşmasında temel destekleyici olduğu görülmüştür (Mahmood vd., 2019: 6). Bireyler sosyal referans gruplarının kendileriyle ilgili belirli bir davranışı gerçekleştirip gerçekleştirmeyeceği hakkındaki görüşlerine önem vermektedirler. Böylece, referans grupları bir kişinin iş kurmasını ne kadar teşvik ederse, kişinin de bu teşvikle ilgili motivasyonu yükselir ve iş kurma niyeti o nispette güç kazanır (Maresch vd., 2016: 173).

Girişimcilik eğiliminde etkili olan diğer özelliklerin yanı sıra bu özelliklerin oluşumuna etki eden, bireylerin küçüklükten kazandığı inanç ve değerler insan davranışlarının özünü oluşturmaktadır. Schwart değerler kümesinde (güç, başarı, hazcılık, uyarılma, öz yönelim, evrenselcilik, iyilikseverlik, geleneksellik, uyma ve güvenlik) gibi birtakım unsurları dikkate almıştır. Söz konusu değerler kültürden kültüre ve toplumdan topluma farklılık göstermekle beraber (Alparlan ve Özmen, 2017: 963), bu değerler bireyleri kendilerine uygun davranmaya yönlendiren ve davranışlarını

dolaylı ya da direkt olarak etkileyen unsurlardır (Sánchez, 2014: 33). Bu çerçevede değerlendirildiğinde, girişimcilik eğiliminin artması bireysel değerlerin önemini arttırmaktadır. Yüksek girişimcilik niyetinde olan bireylerin orta düzeyde girişimcilik düzeyine sahip olanlara kıyasla güç ve başarı değerine daha fazla önem vermesi girişimciliğin bireysel değerlerle olan ilişkisini açıklamaktadır (Yıldız ve Kapu, 2012: 62)

Bozkurt ve diğerlerinin Düzce Üniversitesi öğrencilerinin bireysel değerleri ile girişimcilik eğilimleri arasındaki ilişkiyi incelemek üzere yaptıkları araştırmada, bireysel değerler ile girişimcilik eğilimi arasında anlamlı ilişkiye rastlanmıştır. Bireysel değerlerin alt boyutları olan başarıma, sükûnet, evrensellik ve bireysellik değerleri içerisinde, girişimcilik eğilimi ile en yüksek ilişkisi olan faktör başarıma eğilimidir (Bozkurt vd., 2018: 43).

Naktiyok ve Timuroğlu' nun öğrenciler üzerine yaptığı araştırmada değişime açıklık ve kendini geliştirme faktörlerinin girişimcilik niyeti üzerinde yüksek etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Naktiyok ve Timuroğlu, 2009: 95). Öz yönlendirme ile girişimciliğe yönelik tutumlar arasında pozitif yönde ilişki vardır. Değişime açık olan bireylerin, bir iş yaratmaya yönelik tutumlarla olumlu bir ilişkiye sahip olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda bireyin kendisi için neyi aradığı konusunda bilinçli olması, kendini gerçekleştirme arzusunun olması ve profesyonel olarak değişen değerler hakkında fikir sahibi olması, onların yeni iş kurma olasılıklarına olumlu katkı sağlamaktadır (Sánchez, 2014: 42). Ballı ve Koca (2014), üniversite öğrencilerinin bireysel değerleri ve girişimcilik eğilimleri üzerine yapmış oldukları çalışmada, öğrencilerin yüksek girişimcilik eğilimine sahip olduğu ve öğrencilerde evrensellik, başarıma ve bireysellik değerlerinin yüksek olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Girişimcilik eğilimi ile ilişkisi en fazla olan değer ise başarıma değeridir (Bozkurt vd., 2018: 47). Yıldız ve Kapu hangi bireysel değerlere sahip kişilerin girişimcilik eğilimlerinin daha yüksek olduğunu saptamak için öğrenciler üzerinde yaptığı araştırmada, girişimcilik eğiliminin en fazla güç ve başarı değeriyle ilişkili olduğunu gözlemlemiştir. Araştırma sonuçları yardımseverlik, hazcılık ve güvenlik değerleriyle de girişimcilik eğilimi arasında anlamlı bir ilişki olduğunu göstermektedir (Yıldız ve Kapu, 2012: 52).

1.4. Girişimci Tipolojisi

1.4.1 Girişimci Tipolojisi Kavramı

Tipoloji kavramı TDK'da "insan tiplerini belirleme ve ayırt etme yöntemi" olarak ifade edilmektedir. Başka bir tanıma göre tipoloji, nesnelerin türlerine göre sistematik sınıflandırılması ve gruplandırılmasıdır. Tipolojiler deneysel tahliller ve kavramsal ifadelerle çoğalırken, yapılan sınıflandırmalarla tipler arasındaki benzerlikler, farklılıklar ve değişiklikler belirgin hale getirilir. Bu sınıflandırmalar sayesinde, söz konusu çalışmaları gerçekleştiren bilim insanlarının olayları değerlendirmeleri ve kavramlarla ilgili karşılaştıkları zor durumlarla baş etmeleri kolaylaşır (Ballı, 2017: 151).

Literatürde girişimcilik çalışmaları alanındaki gelişmelerin çoğu, onları toplumdaki diğer bireylerden farklı kılan ve girişimcilik vasfını kazandıran kişilik özelliklerinin (başarı ihtiyacı, risk alma eğilimi, denetim mekanizması vb.) belirlenmesi üzerinde yoğunlaşmaktadır. Woo ve arkadaşlarına göre, girişimciler homojen değildir ve farklı geçmişlerden gelir. Bundan dolayı farklı yönetim tarzını benimserler ve farklı faktörler tarafından motive edilirler. Bu durum araştırmacıları, girişimcileri nüfusun geri kalanından ayırmaya ve farklı girişimci türleri arasında ayırım yapmaya çalışan bir yaklaşıma yöneltmektedir (Jones-Evans, 1995: 26-27).

Bireyin girişimci olmasının ardında yatan ve girişimci olmasına sebep olan ana faktörler, ekonomik etkenler, eğitim, iş tecrübesi, inanç, rol modeller, aile, kültür ve bireyin karakteristik nitelikleridir. Söz konusu faktörler girişimci tipolojilerini meydana getirmektedir (Ballı, 2017: 151). Rauch ve Freesebu tipolojilerin, demografik özellikler, psikolojik özellikler veya iş stratejileri gibi farklı özelliklere göre şekillendiğini vurgulamıştır (Rauch ve Freese, 2000: 116). Girişimci tipolojilerini oluşturmak, girişimsel faaliyetlerin girişimci nezdinde tanımlanması ve davranışlarının yorumlanmasına katkı sağlar. Bu çerçevede değerlendirildiğinde, girişimci davranışın bir göstergesi olarak davranışa dayalı modellerle yani tipolojilerle farklı girişimci türlerinin oluşturulması, girişimcilik araştırmalarında giderek önem kazanmaktadır (Jones-Evans, 1995: 26-27).

Filley ve Aldag (1978: 579-580) girişim tipolojilerini anlamlandırdığı çalışmasında örgütleri; esnaf örgütler (craft organization), promosyon örgütler (promotion organization) ve yönetici örgütler (administrative organization) olarak 3 başlıkta değerlendirmiştir. Esnaf örgütleri, konfor ve hayatta kalma hedefleri olan ve idari görevler yerine teknik görevler üstlenen bir yönetici girişimci tarafından şekillenir.

Bu örgütler düşük risk alma ve düşük inovasyon düzeylerine sahiptir, ürünlerin yapım ve satış sürecinde geleneksel yöntemleri tercih ederler dolayısıyla pazar ortamındaki değişikliklere kolay uyum sağlayamazlar. Diğer girişim türü olan promosyon örgütler ise aynı zamanda tepe yöneticisi olan ve karizmatik özellikler gösteren bir girişimcinin etkisi altında şekillenir. Oluşturulan politikalar taktiksel ihtiyaçlara göre belirlenir ve organizasyon girişimcinin kişiliğinin bir uzantısı olarak varlığını sürdürür. Girişimin oluşum dönemlerinde örgüt üyelerinin geleceğe yönelik karşılıklı beklentilerinin yüksek olması, genel olarak örgütteki moralin de yüksek olmasını sağlamaktadır. Bu tür bir girişim ilk faaliyet dönemlerinde bazı benzersiz ürünlerin üretilmesinde ve pazar avantajı sağlanmasında başarı gösterse bile, bu başarı rakiplerin pazara girmesiyle sonlanır. Son örgüt tipi olan yönetici örgütlerde, profesyonel yönetim tarzı benimsenir ve büyük çaplı kurumsal örgütlenme şeklinde faaliyetler sürdürülür. Yönetim, resmi organizasyonun planlanması yoluyla rekabetçi duruma uyum sağlamayı amaçlar ve ürün yeniliği yerine ürün geliştirme üzerinde yoğunlaşır.

Agarwal 2004 yılında yaptığı çalışmada girişimcileri; fırsatçı (opportunistic), itici (push), yönetsel (managerial), yeni esnaf (new craftsman) ve fikirlerin harekete geçirdiği fırsatçı (the idea driven opportunist) girişimci olarak 5 kategoride incelemiştir. Fırsatçı girişimciler finansal kazanç beklentileri tarafından yönlendirilir. İtici faktör girişimcilerinin bir işe başlama sebeplerini genellikle negatif bir olay (işsizlik, kendileri ve ailelerini geçindirebilme çabası vb.) tetiklemektedir. Bu grupta yer alan girişimciler en yaşlı girişimci tipi örneği olarak gösterilir. Yeni esnaf girişimciler, işletmede özerkliğe ihtiyaç duyan ve bir ürün-hizmet fikrini sürdürme isteği olanlardır. Fikirlerin harekete geçirdiği girişimciler ise diğer girişimci tiplerin özelliklerini içinde barındırarak ve söz konusu tipler arasında en genç iş kuran bir girişimci örneğini temsil etmektedir.

1.4.2 Bir Girişimci Türü Olarak: Esnaf Girişimci

Türk Ticaret Kanununun 'Esnaf' başlıklı 15. maddesine göre esnaf: *“İster gezici olsun ister bir dükkânda veya bir sokağın belirli yerlerinde sabit bulunsun, ekonomik faaliyeti sermayesinden fazla bedenî çalışmasına dayanan ve geliri 11 inci maddenin ikinci fıkrası uyarınca çıkarılacak kararnamede gösterilen sınırı aşmayan ve sanat veya ticaretle uğraşan kişi”* olarak tanımlanır (ticaretkanunu.net). 5362 sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Kuruluş Kanununda ise esnaf: *“İster gezici ister sabit bir mekânda bulunsun, Esnaf ve Sanatkâr ile Tacir ve Sanayiciyi Belirleme Koordinasyon Kurulunca belirlenen esnaf ve sanatkâr meslek kollarına dâhil olup, ekonomik faaliyetini sermayesi*

ile birlikte bedenî çalışmasına dayandıran ve kazancı tacir veya sanayici niteliğini kazandırmayacak miktarda olan, basit usulde vergilendirilenler ve işletme hesabı esasına göre deftere tabi olanlar ile vergiden muaf bulunan meslek ve sanat sahibi kimseler” olarak değerlendirilmiştir (5362 sk, md 3). Bu doğrultuda esnaf hizmet veya ticaret alanında emek harcayan, tacir kadar kazanç sağlamayan (Salt, 2019: 26,33) sınırlı sermaye ile fiziki gücünü kullanarak faaliyetlerini gerçekleştiren kişilerdir. Nitekim esnaflar, serbest piyasa ekonomisinin önemli bir halkasını oluşturan ve sosyal dengenin oluşumuna katkı sağlayan bağımsız-özgür girişimcilerdir (Çoban ve İrmiş, 2015: 30).

Gelinen noktada, esnafın ekonomik faaliyetinin sermayesinden çok bedensel çalışmasına dayanması ve elde ettiği gelirin tacir ya da sanayici niteliğini kazandırmayacak derecede az olması genel itibarıyla esnaf tanımlamalarında belirgin unsurlar olarak ele alınmıştır (Özbilgili, 2014: 15). Bununla beraber esnafların, kısıtlı da olsa bir sermaye ve ağırlıklı beden gücü kullanarak iş kurma girişimini gerçekleştirmiş olması, dolayısıyla risk alması onların da ‘girişimci’ özelliğe sahip olduğunu gösterir. Esnafların bir girişimci olarak düşünülmesinin yanı sıra, esnaf olmayan pek çok girişimcinin de esnaf özellikleri gösterdiğine dair literatürde özellikle 1960’lı yıllardan sonra birtakım çalışmalara rastlanılmaktadır. Bu çalışmalarda ‘esnaf girişimci’ kavramı kapitalist ekonomik sistemde daha sonraki süreçte kendini gösteren fırsatçı girişimci kavramıyla karşılaştırılarak daha belirgin hale getirilmiştir.

Smith (1967) Girişimci ve Onun İşletmesi: Kişi Tipi ve Şirket Tipi Arasındaki İlişki (The Entrepreneur and His Firm: The Relationship Between Type of Man and Type of Company) adlı çalışmada girişimcileri kişisel özelliklerine ve iş motivasyonlarına göre (Campo, 2010: 56), fırsatçı girişimci (opportunistic entrepreneurs) ve esnaf girişimci (craftsman entrepreneurs) olarak iki grupta incelemiştir. Fırsatçı girişimciler daha yüksek eğitim ve öğretim düzeyine sahip, gelişmiş sosyal farkındalığı olan, sosyal çevre ile başa çıkma becerileri gösteren ve geleceğin bilincinde olan bireyler olarak tanımlanır (Smith ve Miner, 1983: 326). Bu kişilerin söz konusu özellikleri ile firmalarının değişen ve gelişen çevreye uyum sağlama olasılığı doğru orantılıdır. Söz konusu girişimcinin özellikleri şirketin ilk aşamalarından itibaren büyümesine ve gelişimine olumlu yönde katkı yaptığı düşünülür. Bu durum fırsatçı girişimcilerin bürokratik bir yönetici gibi davranmasıyla açıklanmaktadır. Nitekim yöneticilik faaliyetlerini gerçekleştiren, çeşitli finansman kaynağına sahip ve yenilikçi girişimciler yine bu kategoride değerlendirilir (Mujahid

vd., 2019: 2).

Esnaf girişimciler ise şu an ve geçmiş odaklı düşünce yapısına sahip, genellikle eğitim seviyeleri düşük olan bireylerdir. Bu girişimciler işçilik deneyimine sahiptir ancak yönetim becerileri yoktur ve esnek olmayan katı firmalar kurma eğilimindedir. Esnaf girişimciler, işletmenin kurulması için gerekli olan finansal desteği çoğunlukla akraba ve arkadaşlarından sağlar (Nişacı, 2015: 18). Bu açıdan söz konusu girişimsel faaliyetler, genellikle yerel ve bölgesel ürün pazarlarını kullanan, ürün çeşitliliği sınırlı ve üretim araçlarını bulunduğu bölgeden karşılayan bir yapılanmadır (Ballı, 2017: 116). Smith ve Miner (1983: 326)'e göre esnaf girişimci, düşük sosyal farkındalığa ve sosyal katılıma sahiptir ve sosyal çevre ile başa çıkmada yetersizlik hissi gösterir. Yapılan diğer çalışmalar ise esnaf girişimcilerin sevdikleri işi yaparak motivasyon sağladıklarını ve özgürlüklerine önem verdiğini ileri sürmektedir (Campo, 2010: 57).

Esnaflık tipolojisi; 'gelenekten, tarihten yani öncesi ile olan irtibatından' tamamen bağımsız düşünülmemektedir. Bu noktada esnaflar, önemli ölçüde geleneksel olanın bir nevi temsilcisi olarak görülmektedir. Buna benzer bir şekilde Anadolu'da oluşan sermaye birikimi, tarihsel süreç içerisinde esnafların zanaat faaliyetleriyle ilişkilendirilir. Özellikle ahlak, gelenek, dayanışma veya yardımlaşma gibi sosyolojik olgular günümüz esnafının bir kısmının bağlılıkla sürdürmeye çalıştığı unsurlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bununla birlikte esnaflık olgusu içerisinde yüz yüze ilişkilerin daha samimi olduğu, aile içi dayanışma yoğunluğunun fazlalığı, patronluk profilinin daha farklı sergilendiği, kişinin yaptığı işe dair beslemiş olduğu duygusal yakınlığın daha fazla olduğu da bilinmektedir (Akçakaya ve Bağrıyanık, 2019: 41)

Smith yaptığı çalışmada esnaf girişimcilerin özelliklerini 10 maddede incelemiştir (Jamison, 1978: 11-12).

1. Mavi yakalı geçmişe sahip olan esnaf girişimcilerin rol model aldıkları biri vardır ve bu genellikle baba ya da yakın çevre akrabalarıdır.
2. Eğitimi teknik alanlarla sınırlıdır; başarı yönelimi makineler üzerinde ustalıktır.
3. Bir girişimde bulunması genellikle başka bir kritik olayla açığa vurur.
4. Dışsal hâkimiyetten korkar ve ilk başarısında ortakların hisselerini satın alır.
5. İletişim becerileri sınırlıdır.
6. Müşteriyle birebir ilgilenir ve sektörde itibar yaratır.
7. İşletmede baba rolünü üstlenir ve iş yöntemlerinde paternalistik tutum gösterir.
8. Kendi endüstrisinde büyümesini sınırlı gerçekleştirir.
9. Yönetimi kendi elinde tutar ve yetki devretmez.
10. Üretim dışında iyi bir planlayıcı olduğu söylenemez ve şirketinin devamlılığını sağlamak için çok az plan yapar.

Tablo 1: Esnaf Girişimci ve Fırsat Girişimcisi

Girişimci ile İlgili Değişkenler	Esnaf Girişimcisi	Fırsat Girişimcisi
Eğitim ve öğretim kapasitesi	Mevcut iş faaliyetlerine odaklanan eğitim	Farklı konular üzerine alınan eğitim
Yapılan iş türünün kapasitesi	İşler mevcut şirket ile aynı türdedir, farklılaşma yoktur	Yapılan işler işletmenin mevcut işinden farklılaşır
Yönetim referans grubu	Öncelikli olarak ve çoğunlukla çalışanlarla ilişkili	Öncelikli olarak yöneticiler ve işletme sahipleriyle ilişkili
Yönetim desteği veya çoklu rol modelleri	Tek bir çalışan başarı için örnek oluşturabilir	Başarı için işin sahibi örnek teşkil eder
Yüksek sosyal katılım	Meslekte, ticaretle ve iş ilişkilerinde aktif	Mesleki veya işle ilişkili olmayan toplumsal örgütlerde aktif
Etkili iletişim yeteneği	Yazılı veya sözlü iletişimde iyi değil	İyi bir yazılı ve sözlü iletişime sahip
Otorite ve sorumluluk devri	Bir şeyi doğru yapmak için onu kendilerinin yapması gerektiğini düşünür	İşletmede daha düşük düzeyde olanların da faaliyetleri icra etmeleri gerektiğine inanırlar
Çalışan seçimi için evrensel ölçütler	İşe alım işletmenin geçmişten gelen usulleriyle gerçekleşir	İşletmede çalışmaya uygun çok sayıda insan olduğunu düşünürler
Kullanılan çoklu sermaye kaynakları	En fazla iki veya daha az sermaye kaynağı kullanılır	Üç veya daha fazla sermaye kaynağı kullanılır
Müşteri ilişkileri kurmanın çoklu yöntemleri	Müşteriler, daha önceki ilişkiler veya kişisel ilişkiler sayesinde kazanılır	Müşterilerin kazanılması önceki ilişkiler veya kişisel ilişkiler yoluyla değildir

(Smith 1967; Akt. Miner, 1997: 8)

Tablo 1’de gösterildiği gibi, esnaf girişimcilerin eğitim seviyesi düşüktür ancak yüksek teknik yeteneğe sahiptirler. Fırsat girişimcisi yüksek eğitim düzeyinde, çeşitli konularda eğitim almış ve mesleki deneyime sahip kimselerdir. Fırsatçı girişimcilerin iletişim yeteneği esnaf girişimcilere nazaran daha güçlüdür. Esnaf girişimciler, üretim faktörlerini daha ziyade bulunduğu yerden tedarik ederler ve fırsatçı girişimciye göre daha az sermaye kaynağı kullanırlar.

1.4.3. Türk Girişimcilik Tarihinde Esnafın Yeri

Türk tarihinde girişimcilik faaliyetlerinin daha belirgin ve yaygın oluşumu ahi örgütleriyle ve ahilik kültürüyle başlamıştır. 13.yy’da Ahi Evran tarafından Anadolu topraklarında kurulmuş olan ahilik 19.yy’a kadar geçen sürede Anadolu, Balkanlar ve Türkistan’da yaşamış olan Türkleri başta ahlaki açıdan olmak üzere sanat ve meslek

alanlarında etkilemiştir. Ahilik söz konusu dönemde belli kurallar çerçevesinde faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârlar birliğinin yanında siyasi, sosyal ve iktisadi bir kurum olarak da önem kazanmıştır (Turan ve Gümüş, 2015: 598). Türk iktisadi hayatının yansımalarını taşıyan ahilik din, eğitim ve ahlak kurumlarıyla bağlantılıdır. Ahilik düşüncesi yardımlaşma, dayanışma ve duyarlılık temelli toplum anlayışını oluşturmaktadır. Anadolu'ya gelen Türk esnaf ve sanatkârlar tek bir çatı altında toplanmış ve ahlaki, mesleki ve askeri bir eğitimden geçirilerek kent hayatının oluşumunda önemli bir yere sahip olmuştur (Durak, 2016: 110).

Arapça'da 'kardeşim' anlamına gelen 'ahi' kelimesinin Divan-ı Lügati' t Türk ve Atabetü' l-Hakayık gibi kaynaklarda eli açık ve cömert anlamlarına gelen Türkçe 'akı' kelimesinden geldiği öne sürülmüştür. Türkçede görülen k-h değişimiyle ahi kelimesine dönüştüğü iddia edilmiştir (Turan ve Gümüş, 2015: 598-599). Arap kültüründe gençlik, yiğitlik ve cömertlik anlamına gelen 'Fütüvvet' ise ahi örgütlerinin şekillenmesinde ve Anadolu' da yayılmasında temel faktör olmuştur. Fütüvvet gençlik, yiğitlik, cömertlik anlamına gelir ve Türk kültüründeki 'alplik' kavramıyla aynıdır. Sonuç olarak Türkler kendi kültürlerindeki benzerliklerin etkisiyle Fütüvvet kültürünü benimsemiş ve ahiliği yaygın bir dünya görüşü haline getirmişlerdir (Mahiroğulları, 2008: 141).

Ahi birliğinde usta-çırak ilişkisi etrafında yürütülen sistematik bir hiyerarşi hâkim olmuştur. Yamak çıraklığa kabul edilmeden önce ahlaki üzerinde incelemeler yapılır ve belirli aşamalardan geçerdi. Uygun görülürse daha sonra çırak kalfalığa terfi ettirilirdi ve en az üç tane kalfa yetiştirirdi. Bu çerçevede ahiler kendilerine uygun bir meslek seçer ve o meslekte uzmanlaşırlardı. Ahiler ustası olduğu kişilerin bütün haklarını gözetir ve mesleki yeterlilikleri için onları desteklerdi. İşinde uzmanlaşan bireyler usta olurdu ve ustaların dükkân açabilmeleri için yardımlaşma ve dayanışma sandığından yardım toplanırdı (Durak ve Yücel, 2010: 154).

Orta sandığı esnaflar arası etkileşimin, yardımlaşmanın ve sosyal güvenlik ağlarının sonucunda ortaya çıkan ahi örgütünün havuzunu oluşturmaktadır. Orta sandığı ile esnaflara ihtiyaç duydukları hammadde, kredi temini ve bir kısım ayrıcalıklar sağlanmıştır. Bu yönüyle ahi örgütlenmesi ve esnaf sandığı günümüz sosyal güvenlik anlayışının ve kooperatifçiliğin alt yapısını oluşturmuştur (Bilgin ve Tanıyıcı, 2008: 138). Fransız düşünür Higgins orta sandığının da amacı olan demokratik idare ve sermayeden çok insana değer verme gibi unsurlara kooperatifçilik anlayışında dikkat çekmektedir. Orta sandığında esnaflar elde ettikleri kazançların genel sermayeye ait

olduğu fikrini benimsemiştir. Nitekim biriken sermaye esnaflara adaletli şekilde pay edilir, bireylere girişimci olma konularında cesaret verilir ve sandıkta biriken kazancın kalan kısmı ihtiyaç sahiplerine dağıtılırdı (Öztürk, 2002: 7).

Uzun dönem ticari hayatı etkisi altına alan bu topluluğun amacı ekonomik yaşamda iktisadi faaliyetleri gerçekleştirirken ahlaki ve etik kurallar çerçevesinde ticarete sevk etme, birlik ve beraberliği koruma ve nihayetinde esnaflar arasında herkesin pay sahibi olmasıdır (Dumrul ve Dumrul, 2014: 153). Nitekim orta sandıkta toplanan paralarla yeni dükkân açacaklara yatırım desteği verilmiş ve orta sınıfın gelişimi sağlanmıştır. Bu yönüyle orta sandık sermayenin tabana yayılma sürecinin önünü açmıştır. Zaman içinde Osmanlı Devleti'nde ahilik etkisini kaybetmiş yerine esnafların kendi aralarında örgütledikleri ve tekelleştikleri lonca sistemi doğmuştur (Bayram, 2012: 111). İtalyanca 'loggiya' kelimesinden türeyen lonca kavramı aynı meslek grubunda faaliyet gösteren bireylerin bir denetim mekanizması altındaki oluşumunu ifade etmektedir (Akbaş vd., 2018: 173). Türkçede ise loca kelimesi özel tahsis edilmiş mekân anlamına gelmektedir. Yerel ticaret malları burada toplanmakta ve esnaf da bu malları ticarete dönüştürmektedir (Süne, 2018: 68). Bu çerçevede esnaflar aynı bölgede faaliyet gösterebilirler bile her mal ve hizmetin özelliğine göre de ayrı ayrı örgütlenmişlerdir (Korkmaz, 2005: 16)

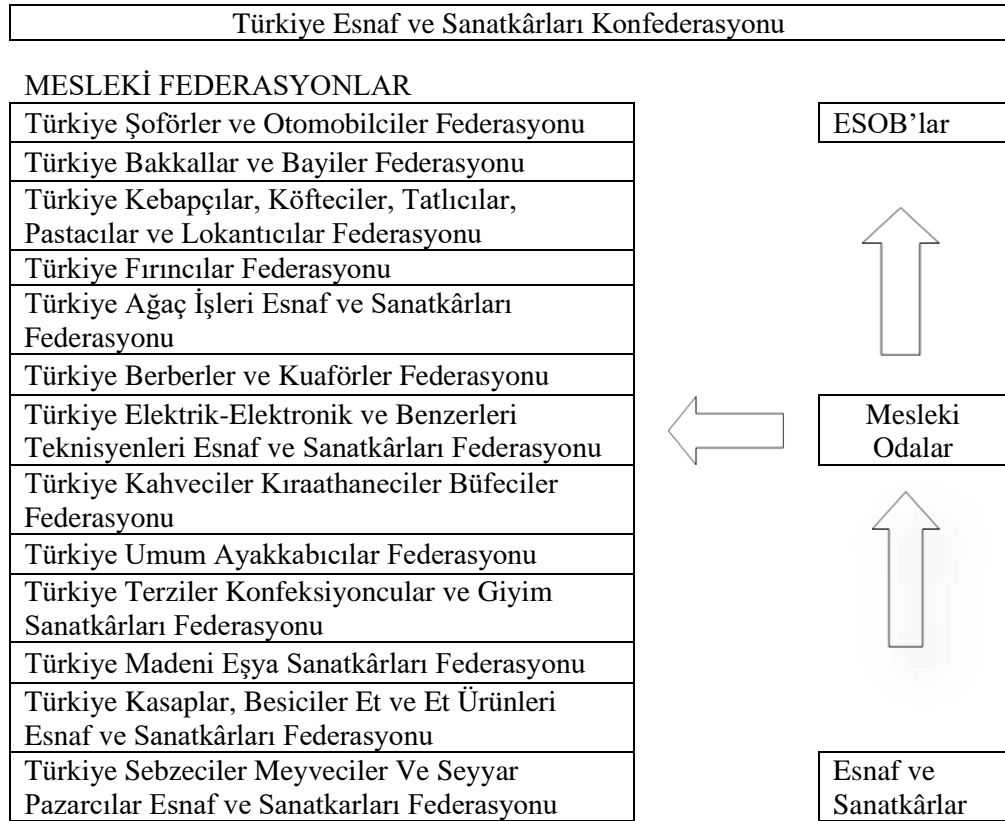
Osmanlı Devleti'nde loncaların yardımlaşma sandıkları 19. yüzyılın sonlarına kadar varlığını sürdürmüştür. Lonca sistemi boyunca bu sandıklar, önemli bir ihtiyacı karşılamışlar, ailenin geleneksel görevlerini desteklemişler, ona yardımcı olmuşlar ve loncalarla birlikte de ortadan kalkmışlardır. Osmanlı Devleti'nde loncaların ortadan kalkmasının en önemli sebebi, 19. yüzyılda Avrupa'nın makineleşmesi ve oluşan büyük fabrikalar ile rekabet gücünün artmış olması neticesinde, esnaf niteliği taşıyan bu örgütlerin mevcut rekabete ayak uyduramaması olarak görülmektedir. Kapitülasyonların bu sarsıcı ve yıkıcı rekabete karşı konulmasını güçleştirmesi, öte yandan çok az da olsa yurt içinde yer yer makineli üretimin başlamış olması yüzünden, küçük sanayi iyice çökmüştür (Kara, 2009: 478).

Küçük sanayideki ve lonca sistemindeki çöküş sürecine rağmen esnaf örgütlenmeleri Cumhuriyet Dönemi'ne kadar faaliyetlerini sürdürmüştür. Osmanlı esnaf sisteminde, esnaflık katı kurallara bağlanmış ve esnaf kolları arasındaki geçiş zor olsa da Cumhuriyet Dönemi ile birlikte kanunlarda yazan şartları taşıyan her birey, istediği meslekte görev alabilecek duruma gelmiştir. Osmanlı Devleti'nde esnaf teşkilatında görev alan kişiler (kethüda, yiğitbaşı vs.) ön planda iken, Türkiye

Cumhuriyeti’ndeki düzenlemelerle birlikte kişilerin öneminin olmadığı ancak kişilerden oluşan kurulların ve organların ön plana çıktığı görülmüştür. Bu durum, Osmanlı Devleti’nde görülen üretim faktörünün her aşamasında farklı farklı esnaf olarak örgütlenmelerin ve her bir mesleğin ayrı ayrı esnaf statüsüne ait olması yerine, Türkiye Cumhuriyeti’nde esnaf kavramının belli hukuki kurallar çerçevesinde tanımlanmasına olanak sağlamıştır. Sonuç olarak, Osmanlı Devleti’nden günümüze kadar yaşanan ekonomik, sosyal ve teknolojik etkenler sebebiyle esnaf statüsünün belirlenmesi farklı bakış açılarına dayansa da gelinen noktada esnaf kavramı önemini hep korumuştur (Gölçek ve Köktaş, 2017: 90-91).

Cumhuriyetin kurulmasının ardından çıkartılan 5373 sayılı Esnaf Dernekleri ve Esnaf Birlikleri Kanunu esnaf-sanatkârların günümüz modern iş şartlarına göre örgütlenmesinin başlangıcı olmuştur. 1964 yılında yürürlüğe konulan 507 sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Kanunu ve son olarak 21 Haziran 2005’ de yürürlüğe giren 5362 sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşları Kanunu ile de esnaf-sanatkârlar teşkilatı bugünkü yapısına kavuşmuştur (www.tesk.org.tr). Bu bağlamda “*ekonomik faaliyetini sermayesi ile birlikte bedenî çalışmasına dayandıran ve kazancı tacir veya sanayici niteliğini kazandırmayacak miktarda olan*” (5362 sk, md 3), meslek ve sanat sahibi kişilerden oluşan esnaf ve sanatkârlar teşkilatı, serbest piyasa ekonomisine ve sosyal dengenin oluşumuna katkı sağlayan bağımsız-özgür girişimcilerin bir örgütü olarak şekillenmiştir.

Şekil 1’de gösterildiği gibi ülkemizde esnaf ve sanatkârlar mesleki odaları oluşturmaktadır. Mesleki odalar ise faaliyet konularına göre 13 ayrı grupta toplanmıştır. Her ilde kurulan çalışma bölgesindeki odalar ise faaliyetlerinden dolayı esnaf ve odalar birliğine bağlıdır.



Şekil 1: Tesk Alt Teşkilat Şeması

Uzun yıllar varlığını sürdüren ahilik ve nispeten devamı niteliği taşıyan lonca sistemi, bugünün esnaf kültürü ve girişimciliğinin temelini teşkil eden, Türk kültürünün ve Türk ticaret ahlâkının yapı taşı olmuştur. Bu doğrultuda gerçekleştirdiği bakış açısıyla üyelerine güçlerini birleştirme ve yardımlaşma temelli sunduğu imkânlarıyla ve orta sınıfın yaygınlaşmasıyla iktisadi hayata dinamizm sağlamıştır (Soylu, 2014: 103-104).

Bu bakış açısıyla TESK kendi internet sitesinde, günümüzde ahilikten gelen ilkelerini kaybetmeden ülkenin orta direği olma özelliğini sürdürerek faaliyetlerine devam etmekte ve ahilik ilkelerini korumaya çalıştığını ifade etmektedir. Bu amaçla, “ülkenin en dinamik unsurları olan esnaf ve sanatkarların, toplumun ekonomik, sosyal, siyasal oluşumunda hak ettiği yeri alması, daha çağdaş ve güçlü bir yapıya ulaşması için gerekli çalışmaları gerçekleştirmektedir” beyanında bulunmaktadır. Bu bağlamda Kültür Bakanlığı ile iş birliği içinde, her yıl Ahilik Kültürü Haftası Kutlamaları Yönetmeliği kapsamında bulunan iller ve yerel yönetimlerin de katkısıyla Ahilik Kutlamaları yapılmaktadır. Ahilik Haftası aynı zamanda tüm ülke genelinde Esnaf Bayramı olarak da kutlanmaktadır. Her iki kutlama programları çerçevesinde ahilikle ilgili panel, konferanslar ve şenlikler yapılmakta, iller tarafından seçilen, mesleğinde

başarılı ve mesleğinin gerektirdiği ahlaki ilkelere sahip olduğu düşünülen en genç-en yaşlı ve kadın esnaf ve sanatkârlara belge ve armağanlar verilerek motivasyon sağlanmaya çalışılmaktadır. Ayrıca Halk Bankası, Esnaf Kefalet Kooperatifleri, Bağ-Kur gibi kuruluşlar da esnafları finansal olarak desteklemek için oluşturulmuş kurumlar olarak faaliyet göstermektedir.

1.4.4. Denizli’de Esnaf Kültürü ve Esnaf Girişimciliği Tarihi

Ahilik kültürü binlerce yıldan beri süregelen, esnaf dayanışma teşkilatı olarak bilinen, Selçuklu ve Osmanlı Dönemlerinde Anadolu’da yaşayan Türkmen halkın sanat, ticaret, ekonomi gibi mesleklerde yetişmelerini sağlayan, askeri ve siyasi faaliyetleri destekleyen bir sistemdir. Kurucusu Ahi Evran’ın Konya ve Denizli’ye geldiği ve buralarda yaşadığı söylenmektedir. Ahi Evran, Denizli’de kaldığı süre boyunca debbağlık başta olmak üzere farklı iş alanlarını halka tanıtmış ve öğretmiştir. Ahi Evran’ın düşünceleri, öğrettikleri ve yaşam tarzı tarihi süreçte, Denizli’de geniş bir uygulama alanı bulmuştur. Menakıb-nâmelere göre burada bahçıvanlık yapmış, Denizli’de belirli bir müddet kaldıktan sonra yerine talebesi ve müridi olan Ahi Sinan’ı halife bırakarak Konya’ya dönmüştür. Ahi Evran, Denizli Yeşilyuva’da kaldığı kısa süre içerisinde Denizli halkına at eyeri, kolan, kayış, kuskun, ayakkabı, tulum, torba ile sivil yaşamda birçok şeyin yapımında çok önemli yer tutan debbağlık ve deri işleme işçiliği ile ahi sanat kollarını öğretmiştir. Bu mesleklerin sayısı kısa sürede otuz ikiyi, daha sonraları da yüzleri bulmuştur. Bugün Denizli’nin ekonomik yaşamda ve kültürel anlamda birçok ilimize göre daha etkin olmasının altında yüzyıllar önce temelleri atılan ve kültürel aktarımlarla günümüze kadar gelen Ahilik Teşkilatının etkin bir yeri vardır (Keskin ve Marşap, 2011: 375). Bu çerçevede söz konusu ahilerin Denizli’de bir süre yaşamış olması gerçeği, Denizli’de ticari hayat ve esnaf geleneğinin oluşması ve bugüne kadar izlerini devam ettirmesi açısından oldukça önemlidir (Haytoğlu, 2006: 31).

Denizli’de hâlâ bakırcılık, demircilik ve dokumacılık gibi tarihi köklere sahip mesleklerin bulunuyor olması, mesleklerin icra şekli ve esnaf hayatının canlılığı ahi örgütünün mirası ve ahi kültürünün izleri olarak düşünülmektedir. Keza bakırcılık tarihi çok eski olmakla birlikte 1950’li yıllardaki usta sayısı (345) bu zanaatın Denizli’de önemli düzeyde işlev gördüğüne işaret etmektedir. 1980’li yılların sonuna kadar Denizli’nin Kaleiçi semtinde canlılığını koruyan bu meslek artık eski gücünü yitirmiştir. Ancak günümüzde bu mesleği devam ettiren ve kendilerinin son nesil olduğunu dile getiren 5-6 usta bulunmaktadır (Türктаş, 2004a: 26). Söz konusu ustalardan 57 yıldır bu

mesleği yapan K.T Kaleiçi çarşısındaki küçük atölyesinde bakır işlemeye devam etmektedir. Ortaokulda sadece 1 yıl okuduğunu ve 11 yaşında babasının kendisini bakırcılar çarşısına getirdiğini ifade etmiştir. K.T. o günleri şöyle anlatıyor: “O gün bugündür bakırla iç içe yaşıyorum. Ben çıraklığa başladıktan sonra annem ve babam Almanya’ya gitti biz burada ninemle kaldık. Elimde ekmeğim, hiç saatini aksatmadan her gün ustamın yanına geldim. Ustam gösterdi, ben yaptım uyguladım. Mesleği öğrenmeye çalıştım. Askerden geldikten sonra Kaleiçi Çarşısı’nda bir arkadaşım ile dükkân açtık. Bizim ustalık sürecimiz o zaman başladı. Bakırla arkadaş oldum. Bizim meslek bakırı sevmekle başlar ve bakırcılar da birbirinin dostudur” (İbrahimoğlu, 2018: 37).

Yukarıda da ifade edildiği gibi Denizli’de dericilik faaliyetlerinin gelişmesi Anadolu Ahi Örgütü kurucusu Ahi Evran’ın 1237 yılında Denizli’ye gelmesi ve Ahilik örgütünün temelini atmasıyla olmuştur. 17. Yüzyıl’da Evliya Çelebi tarafından yazılmış olan Seyahatname’de Honaz’da iki zaviye ve bir debbağhaneden bahsedilmektedir. Ahi Evran debbağların piri ve Anadolu Ahiliği’nin mimarı olurken Denizli tabaklarının ilk ahi temsilcisinin Ahi Sinan olduğu söylenmektedir. Denizli’de dericilik yüzyıllardır babadan oğula usta-çırak ilişkisi içerisinde devam eden geleneksel bir meslektir ve tabakhane esnafı arasında ham deriyi mamul deri haline getiren kişilere “tabak”, tabaklara ham deriyi temin eden kişilere ise “derici” adı verilmiştir (Koızhaıganova ve Okca, 2015: 607,609).

Tabaklık sanatı 13.yy’dan itibaren yalnız Denizli’de değil, Yeşilyuva’da da (Kayser) büyük bir gelişme göstermiştir. Tabaklık Yeşilyuva’ da Ahi Kayser tarafından öğretilmiş, tabaklar faaliyetlerini Cumhuriyet Döneminin başlarına kadar yoğun bir şekilde Cıllan ve Macar Dereleri boyunca ve Seyrekler Tepesi civarında geleneksel yöntemler ile kösele, sahtiyan ve meşin gibi deri ürünler üreterek sürdürmüşlerdir (Haytoğlu, 2006: 26-27, 31). Sanayi ve ticaret ağırlığının Denizli’ye kayması, Yeşilyuva Beldesinde yapılan dericilik faaliyetlerini olumsuz yönde etkilemiş ve tabaklık zaman içinde kaybolmaya başlamıştır (Koızhaıganova ve Okca, 2015: 610). 1930’lu yıllardan itibaren kazanımlarını Denizli’deki diğer ekonomik alanlara aktaran tabaklar, 1950’ li yıllarda başlayan ve özellikle 1970’lerde hız kazanan Denizli sanayileşmesi üzerinde sermaye, bilgi, tecrübe ve gelenek aktarımı ile çok önemli rol oynamışlardır (Haytoğlu, 2006: 9).

Dericilik faaliyetlerinin yanında, Denizli’nin en bilinen üretim konusu basmacılık ve kuşakçılık olmuştur. Cumhuriyetin ilk dönemlerinde tüccarlar, dokuma

ustalarına girdi ve makine temin ederek, hatta üretimin yapılabilmesi için küçük atölyeler açarak yaptırdıkları üretimi bizzat kendileri pazarlamışlardır (İrmiş vd., 2014: 3). Keza Babadağ'da haftada iki gün (Salı günü büyük pazar, cuma günü küçük pazar) kurulurdu. Salı günü dokumacılar gün doğmadan pazar yerine gelir dokudukları ürünlerden numunelerini ellerinde tutarlardı. Her tüccarı birer birer dolaşır sıkı bir pazarlığa oturlardı. Dokumacı kendi ürünlerini pazarladıktan sonra ev ihtiyaçlarını pazardan temin ederdi. Pazarda dolaşırken ise alışveriş yapmayı, pazarlık usullerini ve ticaret kültürünü öğrensini diye erkek çocuğunu yanında gezdirirlerdi. Tüccarlar satın aldıkları dokumaları aynı gün müşterilerinin siparişlerine göre hazırlayıp çarşamba günü doğudan batıya, Anadolu'nun bütün şehirlerine Devlet Demir Yolları ile gönderirlerdi. Ayrıca İstanbul, İzmir ve Ankara gibi büyük şehirlere de kamyonlarla gönderilirdi (Kasapoğlu, 2007: 4). Denizli'nin sanayicilerinden olan Hasan Tekin Ada verdiği röportajda o yılları anlatırken küçüklükten itibaren dokuma tezgâhlarının başında büyüdüklerini ve ilkokulu bitirince diğer bütün çocuklar gibi iş öğrenmesi için bir esnafın yanına verildiğini ifade etmiştir. 1962' de Babadağ'dan Denizli' ye geldiklerini o yıllarda evde mendil diktiklerini anlatmıştır. Yıllar sonra iki tezgâhla başladığı, daha sonra dörde çıkardığı tezgâhlarla üretim yaptığını ve Türkiye'nin her yerine mendil sattığını anlatmıştır (Uysal, 2013: 292).

1940'lı yıllardan sonra dokumacılıktaki gelişme ve mamullerinin kıymetlenmesiyle Denizli dokumacıları, kendi nam ve hesaplarına tamamen bağımsız çalışma yoluna gitmişlerdir. Üretim geleneğini ve uzmanlaşmasını ağırlıklı olarak dokumacılıkta sürdüren Denizli'de tekstil, bir sanayi koluna dönüşmüş olmakla beraber, tarihsel bir süreklilikle dokumacılık hâlâ evlerde ve evlerin altındaki atölyelerde gerçekleştirilmektedir. Babadağ, Kızılcabölük ve Buldan'da hâlihazırda devam eden üretimle, Denizli tekstil sanayine ara mamul temin edilmektedir. Aynı zamanda Babadağ çarşısı ve benzeri toptan ve/veya perakende satış yapan tekstil dükkânları da mamullerini bu ilçelerdeki dokuma tezgâhlarına üretim yaptırarak temin etmektedir (İrmiş vd., 2014: 4). Bu doğrultuda Denizli'nin havlu ve bornoz alt sektörleri özelinde tekstilde gösterdiği hızlı gelişme, ilçelerinde ve köylerinde yüzyıllardır devam eden geleneksel üretime, dokumacılık kültürüne ve becerisine bağlıdır. El tezgâhlarında başlayan geleneksel tekstil becerisi ve birikimi özellikle 1980'lerden itibaren artan bir hızla gelişme göstermiş ve bugün Denizli bu alanda Dünya ölçeğinde bir merkez haline gelmiştir (Yavuzçehre ve Özgür, 2006: 123). Nitekim o dönem Babadağ Belediye başkanı da olan Ali Helvacı Sabah Gazetesi'ne verdiği röportajda bu durumu şöyle

anlatmaktadır: *“Bizim en büyük şanssızlığımız olan tarım arazisine sahip olmamamızı bir şans haline dönüştürdük. Dede mesleği dokumacılığı geliştirdik, en kaliteli malları ürettik, kendi pazarımızı yarattık, kısaca hem üretici hem de kendi mallarımızın tüccarı olduk. İlçeye elektrik gelmesi ve tezgâhların otomatiğe çevrilmesi ile birlikte üretilen mallar çoğaldı, tüccarlar sermayesini oluşturdu ve Denizli’ ye göç ederek kendi fabrikalarını kurdular”* (Sabah, 2003).

Babadağlı bir sanayici olan ve bugün Denizli sanayisinin öncü isimlerinden Z.K ise röportajında 10 yaşında mesleğe başladığını, ailesiyle birlikte evin bir odasını atölye gibi kullandıklarını ve dokumacılık yaptıklarını ifade etmiştir. Denizli’ ye gelirken yanlarında iki dokuma tezgâhı getirdiğini ve bir dükkân tuttuğunu o dönem pike ve masa örtüsü, devam eden yıllarda ise karyola örtüsü dokuduklarını, bunları İstanbul, Ankara ve Trabzon’da sattıklarını anlatmıştır. Bir esnaflık ve zanaatkârlık olarak başlayan bu dönemin neticesinde 1980’ de ilk fabrikalarını kurmuşlardır (Uysal, 2013: 300).

Günümüzde Denizli’de, ev tipi imalat olarak önem kazanmış ve temelleri yerleşmenin tarihi geçmişine dayanan diğer bir meslek olan bıçakçılık ve el aletleri imalatı, Yatağan’da (Denizli’nin Serinhisar ilçesine bağlı belde) en önemli ekonomik faaliyettir (Koca ve Çetin, 2011: 181). Üretim atölyeleri çoğunlukla evlerin yanında ve genellikle de evlere bitişiktir. Çoğunlukla aile işletmeleri içerisinde gerçekleşen üretimin önemli bir kısmı, bıçak, çakı ve özellikle kurban bıçağı şeklindedir. Buradaki ustalar işi babalarından gördüklerini, ayrıca başkalarının yanında da çıraklık yaparak öğrendiklerini, askerden geldikten sonra da kendi iş yerlerini kurduklarını ifade etmişlerdir. Yapılan işlere genellikle eşleri de katkı vermekte, okuldan geldiklerinde ya da yaz tatillerinde çocukları da üretimde yer almaktadırlar. Nacak, balta, keser ve bıçak üretimi yapan atölyenin sahiplerinden Mehmet Baykara kendisiyle yapılan mülakatta, bıçakçılığın dede mesleği olduğunu, daha sonra babasının Almanya’da bıçakçılık konusunda dövme işinde çalıştığını, yurda dönünce de Almanya’da gördüğü makineleri İstanbul’da yaptırıp, Yatağan’da fabrika kurduğunu ve kerpeten yaparak işe başladıklarını ifade etmiştir (İrmiş vd., 2016: 177).

Denizli esnaf kültürünün oluşmasında önemli üretim kollarından biri de leblebi üretimine dayalıdır. Dedesinin ismini taşıyan torun Veli Tefenlili 2013 yılında kendisiyle yapılan röportajda kuruluşlarının 1962’ye dayandığını, dedesinin geçmişte evlerinin altında leblebi ürettiğini ifade etmiştir. Dede Veli Tefenlili ve ailesi 1966-67’lerde Denizli merkeze gelmişler ve Kaleiçi’nde küçük bir dükkânda leblebi satmaya

başlamışlardır. Zaman içinde ürün çeşitliliği artmış ve 70-80 metrekarelik bir imalathane kurmuşlardır. 1989'da 3 bin metrekarelik kapalı alana sahip yere geçmişler ve hâlihazırda faaliyetlerini 12 bin metrekarelik kapalı alanı olan bir tesiste sürdürmektedirler (Hürriyet, 2013).

Yukarıda ifade edildiği üzere, bugün hâlâ sanayide üretilen mamulün nihai tüketiciye ulaşmasında esnaf kültürü önemli rol oynar. Denizli Babadağlılar Çarşısı örneğinde de görüldüğü gibi, pek çok işletmenin ürünleri o işletmenin dükkânlarında nihai tüketiciye ulaşmaktadır. Geline nokta esnaf ve sanatkârlar girişimcilik kültürünün oluşumu ve gelişiminde önemli bir yer tutar. Bu bağlamda Denizli' de sanayileşmenin temeli ahi örgütlerinden itibaren devam eden esnaf ve zanaatkârlık ile oluşturulan kültüre dayanmaktadır.

İKİNCİ BÖLÜM

DENİZLİ ESNAFLARININ GİRİŞİMCİLİK ÖZELLİKLERİNİ İNCELEMeye YÖNELİK BİR ALAN ARAŞTIRMASI

Bu bölümde araştırmanın amacı açıklanmaya çalışılmış, varsayımlar ve hipotezler oluşturulmuş ve elde edilen veriler, kullanılan istatistiksel yöntemler vasıtasıyla analiz edilmiş ve yorumlanmıştır.

2.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Girişimcilik ülke ekonomisinde ve kalkınmasında rol oynayan önemli bir unsurdur. Bununla birlikte ülkelerdeki girişimcilik faaliyetlerinin niteliği o ülkelerin gelişmişlik düzeylerini belirleyen bir kıstas olarak görülür.

Girişimciliğin küresel boyutta değer kazanması, onun iktisadi ve sosyal gelişme açısından önemli bir yer tutmasıyla açıklanır. Neticede girişimsel faaliyetler, yeni iş alanlarının kazandırılmasına, istihdam olanağı yaratılmasına ve durgun ekonomilerin canlanmasına imkân tanır (Aytaç ve İlhan, 2007: 101). Girişimsel faaliyetler ne kadar geniş bir alana yayılırsa istihdam da o ölçüde artmakta ve sermaye tabana yayılmaktadır. Girişimsel faaliyetlerin varlığı ve gidişatı girişimcilerin özellikleriyle ilişkilidir. Girişimciler benzer özellikler göstermekle beraber birbirlerinden farklı özelliklerinden dolayı girişimlerinin piyasada kalabilmesinde ya da farklı düzeylerde faaliyet göstermesinde önemli bir rol oynamaktadırlar. Başka bir ifadeyle, girişimcilik özellikleri girişimlerin faaliyet konularının, piyasada kalma sürelerinin ve girdikleri segmentlerin farklılaşmasına sebep olmaktadır.

Üretilen mal ve hizmetin son müşteriye ulaştırılması konusunda yatırım yapan, risk alan ve ekonominin can damarını oluşturan esnafların da birer girişimci olduğu kabul edilir (Çoban ve İrmış, 2015: 29). Günümüzün değişen şartlarında, rekabet koşullarına hızla ayak uyduran esnaflar, ülkenin gelir dağılımı içerisinde orta sınıfı oluşturur ve denge unsuru olarak görülürler. Genellikle emek yoğun teknolojileri kullanırlar ve ülkemizde özellikle işsizliğin azaltılmasında önemli bir rol üstlenirler (Demirer vd., 2017: 154). Üstelik esnaf girişimlerinin varlığı, büyük işletmelerin ürünlerinin doğrudan pazara çıkmasında ve nihai tüketiciye ulaşmasında önemli bir katalizördür. Bununla beraber esnafların girişimcilik vasıflarını incelemek üzere yapılan alan araştırmaları oldukça az sayıdadır (İmamoğlu ve Kâhya, 2013; Çoban ve İrmış, 2015). Literatürde esnaf girişimciliği kavramı üzerine çalışma yapılmış olmakla (Fille

ve Aldag, 1978; Ballı, 2017) beraber, esnafların bir girişimci olarak doğrudan incelendikleri çalışmalara yeterince yer verilmemiştir.

Literatürdeki bu eksiklik de dikkate alınarak çalışmanın amacı, ülke ekonomisinin önemli bir parçası olan esnafların girişimcilik özelliklerinin neler olduğunu ortaya koymak ve bu özellikleri analiz etmek olarak belirlenmiştir.

2.2. Alan Araştırması ile İlgili Literatür Taraması

Girişimcilik ile ilgili literatür incelendiğinde girişimci kişilik özelliği olarak kabul edilen faktörler başarıya ihtiyacı, risk alma, belirsizliğe tolerans, yenilikçilik ve içsel kontrol odağıdır. Bunun yanında ekonomik ve iktisadi kaynaklar, eğitim, iş tecrübesi, inanç, rol modeller, aile, kültür ve bireyin karakteristik nitelikleri bireyin girişimci olmasının ardında yatan ve girişimci olmasına sebep olan fonksiyonlar olarak iddia edilmektedir. Bireylerin girişimci olmalarını birbirinden ayıran bu fonksiyonlar girişimci tipolojilerini meydana getirir. Bu tipoloji gruplandırmasında yer alan esnaf girişimci, eğitim seviyesi düşük, içerisinde bulunmuş olduğu sosyal ortamda karşılaşılan sorunlarla mücadele etme noktasında nispeten çekingen ve ekonomik kaynakları kısıtlı girişimci olarak tanımlanır (Ballı, 2017: 153).

Literatür incelendiğinde “Esnaf girişimci vasfı” kavramı üzerine birçok çalışma yapıldığı görülmüştür. Türkiye’de girişimci tipolojileri bağlamında, sanayi alanında faaliyet gösteren ve 2010-2012 döneminde en az bir defa İSO 1000 kayıtlarına girmiş Kayseri şehrindeki 32 işletme araştırmaya konu olmuştur. Yapılan çalışmada Kayseri’deki girişimci profilinin daha çok “Esnaf Girişimci” vasfını gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Esnaf girişimcinin başlıca özellikleri; çocuk yaşlardan itibaren yapmış oldukları işlerle uğraşması, bu nedenle belirli ve düşük eğitim olanaklarına sahip olması olarak ifade edilmiştir. Bunun yanında ekonomik ve finansal kaynak kullanımını geniş bir yelpazeye yaymaktan imtina etmek ve bu nedenle belirsiz ortamlarda risk üstlenmekten sakınmak, uzun vadeli olanakları kullanmaktan kaçınmak da esnaf girişimci vasfına sahip girişimcilerin sahip olduğu özellikler olarak ele alınmıştır. Elde edilen bulgular doğrultusunda, Kayseri şehrindeki girişimcilerin, tipolojisinin “Esnaf girişimci” grubuna girdiği sonucuna ulaşılmıştır (Oğuztimur, 2013: 175-178).

Bir başka çalışmada ise Türkiye’deki girişimciler ile Almanya’daki Türk girişimcilerin girişimci tipolojilerinin belirlenmesi, aralarındaki benzerlik ve farkların ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda Türkiye’den 100 ve

Almanya'dan 100'er Türk girişimci olmak üzere toplam 200 girişimci ile yapılan anket çalışması sonucunda Türkiye'deki girişimcilerin çok daha fazla "fırsatçı girişimci" özelliklerine sahip olduğu, bunun aksine Almanya'daki Türk girişimcilerin "esnaf girişimci" özelliklerine sahip olduğu tespit edilmiştir. Bu doğrultuda yapılan incelemeler sonucu Türkiye'deki girişimcilerin Almanya'daki girişimcilere nazaran daha fazla risk alma eğilimine sahip oldukları, yeniliğe karşı daha açık bir yaklaşım sergiledikleri ve değişen piyasa koşullarını daha iyi gözlemledikleri ifade edilmiştir (Ballı ve Kayalar, 2019: 730).

Özkul ve Dulupçu (2007) "Kişisel Gelişimin Girişimci Tipleri Üzerine Etkisi: Antalya-Isparta İllerinde Bir İnceleme" başlıklı çalışmasında, Antalya ve Isparta'da imalat sanayinde faaliyet gösteren KOBİ'lerde girişimci tiplerini incelemiş, kişisel gelişimin girişimci tiplerinin oluşumunda etkili olup olmadığını ortaya konulmasını amaçlamıştır. Yapılan çalışmada Antalya'daki girişimcilerin genel olarak fırsatçı girişimci tipi özelliği gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Fakat yine de tam anlamıyla bölgedeki girişimcileri fırsatçı girişimci olarak nitelendiremedikleri, söz konusu bu durumun sadece girişimcilerin esnaf girişimci tipi özelliklerine göre fırsatçı girişimci tipi özelliklerinin biraz daha ağır basmasından kaynaklandığını ortaya koymuşlardır. Aynı araştırmada Isparta'daki girişimcilerin, esnaf girişimci tipi özelliği göstermekte olduğu buna bağlı olarak bu bölgedeki girişimcilerin yeni bir şeyler üretmek, yeni alanlara açılmak, hep fırsat peşinde koşmaktan ziyade sadece mevcut durumlarını koruma mücadelesini verdiği sonucuna ulaşılmıştır.

Nişancı (2015), göçmen işletme sahipleri olarak ABD'deki Türk girişimcilerin girişimcilik davranışının temelinde yatan faktörleri, girişimci tiplerini belirlemek üzere yaptığı ve Smith (1967)'in sınıflamasına dayandırdığı araştırmasında, göçmen Türk girişimcilerinin genel olarak, işçilik deneyiminden gelmeleri dışında, fırsatçı girişimci özelliği taşıdığı sonucuna ulaşmıştır. Çalışmada, göçmen girişimcilerin belirli düzeyde riskleri üstlendiklerini, piyasayı çok iyi gözlemleyerek fırsatları kolladıklarını, eğitim seviyelerinin yüksek, yenilik ve yaratıcılık konusunda ise fırsatçı girişimci özelliği taşıdıkları ifade edilmiştir.

Kâhya ve İmamoğlu (2013) ise "Sosyo-demografik Özellikler ve Girişimcilik İlişkisinin Yerel Kalkınma Bağlamında Değerlendirilmesi (Bayburt İli Örneği)" başlıklı çalışmasında Bayburt ilindeki esnafların girişimcilik özelliklerini belirlemeyi ve bu girişimcilik özelliklerinin sosyo-demografik özelliklere göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini incelemiştir. Yapılan araştırmada esnaf kesiminin çoğunlukla

gençlerden oluştuğu, araştırmaya katılan esnafın içerisinde kadınların payının erkeklere oranla oldukça düşük olduğu gözlenmiştir. Ayrıca eğitim düzeyi açısından esnafın büyük bir çoğunluğunun lise mezunu olduğu görülmüştür. Yapılan çalışmada Bayburt esnafının; risk alma, belirsizliğe tolerans, yaratıcı ve yenilikçi yeteneklerinin düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

2.3. Araştırma Sorusu ve Hipotezler

Yukarıda ifade edilen araştırmanın amacı doğrultusunda araştırmanın sorusu şudur:

Denizli esnafının girişimcilik özellikleri nelerdir?

Denizli esnafının girişimcilik özellikleri istatistiki olarak ortaya konulduktan sonra ‘esnafın sosyo-demografik özellikleri ve işletmelerinin özellikleri’ ile ‘onların girişimcilik özelliklerini (alt boyutlarını) algılamaları’ arasında farklılık olup olmadığını test etmek üzere aşağıdaki hipotezler hazırlanmıştır.

H1: Etnaf girişimcilerin cinsiyetlerine göre girişimcilik özelliklerini (alt boyutlarını) algılamaları arasında anlamlı farklılıklar vardır.

H2: Etnaf girişimcilerin yaşlarına göre girişimcilik özelliklerini (alt boyutlarını) algılamaları arasında anlamlı farklılıklar vardır.

H3: Etnaf girişimcilerin eğitim düzeylerine göre girişimcilik özelliklerini (alt boyutlarını) algılamaları arasında anlamlı farklılıklar vardır.

H4: Etnaf girişimcilerin babalarının mesleğine göre girişimcilik özelliklerini (alt boyutlarını) algılamaları arasında anlamlı farklılıklar vardır.

H5: Etnaf girişimcilerin faaliyette buldukları sektöre göre girişimcilik özelliklerini (alt boyutlarını) algılamaları arasında anlamlı farklılıklar vardır.

H6: Etnaf girişimcilerin işletmelerinin kuruluş mülkiyetine göre girişimcilik özelliklerini (alt boyutlarını) algılamaları arasında anlamlı farklılıklar vardır.

H7: Etnaf girişimcilerin işletmelerinin kuruluş sermayesine göre girişimcilik özelliklerini (alt boyutlarını) algılamaları arasında anlamlı farklılıklar vardır.

H8: Etnaf girişimcilerin işletmelerinin kuruluş yılına göre girişimcilik özelliklerini (alt boyutlarını) algılamaları arasında anlamlı farklılıklar vardır.

H9: Etnaf girişimcilerin işletmelerinin hâlihazırdaki mülkiyetine göre girişimcilik özelliklerini (alt boyutlarını) algılamaları arasında anlamlı farklılıklar vardır.

H10: Esnaf girişimcilerin işletmelerindeki mamulün tedarik şekline göre girişimcilik özelliklerini (alt boyutlarını) algılamaları arasında anlamlı farklılıklar vardır.

H11: Esnaf girişimcilerin son üç yıl içerisinde kredi kullanım durumlarına göre girişimcilik özelliklerini (alt boyutlarını) algılamaları arasında anlamlı farklılıklar vardır.

H12: Esnaf girişimcilerin işletmelerinin kendi mülkiyetinde olduğu dönemdeki büyüme durumlarına göre girişimcilik özelliklerini (alt boyutlarını) algılamaları arasında anlamlı farklılıklar vardır.

H13: Esnaf girişimcilerin işletmelerini gelecekte büyütme durumlarına göre girişimcilik özelliklerini (alt boyutlarını) algılamaları arasında anlamlı farklılıklar vardır.

H14: Esnaf girişimcilerin işletmelerinin faaliyetine devam edeceği yıla göre girişimcilik özelliklerini (alt boyutlarını) algılamaları arasında anlamlı farklılıklar vardır.

H15: Esnaf girişimcilerin işletmelerindeki çalışan sayısına göre girişimcilik özelliklerini (alt boyutlarını) algılamaları arasında anlamlı farklılıklar vardır.

H16: Esnaf girişimcilerin işletmelerinin son bir yıl içerisinde pandemi nedeniyle küçülme durumlarına göre girişimcilik özelliklerini (alt boyutlarını) algılamaları arasında anlamlı farklılıklar vardır.

2.4. Araştırmanın Yöntemi ve Veri Toplama Araçları

Araştırmanın bu bölümünde esnaflar ve onların girişimci kişilik özellikleri ile ilgili oluşturulmuş olan varsayımların değerlendirilmesi, hipotezlerin test edilmesi için izlenen yöntemler ve veri toplama araçları hakkında bilgiler verilmektedir. Araştırmada niceliksel veri toplama aracı olan anket tekniği kullanılmış olup, anketler katılımcılara yüz yüze anket ve elektronik posta aracılığıyla ulaştırılmıştır.

Araştırma modelinde belirtilen yapıların ve hipotezlerin test edilmesinde kullanılacak veri toplama yöntemini belirlemek üzere detaylı bir yazın taraması gerçekleştirilmiştir. Araştırmada kullanılan anket iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcıların sosyo-demografik bilgilerine (cinsiyet, yaş, eğitim durumu, baba mesleği) ve katılımcıların işletmelerinin özelliklerine yönelik sorular sorulmuştur. İkinci bölümde ise esnafların girişimci kişilik özelliklerini belirlemek için Selma Kırılmaz'ın (2012) 'Sosyal Girişimciliğin Başarı Faktörlerinin Girişimci Kişilik ve Dönüştürücü

Liderlik Bağlamında Araştırılması' adlı çalışmasında kullandığı girişimcilerin kişilik özelliklerinin belirlenmesi için kullanılan ölçekten faydalanılmıştır. Kırılmaz'ın araştırmasında kullandığı ölçek hazırlanırken girişimcilik özelliklerine yönelik faydalanılan alt ölçekler şunlardır: Başarı İhtiyacı (Heckert vd. 1999), İçsel Kontrol Odağı (Mueller ve Thomas, 2000), Risk Alma Eğilimi (Cho ve Lee, 2006) ve Belirsizliklere Karşı Toleranslı Olma (Norton, 1975) ve Yenilikçilik Ölçeği (Mueller ve Thomas, 2000)'dir. Katılımcıların ölçekte yer alan ifadelere katılım düzeylerini ölçmek amacıyla 5'li likert ölçümü kullanılmıştır. Ölçekteki sıklık dereceleri: 1-Hiç katılmıyorum, 2-Katılmıyorum 3-Kararsızım, 4- Katılıyorum, 5-Tamamen Katılıyorum olarak ifade edilmiştir.

Ölçekte yer alan 6, 7, 8 ve 9. sorulardan oluşan içsel kontrol odağı boyutu katılımcılar tarafından tam anlaşılmadığı için analize tabi tutulmamıştır. Ölçekteki 13, 14, 15, 16, 17, 18, 21, 23, 24 ve 25 numaralı sorular ise cevapları ters çevrilerek değerlendirilmiştir.

Toplanan veriler SPSS 20 istatistiksel paket programına aktararak analizlerin yapılması için hazır hale getirilmiştir. Araştırmanın geçerliliği ve güvenilirliğini ölçmek üzere faktör analizi ve güvenilirlik analizi yapılmıştır. Güvenirlik düzeyleri uygun ve yapı bakımından geçerli olduğu belirlenen ölçekler hipotez testleri için uygun görülmüştür. Hipotezlerin hangi analizlerle test edilmesinin uygun olacağını belirlemek üzere normallik testi yapılmış, verilerin normal dağılıma sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmada yer alan veriler arasındaki farklılıkları incelemek için Bağımsız örneklem t testi ve tek yönlü Anova testi uygulanmıştır.

2.5. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini Denizli Bayramyeri'nde faaliyet gösteren esnaflar oluşturmaktadır. Anketler (yüz yüze ve elektronik posta yoluyla) Bayramyeri'nde faaliyet gösteren 300 esnafa dağıtılmıştır. Ancak 258 anket geri alınabilmiştir. Yeterli sayıda soruya cevap verilmediği için 8 anket çalışmaya dâhil edilmeyerek 250 anket üzerinden istatistiksel analizler yapılmıştır.

2.6. Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Güvenilirlik Analizleri

Bir ölçeğin güvenilirliği bir testin veya ölçeğin ölçmek istediği şeyi tutarlı ve istikrarlı bir biçimde ölçme derecesini göstermektedir. Güvenilir bir test veya ölçek benzer şartlar altında uygulandığında yine aynı sonuçları verir. İçsel tutarlılığın

ölçümünde en yaygın kullanılan yöntem cronbach alfa katsayısıdır (Coşkun vd., 2017: 131).

Yapılan çalışmalarda alfa katsayısının değerinin 0.60-0.80 arasında oldukça güvenilir ve 0.80- 1.00 arasında ise yüksek derecede güvenilir olduğu belirtilmektedir (Tavşanlı, 2005; Kalaycı, 2008).

2.6.1 Girişimcilik Ölçeğinin Güvenilirlik Analizi

Çalışmada kullanılan girişimcilik ölçeği 26 ifadeden oluşmaktadır. İçsel kontrol odağı boyutu katılımcılar tarafından tam anlaşamadığı için analize dâhil edilmemiştir. Her bir boyut için güvenilirlik kat sayıları incelenmiştir. Bu boyutların güvenilirliğini arttırmak için bazı maddeler ölçekten çıkarılmıştır. Buna göre; ‘Menkul kıymetler borsası benim için çok risklidir’, ‘Çok da yaratıcı bir insan değilim’ ve ‘Aynı işi farklı yollardan deneyerek yapmaktan hoşlanırım’ ifadeleri analiz dışı bırakılmıştır. Yeni güvenilirlik analizi sonuçlarına göre alfa değerleri yükselmiştir. 19 ifadeli girişimcilik ölçeği için Cronbach Alpha Katsayısı 0,651 olup, boyutların güvenilirliğine ilişkin katsayılar; başarı ihtiyacı boyutu için 0,765, belirsizliğe tolerans boyutu için 0,759, risk alma boyutu için 0,707, yenilik boyutu için 0,657 ve geleneksel zanaat bilgisi boyutu için 0,679’dur.

Ölçeğin güvenilirliğini analiz etmek için ayrıca toplam-madde puan korelasyonu değerlerinin incelenmesi gerekir. Alfa değerine ek olarak, güvenilirliği ölçmek üzere her ifadenin "madde-toplam puan korelasyonu" değerine bakılır ve bu değer 0,3 ve üzerinde olması beklenir (Büyüköztürk, 2012: 171). Anket verilerinin analizi sonucunda tüm sonuçların bu değer üstünde çıktığı görülmektedir. Güvenilirlik analizinin sonuçları ve toplam-madde korelasyonu Tablo 2’de yer almaktadır.

Tablo 2: Girişimcilik Ölçeğinin Güvenilirlik Analizi

	α	Düzeltilmiş Madde- Toplam Korelasyon	Cronbach Alpha (ifade çıkarıldığında)
BELİRSİZLİĞE TOLERANS	0,765		
İşimde elimden gelenin en iyisini yapmaya çalışırım.		,458	,753
Çok çalışkan biriyim		,553	,716
Mümkün olan en iyi işi yapmak benim için önemlidir.		,515	,730
Kendimi yapabileceğim her şeyi yapmak için zorlarım.		,594	,703
İşimde performansımı geliştirmek için çok çabalarım.		,597	,700
RİSK ALMA EĞİLİMİ	0,707		

Bir yatırımdan uzun vadede kâr elde edeceksem, kısa vadede para kaybetme riskini göze alırım.	,389	,778
Yatırımlardan önemli finansal kazançlar elde etmek için büyük riskler alırım.	,556	,578
Yüksek gelir elde edebilmek için tasarruflarımın bir kısmını riskli yatırımlarda değerlendirebilirim.	,646	,455
BELİRSİZLİĞE TOLERANS	0,759	
Çözüm için belirli ve net bir cevap yoksa o problem üzerinde çalışmak istemem.	,508	,724
Karar alma sürecinde, problemle ilgili yeterli bilgi ve veri yoksa kendimi çok rahatsız hissederim.	,568	,703
Önemli bir göreve başlamadan önce onun ne kadar süreceğini bilmem gerekir.	,609	,689
Bir problemin çözümü olduğunu düşünmezsem, o problem benim için ilgi çekici değildir.	,606	,685
Bir işi bitirmeden yeni bir işe başlamaktan hoşlanmam.	,365	,770
YENİLİK	0,657	
İnsanları sık sık yeni fikirlerimle şaşırtırım.	,520	,488
İnsanlar sık sık yaratıcı faaliyetler için benden yardım isterler.	,587	,399
Yaratıcı fikirlere ihtiyaç duyulan işlerde çalışmayı tercih ederim.	,318	,752
GELENEKSEL ZANAAT BİLGİSİ	0,679	
Yaratıcılıktan ziyade beceri ve uygulamaya yönelik bir işi tercih ederim.	,560	,496
Yeni bir işi genelde bana öğretildiği şekilde yapmaya devam ederim.	,481	,603
Yeni bir fikir ortaya atmaktansa bir beceri üzerinde uzmanlaşmak beni daha fazla tatmin eder.	,442	,647

2.7. Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Geçerlilik Analizleri

Geçerlilik, bir test veya ölçeğin ölçülmek istenen şeyi ölçme derecesidir (Coşkun vd., 2017: 130). Diğer bir ifadeyle geçerlilik bir ölçme aracının ölçmeyi amaçladığı özelliği, başka herhangi bir özellikle karıştırmadan, doğru ölçebilme derecesi olarak tanımlanır (Ercan ve Kan, 2004: 214). Araştırmada yer alan ölçeklerin içsel geçerlilikleri ve yapısal geçerlilikleri incelenmiştir. Ölçeklerin içerik geçerlilikleri uzman görüşleri ile değerlendirilmiştir.

Yapısal geçerlilik ise faktör analizi yöntemiyle incelenmiştir. Sosyal bilimlerde bir ölçeğin istatistiksel anlamda geçerli olup olmadığının tespit edilebilmesinde sıklıkla kullanılan yöntemlerden biri keşfedici faktör analizidir (Çokluk vd., 2012: 178). Verilerin faktör analizine uygun olup olmadığını belirlemek için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Bartlett Küresellik Testi (Bartlett test of Sphericity) yapılmıştır. KMO değeri faktör analizinin uygunluğunu gösteren bir değerdir ve 0,5-1,0 arası değerler kabul edilebilir olarak değerlendirilir. Genel olarak geçerli olduğu düşünülen KMO değeri ise 0.70'dir (Coşkun vd., 2017:274). Bartlett'in küresellik testi yapılar arasındaki korelasyonların anlamlılığını test etmek üzere yapılır ve testin anlamlı ($p<0.5$) sonuçlar vermesi faktör analizinin uygulanabilir olduğunu gösterir (Çoban, 2014: 86). Faktörlerin dağılımı sonucunda oluşan boyutların toplam varyansı ne derece açıklayıcı olduğu da önemlidir. Sosyal bilimlerde açıklanan toplam varyansın 0,60 ve üzeri olması beklenir ancak belirli durumlarda daha düşük değerler de kabul edilebilir (Hair vd., 2005: 120).

2.7.1 Girişimcilik Ölçeğinin Geçerlilik Analizi

Tablo 3'te görüldüğü üzere, ölçeklere ilişkin KMO değeri 0,715; Bartlett'in küresellik testinin anlamlılık düzeyi 0,000 olarak çıkmıştır. Bu doğrultuda yapılan incelemeler sonucu veri setinin faktör analizine uygun olduğu görülmüştür.

Tablo 3: Girişimcilik Ölçeğine İlişkin KMO ve Bartlett's Test Sonuçları

Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterliliği		,715
Bartlett'in Küresellik Testi	Yaklaşık ki-kare değeri	1297,71
	Serbestlik derecesi	171
	Anlamlılık düzeyi	,000

Seçilen maddelerin faktör dağılımını belirlemek için madde yükü alt sınırı/kestirim noktası 0,40 alınmış, varimax dik döndürme tekniği uygulanmış ve 19 ifade analize tabi tutulmuştur. Yapılan faktör analizi sonucunda 19 maddelik ve 5

faktörlü bir yapı elde edilmiştir. Elde edilen sonuçlar Tablo 4'te gösterilmektedir. Araştırmada kullanılan girişimcilik ölçeği yapılan faktör analizi sonucunda başarı ihtiyacı, risk alma eğilimi, belirsizliğe tolerans, yenilik ve geleneksel zanaat bilgisi olarak beş boyuta ayrılmıştır. Geleneksel zanaat bilgisi boyutu girişimcilik özelliklerinin test edildiği diğer araştırmalarda oluşmamıştır. Bu çalışmada söz konusu boyutun oluşma sebebi araştırmanın evreninin özelliğinden kaynaklanmaktadır. Araştırmanın evrenini oluşturan kitlenin esnaf olması, onların verdikleri cevaplar neticesinde 'esnaf girişimciliğinin' bir özelliği olan geleneksel zanaat bilgisi boyutunun oluşmasını sağlamıştır.

Tablo 4: Girişimcilik Ölçeğine İlişkin Faktör Yükleri

	BOYUTLAR				
	Belirsizliğe Tolerans	Başarı İhtiyacı	Risk Alma Eğilimi	Yenilik	Geleneksel Zanaat Bilgisi
Karar alma sürecinde, problemlerle ilgili yeterli bilgi ve veri yoksa kendimi çok rahatsız hissederim.	,769				
Önemli bir göreve başlamadan önce onun ne kadar süreceğini bilmem gerekir.	,763				
Bir problemin çözümü olduğunu düşünmezsem, o problem benim için ilgi çekici değildir.	,723				
Çözüm için belirli ve net bir cevap yoksa o problem üzerinde çalışmak istemem.	,638				
Bir işi bitirmeden yeni bir işe başlamaktan hoşlanmam.	,571				
Kendimi yapabileceğim her şeyi yapmak için zorlarım.		,736			
İşimde performansımı geliştirmek için çok çabalarım.		,736			
Çok çalışkan biriyim		,723			
Mümkün olan en iyi işi yapmak benim için önemlidir.		,721			

İşimde elimden gelenin en iyisini yapmaya çalışırım.		,664			
Yüksek gelir elde edebilmek için tasarruflarımın bir kısmını riskli yatırımlarda değerlendirebilirim.			,848		
Yatırımlardan önemli finansal kazançlar elde etmek için büyük riskler alırım.			,783		
Bir yatırımdan uzun vadede kâr elde edeceksem, kısa vadede para kaybetme riskini göze alırım.			,688		
İnsanları sık sık yeni fikirlerimle şaşırtırım.				,810	
İnsanlar sık sık yaratıcı faaliyetler için benden yardım isterler.				,797	
Yaratıcı fikirlere ihtiyaç duyulan işlerde çalışmayı tercih ederim.				,611	
Yaratıcılıktan ziyade beceri ve uygulamaya yönelik bir işi tercih ederim.					,782
Yeni bir işi genelde bana öğretildiği şekilde yapmaya devam ederim.					,761
Yeni bir fikir ortaya atmaktansa bir beceri üzerinde uzmanlaşmak beni daha fazla tatmin eder.					,669

Döndürme Yöntemi: Kaiser Normalizasyonu ile Varimax

Beş faktörlü yapıda açıklanan toplam varyansın %58,568 olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu doğrultuda, keşfedici faktör analizi sonucunda çıkan beş faktörün toplam varyansı yeterli düzeyde açıkladığı sonucuna ulaşılmıştır.

Gelinen noktada faktör dağılımı, faktör yükleri ve faktörlerin toplam varyansı açıklama düzeyleri değerlendirildiğinde ölçeğin yapısına ilişkin herhangi bir soruna rastlanmamış ve ölçek istatistiksel olarak geçerli bulunmuştur.

Hipotez testleri öncesinde incelenmesi gereken önemli husus verilerin normal dağılım gösterip göstermediğinin ölçülmesidir. Hipotez testlerinde kullanılacak olan

analizler verilerin normal dağılıp dağılmadığına göre farklılık gösterir. Verilerin dağılımları ise çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerlerinin hesaplanması ile bulunur. Bu değerlerin +1,5 ile -1,5 Aralığında olması, dağılımın normal olduğuna işaret etmektedir. Tablo 5'te gösterildiği şekilde verilerin normal dağıldığı sonucuna ulaşılmış ve hipotez testlerinde parametrik analiz yöntemleri kullanılmıştır.

Tablo 5: Normallik Testi Sonuçları

Faktörler ve Çarpıklık Basıklık Değerleri		İstatistik	Standart Sapma
Başarı İhtiyacı	Çarpıklık	-,701	,154
	Basıklık	-,820	,307
Risk Alma Eğilimi	Çarpıklık	,231	,154
	Basıklık	-,653	,307
Belirsizliğe Tolerans	Çarpıklık	,505	,154
	Basıklık	-,110	,307
Yenilik	Çarpıklık	-,502	,154
	Basıklık	-,039	,307
Geleneksel Zanaat Bilgisi	Çarpıklık	,222	,154
	Basıklık	-,459	,307

2.8. Araştırmanın Bulguları

2.8.1. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özelliklerine ve Katılımcıların İşletmelerinin Özelliklerine İlişkin Bulgular

Tablo 6: Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri

Cinsiyet		
Kadın	54	21,6
Erkek	196	78,4
Yaş dağılımı		
18-25	25	10,0
26-30	49	19,6
31-35	47	18,8
36-40	42	16,8
41-45	30	12,0
46-50	21	8,4
50+	36	14,4
Eğitim düzeyi		
İlköğretim	41	16,4
Lise	103	41,2
Ön lisans	33	13,2
Lisans ve lisansüstü	73	29,2
Katılımcıların faaliyette bulunduğu sektör		
Tekstil	84	33,6
Gıda	44	17,6
Otomotiv	35	14,0
Ayakkabıcılık	12	4,8

Kuyumculuk	20	8,0
Diğer	55	22,0
Katılımcıların babalarının mesleği		
Esnaf/İş adamı	161	64,4
İşçi/memur	60	24,0
Çiftçi	15	6,0
Diğer	14	5,6

Tablo 6'ya bakıldığında katılımcıların %78,4'ünün erkek, %21,6'sının kadın olduğu görülmektedir. Yaş gruplarına göre dağılım incelendiğinde katılımcıların %65,2'sinin 40 yaş ve altındaki katılımcılardan oluştuğu, %12'sinin 41-45 yaşları arasında, %8,4'ünün 46- 50 yaşları arasında ve %14,4'ünün 50 yaşın üzerinde olduğu görülmektedir. Katılımcıların eğitim düzeylerine göre katılımcıların yarısından fazlası (%57,6) ilköğretim ve lise mezunu, %13,2'si ön lisans, %29,2'si lisans ve lisansüstü mezundur. Katılımcıların babalarının mesleği incelendiğinde, %64'ünün esnaf/iş adamı, %24'ünün işçi/memur ve %15'inin çiftçi olduğu görülmektedir. Katılımcıların faaliyette buldukları sektörlerin; %33,6'sının tekstil, %17,6'sının gıda, %14'ünün otomotiv, %4,8'inin ayakkabıcılık ve %8'inin kuyumculuk sektörü olduğu görülmektedir. Diğer seçeneğini işaretleyen katılımcılar, ağırlıklı olarak mobilya, bakırcılık, demircilik, çiçekçi, kırtasiye ve kuaför sektöründe faaliyet göstermektedir.

Tablo 7: Katılımcıların İşletmelerinin Özellikleri

Katılımcıların işletmelerinin kuruluş yılları		
1980 öncesi	34	13,6
1980-1989	27	10,8
1990-1999	23	9,2
2000-2009	46	18,4
2010-2015	43	17,2
2016 ve sonrası	65	26,0
Katılımcıların işletmelerinin kuruluş mülkiyeti		
İşletmeyi kendim kurdum	166	66,4
İşletme ailemden kaldı	84	33,6
Katılımcıların işletmelerinin kuruluş sermayesi		
Kurucu tamamen kendi öz sermayesini kullanmıştır.	157	62,8
Kurucu bütün sermayesini tanıdıklarından borç almıştır.	25	10,0
Kurucu bütün sermayesini finans kurumlarından kredi olarak temin etmiştir.	17	6,8
Kuruluş sermayesinin bir kısmı öz sermaye bir kısmı tanıdıklardan alınan borçla temin edilmiştir.	26	10,4
Kuruluş sermayesinin bir kısmı öz sermaye bir kısmı finans kurumlarından alınan kredidir.	16	6,4
Kuruluş sermayesinde öz kaynak, tanıdıklardan borç ve finans kurumlarından kredi kullanılmıştır.	9	3,6
Katılımcıların işletmelerinin mülkiyeti		
Mülkiyeti tamamen bana aittir.	131	52,4
Aile ortaklığıdır.	80	32,0
Aileden olmayan kişilerle ortaklık vardır.	39	15,6

Katılımcıların işletmelerinin tedarik durumu		
Satışını yaptığımız mamulün üretimini yapan kendi işletmemiz var	50	20,0
Başka işletmelerden satın alıyoruz	200	80,0
Katılımcıların son üç yıl içerisindeki kredi kullanımı		
Evet	162	64,8
Hayır	88	35,2
Katılımcıların işletmelerini büyütme durumu		
Evet	207	82,8
Hayır	43	17,2
Katılımcıların işletmelerini gelecekte büyütme ihtimali		
Evet	203	81,2
Hayır	47	18,8
Katılımcıların işletmelerinin yıl bazında sürekliliği		
1 yıl	8	3,2
2-5 yıl	22	8,8
6-10 yıl	51	20,4
11-15 yıl	29	11,6
16-20 yıl	20	8,0
20+	120	48,0
Katılımcıların işletmelerindeki çalışan sayısı		
Çalışanım yok	76	30,4
1 kişi	39	15,6
2 kişi	40	16,0
3 kişi	27	10,8
4 kişi	9	3,6
5 kişi	11	4,4
5+	48	19,2
Katılımcıların işletmelerinin pandemi sürecindeki küçülme durumu		
Evet	127	50,8
Hayır	123	49,2

Katılımcıların işletmelerinin özelliklerini gösteren Tablo 7'ye bakıldığında, katılımcıların %4,8'i 'işletmenizin kuruluş yılı nedir?' sorusuna cevap vermemiştir. İşletmelerin %13,6'sının 1980 yılı öncesinde, %10,8'inin 1980-1989 yılları arasında, %9,2'sinin 1990-1999 yılları arasında, %18,4'ünün 2000-2009 yılları arasında, %17,2'sinin 2010-2015 yılları arasında ve %26'sının 2016 yılı ve sonrasında kurulduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların %66,4'ünün işletmelerini kendilerinin kurduğu, %33,6'sının ise işletmelerinin ailelerinden kaldığını belirtmiştir. Katılımcıların %62,8'inin kendi öz sermayesini kullandığı, %10'unun tanıdıklarından borç aldığı ve %6,8'inin finans kurumlarından kredi çektiği sonucuna ulaşılmıştır. Kuruluş sermayesinin bir kısmını öz sermaye bir kısmını tanıdıklardan alınan borçla temin eden katılımcı %10,4, kuruluş sermayesinin bir kısmını öz sermaye bir kısmını finans kurumlarından kredi alan katılımcıların %6,4 olduğu görülmektedir. Katılımcıların %3,6'sının ise işletmelerinin kuruluş sermayesinin temininde öz kaynak, tanıdıklardan

borç ve finans kurumlarından kredi aldığı sonucuna ulaşılmıştır. Katılımcıların işletmelerinin %52,4'ünün mülkiyeti sadece kendilerine aittir. İşletmelerin %32'sinin aile ortaklığı ve %15,6'sının aileden olmayan kişilerle ortaklık şeklinde olduğu görülmektedir. Tablo 7 incelendiğinde, katılımcıların %20'sinin satışını yaptıkları mamulün üretimini yapan işletmeleri olduğu ve %80'inin tedarikini başka işletmelerden yapıldığı görülmektedir. Katılımcıların %64,8'inin kredi kullandığı %35,2 'sinin ise kredi kullanmadığı görülmüştür. Katılımcıların %82,8' i işletmeleri kendilerinin mülkiyetindeyken büyüme gösterdiğini, %17,2'si ise işletmelerinin büyüme göstermediğini belirtmişlerdir. Katılımcıların %81,2'si işletmelerinin gelecekte büyütebileceklerini ve %18,8'i işletmelerini büyütemeyeceklerini ifade etmişlerdir. Katılımcıların %48'i işletmelerinin 20 yıldan daha fazla faaliyetine devam edeceğini ifade etmişlerdir. %32,4' işletmelerinin faaliyetine 10 yıl ve daha az sürede, %11,6'sı 11-15 yıl ve %8'i 16-20 yıl arasında devam edeceğini belirtmişlerdir. Katılımcıların %30,4'ü hiç çalışanı olmadığını, %46'sı 5 ve daha az çalışanı olduğunu ifade etmişlerdir. Katılımcıların %19'sinin 5 kişiden fazla çalışanı bulunmaktadır. Tablo 7'e göre katılımcıların %50,8'i günümüzde yaşanan pandemi ve etkileri sebebiyle küçülmeye giderken, %49'si ise işletmelerinde küçülmeye gitmemiştir.

Tablo 8: Katılımcıların Bir İşletmenin Devamlılığın Sağlanmasında Etkili Olduğunu Düşündüğü Durumların Yüzdeler Oranları

Yüzdeler Dilim (%)	İşletme Sahibinin Ahlâkı		Piyasa Ahlâkı		Devlet Katkısı ve Etkisi		Değişikliklere Ayak uydurmak		Yenilikçi Olmak	
	Sa	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
%0-%20	99	43,8	177	78,3	195	86,3	183	81,0	170	75,2
%21-%40	85	37,6	43	19,0	26	11,5	39	17,3	52	23,0
%41-%60	26	11,5	6	2,7	4	1,8	4	1,8	2	,9
%61-%80	13	5,8	-	-	1	,4	-	-	2	,9
%81-%100	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOPLAM	226	100,0	226	100,0	226	100,0	226	100,0	226	100,0

Katılımcıların bir işletmenin devamlılığın sağlanmasında etkili olduğunu düşündüğü durumların yüzdeler dilimleri, Tablo 8'de gösterilmektedir. İşletmenin devamlılığını en fazla %20 kadar etkileyebileceğini, başka bir ifadeyle en düşük düzeyde etkileyeceğini düşündükleri unsurlar sırasıyla devlet katkısı ve etkisi (%86,3); değişikliklere ayak uydurmak (%81,0), piyasa ahlâkı (%78,3); yenilikçi olmak (%75,2) ve en düşük katılımı işletme sahibinin ahlâkıdır (%43,8). İşletmenin devamlılığına

%20-%40 arasında etkisinin olduğu düşünölen unsurların girişimciler arasındaki dağılımı ise sırasıyla %37,6 ile işletme sahibinin ahlâkı, % 23 ile yenilikçi olma, %19 ile piyasa ahlâkı, %17,3 ile değişikliklere ayak uydurma ve %11,5 ile devlet katkısı ve etkisidir.

Tablo 8'e göre katılımcıların %18,6'sı (42 kişi) işletme sahibinin ahlâkının işletmenin devamlılığına etkisinin diğer faktörlere göre %40'dan daha fazla etkili olduğunu ifade etmiştir. Hatta %7,1'i (16 kişi) işletme sahibinin ahlâkının %60'dan daha fazla önemli olduğunu düşünmektedir. Bu durumda Tablo 8'e göre işletmenin devamlılığındaki etkisinin %40'dan daha fazla olduğunu düşünöldüğü, diğerlerine göre en yüksek oranlı unsur 'işletme sahibinin ahlâkı' olarak görölmektedir (%11,5+%5,8+%1,3=%18,6). Piyasa ahlâkı %2,7; devletin etkisi ve katkısı %2,2; değişikliklere ayak uydurmak ile yenilikçi olmak da %1,8'lik oranlarla işletmenin devamlılığını %40'dan daha fazla etkileyen unsurlar olarak görölmektedir. Bu durumda esnafların, işletmenin devamlılığında en etkili olarak gördükleri unsur işletme sahibinin ahlâkıdır.

2.9. Araştırmada Kullanılan Ölçeklere İlişkin Temel Göstergeler

Araştırma kapsamında oluşturulan varsayımların değerlendirilebilmesi için girişimcilik özelliklerini ölçen ifadelerin ortalama ve standart sapmaları tanımlayıcı analiz yöntemiyle hesaplanmıştır.

Varsayımların değerlendirilmesi yapılırken veriler ortalamanın aldıkları değerlere göre düşük, orta ve yüksek olmak üzere üç düzeyde incelenmişlerdir. Bu düzeyler şöyle ifade edilmektedir:

$$\bar{x} = 1-2,59; \text{Düşük} \quad \bar{x} = 2,60-3,39; \text{Orta} \quad \bar{x} = 3,40-5; \text{Yüksek}$$

Tablo 9'da girişimcilik ölçeğine ait tanımlayıcı analiz sonuçları yer almaktadır. Elde edilen sonuçlar katılımcıların orta düzeyde girişimcilik düzeyine sahip olduğunu göstermektedir.

Araştırmada, daha önceden Kırılmaz (2012) tarafından kullanılan ve dört faktöre bölünen (başarı ihtiyacı, risk alma eğilimi, belirsizliğe tolerans ve yenilik) girişimcilik ölçeğinden yararlanılmıştır. Kırılmaz'ın yaptığı çalışmada ölçeğin alpha değeri 0,68 olarak çıkmıştır. Bu çalışmada ise 19 ifadeli girişimcilik ölçeği için Cronbach Alpha Katsayısı 0,651 olarak hesaplanmıştır.

Yapılan faktör analizi sonucunda ölçeğin başarı ihtiyacı, risk alma eğilimi, belirsizliğe tolerans, yenilik ve geleneksel zanaat bilgisi olmak üzere beş boyutlu olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 9: Girişimcilik Boyutlarının Ortalama ve Standart Sapma Sonuçları

Girişimcilik Özellikleri	Ortalama	Standart Sapma	Düzyey
<i>Girişimcilik Düzeyi</i>	3,278768	1,07201	<i>Orta</i>
Başarı İhtiyacı	4,2842	0,55145	<i>Yüksek</i>
İşimde elimden gelenin en iyisini yapmaya çalışırım.	4,8320	,37462	Yüksek
Çok çalışkan biriyim.	4,5680	,57855	Yüksek
Mümkün olan en iyi işi yapmak benim için önemlidir	4,7120	,50406	Yüksek
Kendimi yapabileceğim her şeyi yapmak için zorlarım.	4,5141	,67127	Yüksek
İşimde performansımı geliştirmek için çok çabalarım	4,5160	,62875	Yüksek
Risk Alma Eğilimi	2,8733	1,27645	<i>Orta</i>
Yatırımlardan önemli finansal kazançlar elde etmek için büyük riskler alırım.	2,8400	1,24119	Orta
Yüksek gelir elde edebilmek için tasarruflarımın bir kısmını riskli yatırımlarda değerlendirebilirim.	2,7720	1,29875	Orta
Bir yatırımdan uzun vadede kâr elde edeceksem, kısa vadede para kaybetme riskini göze alırım.	3,0080	1,28941	Orta
Belirsizliğe Tolerans	2,3272	1,282474	<i>Düşük</i>
Bir işi bitirmeden yeni bir işe başlamaktan hoşlanmam.	2,1960	1,27282	Düşük
Önemli bir göreve başlamadan önce onun ne kadar süreceğini bilmem gerekir.	2,1640	1,19281	Düşük
Bir problemin çözümü olduğunu düşünmezsem, o problem benim için ilgi çekici değildir	2,4960	1,36287	Düşük
Karar alma sürecinde, problemle ilgili yeterli bilgi ve veri yoksa kendimi çok rahatsız hissedirim.	2,1080	1,18234	Düşük
Çözüm için belirli ve net bir cevap yoksa o problem üzerinde çalışmak istemem.	2,6720	1,40153	Orta
Yenilik	3,6728	1,15664	<i>Yüksek</i>

İnsanları sık sık yeni fikirlerimle şaşırtırım.	3,6305	1,17540	Yüksek
İnsanlar sık sık yaratıcı faaliyetler için benden yardım isterler.	3,6000	1,12296	Yüksek
Yaratıcı fikirlere ihtiyaç duyulan işlerde çalışmayı tercih ederim.	3,7880	1,17156	Yüksek
Geleneksel zanaat bilgisi			
	2,6266	1,29978	Orta
Yeni bir fikir ortaya atmaktansa bir beceri üzerinde uzmanlaşmak beni daha fazla tatmin eder.	2,5040	1,24264	Düşük
Yeni bir işi genelde bana öğretildiği şekilde yapmaya devam ederim.	2,8120	1,37120	Orta
Yaratıcılıktan ziyade beceri ve uygulamaya yönelik bir işi tercih ederim.	2,5640	1,28550	Düşük

Tablo 9'a göre başarı ihtiyacı boyutuna ait ifadelere verilen cevaplar yüksek düzeydedir. 'İşimde elimden gelenin en iyisini yapmaya çalışırım.' ifadesi en yüksek ortalamaya (\bar{x} :4,8320) sahiptir. Tablo 9'da risk alma eğilimi boyutuna ait tanımlayıcı analiz sonuçları yer almaktadır. Bu sonuçlara göre ifadelere verilen cevaplar orta düzeydedir. 'Yüksek gelir elde edebilmek için tasarruflarımın bir kısmını riskli yatırımlarda değerlendirebilirim' ifadesinin en düşük ortalamaya (\bar{x} :2,7720) sahip olduğu görülmektedir. En yüksek ortalama (\bar{x} :3,00) ise 'Bir yatırımdan uzun vadede kâr elde edeceksem, kısa vadede para kaybetme riskini göze alırım' ifadesinde ortaya çıkmaktadır. Bu durum katılımcıların orta düzeyde risk aldıklarını ve bu riske ancak belirli şartlar altında katlandıklarını göstermektedir. Öte yandan belirsizliğe tolerans boyutuna ait ifadelere verilen cevaplar düşük düzeydedir. Bununla birlikte diğer ifadelere kıyasla 'Çözüm için belirli ve net bir cevap yoksa o problem üzerinde çalışmak istemem' ifadesinin orta düzeyde (\bar{x} :2,6720) olduğu görülmektedir. Kırılmaz'ın (2012) yaptığı çalışmada girişimciliğin bir özelliği olarak kabul edilen yenilik faktörü bu araştırmada yapılan faktör analizi sonucu iki boyuta ayrılmıştır. Söz konusu boyutlar yenilik ve geleneksel zanaat bilgisi olarak isimlendirilmiştir. İkinci boyut her ne kadar yenilik ifadelerini taşıyorsa da esnaf girişimciliğinin bir özelliği olan (Filley ve Aldag, 1978: 579-580) geleneksel zanaat bilgisi kapsamında değerlendirilmiştir. Tablo 9'a göre yenilik boyutuna ait ifadelere verilen cevaplar yüksek düzeyde ve geleneksel zanaat bilgisi boyutuna ait ifadelere verilen cevaplar orta düzeydedir. 'Yeni bir işi genelde bana öğretildiği şekilde yapmaya devam ederim' ifadesinin en yüksek ortalamaya (\bar{x} :2,8120) sahip olduğu görülmektedir. Bununla

birlikte, katılımcıların yenilikçilik ve geleneksel zanaat bilgisi boyutlarını beraber taşıdığı görülmektedir. Katılımcılar yenilik boyutunu; ifadelerden de anlaşılacağı üzere, daha çok insanların beklentilerine göre oluşturulan bir özellik olarak ortaya çıkarma durumundadır. Bir başka açıdan ise yeni bir fikir ortaya koyan katılımcılar bunun yanında geleneksel bilgiyi kullanarak düşük düzeyde de olsa uzmanlaşmayı da tercih etmektedirler.

2.10. Sosyo-Demografik Değişkenlerin Ölçekte Yer Alan Girişimcilik Özelliği Boyutlarıyla İlişkisinin Analizi

Araştırmada kullanılan girişimcilik ölçeği yapılan faktör analizi sonucunda başarı ihtiyacı, risk alma, belirsizliğe tolerans, yenilik ve geleneksel zanaat bilgisi olarak beş boyuta ayrılmıştır. Geleneksel zanaat bilgisi boyutu girişimcilik özelliklerinin test edildiği diğer araştırmalarda oluşmamıştır. Bu çalışmada geleneksel zanaat bilgisi boyutunun oluşma sebebi araştırmanın evreninin özelliğinden kaynaklanmaktadır. Araştırmanın evrenini oluşturan kitlenin esnaf olması, onların verdikleri cevaplar neticesinde ‘esnaf girişimciliğinin’ bir özelliği olan geleneksel zanaat bilgisi boyutunun oluşmasını sağlamıştır. Araştırmanın bu bölümünde anket formunun ilk kısmında yer alan sosyo-demografik değişkenlerin söz konusu boyutlarla ilişkisi yer almaktadır.

İki grup arasında farklılıkların incelenmesi amacıyla T-testi, ikiden fazla grup farklılıklarının karşılaştırılması amacıyla ise ANOVA testi yapılmıştır.

Araştırmada kullanılan testlerin sonuçları değerlendirildiğinde hesaplanan anlamlılık seviyesi olan significance (2-tailed) değerinin %5 anlamlılık düzeyi için,

Eğer Sig. (2-tailed) değeri $> 0,05$ ise gruplar arasında anlamlı fark yoktur

Eğer Sig. (2-tailed) değeri $< 0,05$ ise gruplar arasında anlamlı fark vardır yorumu yapılmaktadır (Coşkun vd., 2017: 202)

Varyansların eşitliği için Levene testi incelendiğinde bu testte çıkan anlamlılık düzeyinin 0,05'ten büyük olması, varyansların eşit olduğunu göstermektedir. Başka bir deyişle gruplar homojendir ve t testi ve tek yönlü varyans analizi sonuçları incelenirken varyansların eşitliği varsayımıyla değerlendirilmelidir. Bu durumda aşağıdaki tablolarda Levene testi anlamlılık düzeyinin 0,05'ten büyük olması varyansların eşit olduğunu göstermektedir.

2.10.1. Cinsiyete Göre Boyutların Değerlendirilmesi

Başarı ihtiyacı, risk alma, belirsizliğe tolerans, yenilik ve geleneksel zanaat bilgisi boyutlarının cinsiyete göre farklılık gösterip göstermediğini anlayabilmek için

bağımsız t-testi uygulanmıştır. Analizden elde edilen sonuçlar Tablo 10'da gösterilmektedir.

Tablo 10: Girişimcilik Özelliklerinin (Alt Boyutlarının) Cinsiyete İlişkin Farklılıkları

Boyut	Sayı (N)	Cinsiyet	Ortalama (\bar{x})	Standart sapma	Sig (p)
Başarı ihtiyacı	54	Kadın	4,5852	,40720	,374
	196	Erkek	4,6403	,40210	
Risk alma Eğilimi	54	Kadın	2,9136	,88591	,743
	196	Erkek	2,8622	1,04800	
Belirsizliğe Tolerans	54	Kadın	2,3111	,84467	,885
	196	Erkek	2,3316	,93831	
Yenilik	54	Kadın	3,7508	,77256	,469
	196	Erkek	3,6514	,92159	
Geleneksel zanaat bilgisi	54	Kadın	2,6975	1,07041	,563
	196	Erkek	2,6071	1,00164	

Tablo 11: Bağımsız Örneklem T testi sonuçları

		Varyansların Eşitliği için T testi		Ortalamaların Eşitliği İçin T testi				
		F	p	t	df	Anl. (2-kuyruklu)	Ort. Fark	Std. Hata Farkı
Başarı İhtiyacı	Varyansların eşit olduğu varsayımı var	,004	,948	-,890	248	,374	-,05514	,05406
	Varyansların Eşit olduğu varsayımı yok			-,883	83,661	,380	-,05514	,06241
Risk Alma Eğilimi	Varyansların eşit olduğu varsayımı var	1,799	,181	,329	248	,743	,05134	,15608
	Varyansların Eşit olduğu varsayımı yok			,362	97,795	,718	,05134	,14191

Belirsizliğe Tolerans	Varyansların eşit olduğu varsayımı var	,695	,405	,-145	248	,885	-,02052	,14126
	Varyansların Eşit olduğu varsayımı yok			,-154	92,266	,878	-,02052	,13306
Yenilik	Varyansların eşit olduğu varsayımı var	2,017	,157	,726	248	,469	,09945	,13707
	Varyansların Eşit olduğu varsayımı yok			,802	98,587	,425	,09945	,12404
Geleneksel Zanaat Bilgisi	Varyansların eşit olduğu varsayımı var	,000	,998	,578	248	,563	,09039	,15626
	Varyansların Eşit olduğu varsayımı yok			,557	80,385	,579	,09039	,16229

Bağımsız örneklem t testi sonuçları ($p>0,05$ olduğu için) başarı ihtiyacı, risk alma, belirsizliğe tolerans, yenilik ve geleneksel zanaat bilgisi boyutları cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Bu sebeple H1 hipotezi desteklenmemiştir.

2.10.2. Yaşa Göre Boyutların Değerlendirilmesi

Başarı ihtiyacı, risk alma, belirsizliğe tolerans, yenilik ve geleneksel zanaat bilgisi boyutlarının yaşa göre farklılık gösterip göstermediğini anlayabilmek için varyans analizi (ANOVA) uygulanmıştır. Analizden elde edilen sonuçlar Tablo 12’de gösterilmektedir.

Tablo 12: Girişimcilik Özelliklerinin (Alt Boyutlarının) Yaşa İlişkin Farklılıkları

Boyut	Yaş grupları	Ortalama (\bar{x})	Standart sapma	F	Levene Testi Anl.	Sig (p)	Fark
Başarı ihtiyacı	18-25	4,6480	,45196	1,187	1,235	,314	-
	26-30	4,5286	,40305				
	31-35	4,6638	,36381				
	36-40	4,5714	,43409				
	41-45	4,6400	,41490				
	46-50	4,7524	,40941				
	50+	4,6889	,35599				
Risk Alma Eğilimi	18-25	3,1333	,89235	3,711	,717	,002	18-25 26-30 50+
	26-30	3,2041	,99726				
	31-35	2,7872	1,04587				
	36-40	2,8413	,89636				
	41-45	2,9778	1,08254				

	46-50	2,9524	1,02353				
	50+	2,2593	,91586				
Belirsizliğe Tolerans	18-25	2,3440	,88979	1,747	,954	,111	-
	26-30	2,2980	,77365				
	31-35	2,6213	,99846				
	36-40	2,2000	,86785				
	41-45	1,9800	,97323				
	46-50	2,3238	,79114				
	50+	2,4111	1,01974				
Yenilik	18-25	3,8000	,77579	3,319	,852	,004	26-30 41-45 46-50 50+
	26-30	3,8274	,75575				
	31-35	3,6525	,83971				
	36-40	3,5238	,83987				
	41-45	3,8556	,90416				
	46-50	4,0635	,86679				
	50+	3,1944	1,07902				
Geleneksel zanaat bilgisi	18-25	2,4800	1,13480	2,105	1,250	,053	-
	26-30	2,7347	,87923				
	31-35	2,9220	,95100				
	36-40	2,7381	,96423				
	41-45	2,2222	,96424				
	46-50	2,6508	1,31435				
	50+	2,3889	,99682				

Varyans sonuçlarına göre ($p < 0,05$ olduğu için) sadece risk alma ve yenilik boyutları yaşa göre farklılık göstermektedir. Bu farklılığı ortaya koymak adına post hoc testi yapılmıştır.

Post Hoc testi sonuçlarına bakıldığında risk alma boyutuna göre oluşan farklılık 50+ ile 18-25 ve 26-30 yaş aralığında olmaktadır. Buna göre ortalama değerlere bakıldığında esnafların yaşı arttıkça risk alma eğilimleri düşmektedir. 26-30 yaş aralığında olan katılımcıların risk alma eğilimleri diğer yaş gruplarına kıyasla daha fazladır.

Post Hoc testi sonuçlarına göre yenilik boyutuna göre ise bu farklılık, 26-30 yaş aralığında (3.83), 41-45 yaş aralığında (3.86), 46-50 yaş aralığında (4.06) ve 50 üstü yaş aralığında (3.19) görülmektedir. Buna göre ortalama değerlere bakıldığında yenilik boyutu en fazla 46-50 yaş aralığında, daha sonra da 41-45 yaş aralığında diğer yaş aralıklarına göre daha yüksek bir ortalamaya sahiptir. Bununla beraber yenilik boyutundaki en düşük oran 50 yaş üstünde görülmektedir. Bu sonuçlara göre H2 kısmen

desteklenmiştir; Analiz sonucunda H2 hipotezinin risk alma ve yenilik boyutunda desteklendiği diğer boyutlarda desteklenmediği görülmektedir.

2.10.3. Eğitim Düzeyine Göre Boyutların Değerlendirilmesi

Başarı ihtiyacı, risk alma, belirsizliğe tolerans, yenilik ve geleneksel zanaat bilgisi boyutlarının eğitim düzeyine göre farklılık gösterip göstermediğini anlayabilmek için varyans analizi (ANOVA) uygulanmıştır. Analizden elde edilen sonuçlar Tablo 13'te gösterilmektedir.

Tablo 13: Girişimcilik Özelliklerinin (Alt Boyutlarının) Eğitim Düzeyine İlişkin Farklılıkları

Boyut	Eğitim Düzeyi	Ortalama (\bar{x})	Standart sapma	F	Levene testi Anl.	Sig (p)	Fark
Başarı ihtiyacı	İlköğretim	4,6049	,39112	,840	1,717	,473	-
	Lise	4,6593	,41356				
	Ön lisans	4,6788	,33143				
	Lisans ve lisansüstü	4,5753	,42419				
Risk alma Eğilimi	İlköğretim	2,4634	,93357	5,732	2,182	,001	İlköğretim-Lise-Önlisans
	Lise	2,9773	1,07887				
	Ön lisans	3,3232	,94091				
	Lisans ve lisansüstü	2,7534	,89929				
Belirsizliğe Tolerans	İlköğretim	2,4634	,93855	3,702	,682	,012	Lise-Lisans ve lisansüstü
	Lise	2,1553	,91606				
	Ön lisans	2,1576	,74290				
	Lisans ve lisansüstü	2,5699	,92776				
Yenilik	İlköğretim	3,4604	,89666	,959	3,799	,413	-
	Lise	3,6990	,99838				
	Ön lisans	3,7071	,65488				
	Lisans ve lisansüstü	3,7397	,81507				
Geleneksel zanaat bilgisi	İlköğretim	2,5935	1,01520	3,415	2,768	,018	Önlisans-Lisans ve lisansüstü
	Lise	2,5405	1,07772				
	Ön lisans	2,3030	1,12535				
	Lisans ve lisansüstü	2,9132	,80129				

Varyans sonuçlarına göre ($p < 0,05$ olduğu için) risk alma, belirsizliğe tolerans ve geleneksel zanaat bilgisi boyutları eğitim düzeyine göre anlamlı farklılık göstermektedir. Bu farklılığı ortaya koymak adına post hoc testi yapılmıştır. Post hoc testi sonuçlarına bakıldığında; risk alma boyutu için ilköğretim mezunları ile lise ve ön

lisans mezunları arasında anlamlı farklılık bulunmaktadır. Buna göre ortalama değerlere bakıldığında ön lisans mezunu katılımcıların lise ve ilköğretim mezunu katılımcılara kıyasla daha fazla; lise mezunlarının da ilköğretim mezunlarına göre daha fazla risk aldığı görülmektedir. En yüksek ortalama risk alan grup ön lisans mezunları olurken en az ortalama risk alan grup ilköğretim mezunları olmuştur. Lisans ve lisansüstü olan esnafların ortalaması ise ilköğretim mezunlarından daha çok fakat lise ve ön lisans mezunlarından daha azdır. Diğer taraftan eğitim düzeyi arttıkça katılımcıların belirsizliğe toleransları artmaktadır. Post hoc testi sonuçlarına göre, belirsizliğe toleransın en fazla ortalama sahip olduğu grup lisans ve lisansüstü eğitim alanlardır. Geleneksel zanaat bilgisi bilgi boyutunun eğitim düzeyine göre farklılığının ön lisans mezunları ile lisans mezunu katılımcılar arasında olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Post hoc testi sonuçlarına göre, lisans mezunu katılımcıların ön lisans mezunu katılımcılara göre daha fazla geleneksel zanaat bilgisiyle hareket ettikleri görülmüştür. Ön lisans mezunları diğer mezun gruplarında yer alan esnaflara göre en düşük düzeyde geleneksel zanaat bilgisiyle işlerini yaparken, lisans ve lisansüstü mezuniyeti olan katılımcılar en yüksek düzeyde geleneksel zanaat bilgisiyle işlerini yapmaktadırlar. Böylece çalışmanın H3 hipotezi risk alma, belirsizliğe tolerans ve geleneksel zanaat bilgisi boyutunda desteklenmiş, diğer boyutlarda desteklenmemiştir.

2.10.4. Katılımcıların Babalarının Mesleğine Göre Boyutların Değerlendirilmesi

Başarı ihtiyacı, risk alma, belirsizliğe tolerans, yenilik ve geleneksel zanaat bilgisi boyutlarının esnafların babalarının mesleğine göre farklılık gösterip göstermediğini anlayabilmek için varyans analizi (ANOVA) uygulanmıştır. Analizden elde edilen sonuçlar Tablo 14'te gösterilmektedir.

Tablo 14: Girişimcilik Özelliklerinin (Alt Boyutlarının) Katılımcıların Babalarının Mesleğine İlişkin Farklılıkları

Boyut	Meslek	Ortalama (\bar{x})	Standart sapma	F	Levene testi Anl.	Sig (p)
Başarı İhtiyacı	Esnaf/işadamı	4,6441	,40446	,646	,714	,586
	İşçi/memur	4,5667	,40866			
	Çiftçi	4,6667	,41173			
	Diğer	4,6714	,36465			
Risk Alma Eğilimi	Esnaf/işadamı	2,8530	1,04340	,454	,396	,715
	İşçi/memur	2,9222	,94553			
	Çiftçi	2,6889	,99576			
	Diğer	3,0952	1,02472			

Belirsizliğe Tolerans	Esnaf/işadamı	2,3528	,96294	,847	,535	,469
	İşçi/memur	2,2933	,79785			
	Çiftçi	2,0133	,93340			
	Diğer	2,5143	,84385			
Yenilik	Esnaf/işadamı	3,6356	,93749	,303	2,363	,823
	İşçi/memur	3,7479	,77577			
	Çiftçi	3,7778	1,08135			
	Diğer	3,6667	,58471			
Geleneksel Zanaat Bilgisi	Esnaf/işadamı	2,6791	1,06777	1,060	3,809	,367
	İşçi/memur	2,6111	,87477			
	Çiftçi	2,2000	1,21368			
	Diğer	2,5476	,63525			

Varyans sonuçlarına göre ($p > 0,05$ olduğu için) başarı ihtiyacı, risk alma, belirsizliğe tolerans, yenilik ve geleneksel zanaat bilgisi boyutları ile katılımcıların babalarının mesleğine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Bu sebeple H4 hipotezi desteklenmemiştir.

2.10.5. Sektörlere Göre Boyutların Değerlendirilmesi

Başarı ihtiyacı, risk alma, belirsizliğe tolerans, yenilik ve geleneksel zanaat bilgisi boyutlarının sektörler göre farklılık gösterip göstermediğini anlayabilmek için varyans analizi (ANOVA) uygulanmıştır. Analizden elde edilen sonuçlar Tablo 15'te gösterilmektedir.

Tablo 15: Girişimcilik Özelliklerinin (Alt Boyutlarının) Sektöre İlişkin Farklılıkları

Boyut	Sektör	Ortalama (\bar{x})	Standart sapma	F	Levene Testi An.	Sig (p)	Fark
Başarı ihtiyacı	Tekstil	4,6441	,39825	,113	,285	,989	-
	Gıda	4,6000	,42700				
	Otomotiv	4,6514	,40683				
	Ayakkabıcılık	4,6333	,36013				
	Kuyumculuk	4,6000	,41039				
	Diğer	4,6218	,41037				
Risk Alma Eğilimi	Tekstil	2,7540	1,03243	2,866	,584	,016	Tekstil-Gıda-Otomotiv
	Gıda	2,7121	,95801				
	Otomotiv	3,4476	1,00957				
	Ayakkabıcılık	2,7222	,99324				
	Kuyumculuk	2,8833	,84656				
	Diğer	2,8485	1,00578				
	Tekstil	2,2929	,82401				

Belirsizliğe Tolerans	Gıda	2,7364	1,05634	2,806	1,644	,017	Gıda-Otomotiv
	Otomotiv	2,0286	,87197				
	Ayakkabıcılık	2,3333	,99575				
	Kuyumculuk	2,4000	,77866				
	Diğer	2,2145	,91801				
Yenilik	Tekstil	3,6652	,89333	3,400	1,641	,005	Gıda-Otomotiv
	Gıda	3,3182	1,04907				
	Otomotiv	4,1143	,70915				
	Ayakkabıcılık	3,5556	,83283				
	Kuyumculuk	3,6000	,82788				
	Diğer	3,7394	,78748				
Geleneksel Zanaat Bilgisi	Tekstil	2,6905	1,05255	1,722	,798	,130	-
	Gıda	2,9091	,99446				
	Otomotiv	2,5429	1,02289				
	Ayakkabıcılık	2,0833	,94415				
	Kuyumculuk	2,4333	,71000				
	Diğer	2,5455	1,04106				

Varyans sonuçlarına göre ($p < 0,05$ olduğu için) risk alma, belirsizliğe tolerans ve yenilik boyutları esnafların faaliyette buldukları sektöre göre anlamlı farklılık göstermektedir. Bu farklılığı ortaya koymak adına post hoc testi yapılmıştır. Post hoc testi sonuçlarına bakıldığında; risk alma boyutu için otomotiv, tekstil ve gıda sektörleri arasında anlamlı farklılık bulunmaktadır. Risk alma eğilimi açısından en yüksek ortalama katma değeri daha yüksek olan otomotiv sektöründe, tekstil sektöründe yer alan esnaflarda ve post hoc testinde çıkmamış olmakla beraber kuyumculuk sektöründeki esnaflarda görülürken, en düşük risk alma eğilimi ortalaması, diğer sektörlerle göre ürün katma değerinin nispeten daha düşük olduğu, gıda sektöründe yer alan esnaflarda görülmektedir. Post hoc testi sonuçlarına göre, benzer şekilde yenilikle ilgili boyutta da otomotiv sektöründeki esnafların ortalaması en yüksek, buna karşılık gıda sektöründeki esnafların ortalaması en düşüktür. Bu bağlamda, risk alma boyutu ile yenilik boyutundaki her iki sektör için görülen farklılaşma birbiriyle tutarlıdır. Çünkü yenilik nispeten risk almayı da gerektirmektedir. Ancak, belirsizliğe tolerans boyutundaki farklılaşma gıda sektöründeki esnaf ve otomotiv sektöründeki esnaf için tam tersi bir durum göstermektedir. Risk alma ve yenilik boyutlarında en yüksek ortalamaya sahip olan otomotiv sektöründeki esnafların belirsizliğe tolerans boyutundaki ortalaması en düşük değerde (2.03); risk alma ve yenilik boyutlarında en düşük ortalamaya sahip olan gıda sektöründeki esnafların belirsizliğe tolerans

boyutundaki ortalamaları (2.74) ise en yüksek değerdedir. Bu durum girişimcilik eğilim beklentisi açısından bir tezatlık oluşturmaktadır. Çünkü literatürde de ifade edildiği gibi (Timuroğlu ve Çakır,2014:132) risk alan girişimcilerin belirsizliğe toleranslarının da olduğu düşünülmektedir. Ancak, anket çalışmasının yapıldığı (2020 Eylül-Ekim-Kasım-Aralık) pandemi dönemi dikkate alındığında gıda sektöründeki ürünlerin otomotiv sektöründeki ürünlere göre daha elzem olması, otomotiv sektöründeki belirsizliği daha artırırken, gıda sektöründeki belirsizliği nispeten azaltmaktadır. Bu da gıda sektöründeki esnafların diğer sektörlerle göre daha az belirsiz olan şartlardaki ve piyasadaki toleranslarının nispeten fazla olduğu algılarına yol açmaktadır. Gıda sektörü gibi elzem olmayan, üstelik katma değeri yüksek ürünlerin yer aldığı dolayısıyla da belirsizliğin nispeten daha çok olduğu otomotiv sektöründe yer alan esnafların ise ayakta durabilmeleri için daha fazla risk almaları ve yenilik eğiliminde olmalarını fark etmelerine rağmen belirsizliğe tolerans algılarını düşük tuttukları düşünülmektedir. Bu sonuçlara göre H5 hipotezi risk alma, belirsizliğe tolerans ve yenilik boyutunda desteklenmiş, diğer boyutlarda desteklenmemiştir.

2.10.6. İşletmelerin Kuruluş Mülkiyetine Göre Boyutların Değerlendirilmesi

Başarı ihtiyacı, risk alma, belirsizliğe tolerans, yenilik ve geleneksel zanaat bilgisi boyutlarının işletmelerin kuruluş mülkiyetine göre farklılık gösterip göstermediğini anlayabilmek için bağımsız t-testi uygulanmıştır. Analizden elde edilen sonuçlar Tablo 16'da gösterilmektedir.

Tablo 16: Girişimcilik Özelliklerinin (Alt Boyutlarının) İşletmelerin Kuruluş Mülkiyetine İlişkin Farklılıkları

Boyut	Kuruluş Mülkiyet	N	Ortalama (\bar{x})	Standart sapma	Sig (p)
Başarı İhtiyacı	İşletmeyi kendim kurdum	166	4,6344	,40789	,744
	İşletme ailemden kaldı	84	4,6167	,39541	
Risk Alma Eğilimi	İşletmeyi kendim kurdum	166	2,8855	1,03521	,790
	İşletme ailemden kaldı	84	2,8492	,97548	
Belirsizliğe Tolerans	İşletmeyi kendim kurdum	166	2,3048	,96174	,589
	İşletme ailemden kaldı	84	2,3714	,82616	
Yenilik	İşletmeyi kendim kurdum	166	3,7490	,87574	,057
	İşletme ailemden kaldı	84	3,5223	,90690	

Geleneksel Zanaat Bilgisi	İşletmeyi kendim kurdum	166	2,5823	1,04555	,333
	İşletme ailemden kaldı	84	2,7143	,95290	

Tablo 17: Bağımsız Örneklem T testi Sonuçları

		Varyansların Eşitliği için T testi		Ortalamaların Eşitliği İçin T testi				
		F	p	t	df	Anl. (2-kuyruklu)	Ortalama Fark	Std. Hata Farkı
Başarı İhtiyacı	Varyansların eşit olduğu varsayımı var	,000	,984	,327	248	,744	,01769	,05406
	Varyansların Eşit olduğu varsayımı yok			,331	171,446	,741	,01769	,05351
Risk Alma Eğilimi	Varyansların eşit olduğu varsayımı var	,357	,551	,267	248	,790	,03634	,13599
	Varyansların Eşit olduğu varsayımı yok			,272	175,834	,786	,03634	,13336
Belirsizliğe Tolerans	Varyansların eşit olduğu varsayımı var	2,287	,132	-,542	248	,589	-,06661	,12300
	Varyansların Eşit olduğu varsayımı yok			-,569	190,743	,570	-,06661	,11704
Yenilik	Varyansların eşit olduğu varsayımı var	,156	,693	1,910	248	0,57	,22665	,11867
	Varyansların Eşit olduğu varsayımı yok			1,888	161,696	,061	,2265	,12005
Geleneksel Zanaat Bilgisi	Varyansların eşit olduğu varsayımı var	,258	,612	-,970	248	,333	-,13196	,13597
	Varyansların Eşit olduğu varsayımı yok			-1,00	181,120	,318	-,13196	,13189

Bağımsız t testi sonuçlarına göre ($p > 0,05$ olduğu için) başarı ihtiyacı, risk alma, belirsizliğe tolerans, yenilik ve geleneksel zanaat bilgisi boyutları işletmenin kuruluş mülkiyetine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Bu sebeple H_0 hipotezi desteklenmemiştir.

2.10.7. İşletmelerin Kuruluş Sermayesine Göre Boyutların Değerlendirilmesi

Başarı ihtiyacı, risk alma, belirsizliğe tolerans, yenilik ve geleneksel zanaat bilgisi boyutlarının işletmelerin kuruluş sermayesine göre farklılık gösterip göstermediğini anlayabilmek için varyans analizi (ANOVA) uygulanmıştır. Analizden elde edilen sonuçlar Tablo 18’de gösterilmektedir.

Tablo 18: Girişimcilik Özelliklerinin (Alt Boyutlarının) İşletmelerin Kuruluş Sermayesine İlişkin Farklılıkları

Boyut	Kuruluş sermayesi	Ortalama (\bar{x})	Standart sapma	F	Levene Testi Anl.	Sig (p)
Başarı İhtiyacı	Kurucu tamamen kendi öz sermayesini kullanmıştır	4,6325	,41449	,491	1,116	,782
	Kurucu bütün sermayesini tanıdıklarından borç almıştır	4,6080	,41020			
	Kurucu bütün sermayesini kredi çekmiştir	4,7176	,32449			
	Bir kısmı öz sermaye bir kısmı tanıdıklardan borç almıştır.	4,6538	,36026			
	Bir kısmı öz sermaye bir kısmı kredi çekilmiştir	4,5125	,40641			
	Öz kaynak, borç ve kredi kullanılmıştır.	4,5778	,47376			
Risk Alma Eğilimi	Kurucu tamamen kendi öz sermayesini kullanmıştır	2,8747	1,06111	1,722	2,571	,130
	Kurucu bütün sermayesini tanıdıklarından borç almıştır	2,6000	,90267			
	Kurucu bütün	2,9020	1,19469			

	sermayesini kredi çekmiştir					
	Bir kısmı öz sermaye bir kısmı tanıdıklardan borç almıştır.	2,8333	,74981			
	Bir kısmı öz sermaye bir kısmı kredi çekilmiştir	2,8333	,86066			
	Öz kaynak, borç ve kredi kullanılmıştır.	3,7407	,70273			
Belirsizliğe Tolerans	Kurucu tamamen kendi öz sermayesini kullanmıştır	2,2713	,85275	,731	1,339	,601
	Kurucu bütün sermayesini tanıdıklarından borç almıştır	2,5920	,99579			
	Kurucu bütün sermayesini kredi çekmiştir	2,2353	1,26735			
	Bir kısmı öz sermaye bir kısmı tanıdıklardan borç almıştır	2,3692	1,00350			
	Bir kısmı öz sermaye bir kısmı kredi çekilmiştir	2,5250	,95184			
	Öz kaynak, borç ve kredi kullanılmıştır.	2,2667	,76811			
	Kurucu tamamen kendi öz sermayesini kullanmıştır.	3,6531	,91360			
	Kurucu bütün sermayesini	3,6533	,90000			

Yenilik	tanıdıklarından borç almıştır.			1,314	,543	,259
	Kurucu bütün sermayesini kredi çekmiştir.	4,1765	,94368			
	Bir kısmı öz sermaye bir kısmı tanıdıklardan borç almıştır.	3,5256	,71909			
	Bir kısmı öz sermaye bir kısmı kredi çekilmiştir.	3,5625	,89209			
	Öz kaynak, borç ve kredi kullanılmıştır.	3,7407	,68268			
Geleneksel Zanaat Bilgisi	Kurucu tamamen kendi öz sermayesini kullanmıştır.	2,6645	1,01940	,561	1,553	,730
	Kurucu bütün sermayesini tanıdıklarından borç almıştır.	2,5867	,89897			
	Kurucu bütün sermayesini kredi çekmiştir.	2,5098	1,33914			
	Bir kısmı öz sermaye bir kısmı tanıdıklardan borç almıştır.	2,5256	,98960			
	Bir kısmı öz sermaye bir kısmı kredi çekilmiştir.	2,8333	,89443			
	Öz kaynak, borç ve kredi kullanılmıştır.	2,2222	,94281			

Varyans sonuçlarına göre ($p > 0,05$ olduğu için) başarı ihtiyacı, risk alma, belirsizliğe tolerans, yenilik ve geleneksel zanaat bilgisi boyutları ile işletmelerin

kuruluş sermayesine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Bu nedenle H7 hipotezi desteklenmemiştir.

2.10.8. İşletmenin Kuruluş Yılına Göre Boyutların Değerlendirilmesi

Başarı ihtiyacı, risk alma, belirsizliğe tolerans, yenilik ve geleneksel zanaat bilgisi boyutlarının işletmenin kuruluş yılına göre farklılık gösterip göstermediğini anlayabilmek için varyans analizi (ANOVA) uygulanmıştır. Analizden elde edilen sonuçlar Tablo 19’da gösterilmektedir.

Tablo 19: Girişimcilik Özelliklerinin (Alt Boyutlarının) İşletmelerin Kuruluş Yıllarına İlişkin Farklılıkları

Boyut	Yıl	Ortalama (\bar{x})	Standart sapma	F	Levene Testi Anl.	Sig (p)	Fark
Başarı ihtiyacı	1980 öncesi	4,6412	,42577	,332	1,651	,894	-
	1980-1989	4,6519	,40227				
	1990-1999	4,6261	,33739				
	2000-2009	4,6022	,42913				
	2010-2015	4,7023	,33344				
	2016 ve sonrası	4,6215	,41702				
Risk Alma Eğilimi	1980 öncesi	2,6078	,90069	1,746	,954	,125	-
	1980-1989	2,6420	,96044				
	1990-1999	2,7536	1,12014				
	2000-2009	2,8188	,89085				
	2010-2015	3,1705	1,09441				
	2016 ve sonrası	2,9897	1,07847				
Belirsizliğe Tolerans	1980 öncesi	2,4647	,92076	,786	1,720	,561	-
	1980-1989	2,4444	,78119				
	1990-1999	2,2261	,75632				
	2000-2009	2,1304	,78340				
	2010-2015	2,4047	1,06859				
	2016 ve sonrası	2,3077	,99189				

Yenilik	1980 öncesi	3,3824	,92526	2,636	,151	,024	Bütün yıllar arasında
	1980-1989	3,2963	1,02671				
	1990-1999	3,6812	,92920				
	2000-2009	3,6495	,81045				
	2010-2015	3,8450	,84937				
	2016 ve sonrası	3,8615	,85572				
Geleneksel Zanaat Bilgisi	1980 öncesi	2,6765	,99319	,661	,654	,653	-
	1980-1989	2,8765	1,03009				
	1990-1999	2,7681	1,05138				
	2000-2009	2,5072	,94474				
	2010-2015	2,5116	1,10158				
	2016 ve sonrası	2,6462	1,02211				

Varyans sonuçlarına göre ($p < 0,05$) olduğu için sadece yenilik boyutu işletmelerin kuruluş yıllarına göre farklılık göstermektedir. Bu farklılığı ortaya koymak adına post hoc testi yapılmıştır. Post hoc testi sonuçlarına bakıldığında; elde edilen ortalama değerlere ilişkin günümüze doğru kurulan işletmelerin daha fazla yenilikçi değerleri benimsediği sonucuna ulaşılmıştır. Her ne kadar liberal politikalara 1980 yılından itibaren geçilmişse de pazarda ve üründe yenilenmenin daha somut olduğu dönem 1990'lı yıllarla başlamıştır. 2010 yılından itibaren ise hızlanan internet alt yapısıyla beraber, üründe, üretim süreçlerinde, pazarda, hizmet süreçlerinde, müşteri ve işletme arasındaki ilişkilerin şekillenmesinde yenilik uzun dönemde var olmanın ve sürdürülebilir rekabetin vazgeçilemez unsuru haline gelmiştir. Esnafların da internet kullanımını artırmalarıyla beraber, hem ürünlerin dünya pazarındaki değişimini görme hem de tedarik ve pazarlama tekniklerini yenileme konusunda (internetten sipariş, internetten satış, internet üzerinde reklamla daha geniş kitleye ulaşma vb.) fırsatları artmıştır. Tablo 19'da görüldüğü üzere yıllar itibarıyla diğer boyutlarda herhangi bir farklılaşma olmamakla beraber, yenilik boyutunda her yıl için fakat özellikle 2010 yılı sonrası için dikkate değer bir farklılaşma olduğu görülmektedir. Elde edilen sonuçlara göre H8 hipotezi yenilik boyutunda desteklenmiş diğer boyutlarda desteklenmemiştir.

2.10.9. İşletmenin Hâlihazırdaki Mülkiyetine Göre Boyutların Değerlendirilmesi

Başarı ihtiyacı, risk alma, belirsizliğe tolerans, yenilik ve geleneksel zanaat bilgisi boyutlarının işletmelerin hâlihazırdaki mülkiyetine göre farklılık gösterip göstermediğini anlayabilmek için varyans analizi (ANOVA) uygulanmıştır. Analizden elde edilen sonuçlar Tablo 20’de gösterilmektedir.

Tablo 20: Girişimcilik Özelliklerinin (Alt Boyutlarının) İşletmelerin Hâlihazırdaki Mülkiyetine İlişkin Farklılıkları

Boyut	Mülkiyet durumu	Ortalama (\bar{x})	Standart sapma	F	Levene Testi Anl.	Sig (p)	Fark
Başarı ihtiyacı	Mülkiyeti tamamen bana aittir.	4,6222	,40290	,969	,226	,381	-
	Aile ortaklığıdır.	4,6000	,41123				
	Aileden olmayan kişi veya kişilerle ortaklığı vardır.	4,7077	,38620				
Risk Alma Eğilimi	Mülkiyeti tamamen bana aittir.	2,8830	1,05969	1,005	,612	,367	-
	Aile ortaklığıdır.	2,9542	,96455				
	Aileden olmayan kişi veya kişilerle ortaklığı vardır.	2,6752	,95049				
Belirsizliğe Tolerans	Mülkiyeti tamamen bana aittir.	2,3588	,93701	6,219	1,002	,002	Bütün mülkiyet türleri arasında
	Aile ortaklığıdır	2,4925	,90172				
	Aileden olmayan kişi veya kişilerle ortaklığı vardır.	1,8821	,74511				
	Mülkiyeti tamamen	3,6972	,88235				

Yenilik	bana aittir.			,109	1,238	,897	-
	Aile ortaklığıdır.	3,6526	,86419				
	Aileden olmayan kişi veya kişilerle ortaklığı vardır.	3,6325	,99058				
Geleneksel Zanaat Bilgisi	Mülkiyeti tamamen bana aittir.	2,6514	1,07167	,756	1,573	,471	-
	Aile ortaklığıdır	2,6750	,89847				
	Aileden olmayan kişi veya kişilerle ortaklığı vardır.	2,4444	1,05224				

Varyans sonuçlarına göre ($p < 0,05$) olduğu için belirsizliğe tolerans boyutu işletmelerin hâlihazırdaki mülkiyetlerine göre farklılık göstermektedir. Bu farklılığı ortaya koymak adına post hoc testi yapılmıştır. Post hoc testi sonuçlarına göre ortalama değerlere bakıldığında; aile dışındaki bireylerle ortak olan katılımcıların belirsizliğe tolerans ifadelerinin ortalamalarının düşük olduğu görülmüştür. Tablo 20'nin geneline bakıldığında da mülkiyetin dağılımı açısından diğer girişimcilikle ilgili boyutların (başarı ihtiyacı, risk alma, yenilik, geleneksel zanaat bilgisi) ortalaması genel olarak orta ya da düşük değere ($\bar{x} = 2,60-3,39$ Orta; $\bar{x} = 3,40-5$ yüksek) sahipken, belirsizliğe tolerans boyutundaki değerlerin her biri düşük değere ($\bar{x} = 1-2,59$; düşük) sahiptir. Bu boyut kendi içerisinde değerlendirildiğinde de esnaflar işletmelerinin mülkiyetine tek başlarına sahiplerse ya da aile ortaklıkları varsa nispeten daha fazla belirsizliğe tolerans gösterirken, aileden olmayan kişi veya kişilerle ortaklıklarının olduğu durumda esnafların belirsizliğe toleransı önemli ölçüde düşmektedir. Ortaklık kültürünün yeterince güçlü olmadığı (Halis vd., 2009: 453-457) ve güven endeksi açısından kişilerin birbirlerine güvenlerinin düşük olduğu toplumlarda bu durum belirsizlik düzeyinin daha yüksek algılanmasına; belirsizliğe toleransın da daha düşük olmasına sebebiyet vermektedir. Literatürdeki bulgular da bu ifadeleri destekler niteliktedir. Nitekim 2010-2014 Dünya Değerler Araştırması'na katılan ülkeler arasında kişilerarası sosyal güvenin seviyesine göre Türkiye, güven yüzdesi yaklaşık %11'le en düşük oranlı

ülkeler arasında ve araştırmaya dâhil OECD ülkeleri arasında en düşük orana sahip ülke konumundadır (Aytaç vd., 2017: 5). Yine Ekonomi İş birliği ve Kalkınma Örgütü tarafından hazırlanan ‘How is Life in 2020?’ raporunda sosyal ağların acil durumlarda destek sağlama kapasitesinin OECD ülkelerinin çoğunda güçlü görüldüğü ifade edilmektedir. Bu ölçüme göre, OECD ülkeleri arasında destek ağlarının Türkiye, Kore, Portekiz ve Estonya’da en zayıf olduğu ve İzlanda, İrlanda, Yeni Zelanda ve Danimarka’da en güçlü olduğu sonucuna ulaşılmıştır (OECD, 2020: 174). Tablo 20’ye göre, H9 hipotezi sadece belirsizliğe tolerans boyutunda desteklenmiş diğer boyutlarda desteklenmemiştir.

2.10.10. İşletmelerde Mamulün Tedarik Şekline Göre Boyutların Değerlendirilmesi

Başarı ihtiyacı, risk alma, belirsizliğe tolerans, yenilik ve geleneksel zanaat bilgisi boyutlarının işletmelerde mamulün tedarik şekline göre farklılık gösterip göstermediğini anlayabilmek için bağımsız t-testi uygulanmıştır. Analizden elde edilen sonuçlar Tablo 21’de gösterilmektedir.

Tablo 21: Girişimcilik Özelliklerinin (Alt Boyutlarının) İşletmelerde Mamulün Tedarik Şekline İlişkin Farklılıkları

Boyut	Tedarik Şekli	N	Ortalama (x̄)	Standart sapma	Sig (p)
Başarı ihtiyacı	Tedarik için kendimize ait işletmemiz var	50	4,6080	,37024	,690
	Başka işletmelerden satın alıyoruz.	200	4,6335	,41153	
Risk Alma Eğilimi	Tedarik için kendimize ait işletmemiz var	50	2,8467	,93122	,836
	Başka işletmelerden satın alıyoruz.	200	2,8800	1,03541	
Belirsizliğe Tolerans	Tedarik için kendimize ait işletmemiz var.	50	2,6600	,95640	,004
	Başka işletmelerden satın alıyoruz.	200	2,2440	,89041	
Yenilik	Tedarik için kendimize ait işletmemiz var	50	3,5733	,87557	,378
	Başka işletmelerden satın alıyoruz.	200	3,6977	,89524	
Geleneksel Zanaat Bilgisi	Tedarik için kendimize ait işletmemiz var	50	2,9000	1,02409	,033
	Başka işletmelerden satın alıyoruz.	200	2,5583	1,00414	

Tablo 22: Bağımsız Örneklem T testi Sonuçları

		Varyansların Eşitliği için T testi		Ortalamaların Eşitliği İçin T testi				
		F	p	t	df	Anl. (2-kuyruklu)	Ortalama Fark	Std. Hata Farkı
Başarı İhtiyacı	Varyansların eşit olduğu varsayımı var	3,071	,081	-,400	248	,690	-,25251	,06383
	Varyansların Eşit olduğu varsayımı yok			-,426				
Risk Alma Eğilimi	Varyansların eşit olduğu varsayımı var	,632	,427	-,208	248	,836	-,03333	,16059
	Varyansların Eşit olduğu varsayımı yok			-,221				
Belirsizliğe Tolerans	Varyansların eşit olduğu varsayımı var	,420	,518	2,911	248	,004	,41600	,14291
	Varyansların Eşit olduğu varsayımı yok			2,788				
Yenilik	Varyansların eşit olduğu varsayımı var	,046	,830	-,883	248	,378	-,12438	,14094
	Varyansların Eşit olduğu varsayımı yok			-,894				
Geleneksel Zanaat Bilgisi	Varyansların eşit olduğu varsayımı var	,433	,511	2,143	248	,033	,34167	,15940
	Varyansların Eşit olduğu varsayımı yok			2,118				

Bağımsız t testi sonuçlarına göre $p < 0,05$ olduğu için olduğu için belirsizliğe tolerans ve geleneksel zanaat bilgisi, işletmelerin mamullerinin tedarik şekline göre farklılık göstermektedir. Bu farklılığı ortaya koymak adına post hoc testi yapılmıştır. Post hoc testi sonuçlarına göre ortalama değerlere ilişkin; satışını yaptığı mamulün üretimini yapan işletmeye sahip olan esnafların, mamulü başka işletmelerden satın alan esnaflara göre geleneksel zanaat bilgisi kullanma düzeylerinin yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu durum geleneksel zanaat bilgisinin üretim aşamasından itibaren devam ettiğinin de bir göstergesidir. Zaten tedariklerini kendi işletmelerinden karşılayan esnafların belirsizliğe toleransları da tedariklerini başka işletmelerden karşılayan esnaflara göre daha yüksek çıkmıştır. Çünkü tedariklerini kendi işletmelerinden karşılayan işletmelerin tedarik açısından belirsizlik ortamları daha düşük olmakta dolayısıyla nispeten düşük düzeyde olan belirsizliğe daha yüksek tolerans algısı gösterilebilmektedir. Tedarik faaliyetini başka işletmelerden karşılayan esnafların ise diğer grup esnaflara göre tedarik belirsizlikleri daha yüksek olmakta, dolayısıyla daha yüksek belirsizliği tolere etme durumları düşebilmektedir. Böylece çalışmanın H10 hipotezi belirsizliğe tolerans ve geleneksel zanaat bilgisi boyutunda desteklenmiş, diğer boyutlarda desteklenmemiştir.

Son olarak ortaya çıkan farkın önemli olup olmadığını başka bir ifadeyle bu farkın örneklemden mi kaynaklandığının tespiti için etki büyüklüğünün hesaplanması gerekmektedir. Etki büyüklüğünün hesaplanmasında en yaygın kullanılanı Cohen tarafından geliştirilen hesaplama (d) olmakla birlikte, Cohen, d değerinin 0,2'den küçük olması durumunda, etki büyüklüğünün zayıf, 0,5 olması durumunda orta ve 0,8'den büyük olması durumunda ise kuvvetli olarak tanımlanır (Kılıç,2014:41).

$$\text{Cohen } d = \frac{\eta^2}{t^2 + (n_1 + n_2 - 2)}$$

Tablo 23'e göre belirsizliğe tolerans ve geleneksel zanaat bilgisi boyutlarında gruplar arasındaki farkın etki büyüklüğü orta derecede bulunmuştur.

Tablo 23: Gruplar arası Etki Büyüklüğü

	η^2 (Etki büyüklüğü)	Anlamı
Belirsizliğe tolerans	0,4	Orta
Geleneksel zanaat bilgisi	0,3	Orta

2.10.11. Katılımcıların Son Üç Yıl İçerisinde Kredi Kullanım Durumlarına Göre Boyutların Değerlendirilmesi

Başarı ihtiyacı, risk alma, belirsizliğe tolerans, yenilik ve geleneksel zanaat bilgisi boyutlarının katılımcıların son üç yılda kredi kullanım durumlarına göre farklılık gösterip göstermediğini anlayabilmek için bağımsız t-testi uygulanmıştır. Analizden elde edilen sonuçlar Tablo 24'te gösterilmektedir.

Tablo 24: Girişimcilik Özelliklerinin (Alt Boyutlarının) Katılımcıların Son Üç Yılda Kredi Kullanım Durumlarına İlişkin Farklılıkları

Boyut	Son üç yılda kredi kullanımı	N	Ortalama (\bar{x})	Standart sapma	Sig (p)
Başarı İhtiyacı	Evet	162	4,6309	,38517	,896
	Hayır	88	4,6239	,43625	
Risk Alma Eğilimi	Evet	162	2,8601	1,01658	,780
	Hayır	88	2,8977	1,01377	
Belirsizliğe Tolerans	Evet	162	2,3099	,93038	,686
	Hayır	88	2,3591	,89708	
Yenilik	Evet	162	3,6700	,93329	,946
	Hayır	88	3,6780	,81250	
Geleneksel Zanaat Bilgisi	Evet	162	2,6132	1,02550	,776
	Hayır	88	2,6515	1,00180	

Bağımsız t testi sonuçlarına göre ($p > 0,05$ olduğu için) başarı ihtiyacı, risk alma, belirsizliğe tolerans, yenilik ve geleneksel zanaat bilgisi boyutları katılımcıların son üç yıl içerisinde kredi kullanımı durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Bu sebeple H11 hipotezi desteklenmemiştir.

Tablo 25: Bağımsız Örneklem T testi Sonuçları

		Varyansların Eşitliği için T testi		Ortalamaların Eşitliği İçin T testi				
		F	p	t	df	Anl. (2-kuyruklu)	Ortalama Fark	Std. Hata Farkı
Başarı İhtiyacı	Varyansların eşit olduğu varsayımı var	3,640	,058	,130	248	,896	,00697	,05348
	Varyansların Eşit olduğu varsayımı yok			,126	160,711	,900	,00697	,05548
Risk Alma Eğilimi	Varyansların eşit olduğu varsayımı var	,005	,941	-,280	248	,780	-,03764	,13449
	Varyansların Eşit olduğu varsayımı yok			-,280	179,122	,780	-,03764	,13438
Belirsizliğe Tolerans	Varyansların eşit olduğu varsayımı var	,004	,948	-404	248	,686	-,04921	,12168
	Varyansların Eşit olduğu varsayımı yok			-409	184,359	,683	-,04921	,12037
Yenilik	Varyansların eşit olduğu varsayımı var	1,556	,213	-,068	248	,946	-,00801	,11823
	Varyansların Eşit olduğu varsayımı yok			-,071	200,693	,944	-,00801	,11823
Geleneksel Zanaat Bilgisi	Varyansların eşit olduğu varsayımı var	,037	,847	-285	248	,776	-03833	,13471
	Varyansların Eşit olduğu varsayımı yok			-287	182,312	,775	-03833	,13378

2.10.12. İşletmenin Katılımcıların Kendi Mülkiyetinde Olduğu Dönemde Büyümesine Göre Boyutların Değerlendirilmesi

Başarı ihtiyacı, risk alma, belirsizliğe tolerans, yenilik ve geleneksel zanaat bilgisi boyutlarının işletmenin katılımcıların kendi mülkiyetinde olduğu dönemde

büyümesine göre farklılık gösterip göstermediğini anlayabilmek için bağımsız t-testi uygulanmıştır. Analizden elde edilen sonuçlar Tablo 26’da gösterilmektedir.

Tablo 26: Girişimcilik Özelliklerinin (Alt Boyutlarının) İşletmenin Katılımcıların Kendi Mülkiyetinde Olduğu Dönemde Büyümesine İlişkin Farklılıkları

Boyut	Büyüme	N	Ortalama (\bar{x})	Standart sapma	Sig (p)
Başarı ihtiyacı	Evet	207	4,6440	,39170	,181
	Hayır	43	4,5535	,45111	
Risk Alma Eğilimi	Evet	207	2,9372	,99450	,029
	Hayır	43	2,5659	1,06044	
Belirsizliğe Tolerans	Evet	207	2,3826	,93211	,036
	Hayır	43	2,0605	,79945	
Yenilik	Evet	207	3,7450	,84241	,005
	Hayır	43	3,3256	1,03762	
Geleneksel Zanaat Bilgisi	Evet	207	2,6699	1,02398	,140
	Hayır	43	2,4186	,95699	

Tablo 27: Bağımsız Örneklem T testi Sonuçları

		Varyansların Eşitliği için T testi		Ortalamaların Eşitliği İçin T testi				
		F	p	t	df	Anl. (2-kuyruklu)	Ortalama Fark	Std. Hata Farkı
Başarı İhtiyacı	Varyansların eşit olduğu varsayımı var	3,458	,064	1,342	248	,181	,09049	,06744
	Varyansların Eşit olduğu varsayımı yok			1,223				
Risk Alma Eğilimi	Varyansların eşit olduğu varsayımı var	,106	,745	2,202	248	,029	,37131	,16859
	Varyansların Eşit olduğu varsayımı yok			2,111				

Belirsizliğe Tolerans	Varyansların eşit olduğu varsayımı var	,993	,320	2,110	248	,036	3,2214	,15268
	Varyansların Eşit olduğu varsayımı yok			2,333	67,965	,023	,32214	,13806
Yenilik	Varyansların eşit olduğu varsayımı var	3,078	,081	2,849	248	,005	,41940	,14723
	Varyansların Eşit olduğu varsayımı yok			2,486	54,082	,016	,41940	,16872
Geleneksel Zanaat Bilgisi	Varyansların eşit olduğu varsayımı var	,485	,487	1,480	248	,140	,25128	,16976
	Varyansların Eşit olduğu varsayımı yok			1,548	63,619	,127	,25128	,16237

Bağımsız t testi sonuçlarına göre ($p < 0,05$ olduğu için) olduğu için; risk alma, belirsizliğe tolerans ve yenilik boyutlarında katılımcıların işletmelerinin kendi mülkiyetlerinde olduğu dönemde büyüme gösterip göstermediğine göre farklılık bulunmuştur. Buna göre ortalama değerlere bakıldığında; işletmesi büyüme gösteren esnafların daha fazla riske katıldığı ve daha fazla yenilikçi faaliyetlerde bulunduğu görülmektedir. Daha fazla riske katılarak ve daha fazla yenilik eğilimi göstererek büyüyen işletmelerin esnaflarının bütün bu süreç içerisinde riskin ve yeniliğin kabul edilme sürecindeki belirsizliğe tolerans göstermeleri gerekmektedir. Tablo 26’da görüldüğü üzere işletmelerinde büyüme gösteren esnafların belirsizliğe toleransları da işletmeleri büyümeyen esnaflara göre daha yüksektir. Bu sonuçlara göre H12 hipotezi risk alma, belirsizliğe tolerans ve yenilik boyutunda desteklenmiş diğer boyutlarda desteklenmemiştir.

Tablo 28’e göre ise her üç boyutta da (risk alma, belirsizliğe tolerans ve yenilik) ortaya çıkan farklılığın cohen d değerine göre orta derecede olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 28: Gruplar Arası Etki Büyüklüğü

	η^2 (Etki büyüklüğü)	Anlamı
Risk Alma Eğilimi	0,3	Orta
Belirsizliğe Tolerans	0,3	Orta
Yenilik	0,4	Orta

2.10.13. Katılımcıların İşletmeyi Gelecekte Büyütme Durumuna Göre Boyutların Değerlendirilmesi

Başarı ihtiyacı, risk alma, belirsizliğe tolerans, yenilik ve geleneksel zanaat bilgisi boyutlarının katılımcıların işletmelerini gelecekte büyütme durumuna göre farklılık gösterip göstermediğini anlayabilmek için bağımsız t-testi uygulanmıştır. Analizden elde edilen sonuçlar Tablo 29’da gösterilmektedir.

Tablo 29: Girişimcilik Özelliklerinin (Alt Boyutlarının) Katılımcıların İşletmelerini Gelecekte Büyütme Durumuna İlişkin Farklılıkları

Boyut	Gelecekte Büyütme Durumu	N	Ortalama (\bar{x})	Standart sapma	Sig (p)
Başarı ihtiyacı	Evet	203	4,6355	,39542	,566
	Hayır	47	4,5979	,43756	
Risk alma Eğilimi	Evet	203	2,9951	,99143	,000
	Hayır	47	2,3475	,94781	
Belirsizliğe Tolerans	Evet	203	2,3793	,93733	,062
	Hayır	47	2,1021	,79550	
Yenilik	Evet	203	3,7712	,82727	,000
	Hayır	47	3,2482	1,03202	
Geleneksel Zanaat Bilgisi	Evet	203	2,6700	1,02980	,162
	Hayır	47	2,4397	,93795	

Tablo 30: Bağımsız Örneklem T testi Sonuçları

		Varyansların Eşitliği için T testi		Ortalamaların Eşitliği İçin T testi				
		F	p	t	df	Anl. (2- kuyruklu)	Ortalama Fark	Std. Hata Farkı
Başarı İhtiyacı	Varyansların eşit olduğu varsayımı var	2,891	,090	,575	248	,566	,03754	,06533
	Varyansların Eşit olduğu varsayımı yok			,539				
Risk Alma Eğilimi	Varyansların eşit olduğu varsayımı var	,251	,616	4,068	248	,000	,64756	,15920
	Varyansların Eşit olduğu varsayımı yok			4,184				
Belirsizliğe Tolerans	Varyansların eşit olduğu varsayımı var	1,188	,277	1,876	248	,062	,27718	,14774
	Varyansların Eşit olduğu varsayımı yok			2,078				
Yenilik	Varyansların eşit olduğu varsayımı var	3,131	,078	3,718	248	,000	,52292	,14065
	Varyansların Eşit olduğu varsayımı yok			3,241				
Geleneksel Zanaat Bilgisi	Varyansların eşit olduğu varsayımı var	,969	,326	1,404	248	,162	,23023	,16404
	Varyansların Eşit olduğu varsayımı yok			1,488				

Bağımsız t testi sonuçlarına göre ($p < 0,05$ olduğu için) risk alma ve yenilik boyutları ile esnafların işletmelerini gelecekte büyütme durumlarına göre farklılık görülmektedir. Buna göre ortalama değerlere bakıldığında; işletmelerini gelecekte büyüteceğine inanan esnafların, bu duruma inanmayan esnaflara kıyasla risk alma ve

yenilikçi özelliklerinin yüksek olduğu görülmüştür. Bu durum da üstteki tablonun (Tablo 26) verilerini destekler niteliktedir. Mevcut durumda işletmesini büyüten esnafların risk alma ve yenilik eğilimleri yüksek olduğu gibi işletmesini gelecekte de büyütmek isteyen esnafların risk alma ve yenilik eğilimleri diğer esnaf grubuna göre yüksek çıkmıştır. Bu sonuçlara göre H13 hipotezi risk alma ve yenilik boyutunda desteklenmiş diğer boyutlarda desteklenmemiştir. Öte yandan Tablo 31 incelendiğinde Cohen d değerine göre farklılık oluşan boyutlarda (risk alma ve yenilik) gruplar arasında etki büyüklüğünün yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 31: Gruplar arası Etki Büyüklüğü

	η^2 (Etki büyüklüğü)	Anlamı
Risk Alma Eğilimi	0,6	Yüksek
Yenilik	0,5	Yüksek

2.10.14. Esnafların İşletmelerin Faaliyetlerine Devam Edeceğini Düşündükleri Yıla Göre Boyutların Değerlendirilmesi

Başarı ihtiyacı, risk alma, belirsizliğe tolerans, yenilik ve geleneksel zanaat bilgisi boyutlarının işletmelerin faaliyetlerine devam edeceği yıla göre farklılık gösterip göstermediğini anlayabilmek için varyans analizi (ANOVA) uygulanmıştır. Analizden elde edilen sonuçlar Tablo 32’de gösterilmektedir.

Tablo 32: Girişimcilik Özelliklerinin (Alt Boyutlarının) İşletmelerin Faaliyetlerine Devam Edeceği Yıla Göre Farklılık Gösterip Göstermediğine İlişkin Farklılıkları

Boyut	Yıl	Ortalama (\bar{x})	Standart sapma	F	Levene Testi Anl.	Sig (p)
Başarı ihtiyacı	1 yıl	4,6000	,51270	,430	1,479	,828
	2-5 yıl	4,5909	,45972			
	6-10 yıl	4,6569	,38267			
	11-15 yıl	4,5586	,47020			
	16-20 yıl	4,5700	,37989			
	20+	4,6517	,38414			
Risk Alma Eğilimi	1 yıl	3,0833	,97183	,826	,880	,532
	2-5 yıl	2,6667	,93718			
	6-10 yıl	2,6797	1,09942			
	11-15 yıl	2,9080	,88594			
	16-20 yıl	2,9167	1,16917			
	20+	2,9639	,99654			
	1 yıl	2,4250	,88439			
	2-5 yıl	2,0818	,82729			

Belirsizliğe Tolerans	6-10 yıl	2,2078	,85787	,826	,721	,532
	11-15 yıl	2,2621	,84702			
	16-20 yıl	2,3500	,84324			
	20+	2,4283	,98639			
Yenilik	1 yıl	3,8333	,83571	2,116	,794	,064
	2-5 yıl	3,6515	,77307			
	6-10 yıl	3,5270	,94538			
	11-15 yıl	3,6897	,71786			
	16-20 yıl	3,1833	1,01725			
	20+	3,8056	,88518			
Geleneksel Zanaat Bilgisi	1 yıl	2,0833	,83095	1,683	,958	,139
	2-5 yıl	2,2727	,83973			
	6-10 yıl	2,5752	1,02865			
	11-15 yıl	2,7701	,84564			
	16-20 yıl	2,4167	1,16917			
	20+	2,7500	1,04363			

Varyans sonuçlarına göre ($p > 0,05$ olduğu için) başarı ihtiyacı, risk alma, belirsizliğe tolerans, yenilik ve geleneksel zanaat bilgisi boyutları ile işletmelerin faaliyetlerine devam edeceği yıl anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Bu nedenle H14 hipotezi desteklenmemiştir.

2.10.15. İşletmelerde Çalışan Sayısına Göre Değişkenlerin Değerlendirilmesi

Başarı ihtiyacı, risk alma, belirsizliğe tolerans, yenilik ve geleneksel zanaat bilgisi boyutlarının işletmelerde çalışan sayısına göre farklılık gösterip göstermediğini anlayabilmek için varyans analizi (ANOVA) uygulanmıştır. Analizden elde edilen sonuçlar Tablo 33'te gösterilmektedir.

Tablo 33: Girişimcilik Özelliklerinin (Alt Boyutlarının) İşletmelerde Çalışan Sayısına İlişkin Farklılıkları

Boyut	Çalışan sayısı	Ortalama (\bar{x})	Standart sapma	F	Levene Testi Anl.	Sig (p)	Fark
Başarı ihtiyacı	Çalışanım yok	4,6605	,39330	1,055	,528	,390	-
	1 kişi	4,6615	,43807				
	2 kişi	4,6100	,41250				
	3 kişi	4,4779	,39636				
	4 kişi	4,6222	,35277				

	5 kişi	4,5091	,44149				
	5+	4,6792	,38202				
Risk Alma Eğilimi	Çalışanım yok	2,7851	1,10044	,600	,443	,730	-
	1 kişi	3,0769	,98367				
	2 kişi	2,9750	,97369				
	3 kişi	2,6914	,96044				
	4 kişi	2,9630	,88889				
	5 kişi	2,7576	1,09637				
	5+	2,8750	,98121				
Belirsizliğe Tolerans	Çalışanım yok	2,0184	,73697	3,340	2,002	,004	Çalışanım yok-5 kişi-5+
	1 kişi	2,3590	1,03434				
	2 kişi	2,3250	1,08006				
	3 kişi	2,3704	,84980				
	4 kişi	2,4444	,83533				
	5 kişi	3,0182	,90534				
	5+	2,5875	,85194				
Yenilik	Çalışanım yok	3,6272	,92210	1,289	,891	,263	-
	1 kişi	3,6838	,96715				
	2 kişi	3,8917	,87507				
	3 kişi	3,4646	,94329				
	4 kişi	3,1481	,66898				
	5 kişi	3,7273	,59289				
	5+	3,7569	,82725				
Geleneksel Zanaat Bilgisi	Çalışanım yok	2,3333	,95685	2,123	,838	,051	-
	1 kişi	2,7009	1,12597				
	2 kişi	2,6833	1,04854				
	3 kişi	2,5679	,93285				
	4 kişi	3,1481	1,08155				
	5 kişi	2,9091	1,00101				
	5+	2,8542	,94758				

Varyans sonuçlarına göre $p < 0,05$ olduğu sadece belirsizliğe tolerans boyutu işletmelerde çalışan sayısına göre farklılık göstermektedir. Bu farklılığı ortaya koymak adına post hoc testi yapılmıştır. Post hoc testi sonuçlarına bakıldığında; belirsizliğe toleransın en düşük olduğu esnaf grubu hiç çalışanın olmadığı yani her işi kendisinin yaptığı gruptur. Çalışan sayısı 5'e kadar arttıkça esnaflar belirsizliğe daha fazla tolerans gösterebilmektedirler. Bu sonuçlara göre H15 hipotezi sadece belirsizliğe tolerans boyutunda desteklenmiş diğer boyutlarda desteklenmemiştir.

2.10.16. Son Bir Yıl İçerisinde Pandemi Nedeniyle Küçülmeye Giden İşletmelere Göre Boyutların Değerlendirilmesi

Başarı ihtiyacı, risk alma, belirsizliğe tolerans, yenilik ve geleneksel zanaat bilgisi boyutlarının son 1 yıl içerisinde pandemi nedeniyle küçülmeye giden işletmelere göre farklılık gösterip göstermediğini anlayabilmek için bağımsız t-testi uygulanmıştır. Analizden elde edilen sonuçlar Tablo 34'te gösterilmektedir.

Tablo 34: Girişimcilik Özelliklerinin (Alt Boyutlarının) Son 1 Yıl İçerisinde Pandemi Nedeniyle Küçülmeye Giden İşletmelere İlişkin Farklılıkları

Boyut	İşletmenin küçülme durumu	N	Ortalama (\bar{x})	Standart sapma	Sig (p)
Başarı ihtiyacı	Evet	127	4,5914	,41593	,140
	Hayır	123	4,6667	,38723	
Risk Alma Eğilimi	Evet	127	3,0052	1,04315	,036
	Hayır	123	2,7371	,96784	
Belirsizliğe Tolerans	Evet	127	2,1890	,88454	,015
	Hayır	123	2,4699	,93212	
Yenilik	Evet	127	3,7576	,90933	,127
	Hayır	123	3,5854	,86665	
Geleneksel zanaat bilgisi	Evet	127	2,4856	,96933	,025
	Hayır	123	2,7724	1,04482	

Tablo 35: Bağımsız Örneklem T testi Sonuçları

		Varyansların Eşitliği için T testi		Ortalamaların Eşitliği İçin T testi				
		F	p	t	df	Anl. (2-kuyruklu)	Ortalama Fark	Std. Hata Farkı
Başarı İhtiyacı	Varyansların eşit olduğu varsayımı var	,528	,468	-1,481	248	,140	-,075331	,05086
	Varyansların Eşit olduğu varsayımı yok			-1,482	247,617	,140	-,07531	,05081
Risk Alma Eğilimi	Varyansların eşit olduğu varsayımı var	,444	,506	2,105	248	,036	,26812	,12737
	Varyansların Eşit olduğu varsayımı yok			2,108	247,548	,036	,26812	,12722
Belirsizliğe Tolerans	Varyansların eşit olduğu varsayımı var	,437	,509	-2,445	248	,015	-,28094	,11490
	Varyansların Eşit olduğu varsayımı yok			-2,443	246,245	,015	-,28094	,11500
Yenilik	Varyansların eşit olduğu varsayımı var	,022	,883	1,532	248	,127	,17219	,11241
	Varyansların Eşit olduğu varsayımı yok			1,533	247,937	,127	,17219	,11233
Geleneksel Zanaat Bilgisi	Varyansların eşit olduğu varsayımı var	1,879	,172	-2,251	248	,025	-,28679	,12742
	Varyansların Eşit olduğu varsayımı yok			-2,248	245,199	,025	-,28679	,12757

Bağımsız örneklem t testi sonuçlarına göre; risk alma, belirsizliğe tolerans ve geleneksel zanaat bilgisi boyutları ile farklılık bulunmuştur. Elde edilen bulgulara göre pandemi döneminde küçülmeye giden işletmelerin risk alma eğilimleri daha yüksekken, geleneksel zanaat bilgisi yüksek olan esnafların küçülmeye gitmediği görülmüştür.

Buna göre ortalamalar değerlendirildiğinde, bu dönemde risk alan esnafların işletmelerinde küçülme stratejisi uyguladıkları görülmüştür. Bununla beraber küçülmeye giden işletme esnaflarının belirsizliğe toleransları daha düşükken, işletmelerinde küçülmeye gitmeyen esnafların belirsizliğe toleransları daha yüksektir. Muhtemeldir ki, pandemi döneminde ve sonrasında belirsizliği tolere etmek istemeyen girişimci esnaflar küçülmeye gitmenin riskini göze alarak kendilerini daha uzun dönemde yaşanabilecek belirsizliğe karşı korumaya almışlardır. Geleneksel zanaat bilgisi boyutu incelendiğinde de görülecektir ki, küçülmeye giden işletme esnaflarının geleneksel zanaat bilgisi düşük seviyede (2.48), pandemi döneminde işletmelerinde küçülme stratejisi uygulamayan işletmelerin geleneksel zanaat bilgisi nispeten daha yüksek olup orta düzeydedir (2.77). Bu da göstermektedir ki, esnaflar geçmiş tecrübelerine dayalı geleneksel zanaat bilgisini kullanarak belirsizliği daha fazla tolere etmekte ve küçülme ihtiyacı duymamaktadırlar. Böylece çalışmanın H16 hipotezi risk alma, belirsizliğe tolerans ve geleneksel zanaat bilgisi boyutunda desteklenmiş diğer boyutlarda desteklenmemiştir. Öte yandan elde edilen Cohen d değerlerine göre, gruplar arası farklılıkların risk alma ve geleneksel zanaat bilgisi boyutları için düşük, belirsizliğe tolerans boyutu için orta düzeyde olduğu bulunmuştur. Etki büyüklüğü tablosu (Tablo 36) incelendiğinde gruplar arasındaki farklar istatistiksel olarak anlamlı bulunmuş olsa da düşük etki büyüklükleri nedeniyle (risk alma ve geleneksel zanaat

Tablo 36: Gruplar arası Etki Büyüklüğü

	η^2 (Etki büyüklüğü)	Anlamı
Risk Alma Eğilimi	0,2	Düşük
Belirsizliğe tolerans	0.3	Orta
Geleneksel zanaat bilgisi	0.2	Düşük

TARTIŞMA VE SONUÇ

Ekonomik kalkınmanın anahtarı olarak görülen girişimcilik süreci ve bu sürecin ana aktörü olan girişimciler ülkelerin gelişmesi için önemli bir kaynak olarak görülür. Ülkelerin ekonomik gelişiminde katalizör olan girişimciler ve girişimcilik faaliyetleri sermayenin tabana yayılması, dolaylı olarak sosyal gelişimin sağlanması ve demokrasinin yaygınlaşmasında önemli rol oynarlar. Bu durum, ülkelerin ekonomik ve sosyal açıdan gelişimine katkı sağlayan girişimcilerin farklı açılardan araştırılması gerekliliğini doğurmuştur. Ancak, sermayenin tabana yayılmasında ve büyük girişimlerin özellikle tedarik ve pazar açısından tamamlanmasındaki işleviyle de ekonomik hayatta önemli bir yeri olan; girişimsel sürecin vazgeçilmez halkasını oluşturan esnafların bir girişimci olarak literatürde kapsadığı alan kısıtlılık göstermektedir. Hâlbuki esnaflar, sermayelerini ortaya koyarak, yatırım yaparak, risk alarak, yenilik yaparak, istihdam imkânları yaratarak, iş birlikleri yaparak girişimciliğin bütün vasıflarını göstermektedirler.

Bu çalışmanın amacı esnafların girişimcilik özelliklerini ortaya koymak ve analiz etmek olarak belirlenmiştir. Çalışmanın ilk bölümünde girişimci ve girişimcilik kavramlarının tarihsel süreçteki durumu incelenmiş, girişimci kişiliği etkileyen unsurlar ve girişimcilik özellikleri analiz edilmiştir. Girişimci tipolojisi açıklanmış, bu bağlamda esnaf girişimci kavramı hakkında bilgi verilmiştir. Ayrıca çalışmada Türk girişimcilik tarihinde esnafların yeri ve önemi ortaya konarak Denizli’de esnaf kültürü ve esnaf girişimciliği değerlendirilmiştir.

Araştırmanın ikinci bölümünde esnafların sosyo-demografik ve girişimcilik özelliklerinin test edilmesine yönelik gerçekleştirilen alan araştırması yer almaktadır. Çalışmanın evrenini Denizli ili tarihinin günümüze kadar uzanan sürecinde ticaret merkezi olarak kabul edilen ve Denizli sanayisinin yerel piyasaya açılmasında köprü olduğu kabul edilen Bayramyeri esnafları oluşturmaktadır. Alan araştırmasında nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği kullanılmış ve 250 esnaf ile anket yapılmıştır. Elde edilen veriler istatistiksel veri analizi paket programı aracılığıyla analiz edilmiştir. Verilerin güvenilirliği için cronbach’s alpha değeri ölçülmüş, geçerlilik analizinin test edilmesi için ise faktör analizi yapılmıştır. Ortaya çıkan faktörler normallik testlerine tabi tutulmuş; normal dağılım sergiledikleri bilgisine ulaşılmıştır. Araştırmanın hipotezlerini test etmek için ise t testi ve anova testi kullanılmıştır.

Çalışmada sosyo-demografik özellikleri incelenen esnafların babalarının mesleğinin çoğunlukla (%64,4) iş adamı-esnaf olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Tablo 6).

Elde edilen bulgular yapılan diğer çalışmalarla (Karababa ve Çetin, 2018: 57; Kasap ve Aydın, 2019: 116; Ensari ve Alay, 2017: 243) örtüşür niteliktedir. Aile unsuru girişimciliği etkileyen faktörler arasında yer almaktadır. Aileden bir üyenin veya babanın girişimci olması kişinin ekonomik hayatını ve tercihlerini büyük ölçüde etkilemektedir. Ayrıca aile üyelerinden birinin girişimci olması kişinin girişimsel faaliyetlerini destekleme noktasında önemli kabul edilir. Bu bağlamda toplumda ailesinde girişimci olanların aynı işi geliştirdiği ya da kurduğu sonucuna ulaşılmıştır (Kasap ve Aydın, 2019: 104). Bir başka açıdan ise ailenin sahip olduğu girişimcilik kültürü girişimciliği ve profesyonelleşmeyi etkilemektedir. Bu çalışmada da işletmenin mülkiyeti kendisine ait olan esnafın (%52,4) yanında, aile ortaklığına sahip olan esnaf işletmelerinin de (%32) olduğu gözlenmiştir (Tablo 7). Aileden olmayan kişilerle ortaklık kurma durumu diğerlerine oranla oldukça azdır (%15). Bu durum girişimciliği etkileyen kültürel iklimle açıklanabilir. Türk kültüründe ortaklaşa davranış açısından yüksek toplulukçu değere sahip bireyler kişilerarası yakın ilişkilere, aile ve akraba ilişkilerine önem vermektedir. Bu durum aile kurumuna bağlı faaliyet gösteren işletmeler için geleneksel ortaklığı olumlu etkilerken öte yandan girişimcilik faaliyetlerinin dışı kapalı gerçekleşmesine neden olmaktadır (Güler vd., 2016: 27).

Çalışmanın alan araştırması, tüm dünyayı etkisi altına alan COVID-19 sürecinde yapılmıştır. Söz konusu süreç sağlık alanında başta olmak üzere sosyal ve ekonomik anlamda olumsuz etkiler yaratmıştır. Ekonomik hayatın bir parçası olan esnafın bu durumdan en çok etkilenen kesimlerden biridir. Yapılan çalışmada esnafın %50,8'i pandemi döneminde küçülmeye gittiğini belirtmiştir. Araştırmanın yapıldığı Ekim-Kasım-Aralık 2020 döneminde küçülmeye gitmeyen esnafın ise örneklemin %49,2 sini oluşturmaktadır (Tablo 7). Salgın süresince sosyal mesafe zorunluluğu, kapalı ortamlarda yüksek risk bulunması ve sokağa çıkma yasağı gibi etkenler, işyerlerinin uzun vadeli kapalı olmasına dolayısıyla esnafın ekonomik olarak zor durumda kalmalarına sebep olmuştur. Yaşanan gelişmeler yerel esnaftan yapılan alışverişin azalmasına neden olmuş bunun sonucunda işletmeler küçülmeye gitmiştir. Güven'in yapmış olduğu çalışmada da COVID-19 pandemi döneminde insanların eve kapanması sebebiyle işletmelerin küçülmeye gittiği ve e- ticarete yöneldikleri, ayrıca giyim ve aksesuar ürünleri ile lüks tüketim ürünlerinin talebinde bir azalmanın olduğu öne sürülmektedir (Güven, 2020: 265-266). Küçülmeye gitmeyen esnafın ise ekonomik alandaki daralmalarını destekleme kredileriyle telafi ettiği görülmektedir. Bu çalışmada esnafın %64,8'i son üç yıl içerisinde kredi kullandıklarını ifade etmiştir (Tablo 7).

Yapılan diğer çalışmalarda da pandemi döneminde esnafın kredi kullanımını sağladığı ve destekleme kredileriyle faaliyetlerine devam ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Örneğin Karaman ilinde 2020 yılında işletmelerin kapanma sayılarında (20-25 civarı) büyük değişiklik gözlemlenmemiştir. Ancak nisan ve mayıs aylarında esnaf siciline kayıta %30-35 oranlarında artış olduğu bunun nedeninin ise Halk Bankası ve Esnaf Kredi Kefalet Kooperatifinin uygun şartlarda esnafa kredi vermesinden kaynaklandığı bilgisi verilmiştir (Mevlâna Kalkınma Ajansı-2020 raporu). Öte yandan Bitlis ilinde yapılan bir çalışmada esnafın ekonomik açıdan kayıplara uğradığı ancak başvuru kredilerin faizli verilmesi ve birtakım şartlara bağlanılmasından dolayı kredi alımında çekingen davrandıkları görülmüştür (İnce, 2020: 145).

Araştırmada katılımcıların işletmelerinin devamlılığını sağlamalarında etkili olduğunu düşündüğü beş durumu yüzde olarak oranlamaları istenmiştir. Bu faktörler işletme sahibinin ahlâkı, piyasa ahlâkı, devlet katkısı ve etkisi, yenilikçi olmak ve değişikliklere ayak uydurmaktır (Tablo 8). Günümüzde küreselleşme ve ekonomik kalkınmayla birlikte ahlâk kavramı daha da önem kazanmıştır. Yapılan çalışmada katılımcılar işletmelerinin devamlılığının sağlanmasında en önemli unsur işletme sahibinin ahlâkı olarak görmektedir. Bununla beraber esnafın işletmelerinin devamlılığının sağlanmasında işletme sahibinin ahlâkının yanında piyasa ahlâkına da büyük ölçüde önem vermektedir. Türk üretim ve ticaret tarihine ve esnaf kültürüne damga vuran ahilik teşkilatı incelendiğinde de esnafın ‘ahlâk’ konusuna verdiği önemi anlamlandırmak mümkündür. Bu açıdan her yıl düzenli olarak ahilik haftası kutlamaları gerçekleştirilirken ahilik kültürünün değerleri günümüze taşınmaktadır (www.ticaret.gov.tr). Denizli’de de gerçekleştirilen bu kutlamalar araştırmanın yapıldığı Bayramyerinde gerçekleşmektedir. Çalışmadan elde edilen bulgular, günümüz dünyasında daha çok üzerinde durulması gereken bir unsur olan ahlâk kavramının esnaf için önemini açıklar niteliktedir.

Ekonomide önemli bir dağılım gösteren esnaf için devlet katkısının ve etkisinin önemli olması gerekirken, araştırma bulguları katılımcıların işletmelerinin sürekliliği için devlet katkısını ve etkisini düşük düzeyde algıladıklarını göstermektedir (Tablo 8). Bu durumun çeşitli nedenleri olabileceği gibi literatür incelendiğinde; yapılan bir çalışmada esnafın sorunları arasında en dikkat çeken konunun devlete ödenen vergi unsuru olduğu görülmüştür. Sermayesi kısıtlı olan esnafın vergi oranlarının yüksek olduğunu, vergi dağılımının adaletsiz olduğunu ve denetimin yetersiz olduğunu düşünmektedirler (Çam ve Kabadayı, 2017: 107). Yapılan başka bir çalışmada ise

esnafların kriz zamanlarında başvurdukları ilk kaynağın kendi birikimleri olduğu ikinci olarak aileye borçlanma şeklinde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Devlete başvurma seçeneği ise kriz zamanlarında bu kaynaklardan sonra gelmektedir. (Akçakaya ve Bağrıyanık, 2019: 334).

Katılımcılar ekonomik hayattaki gelişmede ve işletmenin devamlılığının sağlanmasında yenilikçi olmanın ve değişikliklere ayak uydurmanın etkisinin diğer faktörlere kıyasla daha az olduğunu düşünmektedir (Tablo 8). Bu durum esnafların geleneksel yöntemlere bağlılıklarıyla açıklanabilir. Bu çalışmada faktör analizi sonucunda elde edilen yenilikçilik boyutunun yanında geleneksel zanaat bilgisi boyutu esnafların bir özelliği olarak ortaya çıkmıştır. Yani araştırmada katılımcıların girişimciliğin gerekliliği olan yenilikçilik unsurunu göz ardı etmemekle beraber geleneksellikten de uzaklaşmadığı görülmektedir. Bu da esnafların girişimcilik sürecinde yenilikçi faaliyetlere ulaşmasında bir engel teşkil edebilir. Nitekim son yıllarda yapılan çalışmalarda da esnafların yenilikçi fikirlere karşı önyargılı olması bir sorun olarak değerlendirilmektedir.

Çalışmada başarı ihtiyacı, risk alma eğilimi, belirsizliğe tolerans, yenilik ve geleneksel zanaat bilgisi esnafların özelliği olarak ortaya çıkmıştır (Tablo 4). Bu çerçevede Denizli esnafının girişimcilik özelliklerini belirlemek üzere her bir özelliğin ortalaması alınmıştır (Tablo 9). Bu çerçevede esnafların başarı ihtiyacı yüksek, risk alma eğilimleri orta, belirsizliğe tolerans düzeyleri düşük, geleneksel zanaat bilgisi orta ve yenilik düzeyleri yüksek seviyededir. Risk alma unsuru girişimcilerin en belirgin özelliği olmakla beraber, araştırmaya katılan esnaflar risk alma eğilimlerini orta seviye olarak algılamaktadırlar. Katılımcıların risk alma konusundaki çekinceleri araştırmanın diğer sorularına verilen cevaplarda da görülebilmektedir. Tablo 7'ye göre katılımcıların %66,4'ü işletmelerini kendileri kurarken %33,6'sı işletmelerini ailelerinden devralmıştır. Söz konusu bulgular katılımcıların risk alma davranışlarını açıklamaktadır. Bununla birlikte araştırmada örneklemin %65,2' si 18-40 yaş arasındaki esnaflardan ve %14,4'ü 50 yaş ve üstü esnaflardan oluşmaktadır (Tablo 7). Tablo 12 incelendiğinde esnafların yaşı arttıkça risk alma eğilimlerinin düştüğü görülmektedir. Bu durum genç yatırımcıların riskli yatırımlar nedeniyle karşılaştığı zararları telafi etmek için daha uzun zamana sahip olmaları ve böylece risk alma eğilimlerinin artmasından kaynaklanmaktadır (Anbar ve Eker, 2009: 136). Finansal risk toleransı ile demografik ve sosyo-ekonomik özellikler arasındaki ilişkiler değerlendirildiğinde yatırımcının yaşı arttıkça finansal risk toleransının azaldığı görülmektedir. Yani genç yatırımcıların risk

toleransı yaşlı yatırımcılara göre daha yüksektir (Gündoğdu ve Çelik, 2018). Araştırmada esnafın belirsizliğe tolerans düzeyleri düşük düzeyde bulunmuştur. Söz konusu bulgular esnaflarla yapılan diğer çalışma sonuçlarıyla (Kâhya ve İmamoğlu, 2013) örtüşmektedir. Bununla beraber elde edilen sonuçlar içinde bulunulan dönemin olumsuz etkilerinden biri olarak yorumlanabilir. Covid-19 ekonomik krizinin yaşandığı bu süreçte bireylerin belirsizliklere toleransı daha da azalmıştır. Çünkü pandemi süreci bireylerin yaşamında pek çok belirsizlik ortaya çıkarmış ve kaygıyla birlikte yaşanan durum tehdit edici olarak algılanmıştır (Kasapoğlu, 2020: 608). Araştırmada katılımcıların geleneksel zanaat bilgilerinin yanında yenilikçi faaliyetlerde de buldukları sonucuna ulaşılmıştır. Söz konusu bulgular araştırmaya katılan esnafların, esnaf girişimciliğinin yanında az da olsa fırsatçı girişimcilik özelliklerini de taşıdıklarını göstermektedir. Küreselleşme ile bütün sektörlerde kendini gösteren değişimler birçok alanda yenilikler yaşanmasını kaçınılmaz kılmış (Mert ve Alan, 2020: 1060), esnaflar da faaliyetlerini bu yönde gerçekleştirmeye başlamışlardır.

Araştırmada katılımcıların sosyo-demografik özelliklerinin ve işletmelerinin özelliklerinin, yapılan faktör analizi sonucunda beş boyuta ayrılan (başarı ihtiyacı, risk alma, belirsizliğe tolerans, yenilik ve geleneksel zanaat bilgisi) girişimcilik özellikleriyle ilişkisini test etmek üzere 16 tane hipotez oluşturulmuştur. Analiz sonuçlarına göre girişimcilik boyutları ile cinsiyet arasında anlamlı farklılık bulunamamıştır. Bu nedenle H1 hipotezi desteklenmemiştir. Yapılan çalışmada risk alma ve yenilik boyutlarının katılımcıların yaşlarına göre farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Tablo 12'ye göre esnafların yaşı arttıkça risk alma eğilimleri düşmektedir. Yenilik boyutunun katılımcıların yaşlarına göre ilişkisi incelendiğinde yenilik boyutundaki en düşük oran 50 yaş üstünde görülmektedir. Bu sonuçlara göre H2 kısmen desteklenmiştir. Girişimcilik alt boyutlarının katılımcıların eğitim düzeylerine göre ilişkisi incelendiğinde risk alma, belirsizliğe tolerans ve geleneksel zanaat bilgisi boyutları katılımcıların eğitim düzeyine göre farklılık göstermektedir (Tablo 13). Bu sonuçlara göre en az risk alan grubun ilköğretim mezunları en fazla risk alan grubun ise ön lisans mezunları olduğu görülmüştür. Belirsizliğe toleransı en yüksek olan grubun lisans ve lisansüstü eğitimi alanlar olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yani eğitim düzeyi arttıkça belirsizliğe toleransın arttığı görülmektedir. Bununla birlikte geleneksel zanaat bilgisinin en yüksek olduğu grup yine lisans ve lisansüstü eğitimi alanlardır. Bu sonuçlara göre H3 hipotezi kısmen desteklenmiştir. Araştırma sonucuna göre girişimcilik boyutları katılımcıların babalarının mesleğine göre farklılık

göstermemektedir. Bu nedenle H4 hipotezi desteklenmemiştir. Çalışmada risk alma, belirsizliğe tolerans ve yenilik boyutlarının sektörlere göre anlamlı farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Tablo 15'e göre risk alma ve yenilik boyutlarında en yüksek ortalamaya sahip grup otomotiv sektörü, en düşük ortalamaya sahip grup ise gıda sektörüdür. Öte yandan belirsizliğe tolerans boyutunda en yüksek ortalamaya sahip grup gıda sektörü en düşük ortalamaya sahip grup ise otomotiv sektörüdür. Bu sonuçlara göre H5 hipotezi kısmen desteklenmiştir. Analiz sonuçlarına göre girişimcilik alt boyutları katılımcıların işletmelerinin kuruluş mülkiyetine ve kuruluş sermayesine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Buna göre H6 ve H7 hipotezleri desteklenmemiştir. Araştırmada yenilik boyutunda işletmelerin kuruluş yıllarına göre anlamlı farklılık bulunmuştur. Tablo 19 incelendiğinde yakın geçmişte kurulan işletmelerin daha fazla yenilikçi değerler benimsediği görülmektedir. Buna göre H8 hipotezi kısmen desteklenmiştir. Analiz sonuçlarına göre işletmenin hâlihazırdaki mülkiyeti ve girişimcilik alt boyutları arasındaki ilişki incelendiğinde belirsizliğe tolerans boyutunda anlamlı farklılık bulunmuştur (Tablo 20). Aileden olmayan kişi ya da kişilerle ortak olan esnafların, işletmelerinin mülkiyetine tek başına sahip olan veya aile ortaklığı bulunan esnaflara kıyasla belirsizliğe toleranslarının daha düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuçlara göre H9 hipotezi kısmen desteklenmiştir. Tablo 21'e göre belirsizliğe tolerans ve geleneksel zanaat bilgisi boyutları işletmelerin mamullerinin tedarik şekline göre farklılık göstermektedir. Elde edilen sonuçlara göre satışını yaptığı mamulün üretimini kendi yapan işletmeye sahip olan esnafların tedariklerini başka işletmelerden yapan esnaflara göre geleneksel zanaat bilgisi ve belirsizliğe tolerans oranlarının yüksek olduğu görülmektedir. Bu bağlamda H10 hipotezi kısmen desteklenmiştir. Çalışmada girişimcilik alt boyutları katılımcıların son üç yıl içerisinde kredi kullanım durumlarına göre anlamlı farklılık göstermemektedir. Buna göre H11 hipotezi desteklenmemiştir. Risk alma, belirsizliğe tolerans ve yenilik boyutları katılımcıların işletmelerinin kendi mülkiyetlerinde olduğu dönemde, işletmelerde büyüme olup olmadığına göre farklılık göstermektedir (Tablo 26). Elde edilen sonuçlara göre işletmelerinde büyüme gösteren esnafların, diğer esnaflara kıyasla risk alma, yenilik ve belirsizliğe tolerans düzeyleri yüksektir. Tablo 29 incelendiğinde risk alma ve yenilik boyutları, katılımcıların işletmelerini gelecekte büyütme niyetine göre farklılaşmaktadır. İşletmelerini gelecekte büyüteceğine inanan esnafların, diğer esnaflara kıyasla risk alma ve yenilik düzeyleri yüksek bulunmuştur. Bu bağlamda H12 ve H13 hipotezleri kısmen desteklenmiştir. Girişimcilik alt boyutları ile işletmelerin

faaliyetlerine devam edeceği yıl arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Bu nedenle H14 hipotezi desteklenmemiştir. Analiz sonuçlarına göre belirsizliğe tolerans boyutu işletmelerde çalışan sayısına göre anlamlı farklılık göstermektedir. Tablo 33'e göre çalışan sayısı arttıkça belirsizliğe toleransın yükseldiği görülmektedir. Bu bağlamda H15 hipotezi kısmen desteklenmiştir. Yapılan çalışmada risk alma, belirsizliğe tolerans ve geleneksel zanaat bilgisi boyutları pandemi döneminde küçülmeye giden işletmelere göre farklılık göstermektedir. Tablo 34 incelendiğinde işletmelerinde küçülmeye gitmeyen esnafların geleneksel zanaat bilgisinin yüksek olduğu görülmektedir. Küçülmeye giden esnafların risk alma düzeylerinin yüksek ancak belirsizliğe tolerans düzeylerinin düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre H16 hipotezi kısmen desteklenmiştir.

Esnaflar ekonomilerde istihdam yaratma, nitelikli iş gücü yetiştirme ve bu özellikleriyle bölgesel kalkınmada etkin rol oynamaktadır. Müşterilerle olan birebir ilişkilerinden dolayı, müşterilerin istek ve ihtiyaçları konusunda üretim firmalarını yönlendirmektedir (Çoban ve İrmış, 2015: 37). Ayrıca işletmelerin tedarik süreçlerine aracılık etmektedir. Buna rağmen esnaf işletmelerinin sürdürülebilirlikleri küreselleşme süreci ve büyük işletmelerin rekabetçi baskısıyla tehlikeye girmiştir. Esnafların yaşadıkları sorunlar ve çözüm önerilerinin konu olduğu birçok çalışma yapılmış (Yıldız vd., 2013; Eraslan ve Bayat, 2020; Demirer vd., 2017; Baykul ve Dulupçu, 2009; Çam ve Kabadayı, 2017) ancak girişimcilik literatüründe esnafların payı önemszenmeyip, esnaf faaliyetleri bu konuda geri planda tutulmuştur.

Sınırlı sermayeyle ticaret yapan ve geleneksel faaliyetlerle ekonomide yer alan esnaflar için girişimci özelliklerinin geliştirilmesinde; finansman desteğinin sağlanması ve yenilikçi faaliyetlere uyum sağlamalarının amaçlanması önemli bir yer tutmaktadır. Bu anlamda yeni girişimlerin kurulma ve büyüme aşamalarında esnaf işletmelerine destek sağlanmalıdır. Risk alma noktasında çekingen davranan ve daha çok geleneksel ya da teknik bilgiyle faaliyetlerine devam eden esnaflar, esnaf girişimciliği özelliği göstermektedir. Bu özellikleriyle girişimsel faaliyetlerde kısıtlı imkânları olan esnafların yenilikçilik kapasitelerinin geliştirilmesi, onların esnaf girişimciliği vasfından fırsatçı girişimciliği vasfına geçişinde yani girişimcilik özelliklerinin geliştirilmesinde köprü olarak görülmektedir. Devlet eliyle esnafın yenilikçi ürün geliştirme kapasitesinin artırılması ve yenilik kabiliyetlerinin güçlendirilmesine katkıda bulunulmalıdır. Ayrıca eğitimde bilinç düzeyinin yükseltilmesi, sanayi, üniversite, meslek liseleri ve meslek

yüksekokulları ile iş birliklerinin artırılması; bu yolla esnafların yeni ürün ve projeler geliştirilmesi sağlanmalıdır.

Covid-19 pandemi dönemi sosyal, ekonomik ve toplumsal sorunların küresel alana yayılmasına sebep olmuştur. Bu süreç esnafları ekonomik alanda büyük kayıplara uğratmıştır. Sokağa çıkma yasağı, sosyal mesafe zorunluluğu, kapalı ortamların yüksek risk düzeyinden dolayı yapılan uygulamalar ve bunların sonucu olarak alışveriş kültüründe yaşanan değişim en çok esnafların gelir düzeyini etkilemiştir. Nitekim bu dönemde faaliyet gösteren esnaflar işyerlerinin kapalı olmasından dolayı ekonomik olarak zor durumda kalmışlardır. İnternet kullanımının yaygınlaşmasıyla artış eğiliminde olan e-ticaretin salgından sonra daha da artması yerel esnaftan yapılan alışverişin azalmasına neden olmuştur. Bu açıdan esnaflara devlet tarafından e-ticarete yönelmelerini sağlayacak ilave finansal destek verilmelidir. Aynı zamanda esnaflara e-ticaret konusunda yeni yöntem ve teknikleri işletme fonksiyonları bağlamında öğreten ve geliştiren eğitim programlarının da devlet öncülüğünde yapılması önemlidir. Uygulanacak devlet politikalarının söz konusu alana doğru kaydırılması esnafların bu sürecin etkisinden en az hasarla çıkmasına yardımcı olacaktır. Ayrıca esnafların e-ticaretin imkânlarından faydalanmasına katkı sağlamak, ürünlerin pazarlama ve satışına destek olmak esnaf işletmelerin dünyaya açılmasına, ürünlerini dünyaya tanıtmasına ve onların yerel işletme olmaktan öteye geçmesini sağlayacaktır.

Sonuç olarak, esnafların günümüz dünyasında hızla değişen ekonomik ve sosyal şartlara uyum sağlayacak şekilde rekabet güçleri ve kapasiteleri artırılmalıdır. Bunun için öncelikle esnaflar girişimsel faaliyetlerde bulunmaları için teşvik edilmelidir. Bu bağlamda girişimcilik, ihracat süreçleri ve yenilikçilik hakkında eğitim, danışmanlık ve bilgi desteği sağlanmalıdır.

KAYNAKLAR

- Agarwal, M. N. (2004). “*Type of Entrepreneur, New Venture Strategy and The Performance of Software Startups*”, Indian Institute Of Management Calcutta.
- Agbenyegah, A.T. (2013). “*Challenges Facing Rural Entrepreneurship in Selected Areas in South Africa*” North-West University, Potchefstroom.
- Aguinis, H., Ansari, Mahfooz A., Jayasingam, S., and Aafaqi, R. (2008). “Perceived Entrepreneurial Success and Social Power”, *Management Research*, 6 (2), 121–137.
- Ahmed, I., Nawaz, M. M., Ahmad, Z., Shaukat, M. Z., Usman, A., Wasim-ul-Rehman, and Ahmed, N. (2010). “Determinants of Students’ Entrepreneurial Careerintentions: Evidence From Business Graduates”, *European Journal of Social Sciences*, 15 (2), 14–22.
- Akbaş, H. E., Bozkurt, S., ve Yazıcı, K. (2018). “Osmanlı Devleti’nde Lonca Teşkilatı Yapısı ve Yönetim Düşüncesi ile Karşılaştırılması”, *Muhasebe ve Finans Tarihi Araştırmaları Dergisi*, (9), 165-202.
- Akçakaya, N. ve Bağrıyanık, F. M. (2019). “Esnaflara Dair Çalışmaların Kayıp Halkası: Sosyal Sermaye”, *Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, (41), 313-342.
- Akkuş, Y. ve Menteş, S. M. (2018). “Osmanlı İmparatorluğu'nda Girişimcilik: Klasik Dönem Üzerine Bir Çalışma”, *İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5 (2), Ekim 2018, 169-186.
- Aksel, İ. ve Bağcı, Z. (2016). “Girişimcilik Eğilimi; Bir Kamu Üniversitesinin İİBF’inde Öğrenim Gören Son Sınıf Öğrencilerinde Bir Araştırma”, *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 5 (7), 2120-2133.
- Aldrich, H. E. and Cliff, J. E. (2003). “The Pervasive Effects of Family on Entrepreneurship: Toward A Family Embeddedness Perspective”, *Journal of Business Venturing*, (18), 573 – 596.
- Alparslan, A. M. ve Özmen, M. (2017). “Kişisel Değerlerin Girişimcilik Eğilimine Etkisi: Demografik Özelliklerin Rolü”, *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 6 (2), 957-976.
- Alvora, C., Ribeiro, D. and Salvador, R. (2007). *Entrepreneurship: Concepts, Theory and Perspective*, https://doi.org/10.1007/978-3-540-48543-8_1 , Springer.
- Amouri, A. , Sidrat, S., Boudabbous, S. and Boujelbene, Y. (2016). “Effects of Role Models on Developing Entrepreneurial Intention among Graduate Students in TunisiaI OSR”, *Journal of Business and Management*, 18 (7), 73-80.

- Anbar, A. ve Eker, M. (2009). “Bireysel Yatırımcıların Finansal Risk Algılamalarını Etkileyen Demografik ve Sosyo-ekonomik Faktörler”, *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 5 (9), 129-150.
- Apospori, E., Papalexandris, N., and Galanaki, E.(2005). “Entrepreneurial and Professional Ceos: Differences in Motive and Responsibility Profile” , *Leadership & Organization Development Journal*, 26 (2), 141-164.
- Arıkan, S. (2004). *Girişimcilik Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular*, Siyasal Kitapevi, Ankara.
- Aydın, Z. B. ve Kasap, G. C. (2019). “Demografik Özelliklerin Ve Girişimcilik Eğitiminin Girişimcilik Eğilimi Üzerine Etkisi: U.Ü. Teknik Bilimler Yüksek Okulu Örneği”, *Paradoks Ekonomi Sosyoloji ve Politika Dergisi*, 15 (1), 97-118.
- Aytaç, Ö. ve İlhan, S. (2007). “Girişimcilik ve Girişimci Kültür: Sosyolojik Bir Perspektif”, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (18), 102-120.
- Aytaç, S. E., Çarkoğlu, A. , ve Ertan, G. (2017). “Türkiye’de Kişilerarası Sosyal Güven ve Bireysel Belirleyicileri”, *ODTÜ Gelişme Dergisi*, (44), 1-25.
- Balaban, Ö. ve Özdemir, Y. (2008). “Girişimcilik Eğitiminin Girişimcilik Eğilimi Üzerindeki Etkisi: Sakarya Üniversitesi İİBF Örneği”, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 3 (2), 133-147.
- Balıkçı, E. (2014). “Girişimciliğin Farklı Yüzleri: 1950 ve 1980’lerde Türkiye’de Değişen İşadamlı Davranışları”, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 9 (2), 271-291.
- Ballı, A. (2017). “Girişimcilik ve Girişimci Tipolojileri”, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (29), 143-166
- Ballı, A. ve Kayalar, M. (2019). “Typology and Comparison of Turkish Entrepreneurs in Germany and Turkey”, *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*; Ankara, 21 (3), 706-736.
- Bayrak, S. K. ve Mert, E. (2016). “Girişimcilikte Sosyal Değer İnşası: Sosyal Girişimcilik”, *International Conference On Eurasian Economies*, 161-169.
- Bayram, S. (2012). “Osmanlı Devleti'nde Ekonomik Hayatın Yerel Unsurları: Ahilik Teşkilâtı ve Esnaf Loncaları”, *İstanbul Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi Dergisi* (21), 81-114.
- Bilge, H. ve Bal, V. (2012). “Girişimcilik Eğilimi: Celal Bayar Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma”. *Journal of Suleyman Demirel University Institute of Social Sciences*, 16 (2), 131-148.

- Bilgin, N. ve Tanıyıcı, Ş. (2008). “Türkiye’ de Kooperatif ve Devlet İlişkilerinin Tarihsel Gelişimi”, *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi İİBF Dergisi*, (15), 136-159.
- Bozkurt, Ö., Ercan, A. ve Yurt, İ. (2018). “Bireysel Değerler İle Girişimcilik Eğilimi Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi: Düzce Üniversitesi Örneği”, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 13 (1), 43-55.
- Bula, H. O. (2012). “Evolution and Theories of Entrepreneurship: A Critical Review on the Kenyan Perspective”, *International Journal of Business and Commerce*, 1 (11), 81-96.
- Büyüköztürk, Ş. (2012), *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı*, Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Campo, J. L. M. (2010). “The Propensity For Entrepreneurship: Psychological and Social Factors” ,*Cuadernos Latin oamericanos de Administración*, 6 (10),51-76.
- Campos-Sánchez, A. (2014), *The Role of Personal Values in the Entrepreneurial Process*, Tesis doctoral, Universidad de Barcelona.
- Castillo-Palacio, M., Batista-Canino R. M. and Zuñiga-Collazos A. (2017). “The Relationship between Culture and Entrepreneurship: From Cultural Dimensions of GLOBE Project”, *Revista Espacios*, 38 (34).
- Coşkun, R., Altunışık, R. ve Yıldırım, E. (2017). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri Spss Uygulamalı*, Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Çam, A. V. ve Kabadayı, T. (2017). “Esnafların Karşılaştıkları Sorunlar Ve Çözüm Önerileri: Gümüşhane İlinde Bir Uygulama”, *Global Journal of Economics and Business Studies*, 6 (11), 98-108.
- Çarıkcı, İ. ve Koyuncu, O. (2010). “Bireyci-toplumcu Kültür ve Girişimcilik Eğilimi Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma”, *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2 (3), 1-18.
- Çelebi, A. K., Yanıkkaya, H. , Gökbnar, R. , ve Gülova, A. A. (2009). *Avrupa Birliği Yolunda Esnaf ve Sanatkârlar*, Manisa: Manisa Celal Bayar Üniversitesi.
- Çelik, A., İnce, M. ve Bozyiğit, S. (2014). “Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Niyetlerini Etkileyen Ailesel Faktörleri Belirlemeye Yönelik Bir Çalışma”, *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7 (3), 113-124.
- Çelik, M. ve Karababa, G. G. (2018). “Girişimcilik Niyetlerinin Demografik Faktörlere Göre İncelenmesi”, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 13 (1), 57-67.
- Çoban, H. (2014). *İş-Aile Çatışması ve Tükenmişlik Arasındaki İlişki: Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma*, Yüksek lisans tezi, Pamukkale Üniversitesi- Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Çoban, H. ve İrmiş, A. (2015). “Girişimcilik Kültürü Açısından Geleneksel Alış-Veriş Yerlerindeki Esnaf ile Modern Avm’lerdeki Esnafın Karşılaştırılması”, *Pamukkale İşletme ve Bilişim Yönetimi Dergisi*, 2 (1), 29-38.
- Çokluk, Ö. , Şekercioğlu, G. ve Büyüköztürk, Ş. (2012). *Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik: SPSS ve Lisrel Uygulamaları*, Pegem Akademi Yayıncılık, Ankara.
- Çögürcü, İ. (2016). “İktisadi Doktrinlerde Geçmişten Günümüze Girişimciliğin Önemi” *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitü Dergisi*, (35) , 65-80.
- Dees, G. J. (2001). “The meaning of Social Entrepreneurship” *The Fuqua School of Business*, Duke University, 1-5.
- Demirel, E. ve Tikici, M. (2004), “Kültürün Girişimciliğe Etkileri”, *Fırat Üniversitesi Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları Bilimler Dergisi*, 2 (3), 49-58.
- Demirer, Ö., Bayramoğlu, G., Şeker, Y., Konak, F., ve Şahin, M. (2017). “Esnaf Ve Sanatkâr İşletmelerinin Sorunları Ve Çözüm Önerileri: Çorum İlinde Bir Araştırma”, *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10 (1), 153-170.
- Dinis, A., Paço, A., Ferreira, J., Raposo, M. and Rodriugues G.R. (2013) “Psychological Characteristics and Entrepreneurial Intentions Among Secondary Students” , *Education + Training*, 55(8-9), 763-782.
- Dumrul, C. ve Dumrul, Y. (2014). “Osmanlı İmparatorluğu’ nun Kapitalist Paternde Sanayileşmesinin Önündeki Engeller Üzerine Bir İnceleme”, *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, (23), 146-170.
- Durak, İ. (2016). “Sosyal Girişimcilik ve Ahilik Teşkilatı: Teorik Çerçeve” *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (47), 101-120.
- Durak, İ. ve Yücel, A. (2010). “Ahiliğin Sosyo-Ekonomik Etkileri ve Günümüze Yansımaları” *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15 (2), 151-168.
- Durmuş, A. Ve Aydemir, N. K. (2016). “Atatürk Dönemi Türkiye Ekonomisi (1923 – 1938)”, *Kafkas Üniversitesi İİBF Dergisi*, 7 (12), 155-167.
- Durukan, T. (2007). “Dünden Bugüne Girişimcilik ve 21. Yüzyılda Girişimciliğin Önemi”, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 1(2), 25–37
- Dündar, S. ve Ağca, V. (2007). “Afyon Kocatepe Üniversitesi Lisans Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin İncelenmesine İlişkin Ampirik Bir Çalışma”, *H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 25 (1), 121-142.
- Er, P. H. (2013). “Girişimcilik ve Yenilikçilik Kavramlarının İktisadi Düşüncedeki Yeri: Joseph A. Schumpeter”, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitü Dergisi*, (29), 76-85

- Ercan, İ. ve Kan, İ. (2004). “Ölçeklerde Geçerlilik ve Güvenilirlik”, *Uludağ Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi*, 30 (3) , 211-216
- Ercan, S. ve Gökdeniz, İ. (2009) “Girişimciliğin Gelişim Süreci ve Girişimcilik Açısından Kazakistan”, *Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi*, (49), 59-82.
- Eren, E. (2017). *Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi*, Beta Yayınevi 16.baskı.
- Eroğlu, F. (2009): *Davranış Bilimleri*, Gözden Geçirilmiş 11.basım Beta Yayınları: İstanbul.
- Eroğlu, F., Çoban, H., ve Koç, M. (2015). “Toplumsal Kalkınma ve Kadın Girişimciliği Üzerine Bir Araştırma”, *International Conference On Eurasian Economies*, 534-543.
- Esmer, Y. ve Dayı, F. (2017). “Girişimci Liderlik: Teorik Bir Çerçeve”, *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4 (2), 112-124.
- European Commission (2019). Research ve Development and Inovation by SMEs. *Annual Report On European Smes*, 2018/2019
- Fernández-Serrano, J. and Liñán, F. (2014). “Culture and Entrepreneurship: The Case Of Latin America”. *Innovar*, 24 (1), 169–180.
- Ferreira Manuel, P., Reis N.R. and Pinto C. F. (2016) “Schumpeter’s (1934) Influence on Entrepreneurship (and Management) Research”, *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 6 (1) , 4-39.
- Filley, A. C. and Aldag, R. J. (1978). “Characteristics and Measurement of an Organizational Typology” *Academy of Management Journal*, 21 (4), 578-591.
- Fietze, S. and Boyd, B. (2017). “Entrepreneurial İntention of Danish Students: A Correspondence Analysis”, *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 23 (4), 656-672.
- Fikirli, Ö. ve Çetin, A. K. (2017). “İktisadi Doktrinde Schumpeteryan Yaratıcı Yıkımdan Yaratıcı Birikime”, *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi*, 6 (1), 27-64.
- Fiş, A. M. and Wasti, S.A. (2009). “Örgüt Kültürü ve Girişimcilik Yönetimi İlişkisi”, *ODTÜ Gelişme Dergisi*, (35), 127-164.
- Galindo Miguel, A., Teresa, M. and Picazo, M. (2013). “Innovation, Entrepreneurship and Economic Growth”, *Management Decision*, 51 (3), 501-514.
- Güler B. Y., Bozacı, İ. ve Karakaya, E. (2016). “Kültür ile Girişimcilik Eğilimi Ve Ortaklık Kültürü İlişkilerinin İncelenmesi: Kırıkkale İli Üniversite Öğrencileri Örneği”, *AKÜ İİBF Dergisi*, 18 (2), 23-33.

- Günay, G. ve Gökten, B. (2012). “Girişimci Bilişi ve Ulusal Kültür İlişkisi: Türkiye ve Amerika’da Yapılmış Karşılaştırmalı Bir Çalışma”, *Ankara Sanayi Odası Yayın Organı*, 36-44.
- Gündoğdu, A. ve Çelik, Ş. (2018). “Türk Sermaye Piyasasında Kuşaklar Arasında Yatırımcı ve Portföy Farklılıkları”, *Istanbul Business Research*, 47 (1), 46–63.
- Güney, S. ve Çetin, A. (2003). “Kültürün Girişimciliğe Etkisi ve Türkiye’de Girişimcilik Kültürü”, *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*”, 21 (1), 189-210.
- Güney, S. ve Nurmakhmatuly, A. (2007). “Kültürün Girişimciliğe Etkisi: Kazakistan ve Türkiye Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesine Yönelik Kültürlerarası Araştırma”, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(18), 62-86.
- Güney, S., Yalçın, Ö. ve Çetin, A. (2007). “Girişimcilik ve Kültür”, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 1 (2), 53-77.
- Güven, M. (2019). “Yönetici Girişimci İlişkilerinin Yönetim Fonksiyonlarına Etkisi: GAP Bölgesinde Bir Uygulama”, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 18 (70), 674-688.
- Hair, J. F. , Black, W., Babin, B. J., Anderson, R. E. and Tatham, R. (2005). *Multivariate Data Analysis*, (7th Edition), Prentice Hall, New Jersey.
- Halis, M., Şenkal, A. ve Türkay, O. (2009). “Kültür, Ortaklık ve Rekabet: Türkiye’ye İlişkin Rakamlar”, *Journal Of Azerbaijani Studies*, 444-460.
- Haytoğlu, E. (2006). *Denizli’de Tabaklık (Dünden Bugüne)*, Fakülte Kitapevi Yayınları, Isparta.
- Hısrıç R. D., Peters, M. P. and Shepherd, D. A. (2016). *Entrepreneurship* McGraw-Hill/Irwin, New York.
- Hien, D.T.T. and Cho, S.E. (2018). “Relationship Between Entrepreneurship Education and İnnovative Start-Up İntentions Among University Students”, *International Journal of Entrepreneurship*, 22 (3), 1-16.
- Hofstede, G. (2011). “Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context” *Online Readings in Psychology and Culture*, 2 (1).
- Işık, N., Göktaş, D., Kılınç, E. (2011). “İktisadi Büyümede Girişimciliğin Rolü”, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 6 (1), 186-210.
- İbrahimoğlu, Y. (2018), “Yıllara Meydan Okuyan Zanaat: Bakırcılık”, *Pamukkale Belediyesi Şehir, Yaşam ve Kültür Dergisi*, (5), 36-38.

- İlhan, S. (2004). “Girişimcilik ve Sosyo-ekonomik Süreçteki Rolü”, *Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları Fırat Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Sosyoloji Bölümü*, 70-75.
- İnce, C. (2020). “Küresel Afetin Yerel Yansımaları: Covid-19’un Bitlis Esnafı Üzerindeki Etkileri”, *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 7 (8), 130-145.
- İpçioğlu, İ. ve Taşer, A., (2009). “İşletme Bölümlerinde Verilen Eğitimin Girişimci Adayı Öğrenciler Üzerindeki Etkileri”, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2 (10), 13-27.
- İrmiş, A. ve Barutçu, E. (2012). “Öğrencilerin Kendilerini Girişimci Bir Kişiliğe Sahip Görmelerini ve İş Kurma Niyetlerini Etkileyen Faktörler: Bir Alan Araştırması”, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 26 (2), 1-25.
- İrmiş, A. ve Özdemir, L. (2011). “Girişimcilik ve Yenilik İlişkisi”, *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 9 (1), 137-161.
- İrmiş, A., Akça, B., Çoban, H. ve Sarıkaya, M. (2014). “Topluluk Girişimciliği: Denizli Babadağlılar Çarşısı Örneği”, *Community Entrepreneurship: The Example of Babadağlılar Bazaar in Denizli, International Conference On Eurasian Economies*, 2014.
- İrmiş, A., Durak, İ. ve Özdemir, L. (2017). *Girişimcilik: Anadolu Kent Girişimciliğinden Örnekler*; Ekin Basın Yayın Dağıtım, Bursa.
- İşcan, Ö. F. ve Kaygın, E. (2011), “Potansiyel Girişimciler Olarak Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma”, *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3 (2), 275-286.
- İyidemirci, H. (2019). *Girişimcilik ve İnovasyon Stratejilerinin Ülke Kalkınmasına Etkileri: Desteklenen Girişimcilik ve İnovasyon Kültürünün Rekabetçi Üstünlük Elde Etmede Aracı Rolü*, Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Jamison, W. E. (1978). *The Life and Death of A Craftsman Entrepreneur and His Company: A case Study*, PhD Thesis, University of Cincinnati, ProQuest, UMI Dissertations Publishing, United States, 7904740.
- Jones-Evans, D. (1995). “A Typology of Technology-Based Entrepreneurs: A Model Based on Previous Occupational Background”, *International Journal of Entrepreneurial Behavior&Research*, 1 (1), 26-47.
- Kâhya, C. ve İmamoğlu, İ. Kays (2013). “Sosyo-Demografik Özellikler ve Girişimcilik İlişkisinin Yerel Kalkınma Bağlamında Değerlendirilmesi (Bayburt İli Örneği)”, *Akademik Bakış Dergisi*, (38), 1-14.
- Kalaycı, Ş. (2008), *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, Ankara: Asil Yayın Dağıtım.

- Kaplan P. ve Öztürk B. (08.06.2003). “Babadağ’ın Nesi Meşhur? Mantar Gibi Biten İşadamları”, *Sabah*.
- Kapu, H. ve Yıldız, S. (2012). “Üniversite Öğrencilerinin Bireysel Değerleri ile Girişimcilik Eğilimleri Arasındaki İlişki: Kafkas Üniversitesi’nde Bir Araştırma”, *KAÜ-IIBF Dergisi*, 3 (3), 39-66.
- Kara, M. (2009). “Sosyal ve Kültürel Yapının Girişimcilik Üzerine Etkileri ve Türk Toplumundan Örnekler”, *Journal of Azerbaijani Studies*, 465-485.
- Karol, S. (2013). “Schumpeter’s View on Innovation An Entrenepeurship”, *SSRN: Electronic Journal*, 89-95.
- Kasapoğlu, T. M. (2020). “Covid-19 Pandemisinde İlan Edilen Sokağa Çıkma Yasaklarının İdare Hukuku Yönüyle Değerlendirilmesi”, *İnönü Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 11 (2), 550-566.
- Kasapoğlu, Y. (2007). “Benim Gözümde Babadağ”, *Geçmişten Günümüze Denizli Yerel Tarih ve Kültür Dergisi*, (14), 2-5.
- Kerse, G., Babadağ, M. ve Kerse, Y. (2017). “Girişimcilik Eğitiminin Girişimcilik Niyetine Etkisi: Girişimsel Öz-Yetkinliğin Aracı Rolü” ,*Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (29), 633-656.
- Keskin, N. ve Marşap, A. (2011). “Ahiliğin Dünü ve Bugünü (Denizli Örneği)”, *International Online Journal of Educational Sciences*, 3 (1), 370-394
- Kırılmaz, S. (2012). “*Sosyal Girişimciliğin Başarı Faktörlerinin Girişimci Kişilik ve Dönüştürücü Liderlik Bağlamında Araştırılması*”, Doktora Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Koca, H. ve Çetin, B. (2011). “Yatağan Kasabasında (Denizli-Serinhisar) Ev Tipi İmalat Sanayinin Coğrafi Özellikleri”, *Doğu Coğrafya Dergisi*, 10 (14), 179-207.
- Koh, H.C., (1996). “Testing Hypotheses of Entrepreneurial Characteristic: A Study of Hong Kong”, *Journal of Managerial Psychology*, 11 (3), 12-25.
- Koizhaiganova, M. ve Okca, A. K. (2015). “Geçmişten Günümüze Denizli’de Dericilik Faaliyetleri Leather work Activities From Past to Present in Denizli”, *Turkish Studies*, 10 (6), 603-618.
- Kuratko, D. and Hodgetts, R. (2007). *Entrepreneurship: Theory, Process, Practice*, Mason, OH: Thomson Publishers.
- Küçüker, C. (2012). *Endüstriyel Kümelenme Yaklaşımları: Bir Değerlendirme*, Türkiye Ekonomi Kurumu, Tartışma Metni, Ankara.
- Legge, J. M. and Hindle, K. G. (2004). “*Entrepreneurship Context, Vision, Planning*”, USA- New York; Palgrave Macmillan.

- Lilly, J., Duffy, J. A. and Virick, M. (2006) "A Gender-Sensitive Study Of McClelland's Needs, Stress, And Turnover Intent with Workfamily Conflict" *Women in Management Review*, 21(8), 664-680.
- Lima, D. A., Coelho, F. C. and Ehrl, P. (2018). "Individualistic Culture and Entrepreneurial Opportunities", (28), 2-26.
- Mahiroğulları, A. (2008). "Selçuklu Osmanlı Döneminde Kurumsal Bir Yapı: Ahilik Gedik Teşkilatı ve Sosyo-Ekonomik İşlevleri", *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, (54), 139-154.
- Mahmood, T., Al Mamun, A., Ahmad, G. and Ibrahim, M.D. (2019). "Predicting Entrepreneurial Intentions and Pre-Start-Up Behaviour Among Asnaf Millennials". *Sustainability 2019*, (11), 4939.
- Maresch, D., Harms, R. , Kailer, N. and Wimmer-Wurm, B. (2016). "The Impact Of Entrepreneurship Education On The Entrepreneurial Intention Of Students In Science And Engineering Versus Business Studies University Programs", *Technological Forecasting and Social Change*, (104), 172-179.
- Marín, L., Nicolás, C. and Rubio, A. (2019). "How Gender, Age and Education Influence the Entrepreneur's Social Orientation: The Moderating Effect of Economic Development", *Sustainability 2019*, (11), 1-16.
- Mert, G. ve Alan, T. (2020). "Girişimcilerin Kriz Algısı ve Kriz ile Başa Çıkma Stratejileri", *International Social Mentality and Researcher Thinkers Journal*, 6 (32), 1047-1064.
- Mevlana Kalkınma Ajansı (2020). *Covid-19 Salgınının TR52 (Konya-Karaman) Bölgesindeki Ekonomik ve Sosyal Etkileri*, www.mevka.org.tr. (25.01.2021)
- Mirza, Ş. ve Dağdeviren, İ. E. (2016). "Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Belirlenmesine Yönelik Eşme Meslek Yüksekokulunda Bir Araştırma", *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9 (5), 82-105.
- Morrison, A. (2000). "Entrepreneurship: What Triggers It?", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 6 (2), 59-71.
- Mueller, S. L. and Thomas, A. S. (2001). "Culture and Entrepreneurial Potential: A Nine Country Study of Locus Of Control and Innovativeness", *Journal of Business Venturing*, 16 (1), 51-75.
- Mujahid, S., Mubarik, S. and Naghavi, N. (2019.) "Prioritizing Dimensions of Entrepreneurial Ecosystem: A Proposed Framework", *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9 (1), 1-21.
- Naktiyok, A. ve Timüroğlu, M. K. (2009). "Öğrencilerin Motivasyonel Değerlerinin Girişimcilik Niyetleri Üzerine Etkisi ve Bir Uygulama", *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23 (3), 85-103.

- Nasip, S., Amirul, S. R. , Jr Sondoh, S. L and Tanakijinal, G. H. (2017) “Psychological Characteristics and Entrepreneurial İntention”, *Education + Training*, 59 (7-8), 825-840.
- Nasr, K. B. and Boujelbene, Y. (2014). “Assessing the Impact of Entrepreneurship Education”, *Social and Behavioral Sciences*, 712-715.
- Ndofirepi, T. M., Rambe, P., and Dzansi, D. Y. (2018). “An Exploratory Study on The Gender-Based Differences in Entrepreneurial İntentionan Ditsantecedents Among Ststudents of A South African University of Technology”, *Southern African Business Review*, 22 (1), 34-46
- Nguyen, C. (2018). “Demographic Factors, Family Backgroundand Prior Self-Employment on Entrepreneurial İntention – Vietnamese Business Students are Different: Why? ”, *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 8 (10), 1-17.
- Nişancı, Z. N. (2015), “Göçmen Girişimcilik Üzerine: Pittsburgh’taki Türk Girişimciler”, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 10 (1), 1-28.
- Oğuztimur, Ş. (2013). “Kayseri’deki Büyük Ölçekli İmalat Sanayisi Girişimcilerinin Girişimci Tipolojileri Bakımından Değerlendirilmesi”, *Megaron*, 8 (3), 175-178.
- Omur, M. T. (28.07.2013) “Leblebiyle Başladı Kuruyemişin ‘Altıntop’u Oldu”, *Hürriyet*.
- Organisation for Economic Co-operation and Development (2020). “How is Life in 2020? ” *Measuring Well-being- Highlights*, March 2020. <https://doi.org/10.1787/9870c393-en> , (13.04.2020).
- Ozaralli, N. and Rivenburgh, N. K. (2016). “Entrepreneurial Intention: Antecedents to Entrepreneurial Behavior in the U.S.A. and Turkey”, *Journal of Global Entrepreneurship Research*, (6), 1-32.
- Öğüt, A. ve Kocabacak, A. (2007). “Küreselleşme Sürecinde Türk İş Kültüründe Yaşanan Dönüşümün Boyutları”, *Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 145-170.
- Örücü, E., Kılıç, R. ve Yılmaz, Ö. (2007). “Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinde Ailesel Faktörlerin Etkisi”, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 2 (2), 27-47.
- Örücü, E., Kılıç, R. ve Yılmaz, Ö. (2007). “Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinde Ailesel Faktörlerin Etkisi Üzerine Bir Uygulama”, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 2 (2), 27-47.
- Özbilgili, C. (2014). “Türkiye’de Küçük Esnaf ve Sanatkârın Kredi Kullanımı ve Ödeme Gücü: TESKOMB Örneği”, Doktora Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Ana Bilim Dalı, Aydın.
- Özdevecioğlu, M. ve Karaca, M. (2015). *Girişimcilik, Girişimci Kişilik*, Eğitim Yayınevi: Konya.

- Özkul, G. ve Dulupçu, M. A. (2007). “Kişisel Gelişimin Girişimci Tipleri Üzerine Etkisi: Antalya-Isparta İllerinde Bir İnceleme”, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 2 (2), 67-92.
- Öztürk, N. (2002). “Ahilik Teşkilatı ve Günümüz Ekonomisi, Çalışma Hayatı ve İş Ahlakı Açısından Değerlendirilmesi”, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (7), 1-12.
- Palacio, M. C., Batista Canino, R. M. and Zúñiga C. A. (2017). “The Relationship Between Culture and Entrepreneurship: From Cultural Dimensions of GLOBE Project”, *ESPACIOS*, 38 (34), 1-15.
- Pant, S. K. (2015). “Role of TheFamily in Entrepreneurship Development in Nepali”, *Society The Journal of Nepalese Business Studies*, 9 (1), 37-47.
- Patır, S. ve Karahan, M. (2010). “Girişimcilik Eğitimi ve Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Profillerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Alan Araştırması”, *İşletme ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 1 (2), 27-44.
- Pawlak, A (2016). “The Influence of Gender On The Entrepreneurial İntention of Polish High School Students”, *Studia Oeconomica Posnaniensia*, 4 (5), 25-37.
- Peneder, M. (2009). “The Meaning of Entrepreneurship: A Modular Concept”, *WIFO Working Papers*, (9),77-99.
- Pruett,M., Shinnar, R., Toney, B.,Llopis, F. and Fox, J., (2008). “Explaining Entrepreneurial İntentions of University Students: A Cross-Cultural Study”, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 15 (6), 571-594.
- Puni, A., Anlesinya, A. and Korsorku, P. (2018) “Entrepreneurial Education, Self-Efficacy and Intention in Sub-Saharan Africa”, *African Journal of Economic and Management Studies*. 9 (4), 492-511.
- Rauch, A. and Frese, M. (2000). “Psychological Approaches To Entrepreneurial Success. A General Model and An Overview of Findings”, In C.L. Cooper & I.T. Robertson (Eds.), *International Review of Industrialand Organizational Psychology*, 101-142.
- Remeikiene, R., Dumciuviene, D. and Startiene, G. (2013). “Explaining Entrepreneurial Intention of University Students: The Role of Entrepreneurial Education”, International Conference: ActiveCitizenship by Management, Knowledge Management & Innovation, Knowledge and Learning, Zadar, Croatia, 2013.
- Sajjad, S. I., Shafi, H. and Dad, A. M. (2012) “Impact of Culture on Entrepreneur Intention”, *Information Management and Business Review*, 4 (1), 30-34.
- Salt, A. M. (2019). *Gelenekten Moderniteye Sakarya 'da Esnaf Kültürünün Değişimi*, Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Sakarya.

- Sargut, S. (2015). *Kültürler Arası Farklılaşma ve Yönetim*, İmge Kitapevi, 4.Basım, Ankara..
- Scaraboto, D., Rossi, C. A. V. and Costa, D. (2012). “How Consumers Persuade EachOther: Rhetorical Strategies of Interpersonal Influence in Online Communities”, *Brazilian Administration Review*, 9 (3), 246-267.
- Sezgin, Ş. (2010). “Piyasa Ekonomisinin Şartları ve Özelleştirme”, *Akademik İncelemeler Dergisi*, 5 (2), 154-171.
- Smith, N. R. and Miner, J. B. (1983). “Type of Entrepreneur, Type of Firm, and Managerial Motivation: Implications for Organizational Life Cycle Theory” *Strategic Management Journal*, 4 (4), 325-340.
- Soylu, Ş. (2014). “Girişimcilik Üzerinde Sosyo-Kültürel Etkiler: Türk Toplumunu İçin Genel Bir Değerlendirme”, *IV International Congress on Entrepreneurship, Bishkek/Kyrgyzstan*, 100-105.
- Suartha, N., and Suprapti, N.W.S. (2016). “Entrepreneurship for Students: The Relationship between Individual Entrepreneurial Orientation and Entrepreneurial Intention”, *European Journal of Business and Management*, 8 (11), 45-52.
- Süne, D. (2018). *Anadolu Selçuklularında Ahilik Teşkilatının Şehir Yönetimine Katkısı ve Günümüze Yansımaları*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Aksaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aksaray.
- Şimşek, Ş. ve Çelik, A. (2017). *Yönetim ve Organizasyon*, Değiştirilmiş ve Geliştirilmiş 19. Baskı Eğitim Yayınevi.
- Tavşanlı, E. (2005). *Tutumların Ölçülmesi ve SPSS ile Veri Analizi*, Ankara: Nobel Yayınları.
- Taysı, K. ve Canbaz, S. (2014). “Önlisans Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerini ve Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma”, *Electronic Journal of Vocational Colleges*, 59-67.
- Timuroğlu, M. K., ve Çakır, S. (2014). “Girişimcilerin Yeni Bir Girişim Yapma Niyetlerinin Risk Alma Eğilimi ile İlişkisi”, *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (16), 119-136.
- Tinik, M. ve Akyüz, D. (2016). “Türkiye’de Girişimcilik Kültürü Bağlamında Arge ve İnovasyon Yatırımlarının Artırılması; Eğitim Rolünün Desteklemesi”, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 11 (2), 37-44.
- Tipu, S. A. A. (2017). “Entrepreneurial Risk Taking: Themes From The Literature and Pointers For Future Research”, *International Journal of Organizational Analysis* 25 (3), 432-456.
- Tiryaki, A. (2005). “Theories of Entrepreneurship: A Critical Overview”, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (13).

- Turan, A. ve Gümüş, K. S. (2015). “Türk Dünyasında Kültür, Sosyal Dayanışma ve Birlik Köprüsü Olarak Ahilik Teşkilatı ve Bu Bağlamda Türk Devletlerine Öneriler”, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8 (41), 597-612.
- Türk Dil Kurumu (2019). www.tdk.gov.tr. (08.12.2019).
- Türkiye Esnaf ve Sanatkârlar Konfederasyonu (2021). www.tesk.org.tr. (06.01.2021).
- Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, (2020). *Türkiye'nin Kobi'leri Bülteni 2020*, Ankara.
- Uysal, S. (2013). *Onların Hikâyesi Denizli'nin Tekstil Serüveni*, Laodikya Yayınevi, Denizli.
- Wang, C. and Wong, P. (2004). “Entrepreneurial Interest in University Students in Singapore”, *Technovation*, 24 (2), 163-72.
- Weaver, M, Dickson, P. and Solomon, G. (2006), “Entrepreneurship and Education: What is Known and Not Known About the Links Between Education and Entrepreneurial Activity”, *The Small Business Economy for Data Year 2005: A report to the President, United States Government Printing Office*, Washington, 113-136.
- Weber, M. (2005), *Protestan Ahlâk ve Kapitalizmin Ruhu*, Çev. Zeynep Gürata, Ayraç Yayınevi, Ankara.
- Wilson, F., Marlino, D. and Kickull, J. (2007). “Gender, Entrepreneurial Self-Efficacy and Entrepreneurial Career Intentions: Implications for Entrepreneurship Education”, *Entrepreneurial Theory and Practice*, (31), 387-406.
- Yaghmaei, O. and Ghasemi, I. (2015). “Effects of Influential Factors on Entrepreneurial İntention of Postgraduate Students in Malaysia”, *International Letters of Social and Humanistic Sciences*, (51), 115-124.
- Yalçınsoy, A. ve Aksoy, C. (2018). “Girişimcilik Eğilimlerinin Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesi”, *Business and Economics Research Journal*, 9 (4), 901-909.
- Yaşar, M. (2014). “İstatistiğe Yönelik Tutum Ölçeği: Geçerlilik ve Güvenirlik Çalışması”, *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, (36), 59-75.
- Yavuzçehre, P. ve Özgür, H. (2006). “İl Temelli İş Dünyası STK Ortaklıklarına Bir Örnek: Denizli Platformu”, *III: Uluslararası Sivil Toplum Kuruluşları Kongre Bildiri Kitabı*, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Çanakkale.
- Yener, S. (2018). “İktisadi Kuramlar ve Girişimcilik”, *Sinop Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2 (1), 13-38.
- Yıldırım, M. H., Demirel, Y. ve İçerli, L. (2011). “İşletme Sahibi Yöneticilerin Girişimci Kişilik Özellikleri ile Girişimcilik Becerileri Arasındaki İlişkinin

Tespiti: Ankara Örneği”, *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3 (2), 189-199.

Yılmaz, B. S. ve Günel, Ö. D. (2011). “Üniversite Eğitimi ve Girişimcilik: Bireyleri Girişimciliğe Yönlendiren Etkenler Üzerine Bir Araştırma”, *Akademik Bakış Dergisi*, (26), 1-20.

Zaman, M. (2013). “Entrepreneurial Characteristics Among University Students: Implications For Entrepreneurship Education and Training in Pakistan”, *African Journal of Business Management*, 13 (8), 4053-4058.

EKLER

EK-1 Anket Formu

Sayın Katılımcı,

Bu anket Pamukkale Üniversite Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim ve Organizasyon anabilim dalı yüksek lisans öğrencisi Ecem YILMAZ tarafından hazırlanan ‘Denizli Esnaflarının Girişimcilik Özelliklerini İncelemeye Yönelik Bir Araştırma’ konulu Yüksek Lisans tezi kapsamında düzenlenmiştir. Araştırma için toplanacak veriler bilimsel çalışma dışında hiçbir yerde kullanılmayacak ve yayınlanmayacaktır.

Bilimsel çalışmaya katkı verdiğiniz için yürekten teşekkür ederiz.

Yüksek Lisans Öğrencisi: Ecem YILMAZ
yilmazecem@hotmail.com

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Ayşe İRMİŞ
airmis@pau.edu.tr

1. **Cinsiyetiniz:** Kadın Erkek
2. **Yaşınız:** 18-25 26-30 31-35 36-40 41-45 46-50 50 ve üstü
3. **Eğitim Düzeyiniz:** İlköğretim Lise Ön lisans Lisans Lisansüstü
4. **Babanızın Mesleği:** Esnaf/İşadamı İşçi/memur Çiftçi Diğer
5. **İşletme hangi sektörde faaliyet göstermektedir:**
 Tekstil Gıda Otomotiv Ayakkabıcılık
 Kuyumculuk
 Diğer (Lütfen belirtiniz):.....
6. **İşletmenizin kuruluş yılı nedir (Lütfen belirtiniz):.....**
7. **İşletmenizin kuruluş mülkiyeti nasıldır?**
 İşletmeyi kendim kurdum
 İşletme ailemden kaldı (baba, dede, anne vb.)
8. **İşletmenizin kuruluş sermayesi nasıl temin edilmiştir?**
 Kurucu, tamamen kendi öz sermayesini kullanmıştır
 Kurucu, bütün sermayesini kendi tanıdıklarından borç alarak temin etmiştir
 Kurucu, bütün sermayesini finans kurumlarından kredi alarak temin etmiştir
 Kuruluş sermayesinin bir kısmı öz sermaye bir kısmı da tanıdıklardan alınan borçla temin edilmiştir
 Kuruluş sermayesinin bir kısmı öz sermaye, bir kısmı da finans kurumlarından alınan kredidir
 Kuruluş sermayesinde öz kaynak, tanıdıklardan borç ve finans kurumlarından kredi kullanılmıştır
9. **İşletmenizin halihazırdaki mülkiyeti nasıldır?**
 Mülkiyeti tamamen bana aittir

- Aile ortaklığıdır
 Aileden olmayan kişi veya kişilerle ortaklık vardır

10. Tedarikinizi nasıl yapıyorsunuz?

- Satışını yaptığımız mamulün üretimini yapan kendimize ait işletmemiz var.
 Kendimize ait olmayan başka işletmelerden satın alıyoruz.

11. Kuruluş sermayesi haricinde son üç yıl içerisinde finans kurumlarından kredi çektiniz mi?

- Evet Hayır

12. İşletmeniz sizin mülkiyetinizin olduğu dönemde büyüme gösterdi mi?

- Evet Hayır

13. İşletmenizi gelecekte büyütme imkânınız var mı?

- Evet Hayır

14. Size göre işletmeniz kaç yıl daha faaliyetine devam eder?

- 1 yıl 2-5 yıl arası 6-10 yıl arası 11-15 yıl arası 16-20 yıl arası
 20 yıldan fazla

15. Hâlihazırda kaç çalışmanız bulunmaktadır?

- Çalışmam yok 1 kişi 2 kişi 3 kişi 4 kişi 5 kişi
 5'ten fazla

16. Son bir yıl içerisinde yaşanan pandemi dönemi ve etkileri sebebiyle işletmenizde küçülmeye gittiniz mi?

- Evet Hayır

17. Size göre bir işletmenin varlığının devam etmesinde aşağıdakilerden hangisi hangi oranda önemlidir. Lütfen şıkların yanına yüzde olarak belirtiniz ve yüzdelerinizin toplamını 100'e tamamlayınız.

- İşletme sahibinin %.....
 ahlakı.....
 Genel olarak piyasa %.....
 ahlakı.....
 Devlet katkısı ve %.....
 etkisi.....
 Değişikliklere ayak %.....
 uydurmak.....
 Yenilikçi %.....
 olmak.....
TOPLAM %100

.....

Aşağıdaki ifadeler girişimcilik özelliğiyle ilgili ifadelerdir. Bu ifadelere ne kadar katıldığınızı belirtiniz.		Hiç Katılmıyor	Katılmıyor	Kararsızım	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
1	İşimde elimden gelenin en iyisini yapmaya çalışırım.	1	2	3	4	5
2	Çok çalışkan biriyim	1	2	3	4	5
3	Mümkün olan en iyi işi yapmak benim için önemlidir.	1	2	3	4	5
4	Kendimi yapabileceğim her şeyi yapmak için zorlarım.	1	2	3	4	5
5	İşimde performansımı geliştirmek için çok çabalarım.	1	2	3	4	5
6	Hayatımdaki başarıların çoğunlukla benim yeteneğime dayandığını düşünüyorum.	1	2	3	4	5
7	Başarı ya da başarısızlıklarımda güçlü pozisyondaki insanların etkisinin büyük olduğuna inanıyorum.	1	2	3	4	5
8	Yaşamımın kendi kontrolüm altında olduğuna inanırım.	1	2	3	4	5
9	İşimdeki başarımlar genellikle şansa dayanır.	1	2	3	4	5
10	Yatırımlardan önemli finansal kazançlar elde etmek için büyük riskler alırım.	1	2	3	4	5
11	Yüksek gelir elde edebilmek için tasarruflarımın bir kısmını riskli yatırımlarda değerlendirebilirim.	1	2	3	4	5
12	Bir yatırımdan uzun vadede kâr elde edeceğim, kısa vadede para kaybetme riskini göze alırım.	1	2	3	4	5
13	Menkul kıymetler borsası benim için çok risklidir.	1	2	3	4	5
14	Bir işi bitirmeden yeni bir işe başlamaktan hoşlanmam.	1	2	3	4	5
15	Önemli bir göreve başlamadan önce onun ne kadar süreceğini bilmem gerekir.	1	2	3	4	5
16	Bir problemin çözümü olduğunu düşünmezsem, o problem benim için ilgi çekici değildir.	1	2	3	4	5
17	Karar alma sürecinde, problemle ilgili yeterli bilgi ve veri yoksa kendimi çok rahatsız hissederim.	1	2	3	4	5
18	Çözüm için belirli ve net bir cevap yoksa o problem üzerinde çalışmak istemem.	1	2	3	4	5
19	İnsanları sık sık yeni fikirlerimle şaşırtırım.	1	2	3	4	5
20	İnsanlar sık sık yaratıcı faaliyetler için benden yardım isterler.	1	2	3	4	5
21	Yeni bir fikir ortaya atmaktansa bir beceri üzerinde uzmanlaşmak beni daha fazla tatmin eder.	1	2	3	4	5
22	Yaratıcı fikirlere ihtiyaç duyulan işlerde çalışmayı tercih ederim.	1	2	3	4	5
23	Yeni bir işi genelde bana öğretildiği şekilde yapmaya devam ederim.	1	2	3	4	5
24	Yaratıcılıktan ziyade beceri ve uygulamaya yönelik bir işi tercih ederim.	1	2	3	4	5
25	Çok da yaratıcı bir insan değilim.	1	2	3	4	5
26	Aynı işi farklı yollardan deneyerek yapmaktan hoşlanırım.	1	2	3	4	5