

Girişimciliği Etkileyen Faktörler: Eskişehir Organize Sanayi Bölgesindeki Metal Sektörü Girişimcilerine Yönelik Bir Uygulama

Factors Effecting Entrepreneurships: A Case of Entrepreneurships' Metal Sector in Eskişehir Organized Zone

Nurullah Uçkun*, Nuray Girginer**

Özet

Farklı sektörlerde girişimcilerin genel özellikleri ve girişimlerinde yaşadıkları sorunlar gibi konuların araştırılması, konuyla ilgili gerek politikaların oluşturulmasına gerekse yeni ve mevcut girişimlerin başarılarında yol gösterici olacaktır. Bu bağlamda bu çalışmanın amacı; Eskişehir Organize Sanayi Bölgesinde Metal Sanayinde faaliyet gösteren girişimcilerin profilini çıkarmak ve bu girişimcilerin girişimlerinde ekonomik anlamda destek aldıkları unsurlarla ilgili görüşlerini belirleyerek ilişkilendirmektir.

Anahtar Kelimeler: Girişimci, Girişimci Profili, Eskişehir Organize Sanayi Bölgesi.

Abstract

Researches on the general features of the entrepreneurs in different sectors and on their problems in their initiatives will serve as guides in the drafting of the policies on the subject matter and in the future and present successes of other entrepreneurship moves and initiatives. To this end, this study seeks to offer a profile of the entrepreneurs active in the metal industry based in the Eskişehir Organized Industrial Zone and identify their views on the factors that they rely on in their initiatives.

Keywords: Entrepreneurships, Entrepreneurships' profile, Eskişehir Organized Zone.

Giriş

Günümüzde rekabetin küresel bir nitelik kazanması ile birlikte girişimcilik konusu yönetim disiplini içerisinde önemli araştırma konularından biri haline gelmiştir. Girişimcilik, dünya iktisat ve sosyal tarihinde karşılaşılan en etkili ekonomik güç olarak özellikle son yirmi yıldan bu yana tartışılmaktadır (Kuratko, 2005: 577).

* Doç. Dr., Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, nuckun@ogu.edu.tr

** Doç. Dr., Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, girginer@ogu.edu.tr

Genel olarak girişimci, gereksinimleri karşılamak amacıyla iktisadi mal-hizmet üretiminin gerçekleştirilebilmesi yönünde üretim faktörlerini bir araya getiren kişidir (Karalar 2001: 13). Klasik anlamda girişimci, bir işletmenin faaliyetlerinden kaynaklanan riski, sorumluluğu ve örgüt yönetimini üstlenen kişi olarak kabul edilmekteyse de bilgi toplumuyla birlikte, kavram yeniden tanımlanarak yenilik üreten, risk alan, fırsat yakalayan ve bunları hayata geçiren kişi olarak kabul edilmiştir (Arslan, 2002: 3). Dolayısıyla, girişimcinin değişen tanımında belirleyici unsur 'yenilik' kavramı olmuştur.

Girişimcinin kim olduğunu belirlemeye yönelik yapılan tanımlarda, bazı küçük farklar olmasına rağmen, hepsinde vurgulanan ortak noktalar vardır. Bunlar yenilik yapmak, risk almak, üretim faktörlerini bir araya getirmek ve kazanç sağlamaktır (Hisrich et al. 1998: 9). Girişimcilik ise yenilik üretme, risk alma, fırsatları görme ve uygulamaya geçme faaliyetlerinin geneli olarak ifade edilebilir. Schumpeter'e göre girişimciliğin dört değişik davranışsal göstergesi bulunmaktadır. Bunlar pazara yeni bir ürün ve hizmet sunmak, üretimde yeni bir yöntem geliştirmek, henüz keşfedilmemiş bir talep boşluğu yakalamak ve bir sanayi dalında yeni bir firma kurmaktır (Karasioğlu, 2006: 149).

Girişimciliğin yoğun olduğu ülkelerde kaynakların birçok sektör arasında dengeli paylaşımı o ülkelerin rekabetçi yapıya da kavuşmasını sağlamaktadır. Küreselleşen endüstriler ve ekonomiler açısından işletme yapılanmasında ve ülke ekonomisinde son zamanlarda önem kazanan konularından biri de girişimcilik olmuştur. Ülke ekonomilerinin kalkınması ve toplumsal gelişmesinde girişimcilik, temel bir unsur olarak görülmekte ve potansiyel üretim gücünün kullanılması açısından da anahtar rol olarak araştırmalarda yer almaktadır (Okay ve Karahan, 2010:293). Bu anlamda girişimciler, riskler ve belirsizlikler karşısında sermaye oluşturmak için gerekli kaynakları toplayarak ve fırsatları yakalayarak kâr ve büyüme amacıyla yeni işler kuran kişiler olmanın yanında (Scarborough ve Zimmer, 2000: 4), vizyon, liderlik ve tutku gibi niteliklere de haiz olmalıdırlar (Isenberg, 2008: 109).

Ekonomik yapı içerisinde yer alan küçük-orta-büyük boy işletmelerin hem kendi aralarında hem de uluslararası düzeyde rekabet etmelerinin temelinde yine girişimcilik ön plana çıkmaktadır. Bu nedenle ülkelerin giri-

şimciliğe gereken önemi vermeleri, girişimciliğin önündeki engelleri ortadan kaldırmaları onlara bütün sektörlerde önemli avantajlar sağlayacaktır. Bilgi ve teknolojinin başlıca belirleyicilerin olduğu günümüz küresel rekabet ortamında ulusal ve/veya uluslararası şletmelerin yenilik ve değişim trendinde yer almaları da kaçınılmaz hale gelmiştir. Sürekli değişen ve belirsizleşen piyasa koşullarında, yeni fikirler üreten ve sunan şletmelerin başarısında girişimciye ve girişimci kültüre atfedilen önem ve pay ise bir başka gerçeklik olarak karşımıza çıkmaktadır. Nitekim yenilikçilik, girişimcilik sürecinin anahtar bir fonksiyonudur (Kuratko ve Hodgets, 1998: 122). İşyeri kurma veya iş geliştirme sürecinde yer alan yenilik getirme, ölçülebilirlik ve uyum sağlama faaliyetlerinde, (Gerber, 1997: 123) yenilik getirme ayrı bir öneme sahiptir. Girişimcilik faaliyetleri, bilhassa ülkemiz gibi gelişmekte olan ülkeler açısından, küçük şletmelerde bir iş kurmak şeklinde başlamaktadır. Ülkemiz ekonomisinde sayıca % 97'leri bulan bir konumda yer alan (Çelik ve Akgemci, 2007: 149) KOBİ şletmelerinin sahip ve yöneticilerinin girişimcilik eğilim ve yeteneklerinin incelenmesi oldukça önemli bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Girişimciliğin ortaya çıkışında kişilik ve çevre faktörlerinin de etkili olduğu savunulmaktadır. Kişilik üzerinde duran yaklaşımlar, girişimcinin sahip olduğu kişisel özellikleri ele almıştır. Girişimci kişilikle en çok araştırılan özellikler; başarıma ihtiyacı, risk almak ve denetim odağıdır(Naffziger, 1995: 21-50.). Girişimciliğin ortaya çıkışıyla ilgili çevreyi öne çıkaran yaklaşımlar ise, girişimcilerin ortaya çıkmasında pazar mekanizmaları ve devlet politikalarının etkili olduğunu vurgulamışlardır. Gelişmiş ülkelerde pazar mekanizmaları girişimci sınıfın ortaya çıkışında etkili iken; gelişmemiş ülkelerde, girişimciliğin gelişmesi hükümet politikalarının belirlediği ekonomik güdülere bağlıdır. Tüm bu görüşleri sentezleyecek olursak, kişilik girişimciliği etkileyen önemli bir faktördür, ancak girişimcilik, kişiliğin yanında, çok sayıda faktörün etkileşiminden oluşan davranışsal bir süreçtir(Girginer ve Uçkun,2004).

Bu bağlamda Eskişehir Organize Sanayi Bölgesinde Metal Sanayinde faaliyette bulunan girişimcilere yönelik bu çalışma planlanmıştır. Anket yoluyla elde edilen veriler ışığında bu sektördeki girişimcilerin sosyo-demografik özelliklerinin yanı sıra girişimlerinin kuruluş/gelişme aşamalarındaki etkili olan maddi destek unsurlarının da belirlenmesi amaçlanmıştır.

2. Metodoloji

Bu çalışmanın amacı, Eskişehir Organize Sanayi Bölgesinde (EOSB) Metal Sanayi’nde faaliyette bulunan girişimcilerin profilini ortaya koymaktır. Bu amaç doğrultusunda girişimcilerin sosyo-demografik özellikleri baz alınarak iş sürecindeki konumlanma biçimlerini ve sosyo-ekonomik süreçteki genel görünümünü ortaya koyan diğer temel değişkenler üzerinde durulmaktadır.

Araştırmanın evreni, EOSB’nde Metal Sanayinde faaliyette bulunan 83 girişimdir. Metal sektörü ürünleri hemen hemen tüm sanayi dallarında girdi olarak kullanılmaktadır ve bu nedenle metal sektörü imalat sanayinde “olmazsa olmaz” bir öneme sahiptir. Ayrıca Türkiye metal sektöründe İstanbul, Bursa, Adapazarı üçgeni ile Ankara, Eskişehir, Konya, İzmir, Denizli, Samsun, Trabzon, Kahramanmaraş ve Gaziantep gibi birçok şehir önemli üretim merkezleri olmuştur. Eskişehir’inde bu büyük merkezlerden biri olması bu sektörü seçme nedenimiz olmuştur. Araştırmada tamsayım hedeflenmişse de firmalara gönderilen anket formlarından 63 tanesinde geri dönüş olmuştur. Dolayısıyla çalışma 63 girişimciden elde edilen verilerin analizinden elde edilen bulgulara dayandırılmıştır.

Çalışmada, girişimcilerin bazı özelliklerinin yanı sıra, kuruluş ve gelişme aşamalarındaki maddi destek unsurları ile ilgili görüşleri belirlemeye yönelik olduğundan anket tekniği kullanılmıştır. Literatür izlenerek ve uzmanların görüşlerinden yararlanılarak hazırlanan anket formunda 27 soru bulunmaktadır. İlk 15 soru çoktan seçmeli sorulardan oluşurken, son 12 soru girişimcilerin şirketlerinin kuruluş/gelişme aşamalarında maddi destek anlamında etkileyen unsurların düzeylerini belirlemelerinin istendiği ki bu unsurlar (aile birikimi, yakın arkadaşlar, tedarikçiler, çalışma arkadaşı, bağımsız yatırımcı, banka, çalışanlar, eski işveren, kredi, kredi kartı, devlet desteği, eski şirket sahibi/ortakları) “tamamen etkili” düzeyinden “hiç etkili değil” düzeyine kadar 5’li semantik farklılık (likert) tipinde hazırlanmıştır.

Girişimcilik eğilimlerini belirleyebilmek için, uygulanan anketten elde edilen verilerin öncelikle frekans ve yüzdeleri hesaplanmıştır. Daha sonra, maddi destek unsurlarının boyutlandırılması amacıyla Açıklayıcı Faktör Analizi ile 4 faktör elde edilmiştir. AFA ile elde edilen faktörlere göre iki-

den fazla düzey içeren bazı değişkenler (kuruluş finansal durumu, eğitim, yaş, ebeveynlerin iş sahiplik durumu v.b) için farklılıkların olup olmadığı ANOVA ile analiz edilmiştir. Verilerin analizinde SPSS 16.0 paket programı kullanılmış ve tüm analizlerde %5 anlam düzeyi esas alınmıştır.

3. Bulgular

Çalışmaya konu edilen metal sanayiinde faaliyet gösteren 63 girişimcinin bazı demografik özelliklerine göre dağılımları Ek 1’de verilmiştir. Eskişehir Organize Sanayi Bölgesindeki Metal Sanayinde faaliyette bulunan girişimcilerin profilinin ortaya konulması amacıyla 63 girişimciye uygulanan anketten elde edilen veriler incelendiğinde; girişimcilerin %33,3’ünün 51 yaş ve üzerinde kişilerden oluştuğu, %81’inin evli olduğu, kadın girişimcilerin %7,9’u gibi oldukça düşük bir oranı oluşturdukları, %50,8’inin üniversite mezunu olmalarıyla eğitimli bir grup oluşturdukları, ESOSB’ndeki girişimcilerin büyük çoğunluğunun Eskişehir’li oldukları, dolayısıyla kendi memleketlerinde girişimlerini kurdukları, bu girişimcilerin girişimlerini daha çok sıfırdan kurdukları, şirketlerinde %25,4 oranında kendi ailelerinden kişileri çalıştırdıkları, aile üyelerinin yönetici konumunda olanların oranının %33,3 olduğu görülmektedir.

Araştırmaya konu edilen 63 girişimciye, şirketlerinin kuruluş/gelişim aşamasında maddi destek anlamında banka, devlet desteği, yakın arkadaş, kredi kartı gibi unsurların etki düzeyleriyle ilgili değerlendirmeleri ise Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1’den de görüldüğü gibi şirketlerinin kuruluş/gelişme aşamalarında girişimcilerin %66,6’sı aile birikiminin, %50,8’i yakın arkadaşların, %%54’ü tedarikçilerin, %58,7’si iş arkadaşlarının, %38,1’i bağımsız yatırımcıların, %50,8’i bankaların, %50,8’i çalışanların, %39,6’sı eski işverenlerin, %39,7’si satış kredilerinin, %36,5’i kredi kartlarının, %38,1’i devlet desteğinin, %34,9’u ise eski ortakların etkili olduğu görüşündedirler. Girişimciler kuruluş/gelişme aşamalarında firmaları için en etkili maddi destek unsuru olarak aile birikimi ile iş arkadaşlarını görürken, bu konuda maddi destek anlamında eski ortakların hiç etkili olmadıklarını düşünmektedirler.

Tablo 1: İşletmenin Kuruluş Aşamasında Maddi Destek Unsurları

Maddi Destek Unsurları	Hiç etkili değil		Pek etkili değil		Kararsızım		Etkili		Tamamen etkili	
	Frekans	Yüzde	Frekans	Yüzde	Frekans	Yüzde	Frekans	Yüzde	Frekans	Yüzde
Aile Birikimi	9	14,3	6	9,5	6	9,5	22	34,9	20	31,7
Yakın arkadaş	8	12,7	4	6,3	19	30,2	24	36,1	8	12,7
Tedarikçi	7	11,1	1	1,6	21	33,3	26	41,3	8	12,7
İş arkadaşı	4	6,3	8	12,7	14	22,2	31	49,2	6	9,5
Bağımsız yatırımcı	11	17,5	8	12,7	20	31,7	21	33,3	3	4,8
Banka	10	15,9	6	9,5	15	23,8	26	41,3	6	9,5
Çalışanlar	7	11,1	2	3,2	22	34,9	25	39,7	7	11,1
Eski işveren	21	33,3	7	11,1	10	15,9	21	33,3	4	6,3
Satış kredisi	11	17,5	7	11,1	20	31,7	18	28,6	7	11,1
Kredi kartı	13	20,6	6	9,5	21	33,3	19	30,2	4	6,3
Devletdesteği	17	27	7	11,1	15	23,8	23	36,5	1	1,6
Eski ortaklar	23	36,5	5	7,9	13	20,6	18	28,6	4	6,3

ESOSB'nde Metal Sanayinde faaliyette bulunan 63 girişimciye yönelik olarak yapılan araştırmada, girişimcilerin firmalarının kuruluş/gelişme aşamalarında maddi destek anlamında etkili olabilecek 12 unsurun boyutlandırılması amacıyla Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) uygulanmıştır.

Bir veri setine faktör analizini uygulayabilmek için, değişkenlerin birbirleri ile yüksek derecede ilişki içinde bulunması gerekmektedir. Bu amaçla ilk olarak 12 unsurlu ölçek için, modelde yer alan değişkenlere ait korelasyon matrisi incelenmiştir. Bu matriste yer alan değişkenlerin birbirleriyle ikişerli korelasyonları yüksek ve anlamlı bulunmuş ve bu yüzden faktör analizine bu 12 değişkenle devam etmenin uygun olduğu sonucuna varılmıştır.

Faktör analizi için önemli diğer bir nokta ise örneklem büyüklüğüdür. Örneklem yeterliliği için geliştirilen yöntemler arasında, en yaygın olarak kullanılan ölçütlerden biri, Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ölçütüdür. Bu ölçüt, değişkenler arasındaki basit korelasyon katsayısı ile kısmi korelasyon katsayısını karşılaştırmaya yarayan bir değerdir. Matematiksel olarak örneklem uygunluğu için Kaiser ölçütü aşağıdaki gibi ifade edilmektedir (Uçkun vd.,2009, Özdamar, 2002):

$$KMO = \frac{\sum_i \sum_j r_{ij}^2}{\sum_i \sum_j r_{ij}^2 + \sum_i \sum_j a_{ij}^2} \quad i \neq j$$

Burada, r_{ij} = i ve j değişkenlerinin basit korelasyon katsayısı,
 a_{ij} = i ve j değişkenlerinin kısmi korelasyon katsayısıdır.

Kısmi korelasyonlar basit korelasyonlardan nispi olarak küçükse, KMO indeksi 1'e yaklaşır. KMO değerlerinin sıfıra yakın olduğu durumlar ise, değişken çiftleri arasındaki korelasyonların diğer değişkenler tarafından açıklanamadığını ifade etmektedir. Diğer bir ifadeyle, KMO değerinin sıfıra yaklaşması, değişkenlere etki eden ortak bir faktörün olmadığını, dolayısıyla yöntemin uygulanmasının anlamlı olmadığını belirtmektedir. KMO indeksi değerlerini řu şekilde sınıflandırılmıştır:

1,00 – 0,90 ise “Mükemmel”	0,89 – 0,80 ise “Çok İyi”
0,79 – 0,70 ise “İyi”	0,69 – 0,60 ise “Orta”
0,59 – 0,50 ise “Zayıf”	0,50'den küçük ise reddedilir.

12 unsur için yapılan faktör analizinde $KMO=0,66$ bulunmuştur. Bu değer, yukarıdaki sınıflandırmada “Orta” grubuyla eşleşmektedir.

Bartlett küresellik testi ise, korelasyon matrisinin birim matris olup olmadığının test edilmesi için yapılmaktadır. Korelasyon matrisinin birim matris olduğu durumda değişkenler arasında hiçbir ilişki bulunmayacağından yöntemin uygulanması mümkün olmamaktadır. Bunun için:

H_0 : Korelasyon matrisi birim matristir.

H_1 : Korelasyon matrisi birim matris değildir.

şeklinde kurulan sıfır hipotezi reddedilmiştir. Böylelikle kullanılan verilerin Faktör Analizi için uygunluğu Bartlett küresellik testi ile de onaylanmıştır. Faktör türetme tekniği olarak Temel Bileşenler ve döndürme tekniği olarak Varimax uygulanan veri grubundan elde edilen AFA sonuçları, Tablo 2'de verilmiştir.

AFA sonucunda maddi destek unsurları 4 faktör altında toplanmıştır. Bu dört faktör, toplam varyansın %72,437'sini açıklamaktadır. Dört faktörlü ölçeğin güvenilirliği %80,8'dir. AFA ile belirlenen 4 faktör için ölçek puan ortalamaları hesaplanmış ve karşılaştırma analizlerinde söz konusu alt ölçek puan ortalamaları dikkate alınmıştır.

Tablo 2. Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Faktörler	Faktör yükleri	Açıklanan varyans %	Cronbach Alpha
Faktör 1"Finans kuruluşları"	4,057	23,762	0,894
Satış Kredisi	0,917		
Banka	0,884		
Kredi kartı	0,848		
Faktör 2 "Kişisel ilişkiler"	1,977	17,809	0,63
İş arkadaşı	0,749		
Çalışanlar	0,680		
Tedarikçi	0,671		
Bağımsız Yatırımcı	0,652		
Faktör 3"Kurumsal ilişkiler"	1,501	17,623	0,748
Eski Ortaklar	0,872		
Eski İşveren	0,815		
Devlet Desteği	0,587		
Factor 4 "Özkaynak"	1,158	13,243	0,597
Aile birikimi	0,785		
Yakın Arkadaş	0,756		
Kümülatif varyans % : 72,437 Cronbach Alpha: %80,8			

Çalışmada kullanılan ankette yer alan ve ikiden fazla düzey içeren (yaş, ebeveynlerin iş deneyimi, kuruluş aşaması, eğitim, iş büyüklüğü v.b) değişkenlere göre maddi destek unsurlarının etkililikleri için AFA ile belirlenen boyutlar bakımından farklılığın test edilmesinde tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılmıştır. Tablo 2'ye göre, girişimciler kuruluş aşamasında maddi destek olarak en çok finans kuruluşlarından yararlanmaktadır. Daha sonra sırasıyla kişisel ilişkiler ve kurumsal ilişkiler gelmektedir. Kuruluş aşamasında özkaynak kullanımı diğer faktörlere göre daha azdır. 2010 yılında özel sektörde borçlar, özkaynağın %120'si civarında bulunmaktadır(İSO, 2010). Her iki ölçek için alt ölçeklerin ANOVA sonuçları izleyen başlıklarda verilmiştir. Tek yönlü varyans analizi ile:

$$H_0 : \mu_1 = \mu_2 = \dots \mu_k \quad (\text{Ortalamalar arasında fark yoktur.})$$

$$H_1 : \mu_1 \neq \mu_2 \neq \dots \mu_k \quad (\text{En azından bir ortalama diğerinden farklıdır.})$$

şeklinde kurulan sıfır hipotezi test edilmiştir. Aşağıdaki tablolarda farklılık bulunan değişkenlere ilişkin ANOVA ve çoklu karşılaştırma testi Tukey için sonuçlar verilmiştir.

Girişimcilerin yaşları itibariyle maddi destek unsurlarının etki düzeylerine ilişkin görüşlerinin farklılık gösterip göstermediğini belirlemek üzere yapılan ANOVA sonucunda (Tablo 3-a), sadece birinci faktörde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur ($F=5,457$ ve $p=0,002$).

Tablo 3-a: Yaşa Göre Maddi Destek Faktörlerinin ANOVA Sonuçları

Faktörler (Alt ölçekler)	Varyans kaynağı	Kareler toplamı	s.d	Kareler ortalaması	F	p
Faktör 1 "Finans kuruluşları"	Gruplar Arası	16,903	3	5,634	5,457	,002
	Gruplar içi	60,921	59	1,033		
	Toplam	77,824	62			
Faktör 2 "Kişisel ilişkiler"	Gruplar Arası	3,599	3	1,200	1,941	,133
	Gruplar içi	36,469	59	,618		
	Toplam	40,067	62			
Faktör 3 "Kurumsal ilişkiler"	Gruplar Arası	3,321	3	1,107	,904	,445
	Gruplar içi	72,228	59	1,224		
	Toplam	75,549	62			
Faktör 4 "Özkaynak"	Gruplar Arası	3,464	3	1,155	,971	,413
	Gruplar içi	70,187	59	1,190		
	Toplam	73,651	62			

Girişimcilerin yaşlarına göre maddi destek unsurlarıyla ilgili yapılan ANOVA sonucunda birinci faktörde görülen bu farklılığın hangi yaş düzeyleri arasındaki farklılıktan kaynaklandığını belirlemek amacıyla çoklu karşılaştırma testi Tukey uygulanmıştır. Tukey testi sonuçları Tablo 3-b'de verilmiştir.

Tablo 3-b: Yaşa göre Faktör 1 "Finans Kuruluşları" için Çoklu Karşılaştırma Tukey Testi Sonuçları

	(I) Yaş	(J) Yaş	Ortalama Fark (I-J)	Std. Hata	p
Faktör 1 "Finans kuruluşları"	21-30	31-40	-,12308	,38505	,989
		41-50	,93407	,39138	,091
		50+	-,46276	,35860	,573
	31-40	21-30	,12308	,38505	,989
		41-50	1,05714*	,37761	,034
		50+	-,33968	,34352	,756
	41-50	21-30	-,93407	,39138	,091
		31-40	-1,05714*	,37761	,034
		50+	-1,39683*	,35060	,001
	50+	21-30	,46276	,35860	,573
		31-40	,33968	,34352	,756
		41-50	1,39683*	,35060	,001

Tablo 3-b'den de görüldüğü gibi 1.Faktör itibariyle istatistiksel olarak anlamlı görülen söz konusu farklılık, daha çok 41-50 yaş grubundaki girişimcilerin 50 yaş üstü ve 31-40 yaş aralığındaki girişimcilerin görüşlerindeki farklılıktan kaynaklanmaktadır. 31-40 yaş ile 50 yaş üstü girişimciler 41-50 yaş grubundaki girişimcilere göre finansal kurum ve araçların kuruluş/gelişme aşamalarında maddi destek anlamında daha çok etkili unsurlar oldukları görüşündedirler.

Girişimcilerin 20 yaşından önceki dönemlerinde iş hayatında bulunma durumları itibariyle maddi destek unsurlarının etki düzeylerine ilişkin görüşlerinin farklılık gösterip göstermediğini belirlemek üzere yapılan ANOVA sonucunda (Tablo 4-a), sadece üçüncü faktörde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur ($F=3,626$ ve $p=0,033$).

Tablo 4-a: İş hayatında bulunma durumuna Göre Maddi Destek Faktörlerinin ANOVA Sonuçları

Faktörler (Alt ölçekler)	Varyans kaynağı	Kareler toplamı	s.d	Kareler ortalaması	F	p
Faktör 1 "Finans kuruluşları"	Gruplar Arası	2,424	2	1,212	,965	,387
	Gruplar içi	75,399	60	1,257		
	Toplam	77,824	62			
Faktör 2 "Kişisel ilişkiler"	Gruplar Arası	2,392	2	1,196	1,904	,158
	Gruplar içi	37,676	60	,628		
	Toplam	40,067	62			
Faktör 3 "Kurumsal ilişkiler"	Gruplar Arası	8,146	2	4,073	3,626	,033
	Gruplar içi	67,402	60	1,123		
	Toplam	75,549	62			
Faktör 4 "Özkaynak"	Gruplar Arası	,255	2	,128	,104	,901
	Gruplar içi	73,396	60	1,223		
	Toplam	73,651	62			

Girişimcilerin 20 yaşından önce iş hayatında bulunma durumlarına göre maddi destek unsurlarıyla ilgili yapılan ANOVA sonucunda üçüncü faktörde görülen bu farklılığın hangi düzeyler arasındaki farklılıktan kaynaklandığını belirlemek amacıyla çoklu karşılaştırma testi Tukey uygulanmıştır. Tukey testi sonuçları Tablo 4-b'de verilmiştir.

Tablo 4-b: İş hayatı durumuna göre Faktör 3"Kurumsal ilişkiler" için Çoklu Karşılaştırma Tukey Testi Sonuçları

	(I) İş hayatı	(J) İş hayatı	Ortalama Fark (I-J)	Std. Hata	p
Faktör 3 "Kurumsal ilişkiler"	Birçok	Az	-,61988	,32547	,146
		Hiç	-,89211*	,33955	,029
	Az	Birçok	,61988	,32547	,146
		Hiç	-,27222	,32090	,675
	Hiç	Birçok	,89211*	,33955	,029
		Az	,27222	,32090	,675

* Ortalama fark %5 düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 4-b'den de görüldüğü gibi 3.Faktör itibariyle istatistiksel olarak anlamlı görülen söz konusu farklılık, daha çok 20 yaşından önce hiç çalışma hayatında bulunmayanlarla birçok kez bulunalar arasındaki farklılıktan kaynaklanmaktadır. Eski ortaklar, eski işverenler ve devlet desteği gibi maddi destek unsurlarının 20 yaşından daha önce hiç çalışma hayatında yer almayan girişimciler daha etkili unsurlar olduğu görüşündedirler. Dolayısıyla hiç çalışmayanlar ve birçok kez iş hayatında yer alan girişimcilerin 3.faktörde yer alan maddi destek unsurlarının etki düzeylerine ilişkin görüş farklılıkları, Tablo 4-a'da belirlenen farklılık neden olmuştur.

Girişimcilerin şirketlerinin kuruluş aşamasındaki durumları itibariyle maddi destek unsurlarının etki düzeylerine ilişkin görüşlerinin farklılık gösterip göstermediğini belirlemek üzere yapılan ANOVA sonucunda (Tablo 5-a), sadece dördüncü faktörde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur ($F=2,745$ ve $p=0,037$).

Tablo 5-a: Kuruluş durumuna Göre Maddi Destek Faktörlerinin ANOVA Sonuçları

Faktörler (Alt ölçekler)	Varyans kaynağı	Kareler toplamı	s.d	Kareler ortalaması	F	p
Faktör 1 "Finans kuruluşları"	Gruplar Arası	3,144	3	1,048	,828	,484
	Gruplar içi	74,679	59	1,266		
	Toplam	77,824	62			
Faktör 2 "Kişisel ilişkiler"	Gruplar Arası	,538	3	,179	,267	,849
	Gruplar içi	39,530	59	,670		
	Toplam	40,067	62			
Faktör 3 "Kurumsal ilişkiler"	Gruplar Arası	9,778	3	3,259	2,924	,041
	Gruplar içi	65,770	59	1,115		
	Toplam	75,549	62			
Faktör 4 "Özkaynak"	Gruplar Arası	4,327	3	1,442	1,228	,308
	Gruplar içi	69,324	59	1,175		
	Toplam	73,651	62			

Girişimcilerin kuruluşlarındaki finansal durumlarına göre maddi destek unsurlarıyla ilgili yapılan ANOVA sonucunda üçüncü faktörde görülen

bu farklılığın hangi kuruluş finansal durumu arasındaki farklılıktan kaynaklandığını belirlemek amacıyla çoklu karşılaştırma testi Tukey uygulanmıştır. Tukey testi sonuçları Tablo 5-b’de verilmiştir.

Tablo 5-b’den de görüldüğü gibi 3.Faktör itibariyle istatistiksel olarak anlamlı görülen söz konusu farklılık, daha çok miras yoluyla girişimlerini kuran girişimcilerin sıfırdan ve satın alma yoluyla kuran girişimcilerle 3.faktörle ilgili görüş farklılığından kaynaklanmaktadır. Miras yoluyla girişimlerini kuran girişimciler eski ortaklar, eski işverenler ve devlet desteği gibi maddi destek unsurlarının daha etkili unsurlar olduğu görüşündedirler.

Tablo 5-b: Kuruluştaki finansal duruma göre Faktör 3 "Kurumsal ilişkiler" için Çoklu Karşılaştırma Tukey Testi Sonuçları

	(I) Kuruluş	(J) Kuruluş	Ortalama Fark (I-J)	Std. Hata	p
Faktör 3 "Kurumsal ilişkiler"	Sıfırdan	Satın alma	,50000	,55138	,801
		Miras	-1,50000*	,55138	,041
		Cok ortaklı	-,17424	,35592	,961
	Satın alma	Sıfırdan	-,50000	,55138	,801
		Miras	-2,00000*	,74658	,046
		Cok ortaklı	-,67424	,61646	,695
	Miras	Sıfırdan	1,50000*	,55138	,041
		Satın alma	2,00000*	,74658	,046
		Cok ortaklı	1,32576	,61646	,149
	Cok ortaklı	Sıfırdan	,17424	,35592	,961
		Satın alma	,67424	,61646	,695
		Miras	-1,32576	,61646	,149

* Ortalama fark %5 düzeyinde anlamlıdır

4. Değerlendirme ve Sonuç

Modern yaşam tarzının etkisiyle tek biçimli, standart ürün talebine dayalı, geleneksel tüketim anlayışının yerini, sürekli değişen ve çeşitlenen yeni tüketim biçimi almıştır. Bireysel tercih ve taleplerin sürekli değişmesi

ve çeşitlenmesi üretimin de yeni tüketim anlayışına göre yeniden yapılandırılmasını gerektirmiştir. Bu süreçte girişimcilik geleneksel üretici-tüketici ilişkileri de hammadde temininden, satış sonrası hizmete kadar geniş bir alanda yeniden biçimlenmiştir. Bu gelişmeler ve değişimlerin etkisiyle girişimcilik, ülkelerin ekonomik kalkınma programlarında yer almaya başlamış, akademik anlamda da son dönemlerde araştırmacıların ilgisini çeken alan haline gelmiştir.

EOSB'ndeki Metal Sanayindeki girişimcilere yönelik gerçekleştirilen bu çalışmanın bulgularına göre girişimciler, daha çok sıfırdan girişimlerini oluşturan, çalışma hayatında erken yaşlarda yer alan, eğitim düzeyleri yüksek kişilerdir. Girişimlerinin kuruluş/gelişme evrelerinde aile birikimleri ve yakın arkadaşları maddi destek anlamında etkili olan unsurlar. Araştırmanın ilginç bir bulgusu ise 41-50 yaş grubundaki girişimcilerin daha düşük ve daha yüksek yaşlardaki girişimcilerden eski işveren, ortak ve devlet desteğinin maddi destek anlamında etkili olmadığı şeklindeki görüşleriyle farklılık göstermesidir. Benzer şekilde erken yaşlarda iş hayatına giren girişimcilerin erken yaşlarda çalışma hayatında bulunmayan girişimcilere göre eski ortak, işveren ve devlet desteğinin daha az etkili unsurlar oldukları görüşüne sahiptirler. Aynı maddi destek unsurlarıyla ilgili ortaya çıkan diğer bir farklılık, miras yoluyla girişimlerine sahip olanların, sıfırdan ve satın alarak girişimlerine sahip olanlar arasında ortaya çıkmıştır.

EOSB Metal Sanayi girişimcileriyle sınırlı olan bu çalışmanın daha geniş girişimci kitleleriyle yapılması, sektörel anlamda girişimcilerin desteklenmesine yönelik uygulanacak politikalar açısından önemli bilgiler sunabilir. Dolayısıyla bu çalışma ve bulgularının gelecekte yapılacak benzer çalışmalar için yararlı olacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

Arslan, K. (2002), Üniversiteli gençlerde mesleki tercihler ve girişimcilik eğilimleri, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 2002:6, 1-11.

Çelik, A. ve T. Akgemci (2007), *Girişimcilik Kültürü ve Kobiler*, 2.Baskı, Gazi Kitabevi, Ankara.

Gerber, M. E. (1997), *Girişimcilik Tutkusu : Küçük İşletmeler Niçin Batar, Nasıl Büyür*, 2. Baskı, (Çeviren: Tayfur Keskin), Sistem Yayıncılık, İstanbul.

Girginer N. ve N. Uçkun (2004), “İşletmecilik Eğitimi Alan Lisans Öğrencilerinin Girişimciliğe Bakış Açılı: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İ.İ.B.F İşletme Bölümü Öğrencilerine Yönelik Bir Uygulama”, *III. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi*, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF, 25-26 Kasım 2004, 783-795.

Hisrich, R. D. ve M. P. Peters (1998). *Entrepreneurship*. Fourth Edition. United States: The McGraw – Hill Book Co.

Isenberg, D. J. (2008), “The Global Entrepreneur”, *Harvard Business Review*, 86, 12, 107-111.

İSO, 2010, Türkiye'nin 500 Büyük Sanayi Kuruluşu 2010 Raporu.

Karalar, R. (2001). “İşletme Kavramı”. *Genel İşletme*. Haz. Güneş N. Berberoğlu. Eskişehir: Açık Öğretim Fakültesi Yay.

Karasioğlu, F. ve H. Duman (2006), “Gelişmekte Olan Ülkelerde Girişimcilik Kültürü ve Risk Sermayesi Üzerine Bir İnceleme”. Kırgızistan–Türkiye Manas Üniversitesi İ.İ.B.F. Uluslararası Girişimcilik Kongresi, Dizi: 11, No: 86, 25-27. Mayıs, 149-150, Bişkek.

Kuratko, D.F. (2005), “The Emergence of Entrepreneurship Education: Development, Trends, and Challenges”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(5), 577-597.

Kuratko, D.F. ve R.M. Hodgets (1998), *Entrepreneurship: A Contemporary Approach*, The Dryden Press, Fort Worth.

Okay, ř. ve M. Karahan (2010), Küçük ölçekli işletmelerin girişimcilik özelliklerinin belirlenmesi üzerine bir alan araştırması: Denizli İli Örneği, *TSA*, 14:1, 291-304.

Özdamar, K. (2002), *Paket Programlar İle İstatistiksel Veri Analizi*. Eskişehir: Kaan Kitabevi.

Scarborough, N. M. ve T. Zimmer (2000), *Effective Small Business Management: An Entrepreneurial Approach*, 6th edition, Prentice Hall, New Jersey.

Uçkun N, N. Girginer, A. Çelik ve Z. Kaygısız (2009), *Paraya ve Kredi Kartına Yönelik Öğrenci Tutumları: Türkiye İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Öğrencileri Örneği*, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Yayınları No: 160, 2009.