



Küçük ve Orta Ölçekli Yiyecek-İçecek İşletmesi Sahiplerinin Girişimci Kişilik Özellikleri ve Girişimcilik Motivasyonları¹ (Entrepreneurial Personality Traits and Entrepreneurship Motivations of Small and Medium-Sized Food and Beverage Business Owners)

*Faruk YÜKSEL^a , Aydan BEKAR^b 

^a Muğla Sıtkı Koçman University, Faculty of Tourism, Muğla/Turkey

^b Muğla Sıtkı Koçman University, Faculty of Tourism, Department of Food and Beverage Management, Muğla/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim

Tarihi: 13.10.2017

Kabul Tarihi: 15.11.2017

Anahtar Kelimeler

KOBİ

Yiyecek-içecek işletmesi

Girişimcilik

Motivasyon

Öz

Bu çalışmada Muğla'da faaliyet gösteren küçük ve orta ölçekli yiyecek-içecek işletmesi sahiplerini girişimciliğe iten unsurlar ve kişilik özellikleri incelenmiştir. Bu doğrultuda öncelikle işletme sahiplerini girişimciliğe iten motivasyon unsurları ve kişilik özellikleri belirlenerek, motivasyon unsurları ve kişilik özellikleri arasındaki ilişki incelenmiş; daha sonra ise işletmesini aileden devralanlar ile kendisi kuranların motivasyon unsurlarının değişip değişmediği analiz edilmiştir. Araştırmanın örneklemini Muğla'da faaliyet gösteren 249 küçük ve orta ölçekli yiyecek-içecek işletmesi sahibi oluşturmaktadır. Veriler anket ile toplanmıştır. Araştırmadan elde edilen sonuçlarına göre, küçük ve orta ölçekli yiyecek-içecek işletmesi sahiplerini girişimciliğe iten en önemli motivasyon unsurunun fırsat yaratma odaklı; en düşük motivasyon unsurunun yaşam tarzı odaklı olduğu belirlenmiştir. Farklı motivasyon unsurları ile iş odaklı, kolaycı, kişilere bağımlı, baskın karakter, bağımsız ve faydacı kişilik özellikleri arasında farklı düzeylerde anlamlı ilişki olduğu; motivasyon unsurlarının işletmenin sahibiyet durumuna göre anlamlı farklılık göstermediği tespit edilmiştir.

Keywords

SME

Food and beverage business

Entrepreneurship

Motivation

Abstract

In this study, the factors and personality traits of small and medium sized food and beverage owners operating in Muğla to entrepreneurship were examined. In this direction, firstly, the motivational factors and personality traits that propelled business owners to entrepreneurship were determined. Then, the relationship between motivational factors and personality traits has been examined, and later on, it was analyzed whether the motivational factors of the ones who took over from the family and those who founded it changed. The sample of the research is composed of 249 small and medium sized food and beverage owners operating in Muğla. The data were collected by questionnaire. According to the research, it has been determined that the most important motivator that drives small and medium-sized food and beverage owners to entrepreneurship is opportunity-oriented, and the least motivated factor is life style oriented. It was found that there was a significant relationship between different motivational factors and different levels of business-focused, easy, person-dependent, dominant character, independent and utilitarian personality traits, and motivation factors did not show any significant difference according to the ownership status of the operator.

* Sorumlu Yazar.

E-posta: farukyuksel@mu.edu.tr (F. Yüksel),

¹Bu çalışma 19-21 Ekim 2017 tarihleri arasında düzenlenen INGLOBE-II kongresinde sunulan bildirgenin kapsamını genişleterek hazırlanmıştır

GİRİŞ

Günümüzde girişimcilik ekonomik büyümenin ve ekonomik gelişimin olmazsa olmaz bir parçasıdır (North, 1990; Carree ve Thurik, 2003). Ulusal ekonomik gelişmede 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 olumsuzluklar bireyleri aile işletmelerinde girişimciliğe zorlarken (Shanker 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 (Getz ve Petersen, 2005). Ayrıca, bireylerin kişisel özellikleri de girişimcilik eğiliminde ya da girişimcilik niyetinde belirleyici etkiye sahip olabilmektedir (Bozkurt ve Erdurur, 2013).

Türkiye'de bir yandan yiyecek-içecek 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-içecek işletmesi sahiplerini girişimciliğe iten unsurlar ve kişilik özellikleri incelenmiştir. Buna ilişkin çalışmanın problemleri şunlardır:

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

b) Küçük ve orta ölçekli yiyecek-içecek 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?

Yöntem

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 sahiplerinden aile işletmesini devam ettiren girişimcilerin girişimcilik motivasyonları ile sıfırdan kendi işletmesini kuran girişimcilerin girişimcilik motivasyonları arasında bir farklılık olup olmadığı test edilmiştir.

Örneklem ve Veri Toplama

Girişimcilik motivasyonları ve girişimci kişilik özelliklerini incelemeye yönelik olarak yapılan bu araştırma yaklaşım tarzına göre nicel; kullanılan araştırma yöntemine göre anket araştırmasıdır. Araştırmanın evrenini Muğla ilindeki küçük ve orta ölçekli yiyecek-içecek işletmesi sahipleri oluşturmaktadır. Örneklemi ise bu işletme sahipleri arasından çalışmaya katılmayı gönüllü olarak kabul eden 249 işletme sahibi oluşturmaktadır.

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Kullanılan anket formu üç bölümden oluşmaktadır. Anketin birinci bölümünde yer alan önermeler Chen ve Elston (2013)’ın 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 21; 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 sahiplik durumu, işletme kurarken yararlanılan temel yatırım finansmanı/finansmanları) yer almaktadır.

Çalışma için veri toplamaya geçilmeden önce 31 küçük ve orta ölçekli yiyecek-içecek 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.

Analiz ve Bulgular

Çalışmada kullanılan ölçeğin güvenilirliği Cronbach’s Alpha katsayı 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 Katsayı	n
Motivasyon unsurları	,806	21
Girişimci kişilik özellikleri	,755	26

Araştırma verilerinin analizi iki 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 Odaklı	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		,523			
	Prestij kazanmak		,461			
	Finansal bağımsızlık elde etmek		,440			
	Çevreme başarılı olabileceğimi kanıtlamak		,367			
Fırsat Odaklı	Bir önceki işimden farklı bir iş denemek			,784		
	Piyasadaki boşluğu doldurmak			,631		
	Düşük riskli ve kontrol edilebilir bir yatırım gerçekleştirme çalışmak			,541		
	Boş vakitlerimde ekstra para kazanmak			,486		
Aidiyet Odaklı	Belirli ve düzenli bir işe sahip olmak				,741	
	Bu şehirde yaşamak				,689	
Aile Odaklı	Aile üyelerinin bir arada çalışabileceği iş ortamı yaratmak					,682
	Babadan kalan işi devam ettirmek					,679
	Kendi işimin patronu olmak					,371
<i>Özdeğerler</i>		2,619	2,472	2,005	1,874	1,590
<i>Faktörlerin Varyansı Açıklama Oranı</i>		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>		,806				
<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 0,806 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 belirlemeye 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 faktörlere sırasıyla; “iş odaklı”, “kolaycı”, “kişilere bağımlı”, “baskın 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 yapmazsam 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 olanları tercih ederim		,658				
	Çok çalışmaktan kaçınırım		,599				
	İşler ters gittiğinde kolayca vazgeçebileceğim gibi hissederim		,573				
	Hayattaki belirsizliklerden dolayı uzun vadeli planlar yapmanın akıllıca olduğunu		,560				
	Bir işle meşgul olmadan kolaylıkla uzun süre otururum		,559				
	İşlerimde genellikle şansım yaver gitmez		,522				
	Herhangi bir şeyin olacağı varsa kendiliğinden olacağına inanırım		,519				
Kişilere Bağimli	Planlarımın gerçekleşmesi amacıyla genellikle kendimle ilgili planlarımı bağımsız yapamam			,739			
	Hayatımda olan her şeyin güçlü insanlar tarafından belirlendiği hissine kapılıyorum			,696			
	Hayatım genellikle güçlü diğer insanlar tarafından kontrol edilmektedir			,652			
Baskın Karakterli	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	
Faydacı	Plan yaptığımda, planlarımın gerçekleşeceğinden neredeyse emin olurum						,680
	Benden yukarıdaki insanlara hoş görünerek birçok isteğimi elde ederim						,549
<i>Özdeğerler</i>		3,381	3,251	2,212	2,133	1,671	1,493
<i>Faktörlerin Varyansı Açıklama Oranı</i>		13,005	12,505	8,507	8,206	6,427	5,744
<i>Toplam Varyansın Açıklanma Oranı</i>		54,393					
<i>Ölçeğin Cronbach's Alpha Değeri</i>		,755					
<i>Kaiser-Meyer-Olkin Ölçümü</i>		,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, % 16,1’i aileden devraldığını belirtmiştir. Yaklaşık % 40’ı ise ortak/ortaklar ile kurulmuştur.

Tablo 4. Katılımcılara ve İşletmelere İlişkin Bilgiler (n=249)

Cinsiyet	n	%	Medeni Durum	n	%
Kadın	79	31,7	Evli	124	49,8
Erkek	170	68,3	Bekar	125	50,2
Yaş (yıl)			Eğitim Düzeyi		
18-25	51	20,5	İlköğretim	16	6,4
26-35	84	33,7	Ortaöğretim	31	12,4
36-45	67	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 Yıllık Geliri (TL)			Sahibiyyət 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			

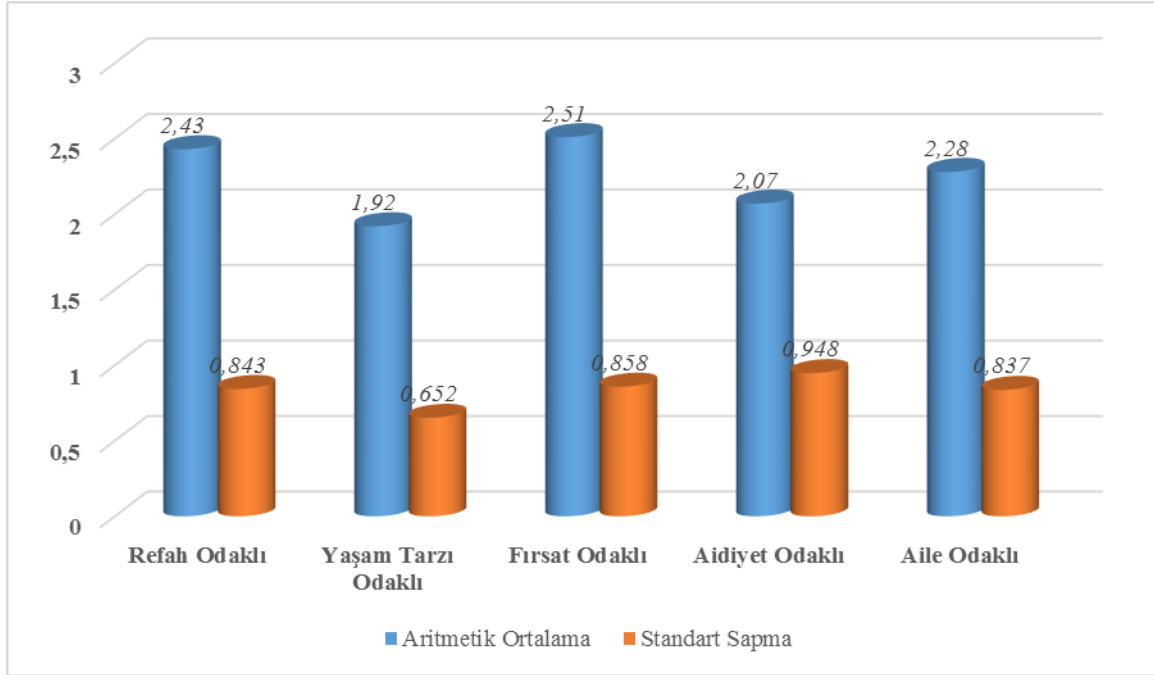
Araştırmaya katılan küçük ve orta ölçekli yiyecek-icecek işletmesi sahiplerinin, işletmenin kuruluş aşamasında yararlandıkları temel yatırım finansman kaynakları (Tablo 5) incelendiğinde işletme sahiplerinin yaklaşık %33’ünün kendi birikimleri ile karşıladığı; % 17’sinin aile/akrabalardan; % 15’inin 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	48	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±0,85) iken; bunu sırasıyla refah odaklı (2,43±0,84), aile odaklı (2,28±0,83), aidiyet (2,07±0,94) ve yaşam tarzı takip (1,92±0,65) etmektedir.

Grafik 1. Küçük ve Orta Ölçekli Yiyecek-İçecek İşletmesi Sahiplerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Ardında 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 (0,025) R=0,142	0,438 (0,000) R=0,300
Kolaycı	0,285 (0,000) R=0,97	0,107 (0,31) R=0,137	0,313 (0,000) R=0,304	-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=0,095	0,180 (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=0,226	0,206 (0,000) R=0,256	0,201 (0,003) R=0,190	0,198 (0,007) R=0,169	0,204 (0,002) R=0,198
Bağımsız	0,92 (0,114) R=0,101	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	0,317 (0,000) R=0,369	0,178 (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 ve faydacı kişilik özelliklerinin refah odaklı motivasyon unsuru üzerinde 0,01 düzeyinde anlamlı pozitif bir

etkiye sahip olduğu görülmektedir. İş odaklı, baskın karakter ve faydacı kişilik özelliklerinin yaşam tarzı odaklı motivasyon unsuru üzerinde; kolaycı, kişilere bağımlı ve faydacı kişilik özelliğinin fırsat odaklı motivasyon unsuru üzerinde; iş odaklı kişilik özelliğinin aidiyet odaklı motivasyon unsuru üzerinde ve kişilere bağımlı kişilik özelliğinin de 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 Sahibiye Durumuna Göre Karşılaştırılması (n=249)

Motivasyon Faktörleri	Sahiplik Durumu	n	\bar{x}	SS	t	p
Refah Odaklı	<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	-,932	0,352
	<i>Kendim Kurdum</i>	209	1,93	0,67		
Fırsat Odaklı	<i>Aileden Devraldım</i>	40	2,30	0,67	-1,677	0,095
	<i>Kendim Kurdum</i>	209	2,55	0,88		
Aidiyet 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 kendini kanıtlama çabası, çocuklarına bir iş bırakma, finansal bağımsızlık elde etme, aile baskısından uzak iş yapma gibi unsurlardır. Belirli ve düzenli bir işe sahip olmak ve bu şehirde yaşamak ifadelerini içeren aidiyet odaklı motivasyon faktöründe ise işini aileden devralanların verdikleri cevapların ortalaması $2,33 \pm 1,03$ iken; kendi kuranların ortalaması daha düşüktür.

Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Teknolojik gelişmelerle birlikte eskinin büyük ölçekli 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. Daha önce yapılan bir çalışmada girişimcilik motivasyonları dört faktör altında toplanmış ve bu faktörler; “para ve büyüme odaklı”, “yaşam tarzı odaklı”, “bağımsızlık odaklı” ve “aile odaklı” olarak adlandırılmıştır (Polat, 2011). Dolayısıyla, bu çalışma ve daha önceki araştırmada motivasyon unsurlarına yönelik elde edilen faktörler benzerlik göstermektedir.

Küçük ve orta ölçekli yiyecek-içecek işletmesi sahiplerinin girişimci kişilik özellikleri altı faktör altında toplanmış ve bu faktörler; “iş odaklı”, “kolaycı”, “kişilere bağımlı”, “baskın karakter”, “bağımsız” ve “faydacı” olarak adlandırılmıştır. Konuya ilişkin olarak gerçekleştirilmiş önceki çalışmalarda, girişimci kişilik özelliklerinin alt boyutları “azimli olma”, “başarı motivasyonu”, “özerklik”, “merak ve öğrenme isteği”, “özgüven”, “risk alma” ve “yenilikçilik” olmak üzere yedi faktör altında toplanmıştır (Uygun, Mete ve Güner (2012). Bir diğer çalışmada ise, girişimci kişilik özellikleri altı faktör olarak bulunmuş ve bu faktörler; “risk alma”, “fırsatları değerlendirme”, “liderlik yönü”, “gelecek odaklı”, “kararlılık” ve “dış etkenlere karşı bireysel güç” şeklinde isimlendirilmiştir (Bilge ve Bal, 2012). Bu çalışmada, diğer çalışmaların aksine “kolaycı” ve “kişilere bağımlı” kişilik özelliklerine sahip girişimcilerin de olduğu görülmektedir. Bu durum, literatürdeki mevcut girişimci kişilik özellikleri ile çelişmektedir.

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. Buna göre; kolaycı, kişilere bağımlı ve faydacı kişilik özelliklerinin refah odaklı motivasyon unsuru üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğu görülmüştür. İş odaklı, baskın karakter ve faydacı kişilik özelliklerinin yaşam tarzı odaklı motivasyon unsuru üzerinde; kolaycı, kişilere bağımlı ve faydacı kişilik özelliğinin fırsat odaklı motivasyon unsuru üzerinde; iş odaklı kişilik özelliğinin aidiyet odaklı motivasyon unsuru üzerinde ve kişilere bağımlı kişilik özelliğinin de aile odaklı motivasyon unsuru üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Yapılan bir çalışmada, risk alma ve özgüven arasında anlamlı bir ilişki tespit edilirken (Uygun vd., 2012); Polat (2011), girişimcilerin bağımsızlık motivasyonuna hiç sahip olmadıkları sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca, McMullen, Bagby ve Palich (2008) araştırmalarında, girişimcilik ile ekonomik özgürlük arasında bir ilişki olduğunu ve bu ilişkinin de girişimcilik için bir gereklilik ya da bir fırsat tarafından motive edilmesine göre pozitif ya da negatif olarak değişiklik gösterebileceğini ifade etmişlerdir. Öte yandan bu çalışmada ise; aile işletmesini devam ettiren girişimcilerin girişimcilik motivasyonlarıyla sıfırdan kendi işletmesini kuran girişimcilerin girişimcilik motivasyonları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Ancak, Güney (2007) aile işletmesini devralan girişimcilerin; eğitimi, bilgi ve tecrübesi kadar bu pozisyonu elde etmek için sahip olduğu motivasyonun da işletmenin başarısında etkili olduğunu belirtmiştir. Ayrıca, Aziz ve Ayvaz (2014) aile işletmesini

devam ettiren girişimciler ile diğer yollarla girişimci olan bireylerin girişimcilik motivasyonları arasında farklılıklar olacağı sonucuna varmışlardır.

Araştırma kapsamına alınan küçük ve orta ölçekli yiyecek içecek işletmesi sahiplerinin yarısından fazlası erkek ve 18-35 yaş aralığındadır. Dolayısıyla, sektördeki işletmecilerin genç ve dinamik bir yapıda olduğunu söylemek mümkündür. Ancak, Chen ve Elston (2013) küçük ve orta ölçekli yiyecek içecek işletmesi pazarının büyük oranda orta yaşlı ve daha yaşlı evli erkeklerin hakimiyeti altında olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Öte yandan Bilge ve Bal ise (2012), erkek öğrencilerin girişimcilik ortalamalarının kız öğrencilere göre daha yüksek çıktığını tespit etmişlerdir. Eğitim durumları açısından değerlendirildiğinde, katılımcıların yaklaşık yarısı lisans ve üzeri eğitime sahiptir. İşletme sahiplerinin çoğunluğu işletmesini 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. Özkan vd. (2003) çalışmalarında buna gerekçe olarak; Türkiye'nin ekonomik konjonktüründe yaşanan dalgalanmaların yaratmış olduğu belirsiz ortamın, dış finansman kullanımını daha maliyetli bir hale getirebildiğini ve buna bağlı olarak gelişen risklerin de girişimcileri öz kaynak kullanımına yönlendirdiğini belirtmişlerdir. Dolayısıyla, Özkan vd.nin (2003) çalışması bu çalışmayı desteklerken, Pişkinsüt (2011) enflasyonun öz sermaye üzerindeki olumsuz etkisinin, faaliyetlerini sürdürmekte olan küçük ve orta ölçekli işletmelerin karşılaşmakta oldukları ciddi sorunlardan birisi olduğunu ifade etmektedir.

Araştırmadan 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. Ancak, buradakinin aksine Getz ve Carlsen (2000) girişimcilik için en baskın motivasyon unsuru olarak "istenilen yaşam tarzını sürdürmek" olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Dolayısıyla, Getz ve Carlsen'in (2000) ulaştıkları sonucun aksine bu çalışmada araştırma kapsamına alınan küçük ve orta ölçekli yiyecek-içecek işletmesi sahiplerinde en düşük motivasyon unsurunun "yaşam tarzı odaklı" olduğu belirlenmiştir. Öte yandan, 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.

Çalışmada ortaya konan faktörler ve faktörlerin birbirleriyle olan ilişkileri doğrultusunda, yiyecek-içecek sektöründe hizmet veren küçük ve orta ölçekli işletme sahiplerini motive eden unsurlardan yola çıkarak, gittikçe büyüyen şehir Muğla'nın, gelecekteki yiyecek-içecek işletmesi talebinin karşılanması noktasında sektör dinamiklerinin anlaşılması ve stratejik gelecek planlarının yapılması, öte yandan girişimcilik çalışmaları özendirilerek istihdam yaratılmasının topluma ve sektöre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Sonraki araştırmacılar, çalışmayı ülkemiz genelinde de araştırılabilirler. Küçük ve orta ölçekli yiyecek-içecek işletmesi sahiplerinin girişimci kişilik özellikleri ve girişimcilik motivasyonları ile büyük ölçekli yiyecek-içecek işletmesi sahiplerinin girişimci kişilik özellikleri ve girişimcilik motivasyonları karşılaştırmalı olarak araştırılabilir. Ayrıca, Muğla ilinde yiyecek-içecek sektörü dışındaki diğer sektörlerde de benzer çalışmalar yapılabilir.

KAYNAKÇA

- Acs, Z. J., Desai, S. ve Hessels, J. (2008). Entrepreneurship, Economic Development and Institutions, *Small Business Economics*, 31 (3), pp: 219-234.
- Aziz, N. ve Ayvaz, S. (2014). *The Role Of The Family-Owned Business In Individual Desire To Be An Entrepreneur: An Empirical Study From Republic Of Kabardino-Balkaria*, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 19(2).
- Bilge, H. ve Bal, V. (2012). *Girişimcilik Eğilimi: Celal Bayar Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma*, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2(16), ss:131-148.
- Bozkurt, Ö. ve Erdurur, K. (2013). Girişimci kişilik özelliklerinin girişimcilik eğilimindeki etkisi: Potansiyel girişimciler üzerinde bir araştırma. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8(2).
- Carree, M.A. ve Thurik, A.R. (2003). The Impact of Entrepreneurship on Economic Growth, In Z.J. Acs ve D.B. Audretsch (Eds.), *Handbook of Entrepreneurship Research*, (pp. 437-471). Boston: Kluwer Academic Publishers.
- Chen, S.C. ve Elston, J.A. (2013). Entrepreneurial motives and characteristics: An analysis of small restaurant owners, *International Journal of Hospitality Management*, 35, 294-305.
- Getz, D. ve Carlsen, J. (2000). *Characteristics and goals of family and owner-operated businesses in the rural tourism and hospitality sectors*, *Tourism management*, 21(6), 547-560.
- Getz, D. ve Petersen, T. (2005). Growth and Profit-oriented Entrepreneurship Among Family Business Owners in The Tourism and Hospitality Industry, *Hospitality Management*, 21, pp: 547-560.
- Güney, S. (2007). Aile işletmelerinde ikinci nesile devir sürecinde başarı koşulları.
- Kılıçer, T. (2013). KOBİ'ler için girişimci pazarlamanın anahtarı: pazarlama ilişki ağları, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8(2).
- Littunen, H. (2000). Entrepreneurship and the characteristics of the entrepreneurial personality, *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 6(6), 295-310.
- McMullen, J.S., Bagby, D. ve Palich, L.E. (2008). *Economic freedom and the motivation to engage in entrepreneurial action*, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 32(5), 875-895.
- North, D. (1990). *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Özkan, Ş., Fatma, G., Selçuk, E., Hayati, A. ve Sinan, B. (2003). Kobilerde Girişimcilik, Yenilikçilik. Atatürk Üniversitesi İİBF Yayın, (106).
- Pişkinsüt, E. (2011). Girişimciliğin Türkiye'deki Ekonomik Kalkınmaya Etkileri: Kobi Örneği, *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 14(2).

Polat, D.D. (2011). Girişimcilik motivasyonu ve işletme yenilikçiliği arasındaki ilişkinin araştırılmasına yönelik turizm işletmelerinde bir araştırma.

Shanker, M.C. ve Astrachan, J.H. (1996). Myths ve Realities: Family Businesses' Contribution to the US Economy – A Framework for Assessing Family Business Statistics, *Family Business Review*, 9 (2), pp: 107-123.

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

Uygun, M., Mete, S. ve Güner, E. (2012). Genç girişimci adayların girişimcilik eğilimi ve girişimcilik özellikleri arasındaki ilişkiler. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 4(2).

İnternet Kaynağı

<http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=21864> , E.T.: 04.11.2016.

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

Faruk YÜKSEL

Muğla Sıtkı Koçman University, Faculty of Tourism

Aydan BEKAR

Muğla Sıtkı Koçman University, Faculty of Tourism, Department of Food and Beverage Management

Extensive Summary

With technological improvements, large-scale businesses have begun to relocate to smaller and medium-sized businesses that can more easily adopt innovations. As in the rest of the world, the majority of businesses in our country are small and medium-sized enterprises. These small and medium sized enterprises operating in every sector are also important dynamics of the food and beverage industry. As a family tradition, small and medium-sized enterprises operating in the food and beverage industry are able to continue their activities by transferring their wealth from father to son, as well as being an output of various entrepreneurship elements. Individuals may have various motivations that lead to establish a new business as an entrepreneur, as well as personal qualities that can influence their entrepreneurial motivations.

In this study, firstly motivational elements and personality traits that motivate entrepreneurs for entrepreneurship were determined and the relationship between motivational elements and personality traits was examined. Later on, it was analyzed whether the motivational elements of the ones who took over family business and those who founded it a new business were different or not. The sample of the research was composed of 249 small and medium sized food and beverage owners operating in Muğla. The data were collected by questionnaire and analyzed in SPSS 22. The questionnaire form which was used as a data collection tool, consisted of three parts. The items in the first part of the questionnaire were prepared using the scale developed by Chen and Elston (2013) to measure motivational factors. The items for measuring entrepreneurial personality characteristics in the second part were designed using the scale developed by Littunen (2000). Twenty one items for entrepreneurship motivations and twenty six items for personality traits were prepared in the form of a 5-point Likert Scale (1 = strongly agree, 5 = strongly disagree). In the last part of the questionnaire, questions about the participants' demographics and some information about the business (gender, marital status, age, educational status, annual average income of the business, business ownership status, basic investment financing / financing used in establishing the business) were included. The analysis of the research data was conducted in two stages. In the first stage, both the motivations of entrepreneurship and the questions prepared to measure the entrepreneurial personality characteristics were applied to measure construct validity and factor analysis with collective purpose under certain factors. In the second stage, information on participants and information on basic investment financing of businesses were analyzed with absolute and percentage value, and the average and standard deviations of the motivational factors affecting entrepreneurial tendencies of business owners were included. It was analyzed whether there was a relationship between entrepreneurial motivations and entrepreneurial personality traits of small

and medium-sized restaurant owners. It was tested by simple regression analysis. The difference between entrepreneurship motivations of entrepreneurs who continued to run family businesses and entrepreneurship motivations of entrepreneurs who set up their own operation, scratch was analyzed by independent t-test between two groups.

According to the results obtained from the analyses, entrepreneurs' motivational factors were gathered under five factors as "welfare oriented", "lifestyle oriented", "opportunity oriented", "belonging oriented", "family oriented". Personality traits were grouped under six factors as "job-oriented", "easy", "person-dependent", "dominant character", "independent" and "utilitarian". More than half of the owners of small and medium-sized food and beverage businesses included in the research were between the ages of 18-35. About half of them had a bachelor degree or a higher degree. The majority of business owners had established their businesses through partnership or self-employment, and 16% had taken over from their families. The most important motivational factor that drives small and medium-sized food and beverage owners to entrepreneurship was "opportunity-oriented"; the least important factor was "life style oriented". It was found that there was a significant relationship at a different levels between different motivational factors and "business-focused", "easy", "person-dependent", "dominant character", "independent" and "utilitarian" personality traits, but motivational factors did not show any significant difference in terms of entrepreneurs' ownerships.