

KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ YIYECEK-İÇECEK İŞLETMESİ SAHİPLERİNİN GİRİŞİMCİ KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ VE GİRİŞİMCİLİK MOTİVASYONLARI

Yrd. Doç. Dr. Aydan Bekar

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi

Posta Adresi: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Turizm Fakültesi Kampüs Muğla

E-posta: abekar@mu.edu.tr

Arş. Gör. Faruk Yüksel

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi

Posta Adresi: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Turizm Fakültesi Kampüs Muğla

E-posta: farukyüksel@mu.edu.tr

Özet

Araştırmada, ülkemizdeki istihdamın büyük bir kısmını oluşturan küçük ve orta ölçekli işletme sahiplerinin girişimcilik motivasyonları ve girişimci kişilik özellikleri yiyecek-ıçecek işletmeleri açısından ele alınmıştır. Araştırmanın örneklemini Muğla'da faaliyet gösteren 249 küçük ve orta ölçekli yiyecek-ıçecek işletmesi sahipleri oluşturmaktadır. Bu kapsamda öncelikle girişimciliğe iten motivasyon unsurları ve kişilik özellikleri belirlenerek, motivasyon unsurları ve kişilik özellikleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Daha sonra ise, işletmesini aileden devralanlar ile kendisi kuranların motivasyon unsurlarının değişip değişmediği analiz edilmiştir.

Araştırma sonuçlarına göre, küçük ve orta ölçekli yiyecek-ıçecek işletmesi sahiplerini girişimciliğe iten en önemli motivasyon unsurunun fırsat yaratma odak olduğu ve motivasyon unsurları ile bazı kişilik özellikleri arasında anlamlı ilişki olduğu belirlenmiştir. Ayrıca, işletmesini kendisi kuran girişimcilerin en önemli motivasyon unsurlarının ise; daha iyi gelecek, daha çok para kazanma, piyasadaki boşluğu doldurma, çevreye kendini kanıtlama çabası, çocuklarına bir iş bırakma, finansal bağımsızlık elde etme, aile baskısından uzak iş yapma gibi unsurlar olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: KOBİ, Girişimcilik, Motivasyon.

Alan Tanımı: *Turizm İşletmeciliği (Yiyecek-İçecek İşletmeciliği).*

Abstract

Entrepreneurial Personality Traits and Entrepreneurship Motivations of Small and Medium-Sized Food and Beverage Business Owners

Entrepreneurial motivations and entrepreneurial personality traits of small and medium-sized business owners, who make up a large part of the employment in our country, were examined in terms of food and beverage companies. The sample of research is composed of 249 small and medium-sized F&B companies operating in Muğla. In this context, motivation elements and personality traits that contribute entrepreneurship were first determined and the relationship between them was analyzed. Then, it was measured whether the motivational elements of these who own a family company and one who own a self-established company.

According to results of the research, it is determined that the most important motivational factor that pushes owners of small and medium-sized F&B company to entrepreneurship is opportunity oriented and there is a meaningful relationship between motivational factors and some personality traits. In addition, the most important motivational factors of entrepreneurs who have self-established company are making better Money, having a better future, filling the gap in the market, proving themselves to the market, leaving a job for their children, obtaining financial independence and making business without family pressure.

Keywords: *SME, Entrepreneurship, Motivation.*

JEL CODE: *L26, Z30, Z39*

1. GİRİŞ

Günümüzde girişimcilik ekonomik büyümenin ve ekonomik gelişimin olmazsa olmaz bir parçasıdır (North, 1990; Carree ve Thurik, 2003). Ulusal ekonomik gelişimde oldukça önemli bir rol oynamakta olan girişimcilik, karlılığı artırmasının ve istihdamın devamlılığını sağlamasının yanı sıra, sosyal sorumluluğu da teşvik etmektedir (Acs, Desai ve Hessels, 2008; Tang ve Koveos, 2004). Teknolojik gelişmelerin bir sonucu olarak, eskinin büyük ve hantal işletmeleri, yerini hızlı ve esnek yapısıyla değişmelere kolaylıkla adapte olabilen küçük ve orta ölçekli işletmelere (KOBİ) bırakmaktadır (Pişkinsüt, 2011). Büyük

işletmelerin yerlerini almaya başlayan KOBİ'ler ekonomik büyümenin lokomotifi olarak görülmelerine karşın, yerini almaya başladıkları büyük işletmelere göre, daha az çalışan sayısı, pazar payı ve satış tutarlarına sahiptirler (Kılıçer, 2013). Daha dar kaynaklara sahip olan KOBİ'ler, güvenilir pazar bilgisine ulaşmada güçlükler yaşamakta, kurumsallaşmanın tam manasıyla uygulanamamasından dolayı işletme sahiplerinin yönetime müdahalesiyle karşılaşmakta ve dolayısıyla, yalnızca bilgi ve beceriyle sınırlı pazarlama faaliyetleri yürütmektedirler. Bu açılarından KOBİ'ler, büyük ölçekli işletmelerden farklı bir konumdadırlar (Kılıçer, 2013). Yine de, ülkemiz açısından ele alındığında 2013 yılında, toplam girişim sayısının %99,8'i ve istihdamın %74,2'si KOBİ'ler tarafından oluşturulmaktadır (www.tuik.gov.tr).

Ülkemizde, yalnızca restoranlara yönelik ayrıca istatistiki bir veri mevcut değilse de, sektörler bazındaki genel sayıdan, ülkemizdeki restoran girişimlerinin de büyük bir kısmının KOBİ'lerden oluştuğunu söylemek mümkündür (www.tuik.gov.tr). Ayrıca, bu işletmelerin %98'i de aile işletmelerinden oluşmaktadır (Pişkinsüt, 2011:102).

Düşük ücretler, yüksek orandaki işsizlik gibi durumsuzluklar bireyleri aile işletmelerinde girişimciliğe zorlarken (Spanken ve Astrachan, 1996); para kazanma ve büyüme, farklı yaşam tarzı benimseme isteği, aile, prestij kazanma gibi unsurlar da bireyleri kendi işletmelerini kurmaya iten önemli motivasyonlardır (Gez ve Petersen, 2005). Ayrıca, bireylerin kişisel özellikleri de girişimcilik eğiliminde ya da girişimcilik niyetinde belirleyici etkiye sahip olabilmektedir (Bozkurt ve Ördür, 2015).

Türkiye'de bir yandan yiyecek-icecek işletmesi sayısının hızla artması, diğer yandan bu işletmelerin çoğunluğunu KOBİ'lerin oluşturması girişimcilik konusunun önemini artırmaktadır. Bu doğrultuda, bu çalışmada küçük ve orta ölçekli yiyecek-icecek işletmesi sahiplerini girişimciliğe iten unsurlar ve kişilik özellikleri incelenmiştir. Buna ilişkin çalışmanın problemleri şunlardır:

a) Küçük ve orta ölçekli yiyecek-icecek işletmesi sahiplerinin girişimcilik eğilimlerinin ardında yatan motivasyonlar nelerdir?

b) Küçük ve orta ölçekli yiyecek-icecek işletmesi sahiplerinin girişimcilik motivasyonları ile girişimci kişilik özellikleri arasında bir ilişki var mıdır?

c) Küçük ve orta ölçekli yiyecek-içecek işletmesi sahiplerinden aile işletmesini devam ettiren girişimcilerin girişimcilik motivasyonları ile sıfırdan kendi işletmesini kuran girişimcilerin girişimcilik motivasyonları arasında bir farklılık var mıdır?

2. Yöntem

2.1 Araştırmanın Amacı

Bu çalışmada Muğla'da faaliyet gösteren küçük ve orta ölçekli yiyecek-içecek işletmesi sahiplerini girişimciliğe iten unsurlar ve kişilik özellikleri incelenmiştir. Bu doğrultuda öncelikle girişimciliğe ilişkin motivasyon unsurları ile kişilik özellikleri belirlenerek, yiyecek-içecek işletmesi sahiplerinin girişimcilik motivasyonları ile girişimci kişilik özellikleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Daha sonra yiyecek-içecek işletmesi sahiplerinde aile işletmesini devam ettiren girişimcilerin girişimcilik motivasyonları ile sıfırdan kendi işletmesini kuran girişimcilerin girişimcilik motivasyonları arasında bir farklılık olup olmadığı test edilmiştir.

2.2 Örneklem ve Veri Toplama

Girişimcilik motivasyonları ve girişimci kişilik özelliklerini incelemeye yönelik olarak yapılan bu araştırma yaklaşıma nazaran nicel; kullanılan araştırma yöntemine göre anket araştırmasıdır. Araştırmanın evrenini Muğla ilindeki küçük ve orta ölçekli yiyecek-içecek işletmesi sahipleri oluşturmaktadır. Örneklemine ise bu işletme sahipleri tarafından çalışmaya katılmayı gönüllü olarak kabul eden 217 işletme sahibi oluşturmaktadır.

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Kullanılan anket formu üç bölüme ayrılmıştır. Anketin birinci bölümünde yer alan önermeler Chen ve Burton (2013)'ün motivasyon unsurlarını ölçmeye yönelik geliştirdikleri ölçekten yararlanılarak; ikinci bölümde yer alan girişimci kişilik özelliklerini ölçmeye yönelik önermeler Littunen'in (2000) geliştirdiği ölçekten yararlanılarak hazırlanmıştır. Girişimcilik motivasyonlarına yönelik 23; girişimci kişilik özelliklerine yönelik 26 önerme 5'li Likert ölçeği (1=Kesinlikle Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılmıyorum) şeklinde hazırlanmıştır. Anketin son bölümünde ise, katılımcıların demografik özelliklerini ve işletmeye ilişkin bazı bilgileri öğrenmeye yönelik sorular (cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim durumu,

işletmenin yıllık ortalama geliri, işletme sahibiyet durumu, işletme kurarken yararlanılan temel yatırım finansmanı/finansmanları) yer almaktadır.

Çalışma için veri toplamaya geçilmeden önce 31 küçük ve orta ölçekli yiyecek-icecek işletmesi sahibi ile pilot uygulama yapılarak ankette gerekli düzeltmeler yapılmış, ankete son şekli verilmiştir. Veriler 2016 Kasım ve Aralık aylarında araştırmacılar tarafından yüz yüze görüşme yöntemi ile toplanmıştır. Verilerin analizinde SPSS 22 istatistik programı kullanılmıştır.

2.3 Analiz ve Bulgular

Çalışmada kullanılan ölçeğin güvenilirliği Cronbach's Alpha katsayısı ile test edilmiştir. Aşağıdaki tabloda da görüldüğü gibi kullanılan ölçeğin "oldukça güvenilir" ($0,60 < \alpha < 0,80$ olduğu görülmektedir.

Tablo 1. Güvenilirlik Analizi Sonuçları

	Cronbach's Alpha Katsayısı	n
Motivasyon unsurları	,821	23
Girişimci kişilik özellikleri	,759	26

Araştırma verilerinin analizi ilk aşamada yapılmıştır. İlk aşamada girişimcilik motivasyonları ile girişimci kişilik özelliklerini ölçmeye yönelik hazırlanan soruların hem yapı geçerliliğini ölçmek hem de önermeleri belli faktörler altında toplamak amacı ile faktör analizi uygulanmış, sonuçlar Tablo 2 ve 3'de verilmiştir.

Tablo 2. Girişimcilik Motivasyonlarına İlişkin Ölçeğin Faktör Analizi Sonuçları

İFADELER		FAKTÖRLER				
		1	2	3	4	5
Refah Odaklı	İşsiz kalmamak	,759				
	Çok para kazanmak	,718				
	Çocuklarıma bir iş bırakmak	,612				

	Başka alternatifimin olmaması	,577				
	Aile baskısından uzak kendi işimi kurmak	,435				
Yaşam Tarzı	İyi bir yaşam tarzı elde etmek		,704			
	İlgi duyduğum boş zaman aktivitelerine daha fazla zaman ayırmak		,657			
	Daha iyi bir çevre edinmek		,604			
	Emekli olduğumda gelir elde etmek		,520			
	Prestij kazanmak		,461			
	Finansal bağımsızlık elde etmek		,400			
	Çevreme başarılı olabileceğimi kanıtlamak		,367			
Fırsat	Bir önceki işimden farklı bir iş denemek		,784			
	Piyasadaki boşluğu doldurmak		,631			
	Düşük riskli ve kontrol edilebilir bir yatırım gerçekleştirmeye çalışmak		,541			
	Boş vakitlerimde ekstra para kazanmak		,486			
Aidit/Odaklı	Belirli ve düzenli bir işe sahip olmak			,741		
	Bu şekilde yaşamak			,689		
Aile	Aile üyelerinin bir arada çalışabileceği iş ortamı yaratmak					,682
	Kendi işimin parçası olmak					,371
	Yaşadığım işi devam ettirmek					,679
Özdeğerler		2,619	2,472	2,005	1,874	1,590
Faktörlerin Varyansı Açıklama Oranı		12,470	11,769	9,550	8,922	7,571

<i>Toplam Varyansın Açıklanma Oranı</i>	50,283
<i>Ölçeğin Cronbach's Alpha Değeri</i>	,821
<i>Kaiser-Meyer-Olkin Ölçümü</i>	,806

Tablo 2'de görüldüğü gibi girişimcilik motivasyonlarına ilişkin ölçeğin KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) değeri 0,806, Cronbach's Alpha değeri 0,821 ve $p < 0,001$ bulunmuştur. Buna göre ölçeğin faktör analizi için uygun olduğunu, yapı geçerliliğinin sağlandığı görülmektedir. Faktör analizine göre ölçek 5 faktörden oluşmuş ve faktörler sırasıyla; "refah odaklı", "yaşam tarzı odaklı", "fırsat odaklı", "aidiyet odaklı" ve "aile odaklı" olarak adlandırılmıştır.

Tablo 3'de ise girişimci kişilik özelliklerini benlemeye yönelik hazırlanan ölçeğin faktör analizi sonuçları yer almaktadır. Analiz sonucuna göre kullanılan ölçeğin KMO değeri 0,812, Cronbach's Alpha değeri 0,755 ve $p < 0,001$ bulunmuştur. Buna göre ölçeğin yapı geçerliliği sağlanmıştır. Faktör analizi sonucuna ölçek 6 faktörden meydana gelmiş ve bu faktörler sırasıyla; "iş odaklı", "kolaycı", "kişilere bağımlı", "baskı karakterli", "bağımsız", "faydacı" isimleri verilmiştir.

Tablo 3. Girişimci Kişilik Özelliklerine İlişkin Ölçeğin Faktör Analizi Sonuçları

İFADELER		FAKTÖRLER					
		1	2	3	4	5	6
İş Odaklı	Eğer bir şeyler yapmamam hemen sıkılırım	,697					
	Bir işin ne kadar iyi yapılmışsa o kadar tatmin edici olduğunu düşünürüm	,687					
	Elimden geldiğince çalışmak beni tatmin edebilir	,648					
	Her zaman bir şeylerle meşgul olmak isterim	,623					

	İyi yapılmış bir işi tatmin edici bulurum	,593					
	Çok çalışmayı severim	,506					
	Üst düzey yetenekler gerektiren işlerde çalışmayı tercih ederim	,490					
Kolaycı	Hayatım çoğunlukla kazara meydana gelen olaylar tarafından kontrol edilmektedir		,661				
	Zor ve sıkıcı işlerdense kolay ve eğlenceli olanlarımı tercih ederim		,658				
	Çok çalışmaktan kaçınırım		,559				
	İşler ters gittiğinde kolayca vazgeçebileceğim gibii hissederim		,73				
	Hayattaki belirsizliklerden dolayı uzun vadeli planlar yapmanın akıllıca olduğunu düşünmüyorum		,560				
	Bir işle meşgul olmakta kolaylıkla uzun süre otururum		,559				
	İşlerimde genellikle şansım geçer gitmez		,522				
	Herhangi bir şeyin olacağı varsa kendiliğinden olacağına inanırım		,519				
Kişilerle Bağımlı	Planktonun gerçekleşmesi amacıyla genellikle kendimle ilgili planlarımı bağımsız yapamam		,739				
	Hayatımda olan her şeyin güçlü insanlar tarafından belirlendiğini hissine kapılıyorum		,696				
	Hayatım genellikle güçlü diğer insanlar tarafından kontrol		,652				

	edilmektedir						
Baskın	Genelde grubun liderinin ben olduğumu düşünüyorum					,789	
	Eğer bir şans verilseydi, insanlara iyi bir liderlik yapardım					,662	
	İnsanlar genellikle söylediklerime önem verir					,607	
	Diğer insanlar üzerinde otorite kurmaktan keyif alacağımı düşünüyorum					,593	
Bağımsız	Diğer insanlarla olan ilişkilerimde belirli bir sınırim vardır					,795	
	Hayatıma kendi kararlarım yön verir					,640	
Faydalı	Plan yaptığımda, planımın gerçekleşeceğinden neredeyse emin olurum						,680
	Benden yukarıdaki insanlara hoş görünerek birçok isteğimi elde ederim						,549
Özdeğerler		3,381	3,251	2,212	2,133	1,671	1,493
Faktörlerin Varyansını Açıklama Oranı		13,005	12,505	8,507	8,206	6,427	5,744
Toplam Varyansın Açıklama Oranı		54,393					
Ölçeğin Cronbach's Alpha Değeri		,755					
Kaiser-Meyer-Olkin Ölçümü		,812					

Verilerin analizinde ikinci aşamada katılımcılara ilişkin bilgiler, işletmelerin temel yatırım finansmanına ilişkin bilgiler mutlak ve yüzde değer ile analiz edilerek tablo olarak; işletme sahiplerinin girişimcilik eğilimlerinde etkili olan

motivasyon unsurlarına ilişkin faktörlerin ortalamaları ve standart sapmaları grafik ile verilmiştir. Küçük ve orta ölçekli restoran sahiplerinin girişimcilik motivasyonları ile girişimci kişilik özellikleri arasında bir ilişkinin olup olmadığı basit regresyon analizi ile test edilerek Tablo 6'da verilmiştir. Restoran sahiplerinden aile işletmesini devam ettiren girişimcilerin girişimcilik motivasyonları ile sıfırdan kendi işletmesini kuran girişimcilerin girişimcilik motivasyonları arasında bir farklılık olup olmadığı ise bağımsız iki grup arası t testi ile analiz edilmiştir (Tablo 7).

Araştırma kapsamına alınan yiyecek içecek işletmesi sahiplerinin yarısından fazlası erkek; yaş aralığına göre ise 18-35 yaş arasındadır. Katılımcıların yaklaşık % 20'si ilköğretim veya orta öğretim mezunu iken, yaklaşık yarısı ön lisans ve üzeri eğitime sahiptir. İşletme sahiplerinin yaklaşık % 35'i işletmeden yıllık 100.000 TL ve altında gelir sağladığını, yaklaşık % 27'si 101-200.000 arası, % 18,5'i 201-300.000, % 19,7'si ise 301.000 ve üzeri gelir sağladığını belirtmiştir. Katılımcıların % 44,2'si işletmeyi kendi kurduğunu, % 16,5'i aileden devraldığını belirtmiştir. Yaklaşık % 40'ı ise ortak/ortaklar ile kurulmuştur.

Tablo 4. Katılımcılara ve İşletme ile İlgili Bilgiler (n=249)

Cinsiyet	n	%	Medeni Durum	n	%
Kadın	79	31,7	Evlü	124	49,8
Erkek	170	68,3	Bekar	125	50,2
Yaş (yıl)			Eğitim Düzeyi		
18-25	5	20,5	İlköğretim	16	6,4
26-35	84	33,7	Ortaöğretim	31	12,4
36-45	77	26,9	Lise ve Dengi	81	32,5
46-55	31	12,4	Ön lisans	44	17,7
56-65	16	6,4	Lisans	62	24,9
			Lisansüstü	15	6,0
İşletmenin Kuruluş Tarihi (TL)			Sahibiyet Durumu		
100.000 ve altı	87	34,9	Aileden Devraldım	40	16,1
101-200.000	67	26,9	Kendim Kurdum	110	44,2
201-300.000	46	18,5	Ortaklık	99	39,7
301.000 ve üzeri	49	19,7			

Araştırmaya katılan küçük ve orta ölçekli yiyecek-içecek işletmesi sahiplerinin, işletmenin kuruluş aşamasında yararlandıkları temel yatırım finansman kaynakları (Tablo 5) incelendiğinde işletme sahiplerinin yaklaşık %33'ünün kendi birikimleri

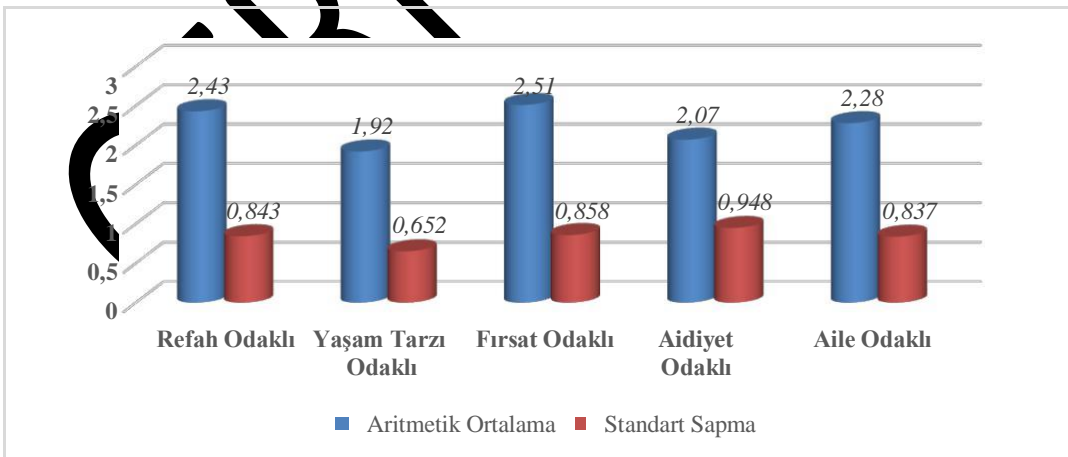
ile karşıladığı; % 17'sinin aile/akrabalardan; % 15'inin bankalardan karşıladığı görülmektedir.

Tablo 5. İşletmenin Temel Yatırım Finansmanı (n=249)

Temel Yatırım Finansmanı	n	%
Kendi Birikimlerim	82	32,9
Aile/Akrabalar	42	16,9
Bankalar	37	14,9
Arkadaşlar	16	6,4
Kendi Birikimlerim ve Diğer Finans Kaynakları	44	19,2
Aile/Akrabalar ve Diğer Finans Kaynakları	9	3,6
Arkadaşlar ve Diğer Finans Kaynakları	3	1,2
Hepsi	12	4,8

Grafik 1'de küçük ve orta ölçekli yiyecek-içecek işletmesi sahiplerinin girişimcilik eğilimlerinde etkili olan motivasyon unsurlarına ilişkin faktörlerin ortalamaları verilmiştir. En yüksek ortalamaya sahip motivasyon faktörü fırsat yaratma odaklı ($2,51 \pm 0,85$) iken; bunu sırasıyla refah odaklı ($2,43 \pm 0,84$), aile odaklı ($2,28 \pm 0,83$), aidiyet ($2,07 \pm 0,94$) ve yaşam tarzı takip ($1,92 \pm 0,65$) etmektedir.

Grafik 1. Küçük ve Orta Ölçekli Yiyecek-İçecek İşletmesi Sahiplerinin Girişimcilik Eğilimlerinde Etkili Olan Yatan Motivasyonlar



Tablo 6’da girişimcilerin kişilik özellikleri ile motivasyon unsurları arasındaki ilişki incelenmiştir.

Tablo 6. Girişimcilerin Motivasyon Unsurları ile Girişimci Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişki (n=249)

Motivasyon Unsurları Kişilik Özellikleri	Refah odaklı	Yaşam Tarzı Odaklı	Fırsat Odaklı	Aidiyet Odaklı	Aile Odaklı
İş odaklı	0,126 (0,126) R=0,197	1,213 (0,000) R=0,362	0,188 (0,000) R=0,14	0,438 (0,000) R=0,300	0,107 (0,193) R=0,107
Kolaycı	0,285 (0,000) R=0,97	0,107 (0,31) R=0,137	0,311 (0,000) R=0,334	-0,052 (0,475) R=0,045	0,209 (0,001) R=0,208
Kişilere bağımlı	0,236 (0,000) R=0,307	0,057 (0,135) R=0,137	0,188 (0,000) R=0,229	0,036 (0,519) R=0,041	0,255 (0,000) R=0,334
Baskın karakter	0,235 (0,000) R=0,229	0,116 (0,000) R=0,156	0,201 (0,000) R=0,190	0,198 (0,007) R=0,169	0,204 (0,002) R=0,198
Bağımsız	0,92 (0,11) R=0,11	0,095 (0,034) R=0,134	0,068 (0,250) R=0,073	0,160 (0,014) R=0,155	-0,070 (0,228) R=0,077
Faydacı	0,337 (0,000) R=0,369	0,108 (0,000) R=0,269	0,281 (0,000) R=0,321	0,151 (0,014) R=0,156	0,163 (0,002) R=0,192

Not: Parantez içindeki değerler Sig. değeridir ve $p < 0,01$ düzeyinde incelenmiştir. Girişimcilerin kişilik özellikleri ile motivasyon unsurları arasındaki ilişki incelendiğinde kolaycı, kişilere bağımlı, baskın karakter ve faydacı kişilik özelliklerinin refah odaklı motivasyon unsuru üzerinde 0,01 düzeyinde anlamlı pozitif bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Kolaycı, kişilere bağımlı, baskın karakter ve faydacı kişilik özelliklerinin yaşam tarzı odaklı motivasyon unsuru üzerinde; iş odaklı, baskın karakter, bağımsız ve faydacı kişilik özelliğinin aidiyet odaklı motivasyon unsuru üzerinde; kolaycı, kişilere bağımlı, baskın karakter ve faydacı kişilik özelliklerinin aile odaklı motivasyon unsuru üzerinde 0,01 önem düzeyinde anlamlı pozitif bir etkiye sahip olduğu görülmektedir.

Küçük ve orta ölçekli yiyecek-içecek işletmesi sahiplerinden, aile işletmesini devam ettiren girişimcilerin girişimcilik motivasyonları ile sıfırdan kendi işletmesini kuran girişimcilerin girişimcilik motivasyonlarına göre verilen cevaplarda gruplar arasında fark olup olmadığına ilişkin t-testi yapılmış ve sonuçlar Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 7. Girişimcilerin Girişimcilik Motivasyonlarının Sahibiyyet Durumuna Göre Karşılaştırılması (n=249)

Motivasyon Faktörleri	Sahibiyyet Durumu	n	\bar{X}	SS	t	p
Refah	<i>Aileden Devraldım</i>	40	2,20	0,66	-1,855	0,065
	<i>Kendim Kurdum</i>	209	2,47	0,86		
Yaşam Tarzı Odaklı	<i>Aileden Devraldım</i>	40	1,83	0,50	-1,92	0,352
	<i>Kendim Kurdum</i>	209	1,93	0,77		
Fırsat Odaklı	<i>Aileden Devraldım</i>	40	2,30	0,67	-1,677	0,095
	<i>Kendim Kurdum</i>	209	2,51	0,88		
Aidiyyet Odaklı	<i>Aileden Devraldım</i>	40	2,33	1,03	1,896	0,059
	<i>Kendim Kurdum</i>	209	2,02	0,92		
Aile Odaklı	<i>Aileden Devraldım</i>	40	2,06	0,78	-1,821	0,070
	<i>Kendim Kurdum</i>	209	2,32	0,84		

Tablo 7’ de görüldüğü gibi refah odaklı motivasyon faktöründe aile işletmesini devam ettiren girişimcilerin verdikleri cevapların ortalaması $2,20 \pm 0,66$ iken; işletmesini kendi kuranların ortalaması $2,47 \pm 0,86$ ’dir. Ortalamalar arası fark fazla olmasına rağmen istatistiksel olarak anlamsızdır. Yaşam tarzı odaklı, fırsat yaratma odaklı ve aile odaklı motivasyon unsurlarında da işletmesini kendi kuran girişimcilerin verdikleri cevapların ortalaması, aileden devralanlara göre daha yüksektir. Buna göre işletmesini kendi kuran girişimcilerin önemli motivasyon faktörleri daha iyi gelecek, daha çok para kazanma, piyasadaki boşluğu doldurma, çevreye kendi katkılarına çabası, çocuklarına bir iş bırakma, finansal bağımsızlık elde etme, aile üskısından uzak iş yapma gibi unsurlardır. Belirli ve düzenli bir işe sahip olmak ve bu şehirde yaşamak ifadelerini içeren aidiyyet odaklı motivasyon faktöründe ise işini aileden devralanların verdikleri cevapların ortalaması $2,33 \pm 1,03$ iken; kendi kuranların ortalaması daha düşüktür.

3. Sonuç

Teknolojik gelişmelerle birlikte eskinin büyük ölçekli ve hantal işletmeleri yerini daha küçük, fakat yeniliklere daha kolay adapte olabilen küçük ve orta ölçekli

işletmelere bırakmaktadır. Tüm dünyada olduğu gibi, ülkemizde de işletmelerin çoğunluğunu küçük ve orta ölçekli işletmeler oluşturmaktadır. Her sektörde faaliyet göstermekte olan küçük ve orta ölçekli bu işletmeler, yiyecek-içecek endüstrisinin de önemli dinamikleri arasındadır. Yiyecek-içecek endüstrisi içerisinde faaliyet gösteren küçük ve orta ölçekli işletmeler, aile geleneği olarak varlığını babadan oğula aktararak faaliyetine devam edebileceği gibi çeşitli girişimcilik unsurlarının bir araya gelmesinin bir çıktısı olarak da meydana gelebilmektedir. Bireyleri, girişimci olarak yeni bir işletme kurmaya yönlendiren çeşitli motivasyonlar olabileceği gibi, kişisel özellikler de bireylerin girişimcilik motivasyonları üzerinde etkili olabilmektedir.

Bu çalışmada Muğla'da faaliyet gösteren küçük ve orta ölçekli yiyecek-içecek işletmesi sahiplerini girişimciliğe iten unsurlar ve kişilik özellikleri incelenmiştir. Bu doğrultuda öncelikle girişimciliğe ilişkin motivasyon unsurları ile kişilik özellikleri belirlenmiştir. Buna göre girişimcilerin motivasyon unsurları “refah odaklı”, “yaşam tarzı odaklı”, “fırsat odaklı”, “aidiyet odaklı”, “aile odaklı” olmak üzere beş faktör altında toplanmıştır. Kişilik özellikleri ise “iş odaklı”, “kolaycı”, “kişilere bağımlı”, “baskın karakter”, “bağımsız” ve “faydacı” olmak üzere altı faktör altında toplanmıştır. Daha sonra yiyecek-içecek işletmesi sahiplerinin girişimcilik motivasyonları ile girişimci kişilik özellikleri arasındaki ilişki ve yiyecek-içecek işletmesi sahiplerinden aile işletmesini devam ettiren girişimcilerin girişimcilik motivasyonları ile sıfırdan kendi işletmesini kuran girişimcilerin girişimcilik motivasyonları arasında bir farklılık olup olmadığı test edilmiştir.

Araştırma kapsamına alınan küçük ve orta ölçekli yiyecek-içecek işletmesi sahiplerinin yaşının en az otuz beş ve en fazla kırk beş ve 18-35 yaş arasındadır. Eğitim durumuna göre ise yarıdaşık ya da lise ve üzeri eğitime sahiptir. İşletme sahiplerinin çoğunluğu işletmeyi ortaklık yoluyla veya kendi imkânları ile kurmuş, % 16'sı ise aileden devralmıştır. Ayrıca girişimcilerin ortalama üçte biri işletmelerinin kuruluşunda finansman ihtiyaçlarını kendi birikimleriyle karşıladıkları belirlenmiştir.

Araştırmanın elde edilen sonuçlara göre küçük ve orta ölçekli yiyecek-içecek işletmesi sahiplerini girişimciliğe iten en önemli motivasyon unsuru fırsat yaratma odaklı'dır. Bunu sırasıyla refah odaklı, aile odaklı, aidiyet odaklı ve yaşam tarzı takip etmektedir. Girişimcilerin kişilik özellikleri ile motivasyon unsurları arasındaki ilişki incelendiğinde kolaycı, kişilere bağımlı, baskın karakter ve faydacı kişilik özellikleri ile refah odaklı motivasyon unsuru arasında; kolaycı, kişilere bağımlı, baskın karakter ve faydacı kişilik özellikleri ile yaşam tarzı

odaklı motivasyon unsuru arasında; iş odaklı, baskın karakter, bağımsız ve faydacı kişilik özellikleri ile aidiyet odaklı motivasyon unsuru arasında; kolaycı, kişilere bağımlı, baskın karakter ve faydacı kişilik özellikleri ile aile odaklı motivasyon unsuru arasında anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir.

KAYNAKÇA

- Acs, Z. J., Desai, S. ve Hessels, J. *Entrepreneurship, Economic Development and Institutions*, Small Business Economics, 31 (3), 2008, 219-234.
- Bozkurt, Ö., & Erdurur, K. *Girişimci kişilik özelliklerinin girişimcilik eğilimindeki etkisi: Potansiyel girişimciler üzerinde bir araştırma*, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 8(2), 2013.
- Carree, M. A. ve Thurik, A. R. *The Impact of Entrepreneurship on Economic Growth*, In Z.J. Acs ve D.B. Audretsch (Ed.), *Handbook of Entrepreneurship Research*, (pp. 437-471). Boston: Kluwer Academic Publishers, 2003.
- Chen, S. C. ve Elston, J. A. *Entrepreneurial attitudes and characteristics: An analysis of small restaurant owners*, International Journal of Hospitality Management, 2013, 35, 294-305.
- Getz, D. ve Petersen, T. *Growth and Profit-oriented Entrepreneurship Among Family Business Owners in The Tourism and Hospitality Industry*, Hospitality Management, 21, 2005, 547-560.
- Kılıçer, T. *KOBİ'lerin girişimci pazarının anahtarı: pazarlama ilişki ağları*, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 8(2), 2013.
- Littunen, H. *Entrepreneurship and the characteristics of the entrepreneurial personality*, International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, 6(6), 2000, 295-310.
- North, D. *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*. Cambridge: Cambridge University Press, 1990.
- Pişkinsüt, E. *Girişimciliğin Türkiye'deki Ekonomik Kalkınmaya Etkileri: Kobi Örneği*, Sosyoloji Araştırmaları Dergisi, 14(2), 2011.
- Shanker, M.C. ve Astrachan, J.H. *Myths ve Realities: Family Businesses' Contribution to the US Economy – A Framework for Assessing Family Business Statistics*, Family Business Review, 9 (2), 1996 107-123.

Tang, L. ve Koveos, P. E. Venture Entrepreneurship, Innovation Entrepreneurship and Economic growth, Journal of Developmental entrepreneurship, 3, 2004, 161-171.

İNTERNET KAYNAĞI

<http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=21864> , [Erişim Tarihi: 04.11.2016].

GERİ ÇEKİLDİ