



Denizli Esnaflarının Girişimcilik Özelliklerini İncelemeye Yönelik Bir Araştırma¹

A Research to Examine The Entrepreneurial Characteristics of Tradesmen of Denizli

Ecem YILMAZ^{2*}

Ayşe İRMIŞ³

² yilmazecem@hotmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-4520-8342>

³Pamukkale Üniversitesi, İİBF, airmis@pau.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-9088-4529>

*Yazışılan Yazar/Corresponding author

Makale Geliş/Received: 24.06.2021

Makale Kabul/Accepted: 22.09.2021

Öz

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. 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, eğitim düzeyi, 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

JEL kodları: M10, L26

Abstract

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 analyze the entrepreneurial characteristics of the tradesmen, who are an important part of the country's economy. 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, education level, the sector of activity) was analyzed 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

JEL codes: M10, L26

¹ Bu çalışma Ecem YILMAZ'ın "Denizli Esnaflarının Girişimcilik Özelliklerini İncelemeye Yönelik Bir Araştırma" başlıklı Yüksek Lisans Tezi'nden türetilmiştir.

1. 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 iktisadî politikalarla aşılamaması, küçük ve yeni işletmelere yönelik ilginin artmasına böylece küçük işletmeler için girişimcilik olgusunun daha fazla 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. Holding sahipliği, perakendecilik, kasaplık, tesisatçılık vb. geniş bir yelpaze içerisinde bir iş fikrine sahip olan, bu iş fikrini gerçeğe dönüştürebilme yetisi bulunan ve risk alabilen bireyler girişimci olarak kabul edilmektedir (Durukan, 2007: 29).

Girişimsel faaliyetlerin desteklenmesi ve geliştirilmesi ülkeler için bir zorunluluk haline gelmiştir. Ancak, ekonomik ve toplumsal hayatın temel kademe girişimcisi olan esnafların girişimcilik sürecindeki etkinliği ve işlevselliği girişimcilik literatüründe yeterince yer bulmamıştır. Hâlbuki esnafların yöre halkını üretime teşvik etmek, kişilerin gelir seviyelerini artırmak ve faaliyette bulunduğu bölgede yerel kalkınmaya öncülük etmek gibi birçok girişimsel fonksiyonu bulunmaktadır. Aynı zamanda esnafların üretim ve ticaret döngüsünde önemli bir köprü oldukları görülmektedir. Tüketicilere hizmet veren ve zanaatkâr olan esnaflar, üretim işletmelerinin kitle halinde üretilmiş ürünlerinin nihai müşteriye ulaştırılmasında ve hatta başka işletmelere bazı ara mamullerin temininde de önemli rol oynamaktadırlar. Esnafların girişimsel faaliyetleriyle ekonomik ve sosyal kalkınma için bu denli önemli rol oynuyor olması sebebiyle bu çalışmanın amacı, esnafların girişimci kişilik özelliklerini belirlemek ve analiz etmektir. Bu amaç doğrultusunda çalışmanın ilk bölümünde girişimci ve girişimcilik tanımlarına ve girişimciliğin önemine yer verilmiş ve girişimcinin özelliklerine değinilmiştir. Yapılan alan araştırmasında girişimcilik özelliklerinin belirlenebilmesi için Denizli'deki esnaflara anket çalışması yapılmış, elde edilen veriler istatistikî olarak analiz edilmiştir.

2. GİRİŞİMCİLİK

2.1. Girişimci-Girişimcilik Kavramı ve Önemi

Girişimci risk alma, öngörebilme, fırsatları değerlendirme, yaratıcı ve farklı düşüncelerle yenilik yapma ve yeni değerler yaratma sürecinin aktörüdür (Eroğlu vd., 2015: 536). Say'a göre girişimci; kaynakları yüksek verimlilik alanına doğru kaydırarak ekonomik alanda değer yaratır (Dees, 2001: 1). 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 girişimciler değişen çevre koşulları ve yaşam tarzında yaşanan gelişme ve değişmelerle inisiyatif alan, kaynakları etkin kullanabilme kapasitesine bağlı olarak ekonomik ve sosyal çevrede yeni değerler üreten ve problemleri çözme yeteneği ile riski göze alabilen kişilerdir (Özdevecioğlu ve Karaca, 2015: 19).

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). Girişimcilik en dar tanımıyla yaratıcı insan faaliyetidir ve bir örgütü kurarak, onu faaliyete geçirme sürecinde rol alan temel öğedir (İrmiş ve Özdemir, 2011: 139). 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).

2.2. Girişimcinin Özellikleri

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 ve yeniliktir (Koh, 1996: 14-17).

Başarma İhtiyacı: 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 (Apospori vd., 2005: 142).

Risk Alma Eğilimi: Risk alma, girişimcinin en önemli niteliklerinden biridir. 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).

Belirsizliğe Tolerans: Hofstede belirsizlikten kaçınma davranışını bir kültürün parçası olan bireylerin bilinmeyen ve kesin olmayan koşullarda kendini tehdit altında hissetmesiyle ilişkilendirir. Belirsizlikten kaçınmanın düşük olduğu toplumlarda bireylerin belirsizlikle mücadele etmeleri beklenir (Mueller ve Thomas, 2001: 60). Bireyler yüksek bilgi donanımı etkisinde nitelikli davranışlar sergiler ve diğer insanların içsel özelliklerine daha duyarlılık gösterirler. Bununla birlikte belirsizliğe toleransı yüksek kişiler eylemlerinde de girişimci özellikler göstermektedir (Sargut, 2001: 180).

Kendine Güven: 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 göre (1991); girişimciler girişimci olmayan bireylere göre ayırt edici nitelikte bir özgüvene sahiptir (Nasip vd., 2017: 828).

Kontrol Odağı: Kontrol odağı ilk olarak Julian B. Rotter (1954 yılında) 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. Girişimci firmaları yöneten kişilerin yüksek iç kontrol odağına sahip oldukları düşünülmektedir. Ayrıca Gatawoot ve arkadaşlarının 1995 yılında yapmış olduğu çalışmada da girişimsel faaliyetlerin başarı faktörünün içsel kontrol odaklılıkla bağlantılı olduğu vurgulanmıştır (Nasip ve vd., 2017: 828).

Yenilik: Schumpeter yenilik yapmayı, girişimciliğin en temel ve belirgin unsuru olarak görmektedir (Dinis vd., 2013: 767). Yenilik ticari faaliyetlerin yeni ve benzersiz bakış açılarıyla algılanmasını ve gerçekleştirilmesini ifade etmektedir. Bu bağlamda yenilik, hâlihazırda bilinen bir ürüne yenilik katılarak piyasaya sunulması, bir ürünün henüz ilgili endüstride olmayan yeni bir üretim veya satış yöntemiyle pazara çıkarılması, yeni hammadde veya yarı mamul tedarik kaynaklarının temin edilmesi ve yeni endüstri sanayi yapılarının oluşturulması şeklinde de gerçekleşmektedir (Karol, 2013: 90).

3. BİR GİRİŞİMCİ TİPOLOJİSİ OLARAK ESNAF GİRİŞİMCİ

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).

Esnaf hizmet veya ticaret alanında emek harcayan, tacir kadar kazanç sağlamayan (Salt, 2019: 26,33) sınırlı sermaye ile fiziki gücünü kullanarak faaliyetlerini gerçekleştiren kişilerdir. Esnafın, kısıtlı da olsa bir sermaye ve ağırlıklı beden gücü kullanarak iş kurma girişimini gerçekleştirmiş olması ve risk alması onların 'girişimci' özelliğe sahip olduğunu gösterir. Bu bağlamda, esnaf, serbest piyasa ekonomisinin önemli bir halkasını oluşturan ve sosyal dengenin oluşumuna katkı sağlayan bağımsız-özgür girişimcilerdir (Çoban ve İrmış, 2015: 30). Esnafın 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. Smith (1967) 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 girişimcilerdir (Smith ve Miner, 1983: 326). Bu kişilerin söz konusu özellikleri ile firmalarının değişen ve gelişen çevreye uyum sağlama olasılığı doğru orantılıdır. Fırsatçı girişimci özelliklerinin, şirketin ilk aşamalarından itibaren büyümesine ve gelişimine olumlu yönde katkı yaptığı düşünülür (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. Literatürde zanaat girişimcisi olarak da ifade edilen bu girişimciler, işletmenin kurulması için gerekli olan finansal desteği çoğunlukla akraba ve arkadaşlarından sağlar (Nişancı, 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).

Ülke ekonomilerinin yerel ve bölgesel pazarlarla gelişiyor olması esnaf girişimciliğinin ve

esnaf girişimcilerinin özelliklerinin bilimsel araştırmalarla incelenmesini gerekli ve önemli kılmaktadır. Özellikle sanayi bölgelerinin ekonomik gelişmesinde çok küçük fakat oldukça etkili olan esnaf girişimleri ve esnaf girişimciliğinin bilimsel araştırmalara konu olması yerel kalkınmaya da katkı sağlayacaktır.

4. DENİZLİ ESNAFLARININ GİRİŞİMCİLİK ÖZELLİKLERİNİ İNCELEMAYA YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Esnaf girişimcilerin özellikleri dikkate alınarak Denizli esnafları üzerine bir alan araştırması gerçekleştirilmiştir. Girişimcilerin sosyo-demografik özellikleri ile girişimcilik özellikleri arasında ilişki kurulması onların girişimcilik vasıflarının geliştirilmesi açısından önemlidir. Literatürde de bu konuda yapılan araştırmalar mevcuttur.

Kâhya ve İmamoğlu'nun Bayburt ve esnafları üzerine yaptıkları çalışmada (2013) katılımcıların girişimcilik özelliklerinin, demografik özelliklerine göre farklılaşp farklılaşmadığı test edilmiştir. Yapılan çalışmada esnafların yaşları ile girişimcilik özellikleri ve eğitim düzeyleri ile girişimcilik özellikleri arasında anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır.

Uzun ve Dirlik'in (2007) yaptığı araştırmada ise KOBİ sahiplerinin eğitim durumlarının girişimcilik özellikleri üzerinde pozitif yönlü etkiye sahip olduğu görülmüştür. Ayrıca, KOBİ sahiplerinin girişimcilik özelliklerinin onların işletmelerinin faaliyet süresini etkilemediği ancak KOBİ sahiplerinin girişimcilik özelliklerinin işletmelerin çalışan sayısına ve öz sermayelerine göre büyüklüğünü etkilediği görülmektedir.

Malatyalı girişimciler üzerine yapılan benzer bir çalışmada girişimcilerin çalışmakta olduğu endüstriyel faaliyet kolu, sektörde çalışma süreleri ve işletme mülkiyetine sahipliği ile girişimci özellikleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Kuvan, 2007:237,243).

4.1. Araştırmanın Amacı, Araştırma Soruları ve Hipotezler

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 girişimler, 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 (Kâhya ve İmamoğlu, 2013; Çoban ve İrmış, 2015). Literatürde esnaf girişimciliği kavramı üzerine çalışma yapılmış olmakla (Filley 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 özelliklerini ortaya koymak ve bu özellikleri analiz etmek olarak belirlenmiştir. Çalışmanın amacı doğrultusunda hazırlanan araştırma soruları şunlardır:

Araştırma Sorusu 1: Denizli esnaflarının girişimcilik özellikleri nelerdir?

Araştırma Sorusu 2: Denizli esnaflarının girişimcilik özellikleri onların sosyo-demografik özelliklerine göre farklılaşmakta mıdır?

Araştırma Sorusu 3: Denizli esnaflarının girişimcilik özellikleri onların kurdukları işletmelerin özelliklerine göre farklılaşmakta mıdır?

Araştırmanın ikinci ve üçüncü sorusu test edilmek üzere aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur.

H₁: Esnaf girişimcilerin yaşlarına göre, girişimcilik özelliklerini (alt boyutlarını) algılamaları arasında anlamlı farklılıklar vardır.

H₂: Esnaf girişimcilerin eğitim düzeylerine göre, girişimcilik özelliklerini (alt boyutlarını) algılamaları arasında anlamlı farklılıklar vardır.

H₃: Esnaf girişimcilerin faaliyette buldukları sektöre göre, girişimcilik özelliklerini (alt boyutlarını) algılamaları arasında anlamlı farklılıklar vardır.

H₄: Esnaf girişimcilerin işletmelerinin kuruluş yılına göre, girişimcilik özelliklerini (alt boyutlarını) algılamaları arasında anlamlı farklılıklar vardır.

H₅: Esnaf girişimcilerin işletmelerinin hâlihazırdaki mülkiyetine göre, girişimcilik özelliklerini (alt boyutlarını) algılamaları arasında anlamlı farklılıklar vardır.

H₆: Esnaf girişimcilerin işletmelerindeki mamulün tedarik şekline göre, girişimcilik özelliklerini (alt boyutlarını) algılamaları arasında anlamlı farklılıklar vardır.

H₇: Esnaf girişimcilerin işletmelerinin kendi mülkiyetinde olduğu dönemdeki büyüme durumlarına göre, girişimcilik özelliklerini (alt boyutlarını) algılamaları arasında anlamlı farklılıklar vardır.

H₈: Esnaf girişimcilerin işletmelerini gelecekte büyütme durumlarına göre, girişimcilik özelliklerini (alt boyutlarını) algılamaları arasında anlamlı farklılıklar vardır.

H₉: Esnaf girişimcilerin işletmelerindeki çalışan sayısına göre, girişimcilik özelliklerini (alt boyutlarını) algılamaları arasında anlamlı farklılıklar vardır.

H₁₀: Esnaf girişimcilerin işletmelerinin son bir yıl içerisinde pandemi nedeniyle küçülme durumlarına göre, girişimcilik özelliklerini (alt boyutlarını) algılamaları arasında anlamlı farklılıklar vardır.

4.2. Araştırmanın Yöntemi ve Veri Toplama Araçları

Araştırmada niceliksel veri toplama aracı olan anket tekniği kullanılmış olup, anketler katılımcılara yüz yüze anket ve elektronik posta aracılığıyla ulaştırılmıştır. Araştırma sorularına cevap aramak ve hipotezleri test etmek üzere hazırlanan ve kullanılan anket iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcıların sosyo-demografik bilgilerine ve işletmelerinin özelliklerine yönelik sorular sorulmuştur. İkinci bölümde ise esnafın 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 ifadelerle 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 aktarılarak analizlerin yapılması için hazır hale getirilmiştir. Araştırmanın geçerliliği ve güvenilirliğini ölçmek üzere faktör analizi ve güvenilirlik analizi yapılmıştır. Çalışmada yer alan veriler arasındaki farklılıkları incelemek için Independent-Samples T Test ve One-Way ANOVA testi kullanılmıştır.

4.3. 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 istatistiki analizler yapılmıştır.

4.4. Güvenilirlik ve Geçerlilik Analizleri

Çalışmada kullanılan girişimcilik ölçeği 26 ifadeden oluşmaktadır. İçsel kontrol odağı boyutu katılımcılar tarafından tam anlaşılmadığı için analize dâhil edilmemiştir. Her bir boyut için güvenilirlik katsayıları 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. Kırılmaz'ın yaptığı çalışmada ölçeğin alpha değeri 0,68 olarak çıkmıştır. Bu çalışmada ise 19 ifadeli girişimcilik ölçeği için Cronbach Alpha Değeri 0,651 olarak hesaplanmıştır.

Tablo 1'de 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 1. Girişimcilik Ölçeğine İlişkin KMO ve Bartlett's Test Sonuçları

Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem 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 2'de gösterilmektedir. 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 söz konusu boyutun oluşma sebebi araştırmanın evreninin özelliğinden kaynaklanmaktadır. Araştırmanın evrenini oluşturan kitlenin esnaflar olması, onların verdikleri cevaplar

neticesinde 'esnaf girişimciliğinin' bir özelliği olan geleneksel zanaat bilgisi boyutunun oluşmasını sağlamıştır. Keşfedici faktör analizi sonucunda çıkan beş faktörün toplam varyansı yeterli düzeyde (%58,568) açıkladığı sonucuna ulaşmıştır.

Tablo 2. Girişimcilik Ölçeği Faktör Yükleri

İfadeler	Faktör Yükü
Başarı İhtiyacı	0,765
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
Risk Alma	0,707
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
Belirsizliğe Tolerans	0,759
Karar alma sürecinde, problemle 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
Yenilik	0,657
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
Geleneksel Zanaat Bilgisi	0,679
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
<i>Açıklanan Toplam Varyans</i>	58,568
<i>Cronbach Alpha</i>	0,651

Tablo 2'de görüldüğü üzere boyutların güvenilirliğine ilişkin katsayılar; başarı ihtiyacı boyutu için 0,765, risk alma boyutu için 0,707, belirsizliğe tolerans boyutu için 0,759, yenilik boyutu için 0,657 ve geleneksel zanaat bilgisi boyutu için 0,679'dur.

4.5. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri ve İşletmelerinin Özelliklerine İlişkin Bulgular

Katılımcıların sosyo-demografik özellikleri olarak araştırmanın kapsamı bağlamında yaş dağılımı ve eğitim düzeyi incelenmiştir. Elde edilen sonuçlar Tablo 3'te gösterilmektedir.

Tablo 3. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri

	Frekans	Yüzde
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

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. Eğitim düzeylerine göre ise katılımcıların yarısından fazlası (%57,6) ilköğretim ve lise mezunu, %13,2'si ön lisans, %29,2'si lisans ve lisansüstü mezunudur.

Katılımcıların işletmelerinin özellikleri olarak, işletmenin içinde yer alan sektör, kuruluş yılları, şu anki mülkiyeti, tedarik durumu, kendi mülkiyetindeyken işletmenin büyüme durumu, işletmelerini gelecekte büyütme ihtimali, işletmedeki çalışan sayısı ve işletmenin pandemi sürecindeki durumu incelenmiştir. Elde edilen sonuçlar Tablo 4'te gösterilmektedir.

Tablo 4. Katılımcıların İşletmelerinin Özellikleri

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 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 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 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 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 4'e bakıldığında, 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. Katılımcıların %61,6'sı işletmelerini son yirmi yıl içerisinde kurarken, bunların içinden %26'sı da son beş yıl içerisinde işletmelerini kurmuştur. Katılımcıların %52,4'ünde işletme mülkiyeti sadece kendilerine aittir. %32'si aile ortaklığıyla %15,6'sı da aileden olmayan kişilerle yaptıkları ortaklıkla işletmelerini kurmuşlardır. Tablo 4 incelendiğinde, katılımcıların %20'sinin satışını yaptıkları mamulün üretimini de yapan kendilerine ait işletmelerinin olduğu ve %80'inin tedarikini başka işletmelerden yapıldığı görülmektedir. Katılımcıların %82,8'i işletmelerinin kendi mülkiyetlerinde olduğu sürede büyüme gösterdiğini ve %81,2'si de işletmelerini gelecekte büyütebileceklerini ifade etmişlerdir. Katılımcıların %30,4'ünün hiç çalışmanı bulunmamaktadır. Tablo 4'e göre katılımcıların yarısı (%50,8'i) yaşanan pandemi ve etkileri sebebiyle küçülmeye gitmiştir.

Katılımcıların bir işletmenin devamlılığın sağlanmasında etkili olduğunu düşündüğü durumların yüzdeler dilimleri, Tablo 5'de gösterilmektedir.

Tablo 5. Katılımcıların Bir İşletmenin Devamlılığın Sağlanmasında Etkili Olduğu Düşündüğü Durumların Yüzdeler Oranları

Yüzdeler Dilim (%)	İşletme Sahibinin Ahlâkı		Piyasa Ahlâkı		Devlet Katkısı ve Etkisi		Değişikliklere Ayak Uydurmak		Yenilikçi Olmak	
	Sayı	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 işletmenin 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 katılım ile işletme sahibinin ahlâkıdır (%43,8). İşletmenin devamlılığına %20-%40 arasında etkisinin olduğu düşünülen 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 5'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 5'e göre işletmenin devamlılığındaki etkisinin %40'dan daha fazla olduğunun düşünüldüğü, diğerlerine göre en yüksek oranlı unsur 'işletme sahibinin ahlâkı' olarak görülmektedir. 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 görülmektedir. Bu durumda esnafların, işletmenin devamlılığında en etkili olarak gördükleri unsur işletme sahibinin ahlâkıdır.

4.6. 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:

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

Tablo 6. Katılımcıların Girişimcilik Düzeyleri

Girişimcilik Özellikleri	Ortalama	Standart Sapma	Düzye
<i>Girişimcilik Düzeyi</i>	3,278768	1,07201	Orta
Başarı İhtiyacı	4,2842	0,55145	Yüksek
Risk Alma	2,8733	1,27645	Orta
Belirsizliğe Tolerans	2,3272	1,282474	Düşük
Yenilik	3,6728	1,15664	Yüksek
Geleneksel Zanaat Bilgisi	2,6266	1,29978	Orta

Araştırmada kullanılan girişimci kişilik özellikleri ölçeği yapılan faktör analizi sonucunda başarıma 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 esnaflar olması, onların verdikleri cevaplar neticesinde 'esnaf girişimciliğinin' bir özelliği olan geleneksel zanaat bilgisi boyutunun oluşmasını sağlamıştır. Esnafların sosyo-demografik özelliklerine ve işletmelerinin özelliklerine göre girişimcilik özelliklerinin nasıl farklılaştığını analiz etmek üzere istatistiki testler yapılmıştır. Yapılan normallik testi sonucunda girişimcilik özelliklerinin beş boyutu için elde edilen değerler +1,5 ile -1,5 aralığındadır. Bu durum verilerin normal dağıldığını ve hipotez testlerinde parametrik analiz yöntemlerinin kullanılabilceğini göstermektedir. İki grup arasında farklılıkların incelenmesi amacıyla T-testi, ikiden fazla grup farklılıklarının karşılaştırılması amacıyla ANOVA testi, gruplar arasında fark olduğunda ise farkın hangi gruplar arasında olduğunu bulabilmek için Tukey Post Hoc analizleri kullanılmıştır.

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).

4.6.1. Sosyo-Demografik Değişkenler ve Girişimcilik Özelliği Boyutları

Araştırmanın bu kısmında anket formunun ilk kısmında yer alan sosyo-demografik değişkenlerin ve işletmelerin özelliklerinin girişimci kişilik özelliği boyutlarına göre farklılaşp farklılaşmadığına dair testler yer almaktadır. Girişimcilik alt boyutlarının yaşa ilişkin farklılıkları Tablo 7'de gösterilmektedir.

Tablo 7. Girişimcilik Alt Boyutlarının Yaşa İlişkin Farklılıkları

Boyut	Yaş Grupları	Ortalama (x)	Standart Sapma	F	Levene Testi Anl.	Sig (P)	Fark
Başarı İhtiyacı	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	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. 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 artıkça 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 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. Analiz sonucunda H₁'in risk alma ve yenilik boyutunda desteklendiği diğer boyutlarda desteklenmediği görülmektedir. Girişimcilik alt boyutlarının eğitim düzeyine ilişkin farklılıkları Tablo 8'de gösterilmektedir.

Tablo 8. Girişimcilik Alt Boyutlarının Eğitim Düzeyine İlişkin Farklılıkları

Boyut	Eğitim Düzeyi	Ortalama (x̄)	Standart Sapma	F	Levene Testi Anl.	Sig (p)	Fark
Başarı İhtiyacı	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	İlköğretim	2,4634	,93357	5,732	2,182	,001	İlköğretim- Lise- Ön Lisans
	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	Ön Lisans- Lisans ve Lisansüstü
	Lise	2,5405	1,07772				
	Ön lisans	2,3030	1,12535				
	Lisans ve üstü	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 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 H₂ risk alma, belirsizliğe tolerans ve geleneksel zanaat bilgisi boyutunda desteklenmiş, diğer boyutlarda desteklenmemiştir.

4.6.2. İşletme Özelliklerinin Girişimci Kişilik Özelliği Boyutlarıyla İlişkinin Analizi

Çalışmanın bu bölümünde anket formunun ilk kısmında yer alan, katılımcı esnafların işletmelerinin özelliklerinin, onların girişimci kişilik özelliği boyutlarıyla ilişkisi yer almaktadır. Girişimcilik alt boyutlarının işletmenin içerisinde yer aldığı sektöre ilişkin farklılıkları Tablo 9'da gösterilmektedir.

Tablo 9. Girişimcilik Alt Boyutlarının Sektöre İlişkin Farklılıkları

Boyut	Sektör	Ortalama (x)	Standart Sapma	F	Levene Testi Anl.	Sig (p)	Fark
Başarı İhtiyacı	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	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				
Belirsizliğe Tolerans	Tekstil	2,2929	,82401	2,806	1,644	,017	Gıda- Otomotiv
	Gıda	2,7364	1,05634				
	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 H₃ risk alma, belirsizliğe tolerans ve yenilik boyutunda desteklenmiş, diğer boyutlarda desteklenmemiştir.

Girişimcilik alt boyutlarının işletmelerin kuruluş yıllarına ilişkin farklılıkları Tablo 10'da gösterilmektedir.

Tablo 10. Girişimcilik Alt Boyutlarının İşletmelerin Kuruluş Yıllarına İlişkin Farklılıkları

Boyut	Yıl	Ortalama (x̄)	Standart Sapma	F	Levene Testi Anl.	Sig (p)	Fark
Başarı İhtiyacı	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	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 10'da görüldüğü üzere yıllar itibariyle 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 H₄ yenilik boyutunda desteklenmiş diğer boyutlarda desteklenmemiştir.

Girişimcilik alt boyutlarının işletmelerin hâlihazırdaki mülkiyetine ilişkin farklılıkları Tablo 11'de gösterilmektedir.

Tablo 11. Girişimcilik Alt Boyutlarının İşletmelerin Hâlihazırdaki Mülkiyetine İlişkin Farklılıkları

Boyut	Mülkiyet Durumu	Ortalama (x̄)	Standart Sapma	F	Levene Testi Anl.	Sig (p)	Fark
Başarı İhtiyacı	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	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	Mülkiyeti tek bir kişide- Aile ortaklığı- Aileden olmayan kişilerle ortaklık
	Aile ortaklığıdır	2,4925	,90172				
	Aileden olmayan kişi veya kişilerle ortaklığı vardır.	1,8821	,74511				
Yenilik	Mülkiyeti tamamen bana aittir.	3,6972	,88235	,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 11'in 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 İşbirliği 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 11'e göre, H₅ sadece belirsizliğe tolerans boyutunda desteklenmiş diğer boyutlarda desteklenmemiştir.

Girişimcilik alt boyutlarının işletmelerde mamulün tedarik şekline ilişkin farklılıkları Tablo 12'de gösterilmektedir.

Tablo 12. Girişimcilik Alt Boyutlarının İşletmelerde Mamulün Tedarik Şekline İlişkin Farklılıkları

Boyut	Tedarik Şekli	N	Ortalama (x)	Standart Sapma	Sig (p)
Başarı İhtiyacı	Tedarik için kendimize ait işletmemiz var	50	4,6080	,37024	,690
	Başka işletmelerden satın alıyoruz.	200	4,6335	,41153	
Risk Alma	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	

Bağımsız t testi sonuçlarına göre $p < 0,05$ 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 H_6 belirsizliğe tolerans ve geleneksel zanaat bilgisi boyutunda desteklenmiş, diğer boyutlarda desteklenmemiştir.

Girişimcilik alt boyutlarının işletmelerde mamulün tedarik şekline ilişkin farklılıkları Tablo 13'de gösterilmektedir.

Tablo 13. Girişimcilik Alt Boyutlarının İşletmenin Katılımcıların Mülkiyetinde Olduğu Dönemde Büyümesine İlişkin Farklılıkları

Boyut	Büyüme	N	Ortalama (x̄)	Standart Sapma	Sig (p)
Başarı İhtiyacı	Evet	207	4,6440	,39170	,181
	Hayır	43	4,5535	,45111	
Risk Alma	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	

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 13'te görüldüğü üzere işletmelerinde büyüme gösteren esnafların belirsizliğe toleransları da işletmeleri büyümeyen esnaflara göre daha yüksektir. Bu sonuçlara göre H_7 risk alma, belirsizliğe tolerans ve yenilik boyutunda desteklenmiş diğer boyutlarda desteklenmemiştir.

Girişimcilik alt boyutlarının mamulün tedarik şekline ilişkin farklılıkları Tablo 14'de gösterilmektedir.

Tablo 14. Girişimcilik Alt Boyutlarının Katılımcıların İşletmelerini Gelecekte Büyütme Durumuna İlişkin Farklılıkları

Boyut	Gelecekte Büyütme Durumu	N	Ortalama (x̄)	Standart sapma	Sig (p)
Başarı İhtiyacı	Evet	203	4,6355	,39542	,566
	Hayır	47	4,5979	,43756	
Risk Alma	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	

Bağımsız t testi sonuçlarına göre ($p < 0,05$ olduğu için) risk alma ve yenilik boyutları, 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 13) verilerini destekler niteliktedir. Mevcut durumda işletmesini büyüten esnafların risk alma ve yenilik eğilimleri yüksek olduğu gibi işletmesini gelecekte de büyütme isteyen esnafların risk alma ve yenilik eğilimleri diğer esnaf grubuna göre yüksek çıkmıştır. Bu sonuçlara göre H_8 risk alma ve yenilik boyutunda desteklenmiş diğer boyutlarda desteklenmemiştir.

Tablo 15. Girişimcilik Alt Boyutlarının İşletmelerde Çalışan Sayısına İlişkin Farklılıkları

Boyut	Çalışan Sayısı	Ortalama (\bar{x})	Standart Sapma	F	Levene Testi Anl.	Sig (p)
Başarı İhtiyacı	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	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
	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 için) 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 H_9 sadece belirsizliğe tolerans boyutunda desteklenmiş diğer boyutlarda desteklenmemiştir.

Girişimcilik alt boyutlarının son bir yıl içerisinde pandemi nedeniyle küçülmeye giden işletmelere ilişkin farklılıklar Tablo 16'da gösterilmektedir.

Tablo 16. Girişimcilik 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 İhtiyacı	Evet	127	4,5914	,41593	,140
	Hayır	123	4,6667	,38723	
Risk Alma	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	

Bağımsız 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, pandemi döneminde 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 H_{10} risk alma, belirsizliğe tolerans ve geleneksel zanaat bilgisi boyutunda desteklenmiş diğer boyutlarda desteklenmemiştir.

5. 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 bu özellikleri analiz etmek olarak belirlenmiştir. Çalışmanın ilk bölümünde girişimci ve girişimcilik kavramlarının tarihsel süreçteki durumu incelenmiş ve girişimcilik özellikleri analiz edilmiştir. Girişimci tipolojisi açıklanmış, bu bağlamda esnaf girişimci kavramı hakkında bilgi verilmiştir.

Araştırmanın ikinci bölümünde esnafların sosyo-demografik özellikleri, kurdukları işletmenin özellikleri ve girişimcilik özelliklerine 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 veri toplama tekniği olarak anket 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 işletmenin mülkiyeti kendisine ait olan esnafların (%52,4) yanında, aile ortaklığına sahip olan esnaf işletmelerinin de (%32) olduğu gözlenmiştir (Tablo 4). Aileden olmayan kişilerle ortaklık kurma durumu diğerlerine oranla oldukça azdır (%15). Bu durum girişimciliği etkileyen kültürel iklimle açıklanabilir. Bir başka açıdan ise ailenin sahip olduğu girişimcilik kültürü girişimciliği ve profesyonelleşmeyi etkilemektedir. 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 dışa 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 esnaflar bu durumdan en çok etkilenen kesimlerden biridir. Yapılan çalışmada esnafların %50,8'i pandemi döneminde küçülmeye gittiğini belirtmiştir. Araştırmanın yapıldığı Ekim-Kasım-Aralık 2020 döneminde

küçülmeye gitmeyen esnaflar ise örneklemin %49,2 sini oluşturmaktadır (Tablo 4). Salgın süresince sosyal mesafe zorunluluğu, kapalı ortamlarda yüksek risk bulunması ve sokağa çıkma yasağı gibi etkenler, işyerlerinin uzun vadeli kapalı olmasına dolayısıyla esnafların 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).

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 5). Günümüzde küreselleşme ve ekonomik kalkınmayla birlikte ahlâk kavramı daha da önem kazanmıştır. Yapılan çalışmada katılımcılar işletmelerinin devamlılığının sağlanmasında en önemli unsuru işletme sahibinin ahlâkı olarak görmektedir. Bununla beraber esnaflar 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 esnafların '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 esnaflar için önemini açıklar niteliktedir.

Ekonomide önemli bir dağılım gösteren esnaflar için devlet katkısının ve etkisinin önemli olması gerekirken, araştırma bulguları katılımcıların işletmelerinin sürekliliği için devlet katkısını ve etkisini düşük düzeyde algıladıklarını göstermektedir (Tablo 5). Bu durumun çeşitli nedenleri olabileceği gibi literatür incelendiğinde; yapılan bir çalışmada esnafların sorunları arasında en dikkat çeken konunun devlete ödenen vergi unsuru olduğu görülmüştür. Sermayesi kısıtlı olan esnaflar 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 5). 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.

Çalışmada başarı ihtiyacı, risk alma eğilimi, belirsizliğe tolerans, yenilik ve geleneksel zanaat bilgisi esnafın özelliği olarak ortaya çıkmıştır (Tablo 2). Denizli esnafının girişimcilik özelliklerini belirlemek üzere her bir özelliğin ortalaması alınmıştır. Bu çerçevede esnafın 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 esnaf risk alma eğilimlerini orta seviye olarak algılamaktadırlar. Katılımcıların risk alma konusundaki çekinceleri araştırmanın diğer sorularına verilen cevaplarda da görülebilmektedir. Araştırmada örneklemin %65,2' si 18-40 yaş arasındaki esnafardan ve %14,4'ü 50 yaş ve üstü esnafardan oluşmaktadır (Tablo 3). Tablo incelendiğinde esnafın 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 esnafınla yapılan diğer çalışma sonuçlarıyla (Kâhya ve İmamoğlu, 2013) örtüşmektedir. Bununla beraber elde edilen sonuçlar içinde bulunan dönemin olumsuz etkilerinden biri olarak yorumlanabilir. Covid-19 salgınıyla beraber ekonomik krizin 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 esnafın, esnaf girişimciliğinin yanında az da olsa fırsatçı girişimcilik özelliklerini de taşıdıklarını göstermektedir. Küreselleşme ile birlikte bütün sektörlerde kendini gösteren değişimler birçok alanda yenilikler yaşanmasını kaçınılmaz kılmış (Mert ve Alan, 2020: 1060), esnaf da faaliyetlerini bu yönde gerçekleştirilmeye başlamışlardır.

Araştırmada katılımcıların sosyo-demografik 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 10 tane hipotez oluşturulmuştur. Yapılan çalışmada risk alma ve yenilik boyutlarının katılımcıların yaşlarına göre farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Tablo 7'e göre esnafın yaşı arttıkça risk alma eğilimleri düşmektedir. Yenilik boyutunun katılımcıların yaşlarına göre ilişkisi incelendiğinde yenilik boyutundaki en düşük oran 50 yaş üstünde görülmektedir (Tablo 7). Bu sonuçlara göre H₁ 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 8). 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. Başka bir ifadeyle, esnafın eğitim düzeyleri

artıkça bilgi düzeylerinin artıyor olması, belirsizliği göğüsleme ve belirsizlikle ilgili çözümler konusunda cesaretlerini de artırmaktadır. Bununla birlikte geleneksel zanaat bilgisinin en yüksek olduğu grup yine lisans ve lisansüstü eğitimi alanlardır. Bu sonuçlara göre H₂ kısmen desteklenmiştir. Çalışmada risk alma, belirsizliğe tolerans ve yenilik boyutlarının sektörlere göre anlamlı farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Tablo 9'a 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 H₃ kısmen desteklenmiştir. Araştırmada yenilik boyutunda işletmelerin kuruluş yıllarına göre anlamlı farklılık bulunmuştur. Tablo 10 incelendiğinde yakın geçmişte kurulan işletmelerin daha fazla yenilikçi değerler benimsediği görülmektedir. Buna göre H₄ kısmen desteklenmiştir. Analiz sonuçlarına göre işletmenin hâlihazırdaki mülkiyeti ve girişimcilik alt boyutları arasındaki ilişki incelendiğinde belirsizliğe tolerans boyutunda anlamlı farklılık bulunmuştur (Tablo 11). 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 H₅ kısmen desteklenmiştir. Tablo 12'ye 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 H₆ kısmen desteklenmiştir. Risk alma, belirsizliğe tolerans ve yenilik boyutları katılımcıların işletmelerinin kendi mülkiyetlerinde olduğu dönemde, işletmelerde büyüme olup olmadığına göre farklılık göstermektedir (Tablo 13). Elde edilen sonuçlara göre işletmelerinde büyüme gösteren esnafların, diğer esnaflara kıyasla risk alma, yenilik ve belirsizliğe tolerans düzeyleri yüksektir. Tablo 14 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 H₇ ve H₈ kısmen desteklenmiştir. Analiz sonuçlarına göre belirsizliğe tolerans boyutu işletmelerde çalışan sayısına göre anlamlı farklılık göstermektedir. Tablo 15'e göre çalışan sayısı arttıkça belirsizliğe toleransın yükseldiği görülmektedir. Bu bağlamda H₉ kısmen desteklenmiştir. Yapılan çalışmada risk alma, belirsizliğe tolerans ve geleneksel zanaat bilgisi boyutları pandemi döneminde küçülmeye giden işletmelere göre farklılık göstermektedir. Tablo 16 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 H₁₀ 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 (Demirer vd., 2017; Çam ve Kabadayı, 2017) ancak girişimcilik literatüründe esnafların payı yeterince önemsenmemiş, 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 geliştirmesi 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 işletmelerinin dünyaya açılmasını, ürünlerini dünyaya tanıtmalarını 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 esnaflara girişimcilik, ihracat süreçleri ve yenilikçilik hakkında eğitim, danışmanlık ve bilgi desteği sağlanmalıdır.

KAYNAKÇA

- 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., & Aafaqi R. (2008). "Perceived Entrepreneurial Success and Social Power", *Management Research*, 6(2), 121-137.
- Akçakaya, N. ve Bağrıyanık, F. M. (2019). "Esnaflara Dair Çalışmaların Kayıp Halkası: Sosyal Sermaye", *Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, (41), 313-342.
- Aksel, İ. ve Bağcı, Z. (2016). "Girişimcilik Eğilimi; Bir Kamu Üniversitesinin İİBF'sinde Öğrenim Gören Son Sınıf Öğrencilerinde Bir Araştırma", *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 5 (7), 2120-2133.
- Alvora, C., Ribeiro, D. & Salvador, R. (2007). *Entrepreneurship: Concepts, Theory and Perspective*, https://doi.org/10.1007/978-3-540-48543-8_1, Springer.
- 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., & Galanaki, E.(2005). "Entrepreneurial and Professional Ceos: Differences in Motive and Responsibility Profile", *Leadership & Organization Development Journal*, 26 (2), 141-164.
- Aytaç, S. E., Çarkoğlu, A., ve Ertan, G. (2017). "Türkiye'de Kişilerarası Sosyal Güven ve Bireysel Belirleyicileri", *ODTÜ Gelişme Dergisi*, (44), 1-25.
- Ballı, A. (2017). "Girişimcilik ve Girişimci Tipolojileri", *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (29), 143-166
- Bayrak, S. K. ve Mert, E. (2016). "Girişimcilikte Sosyal Değer İnşası: Sosyal Girişimcilik", *International Conference On Eurasian Economies*, 161-169.
- Campo, J. L. M. (2010). "The Propensity For Entrepreneurship: Psychological and Social Factors" ,*Cuadernos Latin oamericanos de Administración*, 6 (10),51-76.
- Cho, J. & Lee, J. (2006). "An İntegrated Model of Risk and Risk-Reducing Strategies", *Journal of Business Research*, 59,112-120.
- 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.
- 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.
- Dees, G. J. (2001). "The meaning of Social Entrepreneurship" *The Fuqua School of Business*, Duke University, 1-5.
- 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. & Rodrigues G.R. (2013) "Psychological Characteristics and Entrepreneurial Intentions Among Secondary Students", *Education + Training*, 55(8-9), 763-782.
- Durukan, T. (2007). "Dünden Bugüne Girişimcilik ve 21. Yüzyılda Girişimciliğin Önemi", *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 1(2), 25-37
- Eroğlu, F., Çoban, H., ve Koç, M. (2015). "Toplumsal Kalkınma ve Kadın Girişimciliği Üzerine Bir Araştırma", *International Conference On Eurasian Economies*, 534-543.
- Filley, A. C. & Aldag, R. J. (1978). "Characteristics and Measurement of an Organizational Typology" *Academy of Management Journal*, 21 (4), 578-591.
- 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.
- Gündoğdu, A. ve Çelik, Ş. (2018). "Türk Sermaye Piyasasında Kuşaklar Arasında Yatırımcı ve Portföy Farklılıkları", *Istanbul Business Research*, 47 (1), 46-63.
- Güven, H. (2020). "Covid 19 Pandemik Krizi Sürecinde E-Ticarette Meydana Gelen Değişimler", *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 7(5), 251-268.
- Halis, M., Şenkal, A. ve Türkay, O. (2009). "Kültür, Ortaklık ve Rekabet: Türkiye'ye İlişkin Rakamlar", *Journal Of Azerbaijani Studies*, 444-460.
- Heckert, T. M., Cuneio G., Hannah, A. P., Adams, P. J., Droste, H. E., Mueller, M. A., Wallis, H. A., Griffin, C. M. & Roberts, L. L. (1999). "Creation of a New Needs Assessment Questionnaire", *Journal of Social Behavior and Personality*, 15 (1), 121-136.
- Işık, N., Göktaş, D., Kılınç, E. (2011). "İktisadi Büyümede Girişimciliğin Rolü", *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 6 (1), 186-210.
- 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.
- 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.
- 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.
- Kırılmaz, S. (2012). "Sosyal Girişimciliğin Başarı Faktörlerinin Girişimci Kişilik ve Dönüştürücü Liderlik Bağlamında Araştırılması", Doktora Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Koh, H.C., (1996). "Testing Hypotheses of Entrepreneurial Characteristic: A Study of Hong Kong", *Journal of Managerial Psychology*, 11 (3), 12-25.
- Kuvan, H. (2007). "Türk Girişimcilerinin Yaşam Ve Çalışma Değerleri Malatyalı Girişimciler Üzerine Bir Araştırma", Doktora Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Mert, G. ve Alan, T. (2020). "Girişimcilerin Kriz Algısı ve Kriz ile Başa Çıkma Stratejileri", *International Social Mentality and Research Thinkers Journal*, 6 (32), 1047-1064.
- Mueller, S. L. & Thomas, A. S. (2000). "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. & Naghavi, N. (2019.) "Prioritizing Dimensions of Entrepreneurial Ecosystem: A Proposed Framework", *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9 (1), 1-21.
- Nasip, S., Amirul, S. R. , Jr Sondoh, S. L & Tanakijinal, G. H. (2017). "Psychological Characteristics and Entrepreneurial İntention", *Education + Training*, 59 (7-8), 825-840.
- Nişancı, Z. N. (2015). "Göçmen Girişimcilik Üzerine: Pittsburgh'taki Türk Girişimciler", *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 10 (1), 1-28.
- Norton, R. W. (1975). "Measurement of Ambiguity Tolerance", *Journal of Personality Assessment*, 39(6),607-619.
- 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).
- Özdevecioğlu, M. ve Karaca, M. (2015). *Girişimcilik, Girişimci Kişilik*, Konya: Eğitim Yayınevi.
- Robinson, P.B., Stimpson, D.V., Huefner, J.C., & Hunt, H.K. (1991). "An Attitude Approach to the Prediction of Entrepreneurship", *Entrepreneurship Theory & Practice*, Summer, 15(4), 13-30.
- Rotter, J.B., (1954). *Social Learning and Clinical Psychology*, Englewood Cliffs: Prectice-Hall.
- Salt, A. M. (2019). *Gelenekten Moderniteye Sakarya'da Esnaf Kültürünün Değişimi*, Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Sakarya.
- Sargut, S. (2001). *Kültürler Arası Farklılaşma ve Yönetim*, İmge Kitapevi, 2.Basım, Ankara.
- Smith, N. R. & 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.
- 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.

Uzun, E. ve Dirlik, S. (2007). "Kobi Sahiplerinin Girişimcilik, Kişilik Ve Liderlik Özelliklerinin Değerlendirilmesi: Muęla İlinde Ampirik Bir Araştırma", *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6 (11), 133-148.