



Proaktif Kişilik ve Girişimcilik Tutkusunu: Yenilikçiliğin Aracı Etkisi*

Proactive Personality and Entrepreneurial Passion: The Mediating Role of Innovativeness

Mustafa Tuncer OKUMUŞ¹ ID, İsmail BAKAN² ID

Geliş Tarihi (Received): 15.07.2024

Kabul Tarihi (Accepted): 04.01.2025

Yayın Tarihi (Published): 25.03.2025

Öz: Bu çalışmanın amacı proaktif kişilik ile girişimcilik tutkusunu ilişkisinde yenilikçiliğin aracı etkisini araştırmaktır. Girişimcilik günümüzde oldukça önem kazanan literatürde büyüyerek genişleyen bir kavramdır. Girişimcilik tutkusunu ise girişimcilerin bireysel olarak icat etme, kurma, geliştirme boyutlarındaki tutkularını ifade etmektedir. Girişimcilik literatürü içerisinde girişimcilik tutkusuna da son yıllarda artan bir ilginin olduğu görülmektedir. Girişimcilerin sınırların dışında düşünüp proaktif olarak hareket edebilen kişiler olması istenen bir durumdur. Proaktif kişilik yapısının girişimcilik tutkusunu üzerindeki etkisi bu araştırmanın ilk bölümünü oluşturmaktadır. Yenilikçilik ise girişimciler ve işletmeler için hayati derece önemli olabilmektedir. Bu çalışmada proaktif kişilik yapısına sahip kişilerin yenilikçilik ile birlikte girişimcilik tutkusunu üzerindeki etki düzeyi araştırmanın ikinci bölümünü oluşturmaktadır. Araştırmada Kahramanmaraş'taki 555 esnaf ve sanatkar işletme sahibinden veriler toplanmıştır. Öncelikle ölçeklerin geçerlilik, güvenirlik, değişkenler arasındaki ilişkinin yönü ve şiddetini belirlemek için korelasyon analizleri yapılmıştır. Hipotezleri doğrulayabilmek için Amos kullanılmıştır. Yapılan analizler sonucu elde edilen bulgular proaktif kişiliğin girişimcilik tutkusunu üzerinde doğrudan etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Ayrıca yenilikçiliğin proaktif kişilik girişimcilik tutkusunu ilişkisinde aracı etkiye sahip olduğu bulunmuştur. Girişimcilerde proaktif kişilik düzeyi arttıkça girişimcilik tutku düzeyleri de artmaktadır. Proaktif kişilik ile birlikte yenilikçiliğin de olması girişimcilik tutkusunun daha da fazla artmasını sağlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Proaktif Kişilik, Yenilikçilik, Girişimcilik Tutkusunu.

&

Abstract: This study investigates the mediating effect of innovativeness in the relationship between proactive personality and entrepreneurial passion. Entrepreneurship is a growing and expanding concept in the literature, which is very important today. Entrepreneurial passion, on the other hand, refers to the passion of entrepreneurs in the dimensions of individual inventing, founding, and developing. In recent years, there has been an increasing interest in entrepreneurial passion in the entrepreneurship literature. Entrepreneurs should be people who can think outside the boundaries and act proactively. The effect of proactive personality structure on entrepreneurial passion constitutes the first part of this research. Innovation can be vitally important for entrepreneurs and businesses. The second part of this research is the influence of proactive personality and innovativeness on entrepreneurial passion. The research collected data from 555 tradesmen and artisans business owners in Kahramanmaraş. Firstly, validity and reliability analyses of the scales and correlation analyses were performed to determine the direction and severity of the relationship between the variables. Amos were used to verify the hypotheses. The findings obtained as a result of the analyses show that proactive personality has a direct effect on entrepreneurial passion. In addition, innovativeness mediated the relationship between proactive personality and entrepreneurial passion. As the level of proactive personality increases in entrepreneurs, entrepreneurial passion also increases. The presence of innovativeness, together with a proactive personality, increases entrepreneurial passion even more.

Keywords: Proactive personality, innovativeness, entrepreneurial passion.

Atıf/Cite as: Okumuş, M. T., Bakan, İ. (2025). Proaktif Kişilik ve Girişimcilik Tutkusunu: Yenilikçiliğin Aracı Etkisi. *Abant Sosyal Bilimler Dergisi*, 25(1), 65-79. doi: 10.11616/asbi.1516544

İntihal-Plagiarism/Etik-Ethic: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği, araştırma ve yayın etiğine uyulduğu teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and it has been confirmed that it is plagiarism-free and complies with research and publication ethics. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/asbi/policy>

Copyright © Published by Bolu Abant İzzet Baysal University, Since 2000 – Bolu

* 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, Özliderlik, Kişilik) İş Tatmini ve Müşteri Tatmini İlişkisi: Kahramanmaraş'ta Alan Araştırması" isimli doktora tezine ait verilerden doktora tez çalışmasında kullanılmayan bulgulardan üretilmiştir. Tez Araştırmasında kullanılan verilere ait araştırma yöntemi için Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler etik kurulu tarafından 31.10.2018 tarih ve 1 sayılı etik kurul onayı alınmıştır.

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Mustafa Tuncer Okumuş, Kahramanmaraş İstiklal Üniversitesi, mustafatuncer.okumus@istiklal.edu.tr. (Sorumlu Yazar)

² Prof. Dr., İsmail Bakan, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, ibakan63@hotmail.com.

1. Giriş

Proaktif kişilik, girişimcilerin yenilikçi iş davranışlarını etkiler (Andri vd., 2020:8). Proaktif kişilikler fırsatları tespit eder ve bunlara göre hareket eder; inisiyatif alır, harekete geçer ve anlamlı bir değişim oluşturan kadar sebat ederler. Proaktiflik, iyi olma hali gibi duygusal özelliklerden ve kontrol odağı gibi bilişsel özelliklerden temelde farklıdır (Crant, 1996:2). Proaktif davranış ve kişisel inisiyatif hem kişisel hem de kurumsal başarının elde edilmesi için gerekli hale gelmiştir (Trifiletti vd., 2009:77). Proaktif kişilik özelliği hem kariyer hem de organizasyonla ilgili yapılarda önemli rol oynamaktadır (Kim ve Park, 2017:170).

Yenilik, piyasanın (bireyler, kuruluşlar, örneğin firmalar) ve piyasa dışı kurumların (örneğin üniversiteler) gelişecek alanları aramak için devreye girdiği etkileşimli bir sürecin sonucudur (Lewandowska vd., 2021:224). Yenilik, bir fikir veya buluşun yeni operasyonel verimlilikler veya müşteri değer önermeleri oluşturan bir ürün, süreç veya hizmete dönüştürülmesidir. Sadece yeni kurulan bir kuruluşla sınırlı olmayıp olgun bir kuruluşun içinde de gerçekleşebilmektedir (Mancha ve Shankaranarayanan, 2021:320). Yenilikçilik, bir kuruluşun yeni ürünler, süreçler ve hizmetler oluşturma ve bunları destekleme eğilimini (Marchiori vd., 2022:3) ifade eder. Bir firmanın yenilikçiliği, yeni ürünler, süreçler ve hizmetler, bilgi ve teknoloji geliştirme becerisi ile gösterilen yeni fikirlere açıklık olarak ta görülebilmektedir (Tajeddini vd., 2017:101).

Tutku kavramı saplantılı ve uyumlu tutku olmak üzere iki kategoriye ayrılmış ve bu ayrım faaliyetin çekirdek benlik veya kimlikte içselleştirilmesine dayandırılmıştır (Kumar ve Shukla, 2023:359). Girişimcilik tutkusu, bireylerin girişimcilik sürecinde ilerleyebilmeleri için önemlidir (Türk vd., 2020:225). Üç rol kimliği (icat etme kimliği, kurma kimliği ve geliştirme kimliği) girişimcilik sürecinin farklı yönleri üzerinde farklı girişimcilik tutkusu türleriyle ilişkilidir. İcat etme kimliği, girişimcinin yeni fırsatları belirlemeye, icat etmeye ve keşfetmeye odaklanan faaliyetler konusunda tutkulu olduğu kimliktir. Kurucu kimliği, girişimcinin tutkusunun fırsatları ticarileştirmek ve kullanmak için bir iş kurmaya odaklanan faaliyetlerde yattığı kimliktir. Geliştirici kimliği, girişimcinin tutkusunun, iş kurulduktan sonra onu beslemek, büyütmek ve genişletmekle ilgili faaliyetler içerisinde olduğu kimliktir. Bu rol kimliklerinin her biri birbirinden bağımsız olarak değişirken, bazı girişimciler bu rol kimliklerinin hepsine tutkuyla bağlı olabilmekte ve diğerleri bir kimliğin kendileri için çok daha önemli olduğunu düşünebilmektedir (Neneh, 2022:589). Girişimcilik tutkusu sadece girişimciler için değil, müşteriler de dahil olmak üzere girişimcilik tutkusuyla yenilik yapan herkes için önemlidir (Turner ve Hendry, 2017:159). Girişimcilik tutkusunun gerçek anlamda yenilik yapan firmalar için giderek daha önemli olduğu düşünülmektedir (Luu ve Nguyen, 2021:795).

Bu çalışmada esnaf ve sanatkârlarda var olan proaktif kişiliğin girişimcilik tutkusuyla ilişkisinde yenilikçiliğin aracı etkisi incelenenektir. Literatürde yenilikçilik, proaktif kişiliğin girişimcilik tutkusuyla ilişkisinde aracı etkisi ile ilgili çalışmaya rastlanılmamıştır. Ortaya konulacak bulguların ilgili literatürü genişleteceği ve önemli sonuçlar bulunacağı değerlendirilmektedir.

1.1. Proaktif Kişilik

Proaktif kişilik, olumlu durumsal değişiklikleri hayata geçirmek için proaktif davranışlar sergilemeye yönelik davranışsal eğilimi yakalayan bir bireysel farklılık etkenidir (Wang vd., 2017:90). Bireyler, çevrelerine karşı tepki verme ve davranma biçimleri bakımından farklılık gösterirler. Daha proaktif olanlar fırsatları araştırır, inisiyatif alır ve hedeflerine ulaşp çevreye önemli bir değişim getirene kadar çalışmaya devam ederler (Kumar ve Shukla, 2023:359). Buna karşılık, proaktif olmayan kişiler tam tersi bir tutum sergilerler. Bir şeyleri değiştirme fırsatlarını yakalamak bir yana, bunları tespit etmekte bile başarısız olurlar (Crant, 1996:3). Proaktivitesi yüksek kişiler, durumsal engeller tarafından nispeten kısıtlanmazlar

ve etkili değişimler gerçekleştirebilirler. Proaktif bireyler sorunları tespit eder ve çözer, yeni fırsatlar arar, harekete geçer ve bir değişim elde edene kadar ısrarcı olurlar. Tersine, proaktivitesi düşük olan bireyler pasif ve reaktif olma eğilimindedir; inisiyatif gösterme, bir şeyleri değiştirmek için fırsatları belirleme ve kullanma olasılıkları daha düşüktür; durumları değiştirmek yerine onlara uyum sağlamaya daha meyillidirler (Trifiletti vd., 2009:77-78). Proaktif kişilik, bireylerin çevreyi etkilemek için olumlu eylemlerde bulunmalarını sağlayan benzersiz bir kişilik özelliğidir ve bireylerin iş görevlerini aktif bir şekilde tamamlamaları, öz değerlerinin farkına varmaları ve iş memnuniyetlerini artırmaları için önemlidir (Wang ve Lei, 2023:127). Proaktif kişilik davranışları bilinçli ve önceden varsayılan davranışlar olarak kabul edilir. Proaktif kişiler, davranışlarının bir sonucu olarak, içinde bulundukları koşulları değiştirebileceklerine dair bir inanca sahiptirler. Başarılı bir sonuç elde etmek için sadece mevcut koşulları değiştirmekle kalmazlar, mevcut koşulları amaçları doğrultusunda geliştirmeye çalışırlar (Ozkurt ve Alpay, 2018:151).

1.2. Yenilikçilik

Genel yenilikçilik, bireyin değişiklikleri kabul etme ve yeni şeyler deneme eğilimi ile ilgili bir kavramdır. Yenilik, sosyal medya, yapay zekâ araçları, nesnelerin interneti, robotlar ve dijital markalaşma gibi yeni teknolojiler de dahil olmak üzere herhangi bir yeni nesne veya deneyim olabileceği gibi, kariyer yolunda bir değişiklik veya üniversite birleşmesi gibi çalışma ortamının yapısında bir değişiklik de olabilir (Aldahdhouh vd., 2020:2). Yenilikçi bireyler meraklı ve bilgi arayan kişilerdir (Senali vd., 2023:2364). Yenilikçilikle ilgili bazı bilimsel ilerlemeler mevcut yetenekleri geliştirmiştir. Daha önemli gelişmeler ise geleneksel yetenekleri geçersiz kılacak yeni beceri ve bilgilerin edinilmesini içermektedir. Yeniliğin başlıca amacı yeni tüketim malları, temel ürünler, yeni süreçler ve sistemler oluşturmaktır (Al-Mamary ve Alshallaqi, 2022:3). Bir şirketin algılanan yenilikçiliği, müşterilere şirketin yenilik oluşturunca ve ilerici olduğu sinyali verir ve bu da şirketin iş uygulamalarında yenilikçi bakış açılarını benimsediğini gösterir (Yen vd., 2020:1). Tajeddini ve Trueman'a göre (2014) yenilikçilik, bir firmanın yeni teknolojileri, süreçleri veya kavramları benimseme, taklit etme veya uygulama ve yenilikçi, benzersiz ürün veya hizmetleri rakiplerinden önce ticari olarak piyasaya sürme isteği ve yeteneğidir. Firma düzeyinde, yeni ürünler, üretim süreçleri ve örgütsel uygulamalar üzerinde karlı değer üretme gücü, bir kuruluşun yenilikçi özelliklerine dayanmaktadır (Makanyeza vd., 2022:11).

1.3. Girişimcilik Tutkusunu

Girişimcilik faaliyetinin ekonomik ve sosyal kalkınma için önemi göz önüne alındığında, araştırmacılar girişimcilik tutkusunuyla ilgili kişisel ve bağlamsal faktörleri incelemeye başlamıştır. Girişimcilik tutkusunun girişimci girişimlerin oluşturulması ve geliştirilmesinde oynadığı önemli rolün yanı sıra son zamanlarda yapılan araştırmalar, girişimcilik tutkusunun, girişimin büyümesi ve performansı, finansmana erişim ve girişimciliğin devamlılığı da dahil olmak üzere bir dizi girişimcilik sonucuyla yakından bağlantılı olduğunu göstermiştir (Newman vd., 2021:817). Tutku, motivasyonla güçlü bir şekilde bağlantılıdır (Bierly vd., 2000:609).

Girişimcilik tutkusu, girişimcinin öz kimliği için anlamlı olan rollerle ilişkili girişimcilik faaliyetlerine katılımla deneyimlenen bilinçli olarak erişilebilir yoğun olumlu duygulardır (Cardon vd. 2009:515). Girişimcilik tutkusu, kısa vadeli duygu temelli bir özellikten ziyade, kişinin kişiliğinin çok daha uzun ömürlü ve daha karmaşık bir yönü olan sürekli ve kalıcı nitelikleri gösteren bir fikir olarak geliştirilmiş ve düşünülmüştür (Turner ve Hendry, 2017:160). Girişimcilik tutkusu, bireyin kimliğinin merkezinde yer alan derin ve bilinçli olarak erişilebilir olumlu duygulardan oluşur. Bu iki unsurun (yoğun olumlu duygular ve kimlik merkeziliği) birleşimi, duygusal dönemlerden daha uzun sürme eğiliminde olan kalıcı duygusal deneyimlerle sonuçlanır (Costa vd., 2018:58). Girişimcilerin hayallerini başlatmak, gerçekleştirmek ve başarmak için ihtiyaç duydukları güçlü duygu, girişimcilik tutkusu olarak karşımıza çıkmaktadır (Okumuş ve Bakan, 2023:1058). İcat etme, kurma ve geliştirme tutkusu olarak üçe ayrılmaktadır (Cardon vd., 2013:376).

İcat etme tutkusu, yeni pazar fırsatları için çevreyi taramak, yeni ürün veya hizmetler geliştirmek ve yeni prototiplerle çalışmak gibi faaliyetlerle ilgilidir. İcat etme tutkusu yaşayan bireyler aktif olarak yeni fırsatlar arayabilir, yeni ürün veya hizmet fikirleri bulmaktan keyif alabilir ve önemli ihtiyaç ve sorunlara yeni çözümler icat etmekten keyif alabilirler. Bu tür insanlar yeni ürün tasarımlarıyla uğraşmaktan ve bu tasarımların somut uygulamalardaki eklemlenmelerini keşfetmekten hoşlanırlar (Cardon vd., 2013:376). İcat etmek genellikle girişimcilikle ilişkilendirilir ancak nasıl yapıldığı konusunda farklılıklar gösterir. Geçmişte icat, çoğunlukla bireylerin çevreyi taraması ve toplumsal sorunlara çözüm üretmesiyle gerçekleşiyordu. Bu durum, yenilikçi fikirler türetmek için yeni teknolojileri toplumsal ihtiyaçlarla birleştiren icatlara daha fazla vurgu yapılmasıyla değişmiştir. İcat etme ve fikir üretme süreci girişimcilik için gereklidir ve bazı girişimciler ürün yaşam döngüsünün bu keşif aşamasına odaklanmayı tercih etmektedir (Ratten ve Miragaia, 2020:62).

Kurma tutkusu, bir iş girişimini başlatmak için gerekli kaynakları elde etmeyi içerir (Ratten ve Miragaia, 2020:62). Yeni bir girişim oluşturmak için gereken finansal, insani ve sosyal kaynakların bir araya getirilmesiyle ilgilidir. Kurma tutkusu yaşayan girişimciler öncelikle bir girişim kurma sürecinden keyif alırlar ve genellikle girişim kimliğiyle iç içe geçmiş kimlikler geliştirirler (Cardon vd., 2013:376).

Geliştirme tutkusu, girişimin kurulduktan sonra büyümesi ve genişlemesi ile ilişkilidir. Firmasını/firmalarını geliştirme tutkusunu deneyimleyen girişimciler, satışları artırmak, yeni çalışanları işe almak veya bu tür gelişmeleri finanse edecek dış yatırımcılar bulmak gibi faaliyetlerden keyif alabilirler. Çoğu durumda yüksek geliştirme tutkusu sergileyen girişimciler bunu kendi kurdukları bir girişimde yapsalar da kurucu olmayan bir girişimcinin de mevcut bir start-up'a adım atma ve onu daha kalıcı, değerli veya sürdürülebilir bir girişim haline getirme konusunda yüksek düzeyde tutku yaşayabilecektir (Cardon vd., 2013:377). Bir işletmeyi, yeni pazarları veya ürün kategorilerini kapsayacak şekilde büyütmeyi içerebilir. Bu, yoğun rekabetle karakterize edilen küresel iş ortamında önemlidir (Ratten ve Miragaia, 2020:62).

Proaktif kişilik, bireyin dinamik çevresini etkilemek için yaptığı aktif girişimle ilişkilidir (Li vd., 2020:12). Li vd. (2020), Hu vd., (2023) ve Kumar ve Shukla (2023) tarafından yapılan çalışmalarda proaktif kişilikle girişimcilik tutkusu arasında pozitif yönde anlamlı ilişki olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Kiani vd. (2023) tarafından girişimcilik tutkusunun boyutlarıyla yapılan çalışmada proaktif kişilik girişimcilik tutkusu icat etme (0,38**), kurma (0,41**) ve geliştirme (0,30**) ile pozitif yönde anlamlı ilişkiye sahip olduğu bulunmuştur. Araştırmalardan elde edilen bulgular proaktif kişiliğin genel olarak girişimcilik tutkusu ile pozitif yönlü anlamlı ilişkiye sahip olduğunu göstermektedir.

Yapılan çalışmada proaktif kişiliğin girişimcilik tutkusunu pozitif olarak etkileyeceği öngörülmekte ve hipotez şu şekilde oluşturulmuştur:

H1. Proaktif kişilik, girişimcilik tutkusunu pozitif olarak etkiler.

Proaktif kişilik ve yenilikçilik ilişkisine yönelik daha önce yapılan ilişkili çalışmalar incelendiğinde; Tai ve Mai (2016) tarafından yapılan çalışmada proaktif kişilikle kurumsal yenilik yeteneği arasında (0,571**) pozitif yönlü anlamlı ilişki bulunduğu, Kong ve Li (2018) tarafından yapılan çalışmada proaktif kişilikle yenilikçi davranış arasında (0,61**) pozitif yönlü ilişki olduğu, Andri vd., (2020) tarafından yapılan çalışmada proaktif kişiliğin çalışanların yenilikçi iş davranışı üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu ($\beta = 0.272$) bulgusunun elde edildiği, Yamak ve Eyupoğlu (2021) tarafından yapılan çalışmada proaktif kişilikle yenilikçi hizmet davranışı arasında (.519**) pozitif yönlü ilişki olduğu, Mubarak vd., (2021) tarafından yapılan çalışmada proaktif kişiliğin yenilikçi iş davranışı üzerinde doğrudan olumlu bir etkisi olduğu, Iqbal (2022) tarafından yapılan çalışmada proaktif kişilikle proje yenilikçiliğinin pozitif yönlü anlamlı ilişkili olduğu, Gala ve Kashmiri (2022) nın çalışmasında proaktif kişilikle yenilikçilik yönelimi arasında anlamlı ilişki bulunmadığı, Nguyen vd., (2023) tarafından yapılan çalışmada bir

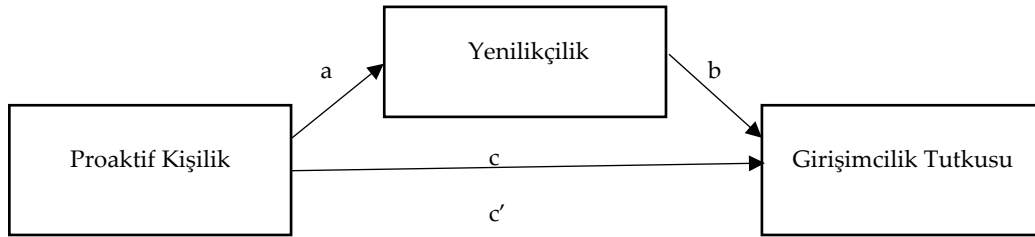
girişimcinin yenilikçiliği beş faktör kişilikle anlamlı (dışadönüklük, vicdanlılık ve deneyime açıklık ile pozitif yönde ilişkiyken, nevrotiklik ile negatif yönde) ilişkili olduğu bulgularının elde edildiği görülmektedir. Yenilikçilik ve girişimcilik tutkusu ilişkisine yönelik daha önce yapılan ilişkili çalışmalar incelendiğinde ise Kiani vd. (2022) tarafından yapılan çalışmada teknolojik yenilikle girişimcilik tutkusu arasında (419**) pozitif yönlü ilişki olduğu, Lu vd. (2023) tarafından yapılan çalışmada radikal yenilikçilik dili ile girişimcilik tutkusu dili arasında anlamlı ilişki olmadığı, Romani-Torres ve Norena-Chavez (2023) tarafından yapılan çalışmada yenilikçi davranışın takım girişimciliği tutkusu üzerinde pozitif ve anlamlı etkisi olduğu ve girişimcilik tutkusundaki %52,9'luk bir değişimin yenilikçi davranışla açıklanabileceği bulgularının olduğu görülmektedir. Proaktif kişiliğin yenilikçilik ve yenilikçiliğin girişimcilik tutkusu üzerinde etkili olduğundan hareketle proaktif kişiliğin girişimcilik tutkusu üzerindeki etkisinde yenilikçiliğin aracı etkisine sahip olabileceği öngörülmekte ve araştırmanın diğer hipotezi şu şekildedir:

H2. Yenilikçilik, proaktif kişilik ve girişimcilik tutkusu ilişkisine aracılık eder.

2. Araştırma Modelleri ve Hipotezler

Yenilikçiliğin proaktif kişilikle girişimcilik tutkusu ilişkisine aracılık etmesi ile ilgili oluşturulan model aşağıdaki gibidir:

Şekil 1: Araştırma Modeli A



Model'e ait hipotezler:

H1. Proaktif kişilik girişimcilik tutkusunu pozitif olarak etkiler.

H2. Yenilikçilik, proaktif kişilik ve girişimcilik tutkusu ilişkisine aracılık eder.

Araştırma hipotezleri için oluşturulan modellerin uyum iyiliği değerleri Tablo 1'de görülmektedir. Modelin uyum iyiliği değerlerinin kabul edilebilir olduğu, modellerin geçerli olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 1: Araştırma Modelleri Uyum İyiliği Değerleri

	DF(sd)	CMIN (X ²)	CMIN(X ²)/DF	P değeri	RMSEA	NFI	TLI	IFI	CFI
Model A	87	378,778	4,354	,000	,078	,924	,917	,940	,940

3. Yöntem

Bu araştırmada; Kahramanmaraş'ta veri toplandığı dönemde faaliyetlerini sürdüren 23545 esnaf ve sanatkâr işletmesinden %5 kabul edilebilir hata düzeyi ile 380 işletme sahibine anket uygulanması gerektiği görülmüştür. Araştırmaya 740 kişi katılmış özensiz doldurulan anketler araştırma dışında bırakılarak 555 kişiden elde edilen verilerle çalışma gerçekleştirilmiştir. Veriler 2019-2020 yılları içerisinde toplanmıştır. Araştırmaya katılanların tamamı esnaf ve sanatkâr işletmelerinin sahipleridir. Verilerin 70 kadarı esnaf ve

sanatkâr oda başkanlıkları diğerleri araştırmacı tarafından esnaf ve sanatkarlara gidilerek anketleri doldurmayı kabul eden işletme sahiplerinden toplanmıştır.

Proaktif kişilik ölçeği; Kickul ve Gundry (2002)'ın Bateman ve Crant's (1993)'ın çalışmasından alarak kullandığı ölçek Türkçe'ye araştırmacılar tarafından çevrilerek, "Fikirlerimin gerçeğe dönüştüğünü görmekten daha heyecan verici bir şey yoktur" şeklinde sorulardan oluşan 5 ifade ile ölçümlenmiştir. Ölçek tek boyutludur.

Girişimcilik Tutkusu ölçeği; Cardon vd. (2013) tarafından geliştirilmiş ve Türkçeye araştırmacılar tarafından çevrilerek kullanılmıştır. 13 ifadeden oluşan "yeni fırsatlar için çevreyi araştırmak beni gerçekten heyecanlandırır" ve "yeni firma kurmak beni heyecanlandırır" gibi ifadeler bulunmaktadır. Ölçek bu araştırmada tek boyutlu olarak kullanılmıştır.

Yenilikçilik ölçeği; Brockman ve Jones (2012) tarafından yapılan çalışmadan alınmış olup ölçek Türkçe'ye araştırmacılar tarafından çevrilerek "fırmam rakiplerimin çoğundan daha yenilikçi olma eğilimindedir" şeklinde sorulardan oluşan 5 ifade ile ölçümlenmiştir. Ölçek tek boyutludur.

Ankette 5 aşamalı Likert ölçeği ile her bir ifade için "1.Kesinlikle Katılmıyorum", "2.Katılmıyorum", "3.Kararsızım", "4.Katılıyorum" ve "5.Kesinlikle Katılıyorum" seçenekleri kullanılmıştır.

Demografik değişkenler yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim durumundan oluşmaktadır.

Hipotezleri test etmek için AMOS kullanılarak analizler yapılmış ve bulgular yorumlanarak raporlanmıştır. Modern analiz yöntemi olarak literatürde kullanılan yapısal eşitlik modellemesi ile yol analizi bulguları kullanılmıştır.

4. Bulgular

4.1. Katılımcılar ile İlgili Tanımlayıcı İstatistikler

Tablo 2: Demografik Değişkenlere Göre Dağılım

<i>Genel Bilgiler</i>	<i>Sayı</i>	<i>%</i>	<i>Genel Bilgiler</i>	<i>Sayı</i>	<i>%</i>
Cinsiyet			Medeni Durum		
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
Yaş			Eğitim Düzeyi		
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

Demografik değişkenler incelendiğinde katılımcılardan;

Erkeklerin %75,5 oranında,

Evlilerin %80 oranında,

%6,1 oranında 24 yaş ve altındakilerin, %22,6 oranında 25-34 arası, %33,3 oranında 35-44 arası, %25,9 oranında 45-54 arası, %12,2 oranında 55 yaş ve üzeri kişi olduğu,

%27,8 oranında ilkökul, %20 oranında ortaokul, %36,8 oranında lise, %8,2 oranında ön lisans, %6,7 oranında lisans, %0,5 oranında lisansüstü eğitime sahip olduğu görülmektedir.

4.2. Ölçek Güvenilirlik ve Geçerliliği

Cronbach's Alfa ve bileşik güvenilirlik (composite reliability) kullanılarak güvenilirlik test edilmiştir ve bulgular Tablo 3.'de görüldüğü gibidir. Cronbach's Alfa için "proaktif kişilik" 0,845, "girişimcilik tutkusu" 0,918, ve "yenilikçilik" 0,864 olarak gerçekleşmiştir. Araştırma verilerinin güvenilir olduğu görülmektedir.

Tablo 3: Proaktif Kişilik, Girişimcilik Tutkusu, Yenilikçilik Değişkenlerine Ait Güvenilirlik Tablosu

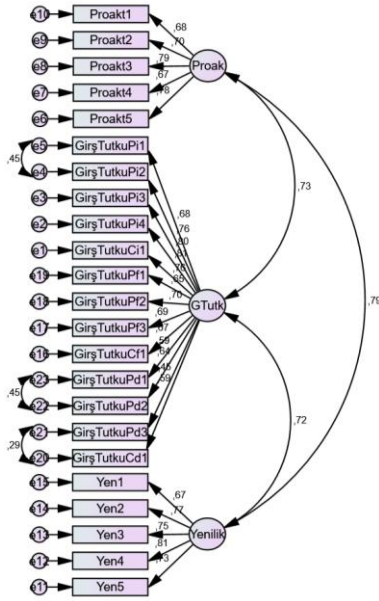
Değişkenler	İfade Adedi	Cronbach's Alpha
Proaktif Kişilik	5	0,845
Girişimcilik tutkusu	13	0,918
Yenilikçilik	5	0,864

Tablo 4.'de normallikle ilgili bulgular görülmektedir. En yüksek değerleri Çarpıklık için -1,286 ve basıklık için 2,161 olarak gerçekleşmiş ve verilerin normal dağıldığı sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 4: Proaktif Kişilik, Girişimcilik Tutkusu, Yenilikçilik değişkenlerine Ait Çarpıklık, Basıklık, Ağırlıklı Ortalama, Medyan, Std. Sapma Tablosu

Değişkenler	A.Ortalama	Medyan	Std. Sapma	Çarpıklık	Basıklık
Proaktif Kişilik	4,0933	4,0000	0,74493	-0,964	1,194
Girişimcilik tutkusu	4,1362	4,2000	0,77502	-1,286	2,161
Yenilikçilik	4,1946	4,2000	0,74272	-1,222	1,898

Şekil 2: Ölçüm Modeline Ait Doğrulayıcı Faktör Analizi



Şekil 2.'de doğrulayıcı faktör analizi bulguları görülmektedir. Tablo 5.'de de sağlanan uyum iyiliği değerlerinin: [$\chi^2= 925,046$; $DF=224$; $\chi^2/DF=4,130$; $NFI=0,877$; $TLI=0,891$; $IFI=0,904$; $CFI=0,903$; $RMSEA=0,075$] olduğu görülmektedir.

Tablo 5: Ölçüm Modeli Uyum İyiliği Değerleri

	DF (sd)	CMIN (X ²)	CMIN(X ²)/sd	P değeri	RMSEA	NFI	TLI	IFI	CFI
Ölçüm modeli	224	925,046	4,130	,000	,075	,877	,891	,904	,903

Bileşik güvenirlik ve Cronbah's Alfa bulgularına göre ifadeler güvenilir, veriler normal dağılmakta ve yapısal eşitlik modeline göre ölçek geçerlidir.

4.3. Korelasyon Analizi

Proaktif kişilik, girişimcilik tutkusu, yenilikçilik arasındaki korelasyon Tablo 6.'da görülmektedir. Proaktif kişilikle, girişimcilik tutkusu (0,662**), yenilikçilik (0,650**) arasında pozitif yönlü anlamlı ilişki olduğu görülmektedir.

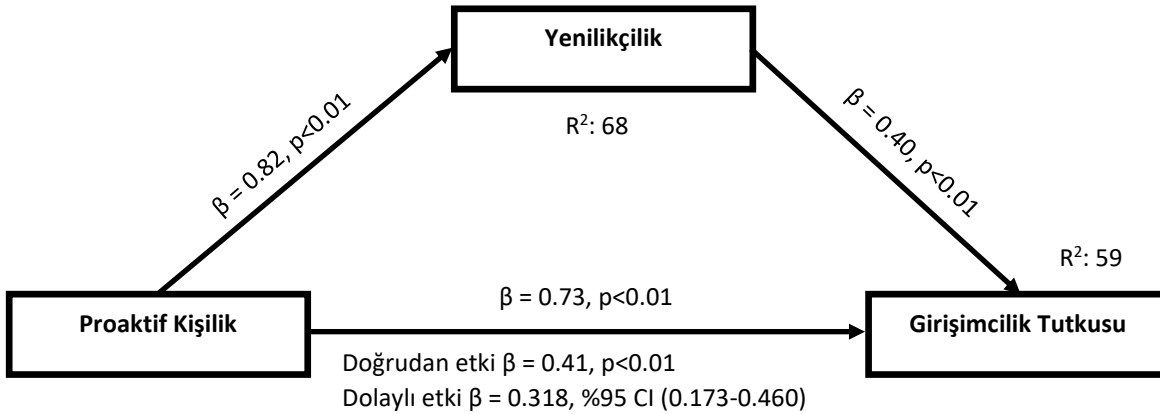
Tablo 6: Korelasyon Tablosu

Değişken	1	2	3
1. Proaktif kişilik	1		
2. Yenilikçilik	.675**	1	
3. Girişimcilik tutkusu	.662**	.650**	1

** p< 0.01

5. Model'e Ait Aracılık Testine İlişkin Bulgular

Şekil 3: Ölçüm Modeline Ait Bulgular



Şekil 3.'de de görülen doğrulayıcı faktör analizi bulgularıyla ilgili modifikasyon indisleri yapıldıktan sonraki sağlanan uyum iyiliği değerleri: $[X^2= 925,046; DF=224; X^2/DF=4,130; NFI=0,877; TLI=0,891; IFI=0,904; CFI=0,903; RMSEA=0,075]$ olarak gerçekleşmiştir. Model için AMOS ile yapılan yapısal eşitlik modellemesi yol analizi a ($\beta=0.82, p<.001$) ve b ($\beta=0.40, p<.001$) yolları için anlamlı olmak üzere proaktif kişilik ile girişimcilik tutkusunu (c yolu) arasında pozitif ilişki olduğunu göstermektedir: $\beta=0.73, p<.001$, ayrıca c' yolu da: $\beta=0.41, p<.001$ değerini almıştır. Bu bulgulara göre proaktif kişilik girişimcilik tutkusunu üzerinde doğrudan etkiye sahiptir (c yolu). Hipotez 1'in (*H1. Proaktif kişilik girişimcilik tutkusunu pozitif olarak etkiler.*) doğrulandığı görülmektedir. Proaktif kişilik arttıkça girişimcilik tutkusunu da artmaktadır. Yenilikçiliğin modele eklenmesiyle proaktif kişilik yenilikçilik üzerinden girişimcilik tutkusunu etkilemeye devam etmektedir. Yenilikçiliğin eklenmesiyle birlikte doğrudan etkinin (c' yolu) azaldığı gözlemlenmiştir. Proaktif kişiliğin girişimcilik tutkusunu üzerine etkisinde yenilikçiliğin de modele eklenmesiyle oluşan dolaylı etki ise $\beta=0.318, p<0.001$ ($95\% CI (0.173-0.460)$) olarak gerçekleşmiştir. Bootstrap değerleri sıfır değerini içermemektedir. Proaktif kişiliğin girişimcilik tutkusunu üzerindeki doğrudan etkisinin, analize yenilikçiliğin katılmasıyla, azaldığı ve hâlâ anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. AMOS bulgularına göre aracı etki bulunmaktadır. Hipotez 2'nin (*H2. Yenilikçilik, proaktif kişilik ve girişimcilik tutkusunu ilişkisine aracılık eder.*) doğrulandığı görülmektedir. Proaktif kişilik yapısına sahip olan kişilerde yenilikçilik özelliklerinin de bulunması girişimcilik tutkusunun oluşumuna katkı sağlamakta ve yenilikçilik aracı etkiye sahiptir. Oluşturulmuş olan her iki hipotez de doğrulanmıştır. Proaktif kişilik girişimcilik tutkusunu yordamakta ve yenilikçilik te bu ilişkiye aracılık etmektedir.

6. Tartışma ve Sonuç

Bu çalışmada yenilikçiliğin, proaktif kişilik ile girişimcilik tutkusunu ilişkisinde aracı etkisinin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Çalışmada Kahramanmaraş'ta faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârlar evreni olarak belirlenmiştir. Kahramanmaraş Anadolu'daki en son beylik olan Dulkadiroğlu beylik başkentliği dönemi başta olmak üzere Selçuklu'dan günümüze kadar ulaşan köklü bir esnaf ve sanatkâr yapısına sahiptir. Günümüzde girişimcilik ekosistemi olarak ifade edilebilecek ülkemizin büyük bedestenlerinden biri olan Kapalıçarşı içerisinde ve şehre yayılmış olarak faaliyetlerini yüzyıllardır zamanın gerektirdiği meslekleri yaparak devam ettirmektedir. Köklü geçmişi ve güçlü geleneksel yapısı sebebiyle araştırmanın Kahramanmaraş'ta yapılmasının uygun olacağına karar verilmiştir. Günümüz girişimcilik literatüründe işletmeler ve girişimciler için çok önemli olduğu değerlendirilen proaktif kişilik, yenilikçilik ve girişimcilik tutkusunu başlıkları bu çalışma için değişkenler olarak belirlenmiştir. Bu üç değişkende uluslararası düzeyde araştırmacıların ilgi duyduğu başlıklardır. Esnaf ve sanatkârlar ülkemizin geneline yayılmış bir yapıya sahiptir. Bu yönü ile mikro ve küçük işletme yapısına sahip olmalarına rağmen genele bakıldığında ülkenin tamamına yayılmış büyük ticaret potansiyelleri olduğu, ülke genelinde gelir dağılımına katkı

sağladıkları ve istihdamı ülke geneline yaydıkları görülmektedir. Belirtilen yönlerinden dolayı esnaf ve sanatkarlar bu araştırma için seçilmiştir. Ayrıca araştırmanın yapıldığı dönemde ülkemizde esnaf ve sanatkarlarla ilgili örgütsel davranış alanında yapılmış çalışma olmadığı görülmüştür. Bu yönü ile bu çalışma esnaf ve sanatkarlar özelinde örgütsel davranış alanında ve araştırma değişkenleri yönü ile yapılmış ilk çalışmadır. Kahramanmaraş'lı esnaf ve sanatkarlar araştırmanın evreni ve Kahramanmaraş'ta faaliyetlerini sürdüren esnaf ve sanatkarlar içerisinde anket uygulanan 555 kişi araştırmanın örneklemini oluşturmuştur. Böylece Kahramanmaraş'ta faaliyet gösteren esnaf ve sanatkarların proaktif kişilik yapıları ile girişimcilik tutkularına yenilikçiliğin aracı etkisinin belirlenmesi bu araştırmanın amacıdır.

İlk olarak araştırma modeline göre proaktif kişiliğin girişimcilik tutkusu üzerinde pozitif etkiye sahip olduğunu öneren H1 hipotezi desteklenmektedir. Bu bulgu, araştırmacılar tarafından daha önce yapılan proaktif kişilik girişimcilik tutkusu ilişkisini ele alan çalışmalarla (Li vd., 2020; Kumar ve Shukla, 2023) benzer sonuç ortaya koymaktadır. Proaktif kişilik arttıkça girişimcilik tutkusu da artmaktadır. Fırsatları tespit ederek bunlara göre hareket eden, inisiyatif alan, harekete geçen ve anlamlı bir değişim oluşturma kadar sebat eden (Crant, 1996:2) proaktif kişilik yapısı arttıkça girişimcilerin hayallerini başlatmak, gerçekleştirmek ve başarmak için ihtiyaç duydukları güçlü duygu olan girişimcilik tutkusunun da (Okumuş ve Bakan, 2023:1058) artacağı anlaşılmaktadır.

Sonrasında, araştırma modeline göre yenilikçilik değişkeninin proaktif kişilik ve girişimcilik tutkusu ilişkisinde aracılık etkisine sahip olduğunu öneren H2 hipotezi desteklenmektedir. Literatür taramasında, doğrudan proaktif kişilik ve girişimcilik tutkusu ilişkisinde yenilikçilik değişkeninin aracı etkisine yönelik çalışmaya ulaşılamamış olmakla birlikte, bu çalışmanın bulguları proaktif kişiliğin yenilik ve yenilikçilikle ilişkili kavramlarla ve yenilik ve yenilikçilikle ilişkili kavramların girişimcilik tutkusu ilişkisi ile ilgili çalışmalarla (Tai ve Mai, 2016; Kong ve Li, 2018; Andri vd., 2020; Yamak ve Eyupoğlu, 2021; Mubarak vd., 2021; Iqbal, 2022; Gala ve Kashmiri, 2022; Nguyen vd., 2023; Kiani vd., 2022; Lu vd., 2023; Romani-Torres ve Norena-Chavez, 2023) benzerlik göstermektedir. Proaktif kişilik arttıkça yenilikçilik artmakta ve yenilikçilik arttıkça girişimcilik tutkusu da artmaktadır. Aracı etki analizine göre ise hem doğrudan etki hem de dolaylı etki bulguları yenilikçiliğin proaktif kişilik ile girişimcilik tutkusu ilişkisine aracılık ettiğini ortaya koymaktadır. Proaktif kişilik, yenilikçilik üzerinden girişimcilik tutkusunu etkilemektedir. Yenilikçiliğin proaktif kişilik üzerinden girişimcilik tutkusu üzerinde dolaylı etkisi vardır. Analiz sonuçları daha yüksek proaktif kişiliğin yenilikçilik ile ilişkili olduğunu ve bunların da daha yüksek girişimcilik tutkusu ile bağlantılı olduklarını göstermektedir. Sorunları tespit eden ve çözen, yeni fırsatlar arayan, harekete geçen ve bir değişim elde edene kadar ısrarcı olan (Trifiletti vd., 2009:77-78) yüksek proaktif kişilik yapısına sahip bir firmanın yeni teknolojileri, süreçleri veya kavramları benimseme, taklit etme veya uygulama ve yenilikçi, benzersiz ürün veya hizmetleri rakiplerinden önce ticari olarak piyasaya sürme isteği ve yeteneğinin de Tajeddini ve Trueman'a göre (2014) yüksek olması girişimcilerin hayallerini başlatmak, gerçekleştirmek ve başarmak için ihtiyaç duyacakları (Okumuş ve Bakan, 2023:1058) girişimcilik tutkusunun da artmasını sağlayabilmektedir.

Girişimcilik literatürü 18. Yüzyılda Richard Cantillon'dan başlayarak günümüze kadar genişleyerek büyümüş ve devam etmektedir. Girişimcilik tutkusu ile ilgili araştırmaların da son yıllarda arttığı gözlemlenmektedir. Girişimcilik bireyler ve işletmeleri için oldukça önemli bir kavramdır. Girişimci bireyler kendilerine ve topluma değer katan insanlardır. İnsanların ve ülkelerin ekonomik olarak kurtuluşunu sağlayabilecek özellikler barındırmaktadır. Risk alabilen, kendine güven duygusu yüksek, çevresinde olanların farkında, analiz yetenekleri yüksek, kutunun dışında düşünebilen, iletişim becerileri yüksek gibi birçok bireysel özelliğe sahip oldukları görülmektedir. Girişimcilik birçok zorlukla aynı anda başa çıkabilmeyi, uzun saatler boyunca çalışabilmeyi, başarılı olana kadar sebat etmeyi gerektiren zorlu süreçler barındırır. Girişimci bireyler proaktif davranış gösteren kişilerdir. Proaktif kişilik yapısına sahip olan kişilerin girişimcilik tutkularının da yüksek olması beklenir. Bu çalışmada da bu görüşün

desteklendiği analiz bulgularıyla desteklenmiştir. Yenilikçilik ise günümüzde her zamankinden daha fazla öne çıkan bir kavramdır. Teknolojinin baş döndüren bir hızla ilerlemesi, ulaşım ve lojistiğin kolaylaşması, küreselleşme gibi sebeplerle yenilikçiliğin önemi daha da belirgin hale gelmiştir. Proaktif kişilik özelliğinin yanı sıra yenilikçiliğinde eklenmesiyle girişimcilik tutkusunun daha da fazla arttığı bu çalışmayla ispatlanmıştır. Elde edilen bulguların proaktif kişilik, yenilikçilik ve girişimcilik tutkusu ve genel olarak girişimcilik literatürünü genişletmesi literatüre önemli bir teorik katkı sağlamaktadır. Uygulayıcılar açısından da proaktif kişilik ve yenilikçiliğin girişimcilik tutkusunu artıracığı gibi pratik olarak uygulanabilecek net bilgiler sağlamaktadır. Girişimcilerin proaktif kişilik yapısı ve yenilikçilik düzeyini artıracak eğitimler almalarının veya bu yönde davranmalarının girişimcilik tutkusu düzeylerine katkı sağlayabilecekleri anlaşılmaktadır. Sonuç olarak, esnaf ve sanatkârların proaktif kişilik yapılarının girişimcilik tutkusu üzerinde etkiye sahip olduğu ve yenilikçiliğin proaktif kişilik girişimcilik tutkusu ilişkisine aracılık ettiği belirlenmiştir.

Çalışmanın bir şehirde ve sadece esnaf ve sanatkârlara yapılmış olması araştırmanın kısıtlarındandır. Bütün ilçeleri kapsayacak şekilde çalışmanın yapılamamış olması da araştırmanın kısıtlarından bir başkasıdır. İlçelerde var olan oda başkanlıklarının da çalışmada eşit oranda temsil edilmesi faydalı olabilecektir. Örneklem çeşitliliği ve esnaf ve sanatkâr odalarının örneklem içerisinde temsil edilme oranına dikkat edilmiş olmasına rağmen bazı esnaf sanatkâr odalarından daha fazla veri toplanabilmişken diğerlerinde daha az düzeyde veri toplanmış olup eşit düzeyde veri toplanamamış olması da bir başka kısıt olarak belirtilebilir. Genel olarak toplanan örneklem sayısı ise yeterlidir. Verilerden 70 kadarı esnaf ve sanatkâr oda başkanlıklarınca toplanmış olup bu verilerin toplanma sürecinin araştırmacılar tarafından kontrol edilememesi bir başka kısıt olarak ifade edilebilir. Gelen bu veriler ve diğer verilerden tamamında aynı seçeneğin işaretlendiği, çok sayıda işaretlemenin yapılmadığı, birden fazla anketin aynı kalem ve aynı yazı stili ile işaretlendiğini düşündürmesi gibi gerekçelerle özensiz doldurulduğu fark edilen anketler çalışma kapsamı dışında bırakılmıştır. Ülkemizde esnaf ve sanatkârlarla ilgili olarak muhasebe gibi farklı alanlarda çalışma çokça olmasına rağmen örgütsel davranış konularında araştırmanın olmadığı görülmüştür. Literatür taramasında referans alınarak karşılaştırma yapılabilecek esnaf ve sanatkârlarla ilgili girişimcilik ve örgütsel davranış konularında çalışma azlığı da bir kısıt olarak belirtilebilir.

Sonraki araştırmacılara farklı şehirlerde veya farklı örneklemlemlerle araştırma değişkenleri ile ilgili araştırma yapımları önerilmektedir. Ayrıca, bu çalışma için geliştirilen modele yeni değişkenler eklenerek daha kapsamlı modeller de sonraki çalışmalarda geliştirilebileceği değerlendirilmektedir. Bu araştırma esnaf ve sanatkârlarla ilgili olarak yapılmış olup araştırma yapılabilecek evren ve örneklem farklı meslek ve örgütlerde gerçekleştirilmesi önerilmektedir. Mikro ve küçük işletme statüsüne sahip olan bu araştırma örneklemine dışında yer alan orta ve büyük işletmelerde de araştırma yapılabilir. Girişimcilik tutkusu ulusal ve uluslararası literatürde son zamanlarda araştırmacıların ilgilerinin arttığı bir girişimcilik kavramıdır. Bu çalışmada girişimciler için önemli bir terim olan proaktif kişiliğin girişimcilik tutkusu ilişkisinde yenilikçilik aracı değişken olarak kullanılmıştır. Yenilikçilik dışında proaktif kişilik girişimcilik tutkusuna aracı etki oluşturabilecek konuyla ilgili farklı örgütsel davranış değişkenleri ile yeni araştırmalar yapılabilir. Bu kapsamda yapılabilecek olan araştırmalar hem girişimcilik tutkusu hem de doğal olarak girişimcilik literatürünü genişletebilecektir. Girişimciliğin kişiler ve ülkeler için önemi göz önüne alındığında literatüre katkısı kadar uygulamaya da katkı sağlayabilecektir. Genç ve dinamik işletme ve girişimci yapısına sahip olan ülkemiz için fayda sağlayabileceği düşünülen bu araştırmaların farklı örneklem ve sektörlerde gerçekleştirilmesi önerilmektedir.

Bu araştırma bulguları girişimcilik literatürünü genişletmekte ve proaktif kişilik ve yenilikçiliğin girişimcilik tutkusuna etkisi anlamında önemli katkı sağlamaktadır. Girişimcilik tutkusuna sahip girişimcilerin işlerini yaparken proaktif ve yenilikçi davranmalarının girişimcilik becerilerine faydalı olacaktır. Girişimcilik eğitimlerinde girişimci adaylarına proaktiflik, yenilikçilik ve girişimcilik tutkusu konularının verilmesi ve girişimcilere bilgilendirmeler yapılması önerilmektedir.

Ulaşılabilen kaynaklara göre yenilikçiliğin proaktif kişilik ve girişimcilik tutkusu (icat etme, kurma, geliştirme) ilişkisinde aracı etkisi ile ilgili başka çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu araştırma bulguları ile yenilikçilik, proaktif kişilik ve girişimcilik tutkusu (icat etme, kurma, geliştirme) ile ilgili olarak literatüre önemli katkı sağlandığı değerlendirilmekte ve araştırmacılara çalışmalarında katkı sağlayabilecektir.

Finansman/ Grant Support

Yazar(lar) bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

The author(s) declared that this study has received no financial support.

Çıkar Çatışması/ Conflict of Interest

Yazar(lar) çıkar çatışması bildirmemiştir.

The authors have no conflict of interest to declare.

Yazarların Katkıları/Authors Contributions

Çalışmanın Tasarlanması: Yazar-1 (%50), Yazar-2 (%50)

Conceiving the Study: Author-1 (%50), Author-2 (%50)

Veri Toplanması: Yazar-1 (%50), Yazar-2 (%50)

Data Collection: Author-1 (%50), Author-2 (%50)

Veri Analizi: Yazar-1 (%50), Yazar-2 (%50)

Data Analysis: Author-1 (%50), Author-2 (%50)

Makalenin Yazımı: Yazar-1 (%50), Yazar-2 (%50)

Writing Up: Author-1 (%50), Author-2 (%50)

Makale Gönderimi ve Revizyonu: Yazar-1 (%50), Yazar-2 (%50)

Submission and Revision: Author-1 (%50), Author-2 (%50)

Açık Erişim Lisansı/ Open Access License

This work is licensed under Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License (CC BY NC).

Bu makale, Creative Commons Atıf-GayriTicari 4.0 Uluslararası Lisansı (CC BY NC) ile lisanslanmıştır.

Kaynaklar

- Al-Mamary, Y. H., ve Alshallaqi, M. (2022), Impact of Autonomy, Innovativeness, Risk-Taking, Proactiveness, and Competitive Aggressiveness on Students' Intention To Start A New Venture, *Journal of Innovation & Knowledge*, 7(4), 100239.
- Aldahdouh, T. Z., Nokelainen, P., ve Korhonen, V. (2020), Technology and Social Media Usage in Higher Education: The Influence of Individual Innovativeness, *Sage Open*, 10(1), s.1-20. 2158244019899441.
- Andri, G., Adawiyah, W. R., Purnomo, R., ve Sholikhah, Z. (2020), The Minang-Nomads Businesses' Performance: The Role of Proactive Personality, Creativity and Innovative Work Behavior, *Jurnal Pengurusan*, (58), s.91-104.
- Bierly, P. E., Kessler, E. H. ve Christensen, E. W. (2000), Organizational Learning, Knowledge, and Wisdom, *Journal of Organizational Change Management*, 13(6), s.595-618.
- Cardon, M. S., Wincent, J., Singh, J. ve Drnovsek, M. (2009), The Nature and Experience of Entrepreneurial Passion, *Academy of Management Review*, 34(3), s.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), s.373-396.
- Costa, S. F., Santos, S. C., Wach, D., ve Caetano, A. (2018), Recognizing Opportunities Across Campus: The Effects of Cognitive Training and Entrepreneurial Passion on The Business Opportunity Prototype, *Journal of Small Business Management*, 56(1), s.51-75.
- Crant, J. M. (1996), The Proactive Personality Scale As a Predictor of Entrepreneurial Intentions, *Management*, 29(3), s.62-74.

- Gala, P., ve Kashmiri, S. (2022), Exploring The Dark Side of Integrity: Impact of CEO Integrity on Firms' Innovativeness, Risk-Taking and Proactiveness, *European Journal of Marketing*, 56(7), s.2052-2102.
- Hu, R., Shen, Z., Kang, T. W., Wang, L., Bin, P., & Sun, S. (2023). Entrepreneurial Passion Matters: The Relationship Between Proactive Personality and Entrepreneurial Intention. *SAGE Open*, 13(4), 21582440231200940.
- Iqbal, A. H. (2022), Impact of Proactive Personality on Project Innovativeness with Mediating Role of Mindfulness and Moderating Role of Organizational Agility (Doctoral dissertation, Capital University).
- Kiani, A., Yang, D., Ghani, U., ve Hughes, M. (2022), Entrepreneurial Passion and Technological Innovation: The Mediating Effect of Entrepreneurial Orientation, *Technology Analysis & Strategic Management*, 34(10), s.1139-1152.
- Kiani, A., Ali, A., Biraglia, A., & Wang, D. (2023). Why I persist while others leave? Investigating the path from passion to persistence in entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*, 61(6), 2818-2848.
- Kim, H. S., ve Park, I. J. (2017), Influence of Proactive Personality on Career Self-Efficacy, *Journal of Employment Counseling*, 54(4), s.168-182.
- Kong, Y., ve Li, M. (2018), Proactive Personality and Innovative Behavior: The Mediating Roles of Job-Related Affect and Work Engagement, *Social Behavior and Personality: an International Journal*, 46(3), s.431-446.
- Kumar, R., ve Shukla, S. (2023), A Theory-Based Approach to Model Entrepreneurial Intentions: Exploring The Role of Creativity, Proactive Personality and Passion, *Higher Education, Skills and Work-Based Learning*, 13(2), s.355-370.
- Lewandowska, A., Stopa, M., ve Inglot-Brzęk, E. (2021), Innovativeness and Entrepreneurship: Socioeconomic Remarks on Regional Development in Peripheral Regions, *Economics and Sociology*, 14(2), s.222-235. doi:10.14254/2071-789X.2021/14- 2/12.
- Li C, Murad M, Shahzad F, Khan MAS, Ashraf SF ve Dogbe CSK (2020), Entrepreneurial Passion to Entrepreneurial Behavior: Role of Entrepreneurial Alertness, Entrepreneurial Self-Efficacy and Proactive Personality, *Front. Psychol.* s.1-19, 11:1611. doi: 10.3389/fpsyg.2020.01611.
- Luu, N., ve Nguyen, H. (2021), Entrepreneurial Passion and A Firm's Innovation Strategies, *Journal of Small Business Management*, 59(4), s.794-818.
- Makanyeza, C., Mabenge, B. K., ve Ngorora-Madzimure, G. P. K. (2023), Factors Influencing Small and Medium Enterprises' Innovativeness: Evidence from Manufacturing Companies in Harare, Zimbabwe, *Global Business and Organizational Excellence*, 42(3), s.10-23.
- Mancha, R., ve Shankaranarayanan, G. (2021), Making a Digital Innovator: Antecedents of Innovativeness with Digital Technologies, *Information Technology & People*, 34(1), s.318-335.
- Marchiori, D. M., Rodrigues, R. G., Popadiuk, S., ve Mainardes, E. W. (2022), The Relationship between Human Capital, Information Technology Capability, Innovativeness and Organizational Performance: An Integrated Approach, *Technological Forecasting and Social Change*, 177, 121526.
- Mubarak, N., Khan, J., Yasmin, R., ve Osmadi, A. (2021), The Impact of A Proactive Personality on Innovative Work Behavior: The Role of Work Engagement and Transformational Leadership, *Leadership & Organization Development Journal*, 42(7), s.989-1003.

- Neneh, B. N. (2022), Entrepreneurial Passion and Entrepreneurial Intention: The Role of Social Support and Entrepreneurial Self-Efficacy, *Studies in Higher Education*, 47(3), s.587-603.
- Newman, A., Obschonka, M., Moeller, J., ve Chandan, G. G. (2021), Entrepreneurial Passion: A Review, Synthesis, and Agenda for Future Research, *Applied Psychology*, 70(2), s.816-860.
- Nguyen, C. T. P., Nguyen, D. T., ve Nguyen, H. T. (2023), Personality Traits and Firm Innovation Performance: The Mediation Effect of Entrepreneurial Innovativeness, *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 15(1), s.113-132.
- Okumuş, M. T., ve Bakan, İ. (2023), Esnaf ve Sanatkarların Girişimcilik Tutkusu ile İlgili İş Algıları ve Davranışları: Bir Alan Araştırması, *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(3), s.1056-1072. <https://doi.org/10.33437/ksusbd.1348224>
- Ozkurt, B., ve Alpay, C. B. (2018), Investigation of Proactive Personality Characteristics of the Students of High School of Physical Education and Sports through Various Variables, *Asian Journal of Education and Training*, 4(2), s.150-155.
- Ratten, V., ve Miragaia, D. (2020), Entrepreneurial Passion Amongst Female Athletes, *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 32(1), s.59-77.
- Romani-Torres, R., ve Norena-Chavez, D. (2023), Fueling Recognition of Opportunities Through Innovative Behavior: Mediating Role of Team Entrepreneurial Passion and Team Innovation Capacity, *Cogent Business & Management*, 10(3), s.1-16, 2259580. <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2259580>
- Senali, M. G., Iranmanesh, M., Ismail, F. N., Rahim, N. F. A., Khoshkam, M., ve Mirzaei, M. (2023), Determinants of Intention to Use e-Wallet: Personal Innovativeness and Propensity to Trust as Moderators, *International Journal of Human-Computer Interaction*, 39(12), s.2361-2373.
- Tai, H. T., ve Mai, N. Q. (2016), Proactive Personality, Organizational Context, Employee Creativity and Innovative Capability: Evidence from MNCs and Domestic Corporations, *International Journal of Organizational Analysis*, 24(3), s.370-389.
- Tajeddini, K., ve Trueman, M. (2014), Perceptions of Innovativeness among Iranian Hotel Managers, *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 5(1), s.62-77.
- Tajeddini, K., Altinay, L., ve Ratten, V. (2017), Service Innovativeness and The Structuring of Organizations: The Moderating Roles of Learning Orientation and Inter-Functional Coordination, *International Journal of Hospitality Management*, 65, s.100-114.
- Trifiletti, E., Capozza, D., Pasin, A., ve Falvo, R. (2009), A Validation of The Proactive Personality Scale, Testing, *Psychometrics, Methodology in Applied Psychology*, 16(2), s.77-93.
- Turner, T., ve Hendry, S. (2017), Radical Innovation and Value Extraction: The Role of The User's Entrepreneurial Passion on Satisfaction with Product, Firm, and Industry, *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 29(2), s.156-173.
- Türk, S., Zapkau, F. B., ve Schwens, C. (2020), Prior Entrepreneurial Exposure and The Emergence of Entrepreneurial Passion: The Moderating Role of Learning Orientation, *Journal of Small Business Management*, 58(2), s.225-258.
- Wang, H., ve Lei, L. (2023), Proactive Personality and Job Satisfaction: Social Support and Hope as Mediators, *Current Psychology*, 42(1), s.126-135.

- Wang, Z., Zhang, J., Thomas, C. L., Yu, J., ve Spitzmueller, C. (2017), Explaining Benefits of Employee Proactive Personality: The Role of Engagement, Team Proactivity Composition and Perceived Organizational Support, *Journal of Vocational Behavior*, 101, s.90-103.
- Yamak, O. U., ve Eyupoglu, S. Z. (2021), Authentic Leadership and Service Innovative Behavior: Mediating Role of Proactive Personality, *SAGE Open*, 11(1), s.1-15, 2158244021989629. DOI: 10.1177/2158244021989629
- Yen, C. H., Teng, H. Y., ve Tzeng, J. C. (2020), Innovativeness and Customer Value Co-Creation Behaviors: Mediating Role of Customer Engagement, *International Journal of Hospitality Management*, 88, 102514.