



ISSN 1304-8120 | e-ISSN 2149-2786

**Araştırma Makalesi \* Research Article**

**Esnaf ve Sanatkarların Girişimcilik Tutkusu ile İlgili İş Algıları ve Davranışları:  
Bir Alan Araştırması**

**A Business Perceptions and Behaviors of Tradesmen and Craftsmen about The  
Entrepreneurial Passion: A Field Research\***

**Mustafa Tuncer OKUMUŞ**

Dr., Kahramanmaraş İstiklal Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü  
mtokumus@hotmail.com

Orcid ID: 0000-0002-6495-3252

**İsmail BAKAN**

Prof. Dr., Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi,  
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü  
ibakan63@hotmail.com

Orcid ID: 0000-0001-8644-8778

**Öz:** Girişimcilik tutkusu girişimcinin fırsatları bulma icat etme, yeni bir girişim oluşturma, var olan girişimini geliştirme faaliyetlerine yüksek bir enerji ve tutkuyla bağlanmasını sağlamaktadır. Girişimcilik tutkusu son zamanlarda uluslararası literatürde üzerinde birçok araştırma yapılan konulardan birisi iken ulusal literatürde çok az çalışma yapıldığı görülmektedir. Bu çalışmada girişimcilik tutkusunun demografik ve iş değişkenleri ile anlamlı farklılık gösterip göstermediği incelenmiştir. Çalışmada öncelikle yerli ve yabancı literatür taranmıştır. Araştırma verileri anket tekniği kullanılarak Kahramanmaraş'ta faaliyetlerini sürdüren 555 esnaf ve sanatkâr işletme sahibinden toplanmıştır. Elde edilen veriler SPSS aracılığıyla analizlere tabi tutulmuştur. Analiz kapsamında, frekans, güvenilirlik, faktör analizi, yapısal eşitlik, t testi ve ANOVA analizleri yapılmıştır. Analiz sonuçlarına göre; Genel olarak girişimcilik tutkusuna (icat etme, kurma, geliştirme) ilişkin algılar esnaf ve sanatkârların yaş, iş büyütme düşünceleri, iş kuruluş fikrinin aileden ya da araştırarak oluşturulmalarına göre anlamlı farklılık gösterdiği, icat etme tutkusuna ilişkin algıların esnaf ve sanatkârların cinsiyet ve mesleklerini başkalarına tavsiye etmelerine göre anlamlı farklılık gösterdiği, kurma tutkusuna ilişkin algıların esnaf ve sanatkârların işini severek yapmalarına ve geliştirme tutkusuna ilişkin algıların esnaf ve sanatkârların mesleklerini başkalarına tavsiye etmelerine göre anlamlı farklılık gösterdiği görülmüştür. Diğer değişkenler için anlamlı farklılık ortaya çıkmamıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Girişimcilik Tutkusu, İcat Etme Tutkusu, Kurma Tutkusu, Geliştirme Tutkusu.

**Abstract:** Entrepreneurship passion is one of the subjects on which many researches have been done in the international literature recently, but it is seen that very few studies have been done in the national literature. Entrepreneurial passion enables the entrepreneur to connect with high energy and passion to the activities of finding opportunities, inventing, creating a new venture, and developing an existing venture. In this study, it

\* Bu araştırma makalesi danışmanlığını Prof. Dr. İsmail BAKAN'ın yaptığı Dr. M. Tuncer OKUMUŞ tarafından hazırlanan "Esnaf ve Sanatkarlarda Firma Performansı Sarmalında Bireysel Etkenlerle (Girişimcilik, Özlüderlik, Kişilik) İş Tatmini ve Müşteri Tatmini İlişkisi: Kahramanmaraş'ta Alan Araştırması" isimli doktora tezine ait verilerden doktora tez çalışmasında kullanılmayan bulgular kullanılarak üretilmiştir.

Geliş Tarihi:23.08.2023

Kabul Tarihi:24.12.2023

Yayın Tarihi:31.12.2023

**Atıf:** Okumus, M.T. & Bakan, İ. (2023). Esnaf ve sanatkarların girişimcilik tutkusu ile ilgili iş algıları ve davranışları: bir alan araştırması. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(3), 1056-1072. Doi: 10.33437/ksusbd.1348224

---

was examined whether the passion for entrepreneurship differs significantly with demographic and job variables. In the study, first of all, domestic and foreign literature was scanned. Research data were collected from 555 tradesmen and artisans business owners operating in Kahramanmaraş using the survey technique. The obtained data were analyzed using SPSS. Within the scope of the analysis, frequency, reliability, factor analysis, structural equation, t test and ANOVA analyzes were performed. According to the analysis results; In general, perceptions regarding the passion for entrepreneurship (inventing, establishing, developing) differ significantly according to the age of the tradesmen and craftsmen, their thoughts on business growth, the idea of creating a business from family or through research, Perceptions of the passion to invent differ significantly according to the gender of tradesmen and craftsmen and their recommendation of their profession to others. Founding passion show a significant difference compared to doing the job fondly. Developing show a significant difference with recommending their profession to others. There was no significant difference for other variables.

**Keywords:** Entrepreneurial Passion, Inventing, Founding, Developing.

---

## GİRİŞ

Esnaf ve Sanatkârlar tacir statüsü taşımayan, ülkemizde yüzyıllardır faaliyetlerini sürdüren girişimcilerdir. Esnaf ve Sanatkârlar içerisinde geleneksel sanatları sürdürenler bulunduğu gibi yeni oluşan sektörlerde de faaliyet gösterenler bulunmaktadır.

Tutku, anlamlı faaliyetler yoluyla güçlü pozitif bir fark oluşturma arzusu ve özlemi olarak tanımlanmıştır. Tutku, bir iş fikrinin uygun şekilde işlenmesini ve önemli görevlerin yerine getirilmesini sağlayan güçlü bir duygu olarak kabul edilir. Bu nedenle, girişimciliği destekleyen ve harekete geçiren temel bir özelliktir (Dalborg ve Wincent, 2014:1). Tutku, motivasyonu teşvik ettiği, entelektüel aktiviteyi geliştirdiği ve günlük işler için anlam sağladığı için bir işe başlamanın temelini oluşturmaktadır (Anjum vd., 2021:1). Tutku uyumlu tutku ve takıntılı (obsesif) tutku olarak kavramsallaştırılmaktadır (Iyortsoon ve Shakpande, 2022:2). Cardon vd. (2009) tutkuyu, insanların tüm enerjiyle başarmayı istedikleri bir faaliyete yönelik güçlü bir duygu ve eğilim olarak tanımlamaktadır.

Tutku bir kişiyi, olası engelleri veya gelecekteki sorunları fazla düşünmeden girişim oluşturma sürecinde yapılması gerekenlere gerçekten odaklanmaya yönlendirebilir (Biraglia ve Kadile, 2017:173). Girişimcilik tutkusu yenilikçi firmalar için giderek daha önemli duruma gelmekte ve girişimcilik tutkusunun bir firmanın keşifsel yenilik stratejileri üzerinde olumlu etkiye sahip olduğu da görülmektedir (Luu ve Nguyen, 2021:794-795). Girişimcilik tutkusunun etki veya *yoğun olumlu duygular* ile bir kişi olarak bir benliğin öznel kavramı olarak kabul edilebilecek *öz-kimlik* olmak üzere iki ana bileşeni vardır (Liu vd., 2021:4).

Literatürde girişimcilik tutkusunun üç grupta ele alındığı görülmektedir. İlk olarak *icat etme tutkusu*, girişimcinin yeni fırsatları belirleme, icat etme, keşfetme ve kullanma tutkusunu yansıtmaktadır. İkincisi *kurma tutkusu*, girişimcinin pazarlama için yeni bir iş kurma ve fırsatları belirleme ile ilgili davranışsal faaliyetlere olan tutkusunu yansıtmaktadır. Üçüncüsü bir iş *geliştirme tutkusu*, yeni işin kuruluşundan sonra bakımı, geliştirilmesi ve genişletilmesini içeren bir tutkuyu yansıtmaktadır (Murad vd., 2021:53).

Girişimcilik tutkusu esnaf ve sanatkârlar için de önemlidir. Esnaf ve sanatkârların girişimcilik tutkusu algılarına göre demografik değişkenler ile iş algı ve davranışlarına yönelik literatürde çalışmaya rastlanılmamış olup bu değişkenlerin belirlenmesinin literatürdeki önemli bir boşluğu doldurabileceği değerlendirilmektedir. Bu araştırma önemli bulgular ortaya koyabilecek ve literatüre katkı sağlayabilecektir.

Son yıllarda uluslararası literatürde girişimcilik tutkusu ile ilgili birçok araştırma yapıldığı ve çalışma yoğunluğunun da giderek arttığı görülmektedir. Buna rağmen ülkemizde genel olarak girişimcilik tutkusu ile ilgili çalışmaların oldukça az olduğu görülmektedir. Aynı durum esnaf ve sanatkârlarla ilgili çalışmalarda da görülmektedir. Bu çalışma hem esnaf ve sanatkârlar hem de girişimcilik tutkusu bağlamında özgün bir çalışmadır. Bu çalışmada kullanılmış olan girişimcilik tutkusu ölçeği hem güvenilirlik hem de geçerlilik yönüyle detaylı olarak analiz edilmiştir.

Bu araştırmada icat etme tutkusunu, kurma tutkusunu, geliştirme tutkusundan oluşan girişimcilik tutkusunun yaş, eğitim durumu, cinsiyet, medeni durum, iş bŸyŸtme dŸřŸncesi, iş kuruluş fikrinin aileden ya da araştırarak oluşturulması, işini severek yapma, işinin başkalarına tavsiye etmelerine gŸre anlamlı farklılık gŸsterip gŸstermediđi araştırmanın konusunu oluşturmaktadır.

## Girişimcilik Tutkusunu

Girişimci, doğuştan gelen potansiyellerini gerçekleştirebilen ve bağımlı değil bağımsız bir karakter geliştirebilen kişidir. Bir fırsattan yararlanmak için benzersiz bir kaynak paketini bir araya getirerek değer oluşturma yolculuğuna çıkan kişidir. Bir girişimi başlatmak, cŸret etmek, yapmak, başarmak ve bir girişim inşa etmek gibi neredeyse hiç yoktan bir Őeyler inşa etme kapasitesine ve kabiliyetine sahiptir. Bir ŸrŸn veya hizmet olarak sunacakları yeni ve Ÿzel bir Őeyleri olduğuna gerçekten inanırlar. Girişimciler, iş fırsatlarını gŸrme ve değerlendirme yeteneğine sahip, bunlardan yararlanmak için gerekli kaynakları toplayan ve başarıyı sağlamak için uygun eylemleri başlatan kişiler olarak tanımlanmaktadır. Hayalleri gerçekleşmediği sŸrece hayat bir hayal olarak kalacaktır (Okpara, 2007:6). Girişimcilerin hayallerini başlatmak, gerçekleştirmek ve başarmak için ihtiyaç duydukları gŸlŸ duygu girişimcilik tutkusunu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Girişimcilik tutkusunu, yoğun duygular ve girişimci faaliyetlerle gŸlŸ Ÿzdeřleřmeyi içermektedir. Girişimcilik tutkusunun fırsatları tanıma, girişim oluşturma ve girişimin bŸyŸmesini nasıl etkilediği gibi girişimcilik sŸrecindeki rolŸ bilimsel olarak Ÿnemli ilgi gŸrmŸřtŸr (NordstrŸm vd., 2016).

Girişimcilerin inşa ettiği ve geliştirdiği firmalar kurucuların kendi yansımalarıdır (Powell ve Baker, 2014; akt., Stenholm ve Renko, 2016). Başlangıç dŸnemlerinde girişimleri iyi yanıt veren girişimcilerin girişimlere gŸlŸ bağlanma duygusu geliştirmeleri muhtemeldir. Girişimciler girişimlerinin ihtiyaçlarını karşılamak, sŸrdŸrmek ve sağlıklı işleyişi sağlamak için bŸyŸk miktarlarda çaba, duygu ve kaynaklara yatırım yapmak suretiyle dışsaldan daha çok içsel olarak kendi ihtiyaçlarını feda edebilirler. Girişimcilerin girişimcilik tutkusunu girişimin çıkarlarını Ÿncelikli hale getirmeye onları istekli hale getirmektedir (Cardon vd., 2005). Girişimcilerin, bir iş kurma ve yŸrŸtmedeki zorluklarla başa çıkabilmeleri için tutkulu olmaları gereklidir (Cardon ve Kirk, 2015).

Yitshaki ve Kropp (2016)'a gŸre girişimciler için tutku Ÿ olası kaynaktan elde edilebilir:

1. Anlamlı bir Şey yapma ihtiyaı, ilgi çekici Őeyler için arzu ve inanç duygusu.
2. Yeni bir Şey yapma, başkalarının yapamayacağı Őeylerin oluşturulması, kalıcı bir Şey yapma ve bir tatmin duygusu oluşması.
3. Heyecan duygusu ve duygusal bir enerji.

Girişimcilik tutkusunu, girişimcilerin biliş ve davranışlarını koordine eden, yenilikçiliği, devamlılığı ve nihai başarıyı ateşleyen yakıtı sağlayan (Cardon vd., 2017), girişimciyi, girişimcilik sŸrecini ve çalışanları da etkileyen bir unsurdur (Murnieks vd., 2011; Breugst vd., 2012).

Girişimcilik tutkusunu, bilinçli olarak erişilebilen, girişimcinin Ÿz kimliği için anlamlı ve belirgin olan roller ile ilişkili girişimcilik faaliyetlerinde yer alan yoğun olumlu duygulardır (Cardon vd., 2009). Girişimcilik tutkusunu, bir girişimcinin yoğun duygusal durum ve kişisel değerini yŸksek bilişsel ve davranışsal tezahŸrlere sahiptir. Yoğun duygusal duruma biliş ve davranışlar eşlik eder. Tutkulu bireyler yalnızca yoğun duygular yaşamakla kalmaz; zihinleri de son derece aktiftir (Ÿrneđin, "iş girişimi fikri hakkında dŸřŸnmeyi durduramazlar") ve tutkularını ele almak için harekete geçmeleri muhtemeldir (Chen vd., 2009). Girişimcilik tutkusunu, zaman içinde korunması gereken dinamik bir kavramdır. Başarısızlık karşısında girişimciliğe karşı olumlu duyguları sŸrdŸrme sŸrecini de içerir (Yitshaki ve Kropp, 2016). Eğer tutku mevcut değilse girişimci bağlılığı zarar gŸrebilir ve girişimin reddedilmesine veya terk edilmesine yol açabilir (Cardon vd., 2005).

Cardon vd., (2009) girişimcilik tutkusunu Ÿe ayırmaktadır (Breugst vd., 2012; Hatak vd., 2020):

1. İcat etme tutkusunu, girişimcilerin yeni fırsatları tespit etme, icat etme ve keşfetme ile ilgili faaliyetlere olan tutkusunu yansıtır. İcat etme tutkusunu, yeni ŸrŸn ve hizmetlerin geliştirilmesi, yeni pazar fırsatları için çevrenin taranması ve yeni prototiplerle çalışma ile ilişkilidir.

2. Kurma tutkusu, girişimcilerin fırsatların ticarileştirilmesi ve kullanılması için bir girişim oluşturmadaki faaliyetlere duyduğu tutkuyu yansıtır. Kurma tutkusu, yeni bir girişim oluşturmak ve sürdürmek için gerekli mali, insani ve sosyal kaynakların bir araya getirilmesiyle ilgili faaliyetlerle ilgilidir.

3. Geliştirme tutkusu, kuruluşundan sonra girişimi beslemek, büyütmek ve genişletmekle ilgili faaliyetlere duydukları tutkuyu yansıtır. Geliştirme tutkusu, satışları artırmak, yeni çalışanlar işe almak veya dış yatırımcılar bulmak için yoğun olumlu duygular içeren girişimi büyütmek ve genişletmekle ilgilidir.

Bir ülkedeki nüfusun yaş dağılımı, toplam girişimciliği ve ekonomik büyümeyi etkileyebilmekte ve nüfusları aşırı derecede yaşlı veya genç gruplara sahip olan ülkeler düşük düzeyde girişimcilik faaliyeti yaşayabilmektedir (Levesque ve Minniti, 2011:269). Orta yaşlı girişimcilerde demografik etkinin daha fazla olduğu görülmektedir (Liang vd., 2018:46). Girişimcilik tutkusuna ilişkin algılarda da esnaf ve sanatkârların yaşlarına göre anlamlı farklılık gösterebileceği değerlendirilmekte ve araştırmanın ilk üç hipotezi şu şekilde oluşturulmuştur:

H1a. İcat etme tutkusuna ilişkin algılar esnaf ve sanatkarların yaşlarına göre anlamlı farklılık gösterir.

H1b. Kurma tutkusuna ilişkin algılar esnaf ve sanatkarların yaşlarına göre anlamlı farklılık gösterir.

H1c. Geliştirme tutkusuna ilişkin algılar esnaf ve sanatkarların yaşlarına göre anlamlı farklılık gösterir.

Ensari (2017:58)'ye göre girişimcilik potansiyelini etkileyen faktörler eğitim durumuna göre farklılık göstermezken Molina (2020) tarafından yüksek eğitim düzeyinin bireyleri fırsattan yararlanmak, kendilerini zorlamak ve geliştirmek için girişimciliğe yönlendirebileceğini ifade edilmektedir. Bu çalışmada girişimcilik tutkusuna ilişkin algılarda esnaf ve sanatkârların eğitim durumlarına göre anlamlı farklılık gösterip göstermediği araştırmanın bir başka sorunsalı olup araştırma hipotezleri şu şekilde oluşturulmuştur:

H2a. İcat etme tutkusuna ilişkin algılar esnaf ve sanatkarların eğitim durumlarına göre anlamlı farklılık gösterir.

H2b. Kurma tutkusuna ilişkin algılar esnaf ve sanatkarların eğitim durumlarına göre anlamlı farklılık gösterir.

H2c. Geliştirme tutkusuna ilişkin algılar esnaf ve sanatkarların eğitim durumlarına göre anlamlı farklılık gösterir.

Genel olarak toplumsal cinsiyet üzerine düşüncelerin girişimcilikte farklı tutumların oluşumunu sağladığını göstermekte (Bruni vd., 2005:10) ve kadın girişimciliğini erkek girişimcilerden ayıran farklı özellikler bulunduğu görülmektedir (Minniti, 2009). Girişimcilik tutkusuna ilişkin algılar esnaf ve sanatkârların cinsiyetlerine göre anlamlı farklılık gösterebilecek olup oluşturulan hipotezler şu şekildedir:

H3a. İcat etme tutkusuna ilişkin algılar esnaf ve sanatkarların cinsiyetlerine göre anlamlı farklılık gösterir.

H3b. Kurma tutkusuna ilişkin algılar esnaf ve sanatkarların cinsiyetlerine göre anlamlı farklılık gösterir.

H3c. Geliştirme tutkusuna ilişkin algılar esnaf ve sanatkarların cinsiyetlerine göre anlamlı farklılık gösterir.

Parker (2008)'a göre evli bireyler bekar bireylere göre daha yüksek girişimcilik potansiyeline sahiptir. Yüceol (2018)'un girişimcilik eğilimi ile ilgili yaptığı çalışmada da evli olanların bekar olanlara göre daha yüksek girişimcilik eğilimine sahip oldukları görülmektedir. Fareed vd. (2017:32)'e göre ise kadınlarda evli olanların bekar olanlara göre girişimci olma ihtimali artmakta iken Krasniki (2009)

medeni durum ile girişimci olma ihtimali arasında anlamlı bir ilişki olmadığı sonucuna ulaşmıştır. Girişimcilik tutkusunu ile medeni durum arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını belirlemek için oluşturulan hipotezler şu şekildedir:

H<sub>4a</sub>. İcat etme tutkusuna ilişkin algılar esnaf ve sanatkarların medeni durumlarına göre anlamlı farklılık gösterir.

H<sub>4b</sub>. Kurma tutkusuna ilişkin algılar esnaf ve sanatkarların medeni durumlarına göre anlamlı farklılık gösterir.

H<sub>4c</sub>. Geliştirme tutkusuna ilişkin algılar esnaf ve sanatkarların medeni durumlarına göre anlamlı farklılık gösterir.

İş büyümesi ve özellikle erken büyüme, iş oluşturmanın ana kaynaklarından birini temsil ettiği için özel bir öneme sahiptir. Tartışmasız olarak daha düşük hırslara kıyasla yüksek büyüme hırslarının daha yüksek gerçekleşme oranlarına, daha büyük başlangıç boyutlarına ve daha yüksek büyüme oranlarına yol açması beklenir (Delmar ve Davidsson, 2006:87). Gelişmekte olan ülkelerde hem yeni kurulan hem de yerleşik firma büyüme beklentileri daha yüksek iken, en hızlı büyüyen genç firmalar ağırlıklı olarak gelişmiş ülkelerde bulunmaktadır (Terjesen ve Szerb, 2008:153). Girişimcinin firmayı kurma motivasyonu zorunluluktan ziyade bir fırsat tarafından yönlendirildiğinde girişimcilerin büyüme beklentilerinin genellikle daha yüksek gerçekleştiği bilinmektedir (Lecuna vd., 2017:151). Ülkemizde de esnaf ve sanatkâr firmalarının büyüme beklentilerini belirleyebilmek amacıyla iş büyütme düşünceleri araştırmada ele alınmış olup esnaf ve sanatkarların iş büyütme düşünceleri ile girişimcilik tutkusunu arasında anlamlı ilişki olup olmadığını belirleyebilmek için oluşturulan araştırma hipotezleri şu şekildedir:

H<sub>5a</sub>. İcat etme tutkusuna ilişkin algılar esnaf ve sanatkarların iş büyütme düşüncelerine göre anlamlı farklılık gösterir.

H<sub>5b</sub>. Kurma tutkusuna ilişkin algılar esnaf ve sanatkarların iş büyütme düşüncelerine göre anlamlı farklılık gösterir.

H<sub>5c</sub>. Geliştirme tutkusuna ilişkin algılar esnaf ve sanatkarların iş büyütme düşüncelerine göre anlamlı farklılık gösterir.

Fikir araştırması, mevcut ürünleri, hizmetleri veya süreçleri iyileştirmenin yollarını aramayı veya bunlar hakkında alternatif yollarla düşünmeye çalışmayı içerir. Fikir üretme, yenilikçi iş davranışının bir sonraki önerilen unsurudur. Fikirlerin üretilmesi, yeni ürünler, hizmetler veya süreçler, yeni pazarlara giriş, mevcut iş süreçlerindeki iyileştirmeler veya genel olarak tanımlanan sorunların çözümleri ile ilgili olabilir. Fikir üretmenin anahtarı, problemleri çözmek veya performansını artırmak için bilgi ve mevcut kavramların birleştirilmesi ve yeniden düzenlenmesini gerektirir. İyi fikir üreticileri, sorunlara veya performans boşluklarına farklı bir açıdan yaklaşır (Jong ve Hartog, 2010:24). Doğru iş fikri oluşumu bir işletme için büyük önem taşımaktadır. Esnaf ve sanatkâr işletmeleri ölçek olarak mikro ve küçük işletmeler olup esnaf ve sanatkârlar geleneksel meslekler yanı sıra güncel iş alanlarında da faaliyetlerini sürdürmektedirler. Geleneksel olarak işlerin aileden sonraki nesle aktararak devamı şeklinde olabildiği gibi aileden bağımsız olarak yenilikçi iş fikri oluşturarak yeni işletme kuruluşu da sağlanmaktadır. Araştırmanın bu bölümünde esnaf ve sanatkarların girişimcilik tutkusuna ilişkin algılarının iş kuruluş fikri oluşumunun aileden ya da araştırarak oluşturmalarına göre anlamlı farklılık olup olmadığı sorusuna cevap bulmaya yönelik oluşturulan hipotezler şu şekildedir:

H<sub>6a</sub>. İcat etme tutkusuna ilişkin algılar esnaf ve sanatkarların iş kuruluş fikrinin aileden ya da araştırarak oluşturmalarına göre anlamlı farklılık gösterir.

H<sub>6b</sub>. Kurma tutkusuna ilişkin algılar esnaf ve sanatkarların iş kuruluş fikrinin aileden ya da araştırarak oluşturmalarına göre anlamlı farklılık gösterir.

H<sub>6c</sub>. Geliştirme tutkusuna ilişkin algılar esnaf ve sanatkarların iş kuruluş fikrinin aileden ya da araştırarak oluşturmalarına göre anlamlı farklılık gösterir.

Motivasyon, bir şey yapma dürtüsü ve arzusu, içsel bir tutku ve ilgidir. İnsanlar içsel olarak motive olduklarında işlerine meydan okumak ve zevk almak için girerler. İşin kendisi motive edicidir (Okpara, 2007:4). Gerçekten sevdikleri şeyi bulmak ve yapmak, girişimcilere iş hayatında yenilenmiş, zengin ve değerli bir deneyime giden bir yol sunar. Girişimciler işlerini severek yaptıkları durumda hiç iş gibi gelmeyebilir. Bazı girişimciler çalışmayı muazzam bir eğlence olarak görürler (Porras vd., 2007; akt. Kauanui vd., 2010:56). Bireyler işlerini severek yaptıkları durumlarda işlerinden zevk alacaklar ve uğraşmaları gereken zorluklarla başa çıkmaları daha kolay olabilecektir. Araştırmanın bu bölümünde esnaf ve sanatkarların girişimcilik tutkusuna ilişkin algılarının işlerini severek yapmalarına göre anlamlı farklılık olup olmadığı araştırılmıştır. Oluşturulan hipotezler şu şekildedir:

H<sub>7a</sub>. İcat etme tutkusuna ilişkin algılar esnaf ve sanatkarların işini severek yapmalarına göre anlamlı farklılık gösterir.

H<sub>7b</sub>. Kurma tutkusuna ilişkin algılar esnaf ve sanatkarların işini severek yapmalarına göre anlamlı farklılık gösterir.

H<sub>7c</sub>. Geliştirme tutkusuna ilişkin algılar esnaf ve sanatkarların işini severek yapmalarına göre anlamlı farklılık gösterir.

Mesleği başkalarına tavsiye etmek, onların memnuniyetlerini, bağlılıklarını ve yaptıkları mesleği kabul ettiklerini gösterebilecek (Mbawuni ve Nimako, 2015:71) olup araştırmanın bu bölümünde esnaf ve sanatkarların girişimcilik tutkusuna ilişkin algılarının mesleklerini tavsiye edip etmemelerine göre anlamlı farklılık gösterip göstermediği araştırılmıştır. Oluşturulan hipotezler şu şekildedir:

H<sub>8a</sub>. İcat etme tutkusuna ilişkin algılar esnaf ve sanatkarların mesleklerini başkalarına tavsiye etmelerine göre anlamlı farklılık gösterir.

H<sub>8b</sub>. Kurma tutkusuna ilişkin algılar esnaf ve sanatkarların mesleklerini başkalarına tavsiye etmelerine göre anlamlı farklılık gösterir.

H<sub>8c</sub>. Geliştirme tutkusuna ilişkin algılar esnaf ve sanatkarların mesleklerini başkalarına tavsiye etmelerine göre anlamlı farklılık gösterir.

## ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Bu araştırmanın evrenini; Kahramanmaraş'ta var olan 40 esnaf ve sanatkâr odasına bağlı faaliyet gösteren, 23545 esnaf ve sanatkâr oluşturmaktadır. Bu evrenden %5 kabul edilebilir hata düzeyi ile 380 esnaf ve sanatkâr işletme sahibiyle anket çalışması yapılması gerektiği görülmüş ve 555 esnaf ve sanatkâr işletmesine uygulanmış olan anket verileri ile araştırma gerçekleştirilmiştir.

Araştırmada; nicel araştırma yöntemi uygulanmıştır. Çalışmanın veri toplama sürecinde anket tekniğinden yararlanılmıştır. Girişimci Tutkusu için Cardon vd.'nin (2013) çalışmalarında kullandıkları ölçek üç boyutlu olup; İcat etme boyutunda, "Sorunlara yeni çözümler bulmak benim kim olduğumun önemli bir parçasıdır." gibi önermeler bulunan 5 ifade, Kurma boyutunda, "Yeni bir işte elde edilen başarının işletmeyi büyütmesi keyiflidir." gibi önermeler bulunan 4 ifade, Geliştirme boyutunda, "Firmamı daha iyi yapmak için kendimi ve çalışanlarımı zorlamak beni motive eder." gibi önermeler bulunan 4 ifade bulunmaktadır. Ankette her bir ifade için "1.Kesinlikle Katılmıyorum", "2.Katılmıyorum", "3.Kararsızım", "4.Katılıyorum" ve "5.Kesinlikle Katılıyorum" ölçeklerinden oluşan 5 aşamalı Likert ölçeği ile değerlendirme yapılmıştır.

Bu araştırmada demografik değişken olarak yaş, eğitim durumu, cinsiyet, medeni durum araştırmada ele alınmıştır. İşle ilgili olarak ise esnaf ve sanatkarların iş büyütme düşüncesi, iş kuruluş fikrinin aileden mi geldiği araştırarak mı buldukları, işini severek yapmaları, mesleği başkalarına tavsiye etmeleri araştırma değişkenleri olarak belirlenmiştir.

### Araştırmanın Güvenilirlik ve Geçerliliği

Ölçeklerin güvenilirliğinin test edilmesinde Cronbach's Alfa ve bileşik güvenilirlik (composite reliability) kullanılmıştır. Araştırma değişkenleri ile ilgili soru sayıları ve ölçeklerin güvenilirliğine ilişkin Cronbach's alfa ve bileşik güvenilirlik değerleri Tablo 1'de yer almaktadır. Güvenirlikleri test

edilen değişkenlerden Cronbach's Alfa için "ıcat etme" 0,906, "kurma" 0,834 ve "geliştirme" 0,788 iken bileşik güvenilirlik için "ıcat etme" 0,869, "kurma" 0,813 ve "geliştirme" 0,799 değer aldığı görölmektedir. Verilerin güvenilir olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

**Tablo 1.** Girişimcilik tutkusu boyutlarına ait güvenilirlik tablosu

Değişkenler	İfade Adedi	Cronbach's Alpha	Bileşik Güvenilirlik (CR)	AVE
İcat etme	5	0,906	0,869	0,57
Kurma	4	0,834	0,813	0,52
Geliştirme	4	0,788	0,799	0,50

Tablo 2.'de ağırlıklı ortalama, medyan, std. sapma, çarpıklık ve basıklığa ait bulgular verilmiştir. Çarpıklığın -1,274 ve basıklığın 2,373 ile en yüksek değerleri aldığı ve bu bulgulara göre basıklık ve çarpıklık ile ilgili bir sorun olmadığı verilerin normal dağıldığı görölmüştür.

**Tablo 2.** Girişimcilik tutkusu boyutlarına ait ağırlıklı ortalama, medyan, std. sapma, basıklık ve çarpıklık tablosu

Değişkenler	A.Ortalama	Medyan	Std. Sapma	Çarpıklık	Basıklık
İcat etme	4,1347	4,2000	,78446	-1,274	2,045
Kurma	4,1919	4,2500	,79583	-1,256	2,373
Geliştirme	4,1850	4,2500	,70985	-,935	1,149

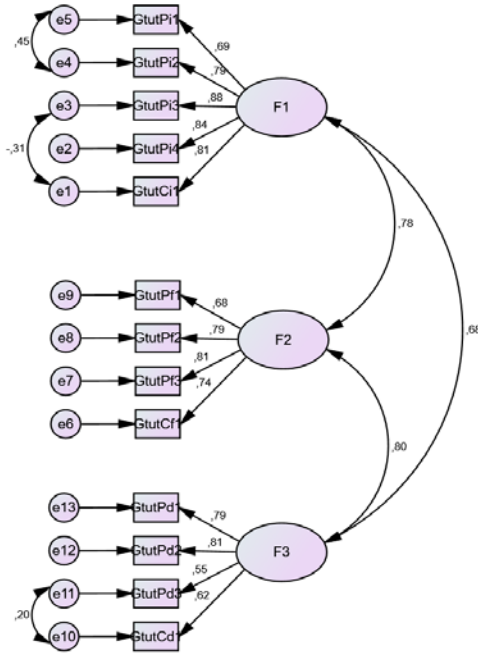
**Tablo 3.** Girişimcilik tutkusu boyutlarına ait faktör analiz bulguları

Boyut	Madde	Boyutlara ait Faktör Yükleri			Açıklanan Varyans
		1	2	3	
İcat etme	GtutPi2 Pazarlanacak ürünler/hizmetler için yeni fikirler aramak benim için eğlencelidir.	,849			53,217
	GtutPi1 Açık bulunan ve ticarileştirilebilecek piyasa ihtiyaçlarını çözmek için yeni yollar bulmak heyecan vericidir.	,803			
	GtutPi3 Mevcut ürünleri/hizmetleri nasıl daha iyi hale getireceğimi bulmak için gerekli motivasyon bende var.	,792			
	GtutPi4 Yeni fırsatlar için çevreyi araştırmak beni gerçekten heyecanlandırır.	,697			
	GtutCi1 Sorunlara yeni çözümler bulmak benim kim olduğumun önemli bir parçasıdır.	,624			
Kurma	GtutPf3 Yeni bir işte elde edilen başarının işletmeyi büyütmesi keyiflidir.		,792		9,248
	GtutPf2 Kendi firmama sahip olmak bana enerji verir.		,760		
	GtutCf1 Bir işletmenin kurucusu olmak benim kim olduğumun önemli bir parçasıdır.		,665		
	GtutPf1 Yeni firma kurmak beni heyecanlandırır.		,663		
Geliştirme	GtutPd3 Firmamı daha iyi yapmak için kendimi ve çalışanlarımı zorlamak beni motive eder.			,777	7,023
	GtutPd2 İşletmem için çalışacak doğru insanları bir araya getirmek heyecan verici.			,703	

GtutCd1 Firmamı geliştirmek ve büyütmek benim kim olduğumun önemli bir parçasıdır.	,678
GtutPd1 Ürünümü/hizmeti pazarlamak için doğru kişileri bulmayı gerçekten çok seviyorum	,667
Toplam Varyans	
69,488	
Kaiser-Meyer-Olkin KMO = 0,917, Serbestlik Derecesi (df) =78,	Ki-Kare ( $\chi^2$ ) = 4045,506, Anlamlılık Derecesi (p) = 0,000

Araştırmanın 3 değişkenini ölçen toplam 13 ifade için ölçeğin yapı geçerliliğini ölçümlemek amacıyla faktör analizi uygulanmıştır. Barlett testi sonucunda değişkenler arasında  $p=0,000<0,05$  düzeyinde ilişki bulunduğu, yapılan analiz sonucunda ( $KMO=0.917>0,60$ ) faktör analizi uygulayabilmek için örneklem büyüklüğünün yeterli olduğu anlaşılmıştır. Tablo 3.'de de görülen faktör analizi bulgularında 3 faktörden meydana gelen ölçeğin toplam açıklanan varyansının %69,488 olduğu görülmüştür. Araştırmanın 3 değişkeni (icat etme tutkusu, kurma tutkusu ve geliştirme tutkusu) için kullanılan önermeler, orijinal ölçeklerdeki yerlerini korumuştur.

**şekil 2.** Girişimcilik tutkusu ölçeği faktör yapısı



şekil 2'de görülen doğrulamalı faktör analizi bulgularıyla ilgili Tablo 4.'de verilen sağlanan uyum iyiliği değerleri: [ $X^2= 280,319$ ;  $DF=59$ ;  $X^2/DF=4,751$ ;  $NFI=0,933$ ;  $TLI=0,916$ ;  $IFI=0,946$ ;  $CFI=0,946$ ;  $RMSEA=0,082$ ]. Yapılmış olan analizde model uyum indekslerini iyileştirebilmek için modifikasyonlar yapılmış ve modifikasyon sonrası elde edilen bulgular şekil 2.' de görüldüğu gibidir. Cronbah's Alfa ve bileşik güvenilirlik bulgularına göre önermelerin güvenilir olduğu, boyutlara ait faktör analizi ve yapısal eşitlik modeli bulgularına göre de ölçeğin geçerli olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

**Tablo 4.** Girişimcilik tutkusu doğrulamalı analiz uyum iyiliği sonuçları

Uyum İyiliği Ölçütleri	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Ölçüm Modeli Sonuçları
DF (sd)	-	-	59
CMIN ( $X^2$ )	$P>0.05$ (anlamsız) olmalı	-	280,319
CMIN( $X^2$ )/DF	$< 3$	$3 \leq (X^2/df) \leq 5$	4,751
P değerleri	$.05 \leq p \leq 1.00$	$.01 \leq p \leq .05$	,000
RMSEA	$\leq .05$	$\leq .08$	,082

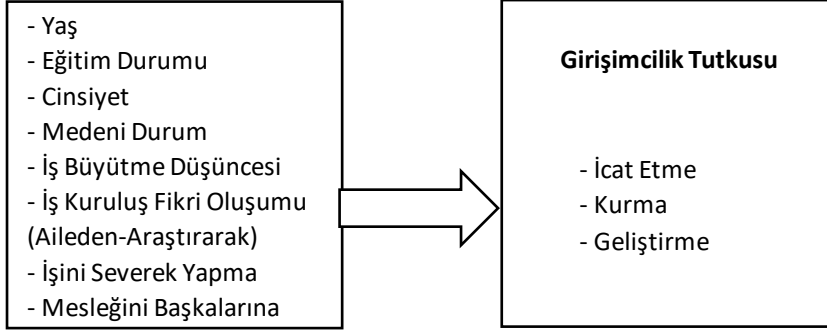


NFI	.95 ≤ NFI	.90 ≤ NFI	,933
TLI	.95 ≤ TLI	.90 ≤ TLI	,916
IFI	.95 ≤ IFI	.90 ≤ IFI	,946
CFI	.95 ≤ CFI	.90 ≤ CFI	,946

\*Gürbüz (2019:34)

## Araştırma Modeli ve Hipotezler

### Şekil 1. Araştırma modeli



H<sub>3a</sub>. İcat etme tutkusuna ilişkin algılar esnaf ve sanatkarların cinsiyetlerine göre anlamlı farklılık gösterir.

H<sub>3b</sub>. Kurma tutkusuna ilişkin algılar esnaf ve sanatkarların cinsiyetlerine göre anlamlı farklılık gösterir.

H<sub>3c</sub>. Geliştirme tutkusuna ilişkin algılar esnaf ve sanatkarların cinsiyetlerine göre anlamlı farklılık gösterir.

H<sub>4a</sub>. İcat etme tutkusuna ilişkin algılar esnaf ve sanatkarların medeni durumlarına göre anlamlı farklılık gösterir.

H<sub>4b</sub>. Kurma tutkusuna ilişkin algılar esnaf ve sanatkarların medeni durumlarına göre anlamlı farklılık gösterir.

H<sub>4c</sub>. Geliştirme tutkusuna ilişkin algılar esnaf ve sanatkarların medeni durumlarına göre anlamlı farklılık gösterir.

H<sub>5a</sub>. İcat etme tutkusuna ilişkin algılar esnaf ve sanatkarların iş büyütme düşüncelerine göre anlamlı farklılık gösterir.

H<sub>5b</sub>. Kurma tutkusuna ilişkin algılar esnaf ve sanatkarların iş büyütme düşüncelerine göre anlamlı farklılık gösterir.

H<sub>5c</sub>. Geliştirme tutkusuna ilişkin algılar esnaf ve sanatkarların iş büyütme düşüncelerine göre anlamlı farklılık gösterir.

H<sub>6a</sub>. İcat etme tutkusuna ilişkin algılar esnaf ve sanatkarların iş kuruluş fikrinin aileden ya da araştırarak oluşturulmalarına göre anlamlı farklılık gösterir.

H<sub>6b</sub>. Kurma tutkusuna ilişkin algılar esnaf ve sanatkarların iş kuruluş fikrinin aileden ya da araştırarak oluşturulmalarına göre anlamlı farklılık gösterir.

H<sub>6c</sub>. Geliştirme tutkusuna ilişkin algılar esnaf ve sanatkarların iş kuruluş fikrinin aileden ya da araştırarak oluşturulmalarına göre anlamlı farklılık gösterir.

H7a. İcat etme tutkusuna ilişkin algılar esnaf ve sanatkarların işini severek yapmalarına göre anlamlı farklılık gösterir.

H7b. Kurma tutkusuna ilişkin algılar esnaf ve sanatkarların işini severek yapmalarına göre anlamlı farklılık gösterir.

H7c. Geliştirme tutkusuna ilişkin algılar esnaf ve sanatkarların işini severek yapmalarına göre anlamlı farklılık gösterir.

H8a. İcat etme tutkusuna ilişkin algılar esnaf ve sanatkarların mesleklerini başkalarına tavsiye etmelerine göre anlamlı farklılık gösterir.

H8b. Kurma tutkusuna ilişkin algılar esnaf ve sanatkarların mesleklerini başkalarına tavsiye etmelerine göre anlamlı farklılık gösterir.

H8c. Geliştirme tutkusuna ilişkin algılar esnaf ve sanatkarların mesleklerini başkalarına tavsiye etmelerine göre anlamlı farklılık gösterir.

### Demografik Değişkenler ile İlgili Tanımlayıcı İstatistikler

**Tablo 5.** Demografik değişkenlere göre dağılım

<i>Genel Bilgiler</i>	<i>Sayı</i>	<i>%</i>	<i>Genel Bilgiler</i>	<i>Sayı</i>	<i>%</i>
<b>Cinsiyet</b>			<b>Medeni Durum</b>		
Erkek	418	75,5	Evli	443	80
Kadın	136	24,5	Bekâr	82	14,8
			Boşanmış	29	5,2
Toplam	554	100	Toplam	554	100
<b>Yaş</b>			<b>Eğitim Düzeyi</b>		
24 yaş ve altı	33	6,1	İlkokul	153	27,8
25-34 arası	122	22,6	Ortaokul	110	20,0
35-44 arası	180	33,3	Lise	203	36,8
45-54 arası	140	25,9	Ön Lisans	45	8,2
55 ve üzeri	66	12,2	Lisans	37	6,7
			Yüksek Lisans	3	0,5
Toplam	541	100	Toplam	551	100

Not: Anket formlarında bazı sorulara yanıt vermeyen kişiler olduğundan, tablolarda toplam sayı uygulanan anket sayısı olan 555'in altında olabilmektedir.

Demografik değişkenler incelendiğinde katılımcıların oranlarının;

- Erkeklerin %75,5 ve kadınların %24,5 olduğu,
- Evlilerin %80, bekârların %14,8 ve boşanmışların %5,2 olduğu,
- 24 yaş ve altındakilerin %6,1, 25-34 arası %22,6, 35-44 arası %33,3, 45-54 arası %25,9, 55 yaş ve üzeri %12,2 olduğu,
- İlkokul %27,8, ortaokul %20, lise %36,8, ön lisans %8,2, lisans %6,7, yüksek lisans %0,5 düzeyinde eğitime sahip olduğu görülmektedir.

Araştırma grubunun çoğunluğunun erkek, evli, 35 yaş ve üzerinde ve ön lisans düzeyine kadar eğitim seviyesine sahip oldukları görülmektedir.

## BULGULAR

**Tablo 6. Yaş ile ilgili anova tablosu**

	Yaş	N	AO ( $\bar{X}$ )	SS	F	Sig.
<b>İcat etme</b>	24 yaş ve altı	33	3,7944	0,99036	3,526	0,007
	25-34	118	4,2921	0,64153		
	35-44	177	4,0867	0,82793		
	45-54	137	4,2204	0,76451		
	55 ve üzeri	64	4,0500	0,78234		
	Toplam	529	4,1445	0,78672		
<b>Kurma</b>	24 yaş ve altı	33	3,7348	0,93203	5,026	0,001
	25-34	118	4,3249	0,61338		
	35-44	177	4,1403	0,79152		
	45-54	137	4,3078	0,76333		
	55 ve üzeri	64	4,1549	0,73491		
	Toplam	529	4,2013	0,76213		
<b>Geliştirme</b>	24 yaş ve altı	33	3,8485	0,72871	2,703	0,030
	25-34	118	4,2535	0,62621		
	35-44	177	4,1582	0,75357		
	45-54	137	4,2658	0,71761		
	55 ve üzeri	64	4,2214	0,64091		
	Toplam	529	4,1957	0,70720		

Tablo 6’da da görüldüğü üzere; Yaş ile icat etme tutkusu (0,007), kurma tutkusu (0,001), geliştirme tutkusu (0,03) ve genel olarak girişimcilik tutkusu arasında anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. H<sub>1a</sub>. Hipotezi (*İcat etme tutkusuna ilişkin algılar esnaf ve sanatkarların Yaşlarına göre anlamlı farklılık gösterir*), H<sub>1b</sub>. Hipotezi (*Kurma tutkusuna ilişkin algılar esnaf ve sanatkarların Yaşlarına göre anlamlı farklılık gösterir*) ve H<sub>1c</sub>. Hipotezi (*Geliştirme tutkusuna ilişkin algılar esnaf ve sanatkarların Yaşlarına göre anlamlı farklılık gösterir*) kabul edilmiştir.

**Tablo 7. Eğitim durumu ile ilgili anova tablosu**

	Eğitim durumu	N	AO ( $\bar{X}$ )	SS	F	Sig.
<b>İcat etme</b>	İlkokul	151	4,2185	0,78031	1,010	0,388
	Ortaokul	106	4,0698	0,78521		
	Lise	198	4,0966	0,79300		
	Lisans	83	4,1627	0,76309		
	Toplam	538	4,1357	0,78340		
	<b>Kurma</b>	İlkokul	151	4,2964		
Ortaokul		106	4,1006	0,82702		
Lise		198	4,1675	0,79749		
Lisans		83	4,1898	0,67679		
Toplam		538	4,1939	0,76542		
<b>Geliştirme</b>		İlkokul	151	4,2677	0,69166	2,381
	Ortaokul	106	4,0338	0,80127		
	Lise	198	4,2054	0,68542		
	Lisans	83	4,2028	0,64539		
	Toplam	538	4,1887	0,70834		

Tablo 7’de görüldüğü üzere; eğitim durumu ile icat etme tutkusu (0,388), kurma tutkusu (0,211), geliştirme tutkusu (0,069) ve genel olarak girişimcilik tutkusu arasında anlamlı farklılık olmadığı görülmektedir. H<sub>2a</sub>. Hipotezi (*İcat etme tutkusuna ilişkin algılar esnaf ve sanatkarların Eğitim durumlarına göre anlamlı farklılık gösterir*), H<sub>2b</sub>. Hipotezi (*Kurma tutkusuna ilişkin algılar esnaf ve sanatkarların Eğitim durumlarına göre anlamlı farklılık gösterir*) ve H<sub>2c</sub>. Hipotezi (*Geliştirme tutkusuna ilişkin algılar esnaf ve sanatkarların Eğitim durumlarına göre anlamlı farklılık gösterir*) kabul edilmemiştir.

**Tablo 8. Cinsiyet ile ilgili t testi sonuçları**

	Cinsiyet	N	A.O. ( $\bar{X}$ )	S.S.	S.D.	t	p
İcat etme	Erkek	407	4,0827	0,81243	539	-2,698	0,007
	Kadın	134	4,2924	0,67444			
Kurma	Erkek	407	4,1630	0,76512	539	-1,574	0,116
	Kadın	134	4,2830	0,76568			
Geliştirme	Erkek	407	4,1558	0,70544	539	-1,685	0,092
	Kadın	134	4,2749	0,72079			

Tablo 8’de görülen araştırma bulgularına göre kadın ve erkek esnaf ve sanatkarların icat etme tutkusunda anlamlı fark ( $t = -2,698, p = ,007 < 0,05$ ) olduğu bulgusu elde edilmiş olup  $H_{3a}$  hipotezi (*İcat etme tutkusuna ilişkin algılar esnaf ve sanatkarların Cinsiyetlerine göre göre anlamlı farklılık gösterir*) doğrulanmıştır. Kurma ( $t = -1,574, p = ,116 > 0,05$ ) ve geliştirmelerinde ( $t = -1,685, p = ,092 > 0,05$ ) anlamlı farklılık bulunmadığı görülmekte olup  $H_{3b}$  hipotezi (*Kurma tutkusuna ilişkin algılar esnaf ve sanatkarların Cinsiyetlerine göre göre anlamlı farklılık gösterir*) ve  $H_{3c}$  hipotezi (*Geliştirme tutkusuna ilişkin algılar esnaf ve sanatkarların Cinsiyetlerine göre göre anlamlı farklılık gösterir*) doğrulanmamıştır. Kadın girişimcilerin erkek girişimcilere göre icat etme tutkusuna daha fazla sahip oldukları anlaşılmaktadır. Kurma tutkusu ve geliştirme tutkusunda cinsiyete göre anlamlı farklılık bulunmadığı görülmektedir.

**Tablo 9. Medeni durum ile ilgili t testi sonuçları**

	Medeni durum	N	A.O. ( $\bar{X}$ )	S.S.	S.D.	t	p
İcat etme	Evli	433	4,01441	0,76793	153,017	,525	,576
	Bekar	108	4,0968	0,85359			
Kurma	Evli	433	4,2032	0,75503	156,186	,666	,487
	Bekar	108	4,1458	0,81308			
Geliştirme	Evli	433	4,1965	0,70653	539	,673	,501
	Bekar	108	4,1451	0,72509			

Tablo 9’da görülen araştırma bulgularına göre evli ve bekar esnaf ve sanatkâr girişimcilerin icat etme tutkusu ( $t = ,525, p = ,576 > 0,05$ ), kurma tutkusu ( $t = ,666, p = ,487 > 0,05$ ) ve geliştirme tutkusunda ( $t = ,673, p = ,501 > 0,05$ ) anlamlı farklılık bulunmadığı görülmekte olup  $H_{4a}$  Hipotezi (*İcat etme tutkusuna ilişkin algılar esnaf ve sanatkarların Medeni durumlarına göre anlamlı farklılık gösterir*),  $H_{4b}$  Hipotezi (*Kurma tutkusuna ilişkin algılar esnaf ve sanatkarların Medeni durumlarına göre anlamlı farklılık gösterir*) ve  $H_{4c}$  Hipotezi (*Geliştirme tutkusuna ilişkin algılar esnaf ve sanatkarların Medeni durumlarına göre anlamlı farklılık gösterir*) doğrulanmamıştır. Medeni duruma göre girişimcilik tutkusunda anlamlı farklılık bulunmadığı anlaşılmaktadır.

**Tablo 10. İş büyütme düşüncesi ile ilgili t testi sonuçları**

	İş büyütme düşüncesi	N	A.O. ( $\bar{X}$ )	S.S.	S.D.	t	p
İcat etme	Evet	395	4,2208	0,68038	196,653	3,595	0,000
	Hayır	145	3,9021	0,98501			
Kurma	Evet	395	4,2608	0,69212	206,949	3,006	0,003
	Hayır	145	4,0086	0,91886			
Geliştirme	Evet	395	4,2350	0,65056	210,593	2,452	0,015
	Hayır	145	4,0460	0,84042			

Tablo 10’da görülen araştırma bulgularına göre iş büyütme düşüncesine sahip olanlarla olmayan esnaf ve sanatkarların icat etme tutkusunda ( $t = 3,595, p = ,000 < 0,05$ ), kurma tutkusunda ( $t = 3,006, p = ,000 < 0,05$ ), geliştirme tutkusunda ( $t = 2,452, p = ,000 < 0,05$ ) anlamlı fark olduğu bulgusu elde edilmiş olup  $H_{5a}$  Hipotezi (*İcat etme tutkusuna ilişkin algılar esnaf ve sanatkarların İş Büyütme Düşüncelerine göre anlamlı farklılık gösterir*),  $H_{5b}$  Hipotezi (*Kurma tutkusuna ilişkin algılar esnaf ve sanatkarların İş Büyütme Düşüncelerine göre anlamlı farklılık gösterir*) ve  $H_{5c}$  Hipotezi (*Geliştirme tutkusuna ilişkin*

*algılar esnaf ve sanatkarların İş Büyütme Düşüncelerine göre anlamlı farklılık gösterir*) doğrulanmıştır. İş büyütme düşüncesi sahip olanların iş büyütme düşüncesine sahip olmayanlara göre icat etme tutkusunu, kurma tutkusunu, geliştirme tutkusuna ve genel olarak girişimcilik tutkusuna daha fazla sahip oldukları anlaşılmaktadır.

**Tablo 11.** İşletme kuruluş fikri oluşumu ile ilgili t testi sonuçları

	İş fikri oluşumu	N	A.O. ( $\bar{X}$ )	S.S.	S.D.	t	p
İcat etme	Aileden	252	3,9784	0,84883	537	-4,418	0,000
	Araştırarak	287	4,2734	0,70049			
Kurma	Aileden	252	4,0513	0,80506	537	-4,072	0,000
	Araştırarak	287	4,3174	0,71204			
Geliştirme	Aileden	252	4,0761	0,76079	537	-3,393	0,001
	Araştırarak	287	4,2825	0,65179			

Tablo 11’de görülen araştırma bulgularına göre iş kuruluş fikri aileden gelenle iş kuruluş fikrini kendisi araştırarak oluşturan esnaf ve sanatkarların icat etme tutkusunda ( $t = -4,418$ ,  $p = 0,000 < 0,05$ ), kurma tutkusunda ( $t = -4,072$ ,  $p = 0,000 < 0,05$ ), geliştirme tutkusunda ( $t = -3,393$ ,  $p = 0,001 < 0,05$ ) anlamlı fark olduğu bulgusu elde edilmiş olup  $H_{6a}$ . Hipotezi (*İcat etme tutkusuna ilişkin algılar esnaf ve sanatkarların İş kuruluş fikrinin aileden ya da araştırarak oluşturulmalarına göre anlamlı farklılık gösterir*),  $H_{6b}$ . Hipotezi (*Kurma tutkusuna ilişkin algılar esnaf ve sanatkarların İş kuruluş fikrinin aileden ya da araştırarak oluşturulmalarına göre anlamlı farklılık gösterir*) ve  $H_{6c}$ . Hipotezi (*Geliştirme tutkusuna ilişkin algılar esnaf ve sanatkarların İş kuruluş fikrinin aileden ya da araştırarak oluşturulmalarına göre anlamlı farklılık gösterir*) doğrulanmıştır. İş kuruluş fikrini kendisi araştırarak oluşturanların iş kuruluş fikri aileden gelenlere göre icat etme tutkusunu, kurma tutkusunu, geliştirme tutkusuna ve genel olarak girişimcilik tutkusuna daha fazla sahip oldukları anlaşılmaktadır.

**Tablo 12.** İşini severek yapma ile ilgili t testi sonuçları

	İşini severek yapma	N	A.O. ( $\bar{X}$ )	S.S.	S.D.	t	p
İcat etme	Evet	485	4,0151	0,77281	538	1,384	0,167
	Hayır	55	3,9964	0,88855			
Kurma	Evet	485	4,2158	0,74533	538	2,095	0,037
	Hayır	55	3,9879	0,92078			
Geliştirme	Evet	485	4,2064	0,68554	61,435	1,635	0,107
	Hayır	55	4,0030	0,89264			

Tablo 12’de görülen araştırma bulgularına göre işini severek yapanlar ile işini severek yapmayan esnaf ve sanatkarların kurma tutkusunda ( $t = 2,095$ ,  $p = 0,037 < 0,05$ ) anlamlı fark olduğu bulgusu elde edilmiş olup  $H_{7b}$ . Hipotezi (*Kurma tutkusuna ilişkin algılar esnaf ve sanatkarların İşini Severek Yapmalarına göre anlamlı farklılık gösterir*) doğrulanmış olup  $H_{7a}$ . Hipotezi (*İcat etme tutkusuna ilişkin algılar esnaf ve sanatkarların İşini Severek Yapmalarına göre anlamlı farklılık gösterir*) ve  $H_{7c}$ . Hipotezi (*Geliştirme tutkusuna ilişkin algılar esnaf ve sanatkarların İşini Severek Yapmalarına göre anlamlı farklılık gösterir*) doğrulanmamıştır. İşini severek yapanların işini severek yapmayanlara göre kurma tutkusuna daha fazla sahip oldukları anlaşılmaktadır. İcat etme tutkusunu ve geliştirme tutkusunda anlamlı farklılık olmadığı görülmektedir.

**Tablo 13.** Mesleğini başkalarına tavsiye etme ile ilgili t testi sonuçları

	Mesleğini tavsiye etme	N	AO ( $\bar{X}$ )	S.S.	S.D.	t	p
İcat etme	Evet	408	4,1875	0,74198	193,393	2,554	0,011
	Hayır	132	3,9686	0,88999			
Kurma	Evet	408	4,2241	0,71090	184,955	1,537	0,126
	Hayır	132	4,0903	0,91450			
Geliştirme	Evet	408	4,2394	0,65345	184,717	2,837	0,05

Tablo 13'te görülen araştırma bulgularına göre mesleğini başkalarına tavsiye eden ve etmeyen esnaf ve sanatkarların icat etme tutkusu ( $t= 2,554, p=0,011<0,05$ ) ve geliştirme tutkusunda ( $t= 2,837, p=0,05\leq 0,05$ ) anlamlı fark olduğu bulgusu elde edilmiş olup  $H_{8a}$ . Hipotezi (*İcat etme tutkusuna ilişkin algılar esnaf ve sanatkarların Mesleklerini Başkalarına Tavsiye Etmelerine göre anlamlı farklılık gösterir*) ve  $H_{8c}$ . Hipotezi (*Geliştirme tutkusuna ilişkin algılar esnaf ve sanatkarların Mesleklerini Başkalarına Tavsiye Etmelerine göre anlamlı farklılık gösterir*) doğrulanmış iken  $H_{8b}$ . Hipotezi (*Kurma tutkusuna ilişkin algılar esnaf ve sanatkarların Mesleklerini Başkalarına Tavsiye Etmelerine göre anlamlı farklılık gösterir*) doğrulanmamıştır. Mesleğini başkalarına tavsiye edenlerin tavsiye etmeyenlere göre icat etme tutkusu ve geliştirme tutkusuna daha fazla sahip oldukları anlaşılmaktadır. Kurma tutkusunda anlamlı farklılık olmadığı görülmektedir.

### SONUÇ ve TARTIŞMA

Bu araştırmanın temel amacı, esnaf ve sanatkârlarla ilgili olarak icat etme tutkusu, kurma tutkusu, geliştirme tutkusundan oluşan girişimcilik tutkusunun yaş, eğitim durumu, cinsiyet, medeni durum, iş büyütme düşüncesi, iş kuruluş fikrinin aileden ya da araştırarak oluşturulması, işini severek yapma, işinin başkalarına tavsiye etmelerine göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini belirlemektir. Ampirik analiz, aşağıda yorumlanan ve tartışılan birkaç önemli bulguya işaret etmektedir.

Öncelikle araştırma modeline göre girişimcilik tutkusuna ilişkin algıların esnaf ve sanatkarların yaşlarına göre anlamlı farklılık gösterdiğini öneren  $H_{1a}$ ,  $H_{1b}$  ve  $H_{1c}$  hipotezleri desteklenmektedir. Yaşla ilgili veriler incelendiğinde girişimcilik tutkusunun (icat etme tutkusu, kurma tutkusu, geliştirme tutkusu) 25-34 ve 45-54 yaş aralığında bulunanlarda diğer yaş gruplarına göre daha yüksek değer aldığı görülmektedir.

Bir başka bulgu olarak girişimcilik tutkusuna ilişkin algıların esnaf ve sanatkarların iş büyütme düşüncesine sahip olanların iş büyütme düşüncesine sahip olmayanlara göre anlamlı farklılık gösterdiğini öneren  $H_{5a}$ ,  $H_{5b}$  ve  $H_{5c}$  hipotezleri desteklenmektedir. İş büyütme düşüncesine sahip olanların iş büyütme düşüncesine sahip olmayanlara göre icat etme tutkusu, kurma tutkusu, geliştirme tutkusuna ve genel olarak girişimcilik tutkusuna daha fazla sahip oldukları anlaşılmaktadır.

Devamında girişimcilik tutkusuna ilişkin algıların esnaf ve sanatkarların iş kuruluş fikrinin aileden ya da araştırarak oluşturulmalarına göre anlamlı farklılık gösterdiğini öneren  $H_{6a}$ ,  $H_{6b}$  ve  $H_{6c}$  hipotezleri desteklenmektedir. İş kuruluş fikrini kendisi araştırarak oluşturanların iş kuruluş fikri aileden gelenlere göre icat etme tutkusu, kurma tutkusu, geliştirme tutkusuna ve genel olarak girişimcilik tutkusuna daha fazla sahip oldukları ortaya çıkmaktadır.

Bu araştırma bulgularına göre kadın girişimcilerin erkek girişimcilere göre icat etme tutkusuna daha fazla sahip oldukları anlaşılmaktadır. Kurma tutkusu ve geliştirme tutkusunda cinsiyete göre anlamlı farklılık bulunmamaktadır. İşini severek yapanlar işini severek yapmayanlara göre kurma tutkusuna daha fazla sahip iken icat etme tutkusu ve geliştirme tutkusunda anlamlı farklılık yoktur. Mesleğini başkalarına tavsiye edenler tavsiye etmeyenlere göre icat etme tutkusu ve geliştirme tutkusuna daha fazla sahip iken kurma tutkusunda anlamlı farklılık olmadığı görülmektedir.

Girişimcilik tutkusuna ait boyutlarla ilgili olarak araştırma bulgularına göre;

- İcat etme tutkusuna ilişkin algıların yaş, cinsiyet, iş büyütme düşüncesi, iş kuruluş fikrinin aileden ya da araştırarak oluşturulması, mesleklerini başkalarına tavsiye etmelerine göre anlamlı farklılık gösterirken eğitim durumu, medeni durum, işini severek yapmalarına göre anlamlı farklılık göstermediği,

• Kurma tutkusuna ilişkin algıların yaş, iş büyütme düşüncesi, iş kuruluş fikrinin aileden ya da araştırarak oluşturulması, işini severek yapmalarına göre anlamlı farklılık gösterirken eğitim durumu, cinsiyet, medeni durum, mesleklerini başkalarına tavsiye etmelerine göre anlamlı farklılık göstermediği,

• Geliştirme tutkusuna ilişkin algıların yaş, iş büyütme düşüncesi, iş kuruluş fikrinin aileden ya da araştırarak oluşturulması, mesleklerini başkalarına tavsiye etmelerine göre anlamlı farklılık gösterirken eğitim durumu, cinsiyet, medeni durum, işini severek yapmalarına göre anlamlı farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır.

Genel olarak girişimcilik tutkusu ele alındığında; yaş, iş büyütme düşüncesi, iş kuruluş fikrinin aileden ya da araştırarak oluşturulmasına göre üç boyut için de anlamlı farklılık varken eğitim durumu ve medeni duruma göre üç boyut için de anlamlı farklılık bulunmamaktadır.

Ulaşılabilen kaynaklara göre gerek ulusal gerekse uluslararası literatürde bu araştırma bulgularında ortaya konulan verilere benzer bulgulara rastlanılmamıştır. Bu araştırma bulguları ile girişimcilik ve girişimcilik tutkusu ile ilgili literatür genişletilmiş olup ilgili literature önemli katkı sağlandığı değerlendirilmektedir. Ortaya çıkan bulgular uygulamada esnaf ve sanatkarlarla birlikte girişimcilere rehberlik yapabilecek, sonraki araştırmacılara katkı sağlayabilecektir. Sonraki araştırmacılara daha geniş ölçekte ve farklı iş gruplarında girişimcilik tutkusu ile ilgili araştırma yapıları önerilmektedir. Hem esnaf ve sanatkarlar hem de girişimcilik tutkusu için özgün bir çalışma olan bu araştırmanın sadece bir ilde gerçekleştirilmiş olması araştırmanın kısıtlarındandır.

**Tablo 14.** Girişimcilik tutkusu ölçeği (Kaynak: Cardon vd., 2013:22)

Boyut	Madde
İcat etme	<b>Açık bulunan ve ticarileştirilebilecek piyasa ihtiyaçlarını çözmek için yeni yollar bulmak heyecan vericidir.</b> (IPF-inv <sub>1</sub> -GtutPi1)
	<b>Pazarlanacak ürünler/hizmetler için yeni fikirler aramak benim için eğlencelidir.</b> (IPF-inv <sub>2</sub> -GtutPi2)
	<b>Mevcut ürünleri/hizmetleri nasıl daha iyi hale getireceğimi bulmak için gerekli motivasyon bende var.</b> (IPF-inv <sub>3</sub> -GtutPi3)
	<b>Yeni fırsatlar için çevreyi araştırmak beni gerçekten heyecanlandırır.</b> (IPF-inv <sub>4</sub> -GtutPi4)
	<b>Sorunlara yeni çözümler bulmak benim kim olduğumun önemli bir parçasıdır.</b> (IC-inv <sub>1</sub> -GtutCi1)
Kurma	<b>Yeni firma kurmak beni heyecanlandırır.</b> (IPF-fnd <sub>1</sub> -GtutPf1)
	<b>Kendi firmama sahip olmak bana enerji verir.</b> (IPF-fnd <sub>2</sub> -GtutPf2)
	<b>Yeni bir işte elde edilen başarının işletmeyi büyütmesi keyiflidir.</b> (IPF-fnd <sub>3</sub> -GtutPf3)
	<b>Bir işletmenin kurucusu olmak benim kim olduğumun önemli bir parçasıdır.</b> (IC-fnd <sub>1</sub> -GtutCf1)
Geliştirme	<b>Ürünümü/hizmeti pazarlamak için doğru kişileri bulmayı gerçekten çok seviyorum.</b> (IPF-dev <sub>1</sub> -GtutPd1)
	<b>İşletmem için çalışacak doğru insanları bir araya getirmek heyecan verici.</b> (IPF-dev <sub>2</sub> -GtutPd2)
	<b>Firmamı daha iyi yapmak için kendimi ve çalışanlarımı zorlamak beni motive eder.</b> (IPF-dev <sub>3</sub> -GtutPd3)
	<b>Firmamı geliştirmek ve büyütme benim kim olduğumun önemli bir parçasıdır.</b> (IC-dev <sub>1</sub> -GtutCd1)

Not: Tablo içerisindeki italik kodlamalar orijinal kaynakta bulunan kodlarla bu çalışmada kullanılan kodlamaların eşleştirmelerini göstermektedir.

## KAYNAKÇA

Anjum, T., Heidler, P., Amoozegar, A. and Anees, R. T. (2021). The impact of entrepreneurial passion on the entrepreneurial intention; moderating impact of perception of university support, *Administrative Sciences*, 11(2), 1-14.

Biraglia, A. and Kadile, V. (2017). The role of entrepreneurial passion and creativity in developing entrepreneurial intentions: Insights from American homebrewers, *Journal of Small Business Management*, 55(1), 170-188. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12242>

Breugst, N., Domurath, A., Patzelt, H. and Klaukien, A., (2012). Perceptions of entrepreneurial passion and employees' commitment to entrepreneurial ventures, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(1), 171-192.

Bruni, A., Gherardi, S., and Poggio, B. (2004). *Gender and entrepreneurship: An ethnographic approach*. Routledge.

Cardon, M. S., Zietsma, C., Saporito, P., Matherne, B. P. and Davis, C. (2005). A tale of passion: new insights into entrepreneurship from parenthood metaphor, *Journal of Business Venturing*, 20(1), 23-45.

Cardon, M. S., Wincent, J., Singh, J. and Drnovsek, M. (2009). The nature and experience of entrepreneurial passion, *Academy of Management Review*, 34(3), 511-532.

Cardon, M. S., Gregoire, D. A., Stevens, C. E. ve Patel, P. C. (2013). Measuring Entrepreneurial Passion: Conceptual Foundations and Scale Validation, *Journal of Business Venturing*, 28(3), 373-396.

Cardon, M. S. and Kirk, C. P. (2015). Entrepreneurial passion as mediator of the self-efficacy to persistence relationship, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(5), 1027-1050.

Cardon, M. S., Glauser, M. and Murnieks, C. Y. (2017). Passion for what? Expanding the domains of entrepreneurial passion, *Journal of Business Venturing Insights*, 8, 24-32.

Chen, X. P., Yao, X. and Kotha, S., (2009). Entrepreneur passion and preparedness in business plan presentations: A persuasion analysis of venture capitalists' funding decisions, *Academy of Management Journal*, 52(1), 199-214.

Dalborg, C. and Wincent, J. (2015). The idea is not enough: The role of self-efficacy in mediating the relationship between pull entrepreneurship and founder passion—a research note, *International Small Business Journal*, 33(8), 974-984.

Delmar, F. and Davidsson, P. (2006). Firm size expectations of nascent entrepreneurs. İçinde: P. Davidsson, F. Delmar and J. Wiklund (Eds.), *Entrepreneurship and the Growth of Firms* (ss. 87-108). Edward Elgar Publishing.

Ensari, M. S. (2017). A study on the differences of entrepreneurship potential among generations, *Research Journal of Business and Management*, 4(1), 52-62.

Fareed, F., Gabriel, M., Lenain, P. and Reynaud, J. (2017). Financial inclusion and women entrepreneurship: Evidence from Mexico. OECD Economics Department Working Papers, No. 1411, OECD Publishing, Paris.

Hatak, I., Chang, M., Harms, R. and Wiklund, J., (2020). ADHD symptoms, entrepreneurial passion, and entrepreneurial performance, *Small Business Economics*, 1-21. <https://doi.org/10.1007/s11187-020-00397-x>

Iyortsuun, A. S. and Shakpande, C. (2022). Passion, persistence, and firm growth: Moderating role of environmental uncertainty, *BRQ Business Research Quarterly*, 1-16. <https://doi.org/10.1177/23409444211070297>.

Kauanui, S. K., Thomas, K. D., Sherman, C. L., Waters, G. R. and Gilea, M. (2010). An exploration of entrepreneurship and play, *Journal of organizational change management*, 23(1), 51-70.

Krasniqi, B. A. (2009). Personal, household and business environmental determinants of entrepreneurship, *Journal of Small Business and Enterprise Development*. 16(1), 146-166.



- Lecuna, A., Cohen, B. and Chavez, R. (2017). Characteristics of high-growth entrepreneurs in Latin America, *International Entrepreneurship and Management Journal*, 13(1), 141-159.
- Lévesque, M. and Minniti, M. (2011). Age matters: How demographics influence aggregate entrepreneurship. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 5(3), 269-284.
- Liang, J., Wang, H., and Lazear, E. P. (2018). Demographics and entrepreneurship, *Journal of Political Economy*, 126(S1), S140-S196.
- Liu, Y., Wang, W., Yuan, P. and Yuan, Y. (2021). Curvilinear relationship of entrepreneurial experience and entrepreneurial self-efficacy: Entrepreneurial passion as a moderator, *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 49(5), 1-15.
- Luu, N. and Nguyen, H. (2021). Entrepreneurial passion and a firm's innovation strategies, *Journal of Small Business Management*, 59(4), 794-818.
- Mbawuni, J. and Nimako, S. G. (2015). Modelling Job-Related and Personality Predictors of Intention to Pursue Accounting Careers among Undergraduate Students in Ghana, *World Journal of Education*, 5(1), 65-81.
- Minniti, M. (2009). Gender issues in entrepreneurship. *Foundations and Trends® in Entrepreneurship*, 5(7-8), 497-621.
- Molina, J. A. (2020). Family and entrepreneurship: New empirical and theoretical results, *Journal of Family and Economic Issues*, 41(1), 1-3.
- Murad, M., Li, C., Ashraf, S. F. and Arora, S. (2021). The influence of entrepreneurial passion in the relationship between creativity and entrepreneurial intention, *International Journal of Global Business and Competitiveness*, 16(1), 51-60.
- Murnieks, C. Y., Mosakowski, E. and Cardon, M. S. (2011). Pathways of fire: An empirical look at entrepreneurial passion, *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 31(4), 138-150.
- Nordström, C., Sirén, C. A., Thorgren, S. and Wincent, J., (2016). Passion in hybrid entrepreneurship: The impact of entrepreneurial teams and tenure, *Baltic Journal of Management*. 11(2), 167-186.
- Okpara, F. O. (2007). The value of creativity and innovation in entrepreneurship, *Journal of Asia entrepreneurship and sustainability*, 3(2), 1.
- Parker, S. C. (2008). Entrepreneurship Among Married Couples in The United States: A Simultaneous Probit Approach, *Labour Economics*, 15(3), 459-481.
- Porrás, J., Emery, S. and Thompson, M. (2007). *Success Built to Last: Creating a Life that Matters*, Pearson Education, Harlow.
- Powell, E. E. and Baker, T. (2014). It's what you make of it: founder identity and enacting strategic responses to adversity, *Academy of Management Journal*, 57(5), 1406-1433.
- Stenholm, P. and Renko, M., (2016). Passionate bricoleurs and new venture survival, *Journal of Business Venturing*, 31(5), 595-611.
- Terjesen, S. and Szerb, L. (2008). Dice thrown from the beginning? An empirical investigation of determinants of firm level growth expectations, *Estudios de economía*, 35(2), 153-178.
- Yitshaki, R. and Kropp, F., (2016). Entrepreneurial passions and identities in different contexts: A comparison between high-tech and social entrepreneurs, *Entrepreneurship & Regional Development*, 28(3-4), 206-233.
- Yüceol, N. (2018). *Girişimcilik eğitimi alan kişilerin girişimci kişilik özellikleri ve girişimcilik eğilimi arasındaki ilişki üzerine bir araştırma* [Master's thesis], İstanbul Gelişim Üniversitesi.