



Atıfta Bulunmak İçin / Cite This Paper: Özafşarlıoğlu Sakallı, S. ve Saygın, M. (2019). "Girişimcilerin Finansal Farkındalıkları ile Sosyo-Demografik Özellikleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Uşak Ticaret ve Sanayi Odası Örneği", *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8 (4): 3668-3684.

Geliş Tarihi / Received Date: 24 Aralık 2018

Kabul Tarihi / Accepted Date: 22 Mayıs 2019

Araştırma Makalesi

GİRİŞİMCİLERİN FİNANSAL FARKINDALIKLARI İLE SOSYO-DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİ ARASINDAKİ İLİŐİKİNİN İNCELENMESİ: UŞAK TİCARET VE SANAYİ ODASI ÖRNEĐİ¹

Dr. Öğr. Üyesi Sibel ÖZAFŐARLIOĐLU SAKALLI

Uşak Üniversitesi, Sağlık Yüksekokulu

sibel.ozafsarlioglu@usak.edu.tr

ORCID: 0000-0002-8404-2720

Dr. Öğr. Üyesi Muhammet SAYGIN

Mersin Üniversitesi, Silifke Meslek Yüksekokulu

msaygin@mersin.edu.tr

ORCID: 0000-0002-7871-0235

Öz

Girişimciler üstlendikleri risklere karşın yarattıkları değerler kapsamında akademik bakış açısıyla ele alınması gereken birer fenomen konumundadır. Her bir girişimci adayı, çeşitli aşamalardan geçerek farklı gerekçelerle işletmelerini kurmakta ve sürdürülebilirlik bağlamında çaba göstermektedir. Girişimcilerin finansal araçlara olan yatkınlıklarının işletmelerinde ulaşmak istedikleri amaçlara olan yakınlıklarını etkilediği varsayılmaktadır. Finansal farkındalık algısı günümüz rekabet ortamında bireylerin finansal araçlara erişiminden kullanım şekillerine ve yatırım algısındaki çeşitliliğe kadar etki eden olguyu kapsamaktadır. Sürekli gelişen ve değişim gösteren finansal sistemler ve araçlara olan yatkınlık girişimciler için donanım sahibi olmayı zorunlu kılmaktadır. Bu bağlamda, çalışmada girişimcilerin finansal farkındalık düzeyleri belirlenmek istenmiştir. Ayrıca katılımcıların sosyo-demografik özellikleri ile finansal farkındalık düzeyleri arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Araştırmada veriler Uşak Ticaret ve Sanayi Odası'na kayıtlı işletme sahiplerinden elde edilmiştir. Bulgulara göre, işletmelerin profesyonel yöneticilerden ziyade girişimcilerin kendileri tarafından yönetildiği ve ortaklı yapıların oldukça düşük olduğu görülmüştür. Ayrıca girişimcilik motivasyon unsurlarından ekonomik güç kazanma arzusu en önemli unsur olarak ortaya çıkmıştır. Girişimcilerin finansal farkındalık düzeyleri ile yaş, eğitim ve baba mesleği değişkenleri arasında istatistiki olarak anlamlı farklılıklar olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Girişimcilik algıları, Finansal farkındalık

AN ANALYSIS OF THE RELATIONS BETWEEN FINANCIAL AWARENESS AND SOCIO-DEMOGRAPHIC FEATURES OF ENTREPRENEURS: THE CASE OF UŞAK CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY

Abstract

Entrepreneurs, despite the risks they undertake, are phenomenon that must be addressed by the academic viewpoints for the values they create. Each entrepreneurial candidate is involved in various stages of establishing their businesses for different reasons and working in the context of sustainability. It is assumed that entrepreneurs' susceptibility to financial instruments affects their closeness to the aims they achieve in their business. The perception of financial awareness includes the influence of individuals in the competitive environment, from access to financial instruments to the forms of use and the diversity of investment perceptions. The tendency to constantly evolving and changing financial systems and tools obliges entrepreneurs to be equipment owners. In this context, it is aimed to determine financial awareness levels of entrepreneurs in the study. In addition,

¹ Bu çalışma, 4-7 Nisan 2018 tarihinde Side/Antalya'da düzenlenen II. Uluslararası Avrasya Sosyal Bilimler Kongresinde sözlü olarak sunulmuş ve özet metin olarak bildiri özet kitapçığında yayımlanmıştır.

the relationship between participants' socio-demographic features and financial awareness levels were examined. The data for the research have been obtained from the businessmen registered in Uşak Chamber of Commerce and Industry. According to the findings, it is seen that businesses are managed by the entrepreneurs themselves rather than the professional managers and there are fewer capital investments. In addition, the desire to gain economic power within entrepreneurship motivation elements has emerged as the most important factor. There are statistically meaningful differences between the financial awareness levels of entrepreneurs and age, education and father-professions of entrepreneurs.

Key Words: Entrepreneurship, entrepreneurship Perception, Financial awareness

1. GİRİŞ

Girişimci, piyasayı iyi gözlemleyen ve fırsat bulduğunda bu fırsatı tüketici talebine dönüştürebilecek şekilde üretim faktörlerini bir araya getirip mal veya hizmet üreten yaratıcı ve yenilikçi bir kişidir. Girişimcilik ise, piyasadaki risk ve belirsizliklere rağmen öncelikle sürdürülebilirliğini sağlamak ve daha sonra ortalamanın üzerinde kar elde etmek ve büyümek amacıyla, yaratıcı ve yenilikçi bir işletme faaliyetinin yürütülmesidir (Cengiz, Serdar ve Donuk, 2016:1321). İşcan ve Kaygın (2011: 444) girişimciyi toplumların gelişmişlik düzeylerinin belirleyicisi olarak tanımlamış ve girişimciyi az gelişmiş ekonomilerde kalkınmanın, gelişmiş ekonomilerde ise dinamizmin bir unsuru olarak ifade etmiştir.

Günümüzde serbest piyasa ekonomisinin yaygınlaşması ve özellikle son yıllarda artan küresel rekabet sonucunda finansal farkındalığın önemi hızla artmıştır. Hayatın her evresinde kişilerin vermeleri gereken finansal kararlar vardır. Finans üzerine eğitim almış insanların dahi, günümüzün karmaşık finans dünyasında doğru kararlar almakta zorlanıyor olmaları finansal farkındalığın önemini daha da artırmaktadır (Yardımcıoğlu ve Yörük, 2016: 174). Kılıç, Ata ve Seyrek (2015: 130) tarafından yapılan araştırmada, bireylerin finansal kararlar alırken yeterli düzeyde finansal bilgiye sahip olmadıklarını ve bununla birlikte bu düşük bilgi düzeyinin de farkında olmadıklarını ifade etmişlerdir.

Finansal farkındalığı yüksek olan insanların sınırlı kaynakları etkin kullanmada üstün bir yanı vardır. İşletmelerde karar veren kişilerin, bu konunun bilincinde olması hem işletmeye artı değer katar hem de işletmeyle ilgili doğru yatırım kararları verebilir. Dolayısıyla bir işletme finansal açıdan doğru kararı alabilirse o işletmede doğru işler yapılabilir. Özellikle günümüzde tüketimin hızla arttığını düşünürsek finansal farkındalığın önemi hem bireysel düzeyde hem işletme yönetimi düzeyinde hem de toplum açısından daha da önemli olmaktadır. Girişimcilerin finansal farkındalıklarının incelenmesi, hem girişimcilik algısının daha iyi anlaşılması hem de girişimcilerin iş süreçlerinde başarıya daha yakın olmaları noktasında katkı sağlayacaktır. Girişimciliğin işsizlik ve ekonomik dengesizlik gibi kronikleşen ekonomik hastalıklara karşı en iyi ilaç olarak düşünülmesinin gereği olarak araştırma sürecine Uşak ilinde faaliyetlerini sürdüren

girişimciler dahil edilmiştir. Araştırma sürecine dahil edilen katılımcıların finansal farkındalık düzeyleri ile sosyo-demografik özellikleri arasındaki ilişkiler incelenmiştir.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Finansal farkındalık karar vericiler için oldukça önemli bir kavramdır (Jackson ve Gast, 2015:203). Finansal farkındalık finansal tüketici ve yatırımcıların finansal ürün ve kavramlar hakkında bilgilerini geliştirmelerini ve finansal risk ve fırsatları daha iyi fark etmelerini imkan tanıyan bir süreçtir. Bu sayede finansal tüketici ve yatırımcılar daha bilinçli tercih yapabilir, kimden ne şekilde yardım alması gerektiğini bilir ve finansal refahlarını artırmak için diğer tüm faaliyetleri etkin yapmalarına imkân sağlayabilir (Yardımcıoğlu ve Yörük, 2016: 176). Demir ve Mollaoğulları (2018: 72) finansal farkındalık düzeyi yüksek olan bireylerden oluşan bir toplumda, paranın doğru yönetilebileceğini, doğru yatırım araçları kullanılacağını ve doğru yatırımlar yapılarak bireysel ve toplumsal refahın artacağını ifade etmiştir.

Finansal farkındalık kesin, doğru ve ayrıntılı bilgiye bağlıdır (Jackson ve Gast, 2015: 207). Taujanskaite ve arkadaşları (2016) yaptıkları çalışmada bankacılık sektöründe ödenmeyen kredilerin sebeplerini ve bununla başa çıkmada alınacak önlemleri, sadece idari düzeyde değil müşterilerin finansal farkındalıklarının ve özellikle de rasyonel tüketici davranışlarının artırılması yönünde çalışmalar yapılması gerektiğini ileri sürmüştür. Yardımcıoğlu ve Yörük (2016) ise yaptıkları çalışmada finansal farkındalığın finansal okuryazarlığı artırdığına ilişkin bulgular elde etmiştir. Marriott, Pogue ve Osgerby (2010) İngiltere’de öğrenciler üzerine yaptıkları çalışmada, öğrencilerin finansal farkındalık düzeylerinin düşük olduğunu ama öğrencilerin finansal farkındalıklarının yeterli düzeye getirildiğinde hem borçlarını daha iyi yönetebileceklerini hem de bütçelerini daha dikkatli kontrol edebileceklerini ifade etmiştir. Nga, Yong ve Sellappan (2010) tarafından yapılan çalışmada duruma cinsiyet açısından bakıldığında erkeklerin finansal farkındalığının daha yüksek olduğu belirlenmiş, eğitim seviyesinin finansal farkındalığı etkilediği, yaş değişkeninin ise finansal farkındalık üzerinde veri seti dahilinde bir etkiye sebep olmadığı görülmüştür.

Mason ve Wilson (2000) finansal okuryazarlığı, bireyin muhtemel finansal sonuçların farkında olarak karar vermesinde gerekli olan bilgiyi elde etmesi, anlaması ve değerlendirmesi olarak tanımlarken, Egg (2006), finansal okuryazarlığı, finansal bilginin temel ekonomik bilgi ve anlayışıyla bağlantılı finansal anlayış ve paraya yönelik psikolojik tepkiler olarak tanımlamıştır (Akt: Marriott, Pogue ve Osgerby, 2010: 44). Finansal farkındalık ve finansal okuryazarlıkla ilgili literatür incelendiğinde, kadınların hem finansal farkındalık hem de finansal okuryazarlık düzeylerinin erkeklerden ya daha düşük yada eşit düzeyde olduğu görülmüştür (Hung, Yoong ve Brown, 2012; Nga, Yong ve Sellappan, 2010). Öztürk ve Demir (2015) tarafından akademisyenler üzerine yapılan çalışmada araştırmaya katılanların finansal okuryazar bireyler

olduğunu ancak finansal eğitime ihtiyaç duyduklarını ifade etmiştir. Apan ve Ercan (2017) ise kişilik özellikleri ile finansal okuryazarlık arasındaki ilişkiyi incelediği çalışmasında, bireyin deneyime açıklık özelliğinin finansal okuryazarlığı pozitif yönde etkilediği, nevrozizm özelliğinin ise negatif yönde etkilediği sonucuna ulaşmıştır.

Bireylerin finansal farkındalık ve okuryazarlık düzeylerini geliştirebilmek için finansal eğitime önem verilmesi gerekmektedir. Alkaya ve Yağlı (2015: 586) finansal bilincin ailede başladığını ancak ailede kazanılan bilgi ve becerilerin yeterli olmayıp finansal eğitimin farklı çalışmalarla desteklenmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD)'nin tanımına göre finansal eğitim, finansal tüketicilerin veya yatırımcıların finansal ürünler, kavramlar ve risklerle ilgili anlayışını geliştirmeyi; bilgi, eğitim veya öneriler vasıtasıyla finansal risklerin ve fırsatların daha fazla farkında olmayı; bilgili tercihler yapmayı, nereden yardım bulunacağını ve finansal anlamda iyi olmak için etkili adımlar atmayı içermektedir (Hung, Yoong ve Brown, 2012: 8). Finansal okuryazarlık becerilerine sahip olmak hem finansal problemleri önceden öngörüp çözebilmek hem de refah içinde bir hayat sürdürebilmek açısından önemlidir (Öztürk ve Demir, 2015: 113).

Bireylerin finans bilgilerini geliştirmek, davranış ve anlayışta değişikliğe yol açan bir öğrenme süreci gerektirir (Marriott, Pogue ve Osgerby, 2010: 45). Alkaya ve Yağlı (2015) üniversite öğrencileri üzerine yaptığı çalışmada, katılımcıların çoğunluğunun (% 84,3) aileyi, para harcama ve yönetme becerilerinin kazanıldığı birincil kaynak olarak tespit etmiş ve geleceğin anne-babaları olarak üniversite öğrencilerinin finansal becerilerinin geliştirilmesiyle birlikte onların yetiştirecekleri nesillerinde finansal bilince sahip olmaları sağlanacağını ifade etmiştir. Literatürde finansal farkındalığın artırılması için ayrı ayrı çalışmalar yapmak yerine yükseköğretim kurumlarının, liselerin, ortaokulların, yatırım şirketlerinin ve sivil toplum kuruluşlarının birlikte hareket etmeleri gerektiğine vurgu yapılmaktadır (Jackson ve Gast, 2015; Nga, Yong ve Sellappan, 2010).

Foley (2018: 98) küçük ve orta büyüklükteki işletmelerde (KOBİ) yaygın ve yerleşmiş finansal beceri boşluğunun arttığını ve bunun temel nedenlerini kendi işinin yöneticisi olan kişilerin finans konusunu sıkıcı ve anlaşılması güç bulduğu için bu konunun muhasebecilere bırakıldığını ifade ediyor. Bu sorunu bertaraf edebilmek için kendi işinin yöneticisi olan kişilerin, işlerini yapmanın yanında finans ile ilgili bir perspektif edinmelerini ve bunu önemli bir beceri olarak görmeleri gerektiğini vurguluyor. Ayrıca bankaların ve girişimcileri destekleyen ajansların (Türkiye'de KOSGEB vd.) faydalanıcıların finansal bakış açısının önemini gösteren beceri ve tutumlara sahip olduklarından ve bunu sürdürdüklerinden emin olmaları gerektiğini önermektedir.

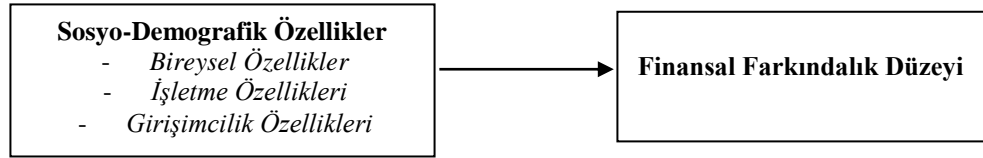
3. YÖNTEM

Araştırmada, katılımcıların finansal farkındalık düzeyleri ile sosyo-demografik özellikleri arasındaki ilişki belirlenmek istenmiştir. Günümüz rekabet ortamında girişimcilerin finansal farkındalıklarının yüksek oluşunun, girişimcilerin kar elde etme, süreklilik sağlama ve toplumsal fayda yaratma gibi temel işletme amaçlarına ulaşma noktasında büyük önem taşıyacağı düşünülmektedir.

Araştırmada veriler, Uşak Ticaret ve Sanayi Odası'na (UTSO) bağlı olarak faaliyetlerini sürdüren işletme sahiplerinden/girişimcilerden elde edilmiştir. Veriler, 2017 yılının Eylül-Ekim ayları içerisinde girişimcilerin UTSO'da gerçekleştirdikleri aylık olağan toplantılarının akabinde birebir görüşmeler vasıtasıyla ve anket yöntemi kullanılarak elde edilmiştir. Toplamda 150 anket formu elden dağıtılmış, bunlardan doldurulmuş 115 anket formu elden geri teslim alınmıştır. 6 veri formunun eksik ve geçersiz olması nedeniyle toplamda 109 veri formu üzerinden analizler yapılmıştır.

Araştırmada verilerin elde edilmesi için oluşturulan veri toplama formunda öncelikle katılımcıların sosyo-demografik özellikleri içeren yaş, medeni hal, cinsiyet, eğitim durumu, yabancı dil bilgisi ve baba mesleği soruları yöneltilmiştir. Veri toplama formunun ikinci kısmında işletme özellikleri dahilinde işletmelerin kimler tarafından yönetildiği, işletmenin hangi sektörde faaliyet gösterdiği, çalışan sayısı ve faaliyet süresi gibi unsurlar belirlenmek istenmiştir. Üçüncü kısımda ise girişimcilik özellikleri kapsamında katılımcıları girişimci olmaya sevk eden unsurlar ile girişimcilik motivasyon kaynakları tespit edilmek istenmiştir. Son olarak katılımcıların finansal farkındalık düzeylerinin tespiti için Onur ve Nazik'in (2014) ve Yardımcıoğlu ve Yörük'ün (2016) çalışmalarında kullandıkları finansal farkındalık ölçeğinden yararlanılmıştır. Araştırmada kullanılan Finansal Farkındalık Ölçeği 18 değişkenden oluşmaktadır. Ölçekte katılımcılara yöneltilen sorularda belirtilen ifadeler, "kesinlikle katılmıyorum" dan (1 olarak kodlanmıştır), "kesinlikle katılıyorum" a doğru (5 olarak kodlanmıştır) 5'li Likert ölçeği ile oluşturulmuştur.

Araştırmada asıl amaçlanan, girişimcilerin finansal farkındalık düzeyleri ile sosyo-demografik özellikleri arasında farklılık olup olmadığını belirlemektir. Girişimcilerin finansal farkındalık düzeylerinin bireysel özelliklerine, kurdukları işletmelerin sahip olduğu özelliklere ve girişimcilik kavramına ilişkin algularına göre çeşitlilik gösterebileceği varsayılmıştır. Bu nedenle bu çalışmada girişimcilerin sosyo-demografik özellikleri ile finansal farkındalıkları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığı araştırılacaktır.



Şekil 1. Araştırma Modeli

Arlı ve Nazik (2010) veri toplama araçlarının güvenilirliğini, ölçülmek istenenin doğru ölçülmesi, güvenilir olması, aynı yolla tekrar ölçüldüğünde benzer sonuçları vermesi olarak ifade etmektedir. Buna göre 0 ile 1 arasında değer alan ve 1'e yaklaştıkça güvenilirliği yüksek olan ölçeklerin araştırma sürecini olumlu etkilediği varsayılabilmektedir. Ayrıca, yeni geliştirilen ölçekler için kabul edilebilir Cronbach's Alfa katsayısı 0.50 ile 0.60 arası iken, Cronbach's Alfa katsayısının 0.70'ten büyük olması içsel tutarlılığın yüksek olduğunu ifade etmektedir (Bülbül 2003). Araştırmada kullanılan finansal farkındalık ölçeğinin güvenilirlik değerinin ,899 olduğu tespit edilmiştir. Buna göre, araştırmada kullanılan ölçeğin içsel tutarlılığının oldukça yüksek olduğu ifade edilebilmektedir.

Veri toplama formunda yalnızca nicel verilere yer verilmesi araştırmanın kısıtını oluşturmaktadır. Ayrıca veri toplama formunun katılımcılar tarafından doğru algılanıp sorulara cevap verildiği varsayılmaktadır. Verilerin tek bir bölgeden elde edilmesi ve yalnızca anket yönteminin kullanılmış olması bir diğer kısıtı oluşturmaktadır. Anket formu ile veri toplamanın oluşturduğu olumsuz bir durum olarak elde edilen cevapların, katılımcıların algısına dayalı olması da bir diğer olası kısıtı oluşturmaktadır.

4. BULGULAR

Tablo 1'de katılımcılara ilişkin bireysel özelliklerin ele alındığı sosyo-demografik özellikler aktarılmaktadır.

Tablo 1. Bireysel Özellikler (n=109)

<i>Yaş</i>	<i>n</i>	<i>%</i>	<i>Medeni Hal</i>	<i>n</i>	<i>%</i>
46 ve üstü	25	22,9	Evli	76	69,7
31-35	20	18,3	Bekar	30	27,5
26-30	19	17,4	Diğer	3	2,8
36-40	16	14,7	<i>Eğitim</i>	<i>n</i>	<i>%</i>
41-45	16	14,7	Lisans	51	46,8
18-25	13	11,9	Lise ve dengi	35	32,1
<i>Cinsiyet</i>	<i>n</i>	<i>%</i>	<i>Önlisans</i>	14	12,8
Kadın	16	14,7	İlköğretim	6	5,5
Erkek	93	85,3	Lisansüstü	3	2,8
<i>Baba Mesleği</i>	<i>n</i>	<i>%</i>	<i>Yabancı Dil</i>	<i>n</i>	<i>%</i>
Maaşlı Çalışan	51	46,8	İngilizce	56	51,4
Girişimci	44	40,4	Diğer	11	10,1
Diğer	8	7,3	Almanca	6	5,5
Çiftçi	6	5,5			

Tablo 1'deki veriler incelendiğinde katılımcıların yaş değişkeni bağlamında katılımcıların yaşları eşit dağılmakta ve tüm yaş gruplarından katılımcılar araştırma süreci içerisinde neredeyse eşit oranlarda bulunmaktadır. Cinsiyete ilişkin veriler değerlendirildiğinde katılımcıların büyük bölümünün erkek olduğu görülmektedir. Katılımcıların baba meslekleri sorgulandığında maaşlı çalışanların % 46,8'lik oranla çoğunlukta oldukları görülmektedir. Baba mesleği girişimci olanların oranı ise % 40,4 olarak tespit edilmiştir. Katılımcıların büyük bölümü evlidir ve yalnızca 30 katılımcının bekar olduğu görülmektedir. Veri toplama formunda medeni hal değişkeninde "diğer" seçeneğinin sunulma sebebi, katılımcıların medeni hallerine ilişkin yazarlarca önceki çalışmalarda tespit edilen hassasiyetler gereği ortaya çıkmaktadır. Araştırma sürecine katılanların çoğunluğu lisans öğrenimini tamamlamış olduğu görülmektedir ayrıca lise ve dengi okullardan mezun olanların oranı da bir hayli yüksektir. Katılımcıların yabancı dil bilgileri sorgulandığında % 51,4'lük bir oranla İngilizce dilinin katılımcılar tarafından bilindiği sonucuna ulaşılmaktadır.

Tablo 1'deki sosyo-demografik özellikler değerlendirildiğinde araştırma sürecine katılanlar dâhilinde genç girişimcilerin oranının oldukça yüksek olduğu (*18-40 yaş aralığında bulunan girişimciler*), kadın girişimci sayısının arzu edilen seviyede olmadığı, eğitim düzeyleri bağlamında katılımcıların lisansüstü öğrenime olan ilgilerinin oldukça az oluşu ve baba meslekleri incelendiğinde maaşlı çalışan aile fertlerinin bulunduğu ortamda yetişen girişimcilerin niceliksel olarak fazla sayıda olduğu açıkça görülebilmektedir. Tablo 2.'de araştırma sürecine dahil edilen işletmelere ilişkin özellikler sunulmaktadır.

Tablo 2. İşletme Özellikleri (n=109)

<i>Yöneticiler</i>	<i>n</i>	<i>%</i>	<i>Sektör</i>	<i>n</i>	<i>%</i>
Aile fertleri	43	39,4	Diğer	29	26,6
Girişimci	36	33,0	İnşaat	26	23,9
Ortaklar	16	14,7	Gıda	21	19,3
Profesyonel Yöneticiler	14	12,8	Tekstil	20	18,3
<i>Faaliyet süresi</i>	<i>n</i>	<i>%</i>	Otomotiv	5	4,6
20 yıldan fazla	39	35,8	Madencilik	3	2,8
6-10 yıl	22	20,2	Mobilya	2	1,8
11-15 yıl	16	14,7	Metal	1	,9
2-5 yıl	15	13,8	Makine	1	,9
2 yıldan az	10	9,2	Plastik	1	,9
16-20 yıl	7	6,4	<i>Çalışan Sayısı</i>	<i>n</i>	<i>%</i>
<i>Kaçıncı Kuşak</i>	<i>n</i>	<i>%</i>	9'dan az	50	45,9
1. kuşak	55	50,5	10-49	38	34,9
2. kuşak	36	33,0	50-99	9	8,3
3. kuşak	12	11,0	250'den fazla	9	8,3
Daha fazla	6	5,5	100-150	3	2,8

Tablo 2'deki veriler ele alındığında, işletmelerin profesyonel yöneticiler tarafından idare edilmediği, ortaklı yapıların oldukça düşük olduğu ve işletmelerin aile fertleri ve girişimcilerin kendileri tarafından yönetildiği görülmektedir. İşletmelerin faaliyet süreleri

incelendiğinde 20 yıldan fazla süredir faaliyet gösteren işletme sayısının oldukça fazla olduğu (% 35,8) göze çarpmaktadır. Girişimcilerin büyük bölümünün 1. Kuşak girişimci oldukları (% 50,5) elde edilen verilerden ortaya çıkmaktadır. Araştırmaya katılan işletmelerin % 23,9'u inşaat ve yapı malzemeleri sektöründe, % 19,3'ü ise gıda sektöründe faaliyetlerini sürdürmektedir. Söz konusu işletmelerdeki çalışan sayılarına bakıldığında işletmelerin % 45,9'unun mikro işletme statüsünde olduğu görülmektedir. Küçük işletmelerin oranı %34,9 olarak tespit edilirken orta büyüklükteki işletmelerin oranı ise % 11.1 olarak belirlenmiştir. Tablo 3.'te katılımcıların girişimcilik özelliklerine ilişkin veriler sunulmaktadır.

Tablo 3. Girişimcilik Özellikleri (n=109)

<i>İş Fikrinin Oluşma Nedeni</i>	<i>n</i>	<i>%</i>	<i>Motive Eden Unsur</i>	<i>n</i>	<i>%</i>
Konuyla ilgili bilgim ve tecrübem	38	34,9	Ekonomik güç kazanmak	39	35,8
İş fırsatlarını algılamam	28	25,7	İstihdam sağlamak	22	20,2
Aile ve arkadaş desteği	22	20,2	Bağımsız çalışmak	21	19,3
Aldığım eğitim	16	14,7	Prestij kazanmak	14	12,8
Devlet teşviki	3	2,8	Topluma hizmet etmek	13	11,9
Diğer	2	1,8			

Tablo 3'teki verilere göre araştırma sürecinde yer alan katılımcıların iş fikirlerinin oluşma nedenleri incelendiğinde yaptıkları işe ilişkin bilgisi ve tecrübesi olduğunu belirten girişimcilerin oranı % 34,9, iş fırsatlarını algılama becerisine sahip olduklarını ifade eden katılımcıların oranı ise % 25,7 olarak belirlenmiştir. Ayrıca, katılımcıların motivasyon unsurları belirlenmek istenmiştir. Buna göre, girişimciliği motive eden unsurlardan ekonomik güç kazanma arzusu en önemi unsur olarak ortaya çıkmıştır. Ayrıca istihdam sağlamak ve bağımsız çalışmak diğer önemli unsurlar olarak tespit edilmiştir. Tablo 4'te yaş değişkeni ile katılımcıların girişimcilik özellikleri arasındaki dağılım çapraz tablo analizi ile açıklanmaktadır.

Tablo 4. Yaş Değişkeni İle Girişimcilik Özellikleri Çapraz Tablolar Analizi

		18-25	26-30	31-35	36-40	41-45	46 ve üstü
Girişimciliğe başlama/iş fikrinin oluşma nedeni?	Konuyla İlgili Bilgim/Tecrübem	3	8	7	8	8	4
	Aldığım Eğitim	3	2	1	3	1	6
	İş Fırsatlarını Algılamam	3	4	7	2	3	9
	Aile/Arkadaş Desteği	3	3	5	3	4	4
	Devlet Teşviki	1	2	0	0	0	0
	Diğer	0	0	0	0	0	2
Sizi girişimciliğe motive eden en önemli neden?	Prestij Kazanmak	3	5	1	4	1	0
	Ekonomik Güç Kazanmak	2	8	9	4	6	10
	Bağımsız Çalışmak	3	2	3	3	3	7
	Topluma Hizmet Etmek	2	2	4	1	0	4
	İstihdam Sağlamak	3	2	3	4	6	4

Tablo 4 incelendiğinde, girişimciliğe başlama/iş fikrinin oluşma nedeni sorgulandığında “konuyla ilgili bilgi ve tecrübe” değişkeninin 18-25 yaş aralığındaki girişimciler tarafından diğer katılımcılara oranla daha az tercih edildiği görülmektedir. 18-25 yaş aralığındaki girişimciler için konuyla ilgili bilgi ve edinilen tecrübenin en alt düzeyde tercih edilmesi olası görünüyorken, 46 ve üstü yaş dağılımında bulunan katılımcılar tarafından bilgi ve tecrübenin iş fikri oluşturma nedeni olarak tanımlanmaması esasen incelenmesi gereken bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Alınan eğitimin 46 ve üstü yaş dağılımındaki girişimciler tarafından tercih edildiği, iş fırsatlarını algılama ve aile/arkadaş desteğinin 31-35 yaş aralığındaki girişimcilerce daha fazla tercih edildiği görülmektedir. Devlet teşviklerinin girişimciliğe başlamak için bir unsur olduğunu belirten katılımcılar ise 18-30 yaş aralığında tespit edilmiştir. Ayrıca girişimcilik motivasyon unsurları ele alındığında prestij kazanma 26-30 yaş aralığında, ekonomik güç kazanma isteği 31-35 yaş aralığında, bağımsız çalışma arzusu 46 ve üstü yaş aralığında daha fazla tercih edilen değişkenler olarak karşımıza çıkmaktadır.

Araştırma modelinde belirtildiği üzere, sosyo-demografik değişkenlerin finansal farkındalık ölçeğine göre istatistiksel olarak farklılıklarının tespiti için değişkenler varyans analizine tabi tutulmuştur. Finansal farkındalık ölçeğinin sosyo-demografik özelliklere göre farklılığın araştırılmasında iki grup içeren değişkenler için bağımsız grup t-testi, ikiden fazla grup içeren değişkenler için anova testi uygulanmıştır. Hangi gruplarda farklılıkların oluştuğunu öğrenmek içinse post-hoc testleri yapılmış ve farklılığın oluştuğu değişkenlere ait Scheffe analiz sonuçları aktarılmıştır.

Katılımcıların cinsiyet değişkenine göre finansal farkındalık düzeyleri incelendiğinde istatistiki olarak anlamlı bir fark ortaya çıkmamıştır (Sig: ,616). Araştırmaya dahil edilen 16 kadın katılımcının ortalama finansal farkındalık düzeyi 4,0764 iken 93 erkek katılımcıların ortalama olarak finansal farkındalık düzeyi 3,9780 şeklinde tespit edilmiştir. Kadın ve erkek katılımcılar arasında oluşan farkın istatistiki olarak anlamlı olup olmadığı incelendiğinde, anlamlılık değeri $0,616 > 0,05$ olarak tespit edilmiş ve dolayısıyla kadın ile erkek katılımcıların finansal farkındalık düzeyleri bağlamında istatistiki olarak anlamlı bir fark ortaya çıkmadığı tespit edilmiştir. Bunun bir nedeni katılımcıların cinsiyet bağlamında birbirine yakın sayıda olmamasından ileri gelebilir. Tablo 5.'te cinsiyet değişkenine ilişkin veriler sunulmaktadır.

Tablo 5. Finansal Farkındalık ile Cinsiyet Değişkeni arasındaki t-testi Analizi

	<i>Cinsiyet</i>	<i>n</i>	<i>Ort.</i>	<i>Std. Sapma</i>	<i>t</i>	<i>df</i>	<i>p</i>
Finansal Farkındalık	Kadın	16	4,0764	,84835	,503	107	,616
	Erkek	93	3,9780	,70040			

Tablo 6.'da katılımcıların finansal farkındalık düzeyleri ile yaş değişkenleri arasındaki farklılıkların analizine ilişkin bulgular sunulmaktadır.

Tablo 6. Finansal Farkındalık ile Yaş Değişkeni Arasındaki Farklılıkların Analizi

		<i>Kareler Topl.</i>	<i>df</i>	<i>Kareler Ort.</i>	<i>F</i>	<i>p</i>
Finansal Farkındalık	Gruplar Arası	6,966	5	1,393	2,923	,017
	Gruplar İçi	49,094	103	,477		
	Toplam	56,059	108			

Ortalamalar:

18-25=3,4972 | 26-30=3,7719 | 31-35=3,9972 | 36-40=3,9957 | 41-45=4,3299 | 46 ve üstü=4,1956

Tablo 6'daki veriler incelendiğinde 41-45 yaş aralığındaki katılımcıların finansal farkındalık düzeyleri (4,3299) en yüksek iken, 18-25 yaş aralığındaki katılımcıların ortalama değeri (3,4972) en düşük olarak tespit edilmiştir. ANOVA testi sonuçlarına göre yaş değişkeni ile finansal farkındalık ($F=2,923$ Sig:017) arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Scheffe sonuçlarına göre ise 46 ve üstü yaş dağılımında yer alan katılımcıların 18-25 yaş aralığında olan katılımcılara oranla daha fazla finansal farkındalık eğilimi gösterdikleri söylenebilmektedir ($p=,020$). Dolayısıyla katılımcıların finansal farkındalık düzeyleri yaşlarına bağlı olarak değişim gösterebilmektedir. Tablo 7'de katılımcıların eğitim düzeyleri ile finansal farkındalık eğilimleri arasındaki farklılıkların analizine ilişkin bulgular sunulmaktadır.

Tablo 7. Finansal Farkındalık ile Eğitim Düzeyi Değişkeni Arasındaki Farklılıkların Analizi

		<i>Kareler Topl.</i>	<i>df</i>	<i>Kareler Ort.</i>	<i>F</i>	<i>p</i>
Finansal Farkındalık	Gruplar Arası	4,963	4	1,241	2,525	,045
	Gruplar İçi	51,096	104	,491		
	Toplam					

Ortalamalar:

İlköğretim: 3,3333 | Lise ve Dengi: 4,0599 | Önlisans: 3,6944 | Lisans: 4,0799 | Lisansüstü: 4,4259

Tablo 7'deki veriler incelendiğinde lisansüstü öğrenim gören katılımcıların finansal farkındalık düzeyleri (4,4259) en yüksek iken ilköğretim mezunu katılımcıların ortalama değeri (3,333) en düşük olarak tespit edilmiştir. Anova testi sonuçlarına göre eğitim düzeyleri değişkeni ile finansal farkındalık ($F=2,525$ Sig:045) arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Scheffe sonuçlarına göre ise lisansüstü öğrenim gören katılımcıların ilköğretim mezunu katılımcılara oranla daha fazla finansal farkındalık eğilimi gösterdikleri söylenebilmektedir ($p=,186$). Dolayısıyla katılımcıların finansal farkındalık düzeyleri eğitim düzeylerine bağlı olarak değişim gösterebilmektedir.

Tablo 8’de katılımcıların finansal farkındalık düzeyleri ile baba meslekleri arasındaki farklılıkların analizine ilişkin bulgular sunulmaktadır.

Tablo 8. Finansal Farkındalık ile Baba Mesleği Arasındaki Farklılıkların Analizi

		<i>Kareler Topl.</i>	<i>df</i>	<i>Kareler Ort.</i>	<i>F</i>	<i>p</i>
Finansal Farkındalık	Gruplar Arası	4,571	3	1,524	3,107	,030
	Gruplar İçi	51,489	105	,490		
	Toplam	56,059	108			

Ortalamalar: Girişimci:4,1103 | Maaşlı Çalışan: 3,9551 | Çiftçi: 3,2130 | Diğer: 4,1667

Tablo 8’deki veriler incelendiğinde baba mesleği girişimcilik olan katılımcıların finansal farkındalık düzeyleri (4,1103) en yüksek iken, baba mesleği çiftçi olan katılımcıların ortalama değeri (3,2130) en düşük olarak tespit edilmiştir. ANOVA testi sonuçlarına göre baba mesleği değişkeni ile finansal farkındalık ($F=3,107$ Sig:030) arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Scheffe sonuçlarına göre ise baba mesleği girişimcilik olan katılımcıların, baba mesleği çiftçilik olanlara oranla daha fazla finansal farkındalık eğilimi gösterdikleri söylenebilmektedir ($p=,020$). Dolayısıyla katılımcıların finansal farkındalık düzeyleri örneklem bağlamında baba mesleklerine bağlı olarak değişim gösterebilmektedir.

Tablo 9’da katılımcıların finansal farkındalık düzeyleri ile iş fikri seçme nedenleri arasındaki farklılıkların analizine ilişkin bulgular sunulmaktadır.

Tablo 9. Finansal Farkındalık ile İş Fikri Seçme/Girişimciliğe Başlama Nedenleri Arasındaki Farklılıkların Analizi

		<i>Kareler Topl.</i>	<i>df</i>	<i>Kareler Ort.</i>	<i>F</i>	<i>p</i>
Finansal Farkındalık	Gruplar Arası	10,123	5	2,025	4,540	,001
	Gruplar İçi	45,936	103	,446		
	Toplam	56,059	108			

Ortalamalar:

Konuyla İlgili Bilgi/Tecrübe:3,8388 | Alınan Eğitim: 4,0082 | İş Fırsatlarının Algılanması: 4,1786 | Aile Arkadaş Desteği: 4,2273 | Devlet Teşviki: 2,4630 | Diğer: 3,8889

Tablo 9’deki veriler incelendiğinde katılımcıların iş fikri seçme/girişimciliğe başlama nedenleri kapsamında “aile/arkadaş desteği” değişkenini tercih eden katılımcıların finansal farkındalık düzeyleri (4,2273) en yüksek iken, “devlet teşviki”ni tercih eden katılımcıların ortalama değeri (2,4630) en düşük olarak tespit edilmiştir. ANOVA testi sonuçlarına göre iş fikri seçme/girişimciliğe başlama nedenleri ile finansal farkındalık ($F= 4,540$, Sig:001) arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Scheffe sonuçlarına göre ise devlet teşviklerini iş fikri seçme/girişimciliğe başlama nedeni olarak belirten katılımcıların; konuyla ilgili bilgi ve tecrübeyi ön planda tutan katılımcılara oranla ($p=,011$); aldıkları eğitimi ön planda tutan katılımcılara oranla ($p=,005$); iş fırsatlarını algılama seçeneğini tercih eden katılımcılara oranla ($p=,001$); aile arkadaş desteğini ön planda tutan katılımcılara oranla ($p=,001$) finansal

farkındalık düzeylerinin daha düşük olduğu söylenebilmektedir. Dolayısıyla katılımcıların finansal farkındalık düzeyleri örneklem bağlamında iş fikri seçme nedenleri ve girişimciliğe başlama nedenlerine bağlı olarak değişim görülebilmektedir.

Katılımcıların yabancı dil bilgisi ve medeni hali ile işletmeyi kimin yönettiği, işletmenin bulunduğu sektör, faaliyet süresi, çalışan sayısı, kaçınıcı kuşak girişimci olduğu, kurdukları kaçınıcı işletme olduğu ve girişimcilik motivasyon kaynakları gibi değişkenler bağlamında katılımcıların finansal farkındalık düzeyleri arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark ortaya çıkmamıştır.

5. SONUÇ VE TARTIŞMA

Araştırmada amaçlanan girişimcilerin finansal farkındalık düzeyleri ile sosyo-demografik özellikleri arasındaki durumun tespit edilmesidir. Girişimcilerin finansal farkındalık düzeylerinin bireysel özelliklerine, kurdukları işletmelerin sahip olduğu özelliklere ve girişimcilik motivasyonlarına göre çeşitlilik gösterebileceği varsayılmıştır. Finansal farkındalığın yüksek düzeyde olmasının girişimcilik süreçlerinde karlılık, süreklilik ve toplumsal fayda gibi temel işletme amaçlarının karşılanmasında olumlu etki yaratacağı öngörülmüştür. Bu kapsamda Uşak Ticaret ve Sanayi Odası'na bağlı işletme sahiplerinden veriler toplanmış ve analiz edilmiştir.

Bulgulara göre bireysel özellikler değerlendirildiğinde katılımcıların çoğunlukla genç girişimcilerden oluşması (18-40 yaş aralığında bulunan girişimciler) dikkat çekmiştir. Cinsiyet değişkeni kapsamında araştırmaya katılanların çoğunluğunun erkek olduğu ve kadın girişimci sayısının arzu edilen seviyede olmadığı görülmüştür. Eğitim düzeyleri bağlamında katılımcıların çoğunluğunun lise ve lisans düzeyinde öğrenime sahip oldukları ve baba meslekleri incelendiğinde de maaşlı çalışan aile fertlerinin bulunduğu ortamda yetişen girişimcilerin niceliksel olarak fazla sayıda olduğu açıkça görülebilmektedir. Katılımcıların yabancı dil bilgileri sorgulandığında %51,4'lük bir oranla İngilizce dilinin katılımcılar tarafından bilindiği sonucuna ulaşılmıştır.

İşletmelere ilişkin özellikler değerlendirildiğinde, katılımcıların yönetim işini profesyonel yöneticilerden ziyade kendileri veya aile bireyleri tarafından sürdürdükleri görülmüştür. Araştırmaya katılanların büyük bölümünün 1. kuşak girişimci oldukları, işletme faaliyet sürelerinin 20 yıldan fazla olduğu ve işletmelerdeki çalışan sayılarına bakıldığında işletmelerin çoğunluğunun mikro ve küçük işletme statüsünde olduğu görülmüştür. Katılımcıların girişimcilik özelliklerine ilişkin verileri değerlendirildiğinde, iş fikirlerinin oluşma nedenlerini en çok yaptıkları “işe ilişkin bilgisi ve tecrübesi” olduğunu belirten girişimcilerin çoğunlukta olduğu görülürken, motivasyon unsurları ele alındığında “ekonomik güç kazanma arzusu”nun en önemi unsur olarak ortaya çıktığı tespit edilmiştir.

Katılımcıların sosyo-demografik özellikleri ile finansal farkındalık düzeyleri arasında yapılan farklılık analizi neticesinde, katılımcıların cinsiyet değişkenine göre finansal farkındalık düzeyleri arasında anlamlı bir fark ortaya çıkmamıştır. Benzer sonuç Cengiz vd. (2016) tarafından yapılan çalışmada görülmesine rağmen, İşcan ve Kaygın (2011) tarafından yapılan çalışmada ise erkeklerin kadınlara göre daha yüksek girişimci kişilik özelliği sergilediği ve başarıma ihtiyacı ile belirsizliğe karşı tolerans göstermede erkeklerin daha başarılı olduğunu tespit etmiştir. Nga, Yong ve Sellappan (2010) tarafından yapılan çalışmada da erkeklerin finansal farkındalığının daha yüksek olduğu, görülmüştür. Yaş değişkeni açısından 41-45 yaş aralığındaki katılımcıların finansal farkındalık düzeyleri en yüksek iken, 18-25 yaş aralığındaki katılımcıların ortalama değeri en düşük olarak tespit edilmiştir. 18-25 yaş aralığındaki girişimcilerin tecrübesi, iş hayatı ile ilgili bilgisi ve bunu finansal düzeyde algılayabilmesi, 41-45 yaş aralığındaki girişimcilerden daha düşük olması beklenen bir sonuçtur. Demir ve Mollaoğulları da (2018: 83) yaptıkları çalışmada yatırım deneyimine sahip olanların finansal farkındalık düzeylerinin daha yüksek olduğunu ifade etmiştir. Katılımcıların eğitim düzeyleri ile finansal farkındalık düzeyleri arasında da anlamlı farklılık bulunduğu görülmüş ve lisansüstü öğrenim gören katılımcıların ilköğretim mezunu katılımcılara oranla daha fazla finansal farkındalık eğilimi gösterdikleri belirlenmiştir. Girişimcilerin finansal farkındalık düzeylerinin artan eğitim düzeyiyle doğru orantılı olması beklenen bir durumdur. Kıran, Bozkurt ve Tunç (2018) ekonomiye yön veren girişimcilerin ve kilit kişilerin finansal okuryazarlık seviyelerinin yüksek olmasını bir zorunluluk olduğunu ifade etmiştir. Bununla birlikte Çolak (2017: 76) insanların kabiliyetlerinin geliştirilmesinin ancak eğitimle mümkün olacağını ifade ederken, Demir ve Mollaoğulları (2018) akademisyenlerin bile eğitimini almalarına rağmen finansal farkındalık düzeylerinin yeterli seviyede olmadığını ve gerçek hayatta finansal farkındalığın deneyimlerden kaynaklandığını ifade etmiştir. Baba mesleği girişimcilik olan katılımcıların, baba mesleği çiftçilik olanlara oranla daha fazla finansal farkındalık eğilimi gösterdikleri çalışmadan elde edilen bir diğer sonuçtur.

Ayrıca, katılımcıların iş fikri seçme/girişimciliğe başlama nedenleri kapsamında aile/arkadaş desteği değişkenini tercih eden katılımcıların finansal farkındalık düzeyleri en yüksek iken, devlet teşvikini tercih eden katılımcıların ortalama değeri en düşük olarak tespit edilmiştir. Burada girişimciliğe başlama nedeni olarak devlet teşviklerini değerlendirmek isteyen girişimcilerin finansal farkındalık düzeylerinin düşük olması ayrıca ele alınması gereken bir konudur. Zira girişimcilere destek veren kuruluşların veya ajansların girişimci adaylarını ekonomik, finansal, hukuki ve teknik konularda daha bilinçli hale getirmesi, işletmenin

sürdürülebilirliğinin sağlanabilmesi noktasında finansal destekten daha önemlidir. Aile/arkadaş desteği alan girişimcilerin finansal farkındalık düzeylerinin yüksek olması ise girişimcinin yakın çevresinin desteğiyle manevi anlamda pozitif durum algısının daha iyi olması, kendini daha güçlü hissetmesi ve kendini işine daha fazla vermesiyle alakalı olacağı söylenebilir.

Sonuç olarak; araştırmaya dâhil edilen katılımcılardan elde edilen veriler ışığında, girişimciliğe başlama ve iş fikri oluşturma nedenleri olarak bireylerin kendi işleri ile ilgili bilgi ve tecrübeleri önemlidir. Konuya ilişkin bilgi ve tecrübe sahibi olmak girişimciliğe başlama için bir ön koşul olarak düşünülebilir. Ayrıca finansal farkındalığın yaş değişkenine göre farklılık gösterebileceği belirlenmiştir. Genel kanı olarak teknolojiye yatkınlığı daha fazla olması beklenen genç girişimcilerde finansal farkındalığın yüksek olması beklenirken, veri seti dahilinde araştırmaya dahil olan katılımcılarda 41-45 yaş aralığındaki katılımcıların genç girişimcilere oranla daha fazla finansal farkındalığa sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca girişimcilerin eğitim düzeyleri arttıkça finansal farkındalık algılarının da arttığı görülmüştür.

Veri toplama formunda yalnızca nicel verilere yer verilmesi, verilerin tek bir bölgeden elde edilmesi, yalnızca anket yönteminin kullanılmış olması araştırmanın kısıtını oluşturmaktadır. Anket formu ile veri toplamanın oluşturduğu olumsuz bir durum olarak elde edilen cevapların, katılımcıların algısına dayalı olması da bir diğer olası kısıtı oluşturmaktadır.

Girişimcilik, günümüz ekonomik sorunlarının çözümünde anahtar bir rol üstlenmektedir. Girişimcilerin nitelikli hale getirilmesi ile birçok sosyo-kültürel problemin önüne geçilebileceği, işsizlik oranlarının en aza indirgenebileceği, kişi başına düşen milli gelirin artırılabilirliği, eğitilmiş ve genç işsizlerin motivasyonlarının toplumsal fayda yaratma noktasında yeniden kazandırılabilirliği düşünülmektedir. Günümüz modern teknolojileri sayesinde bireyler hem profesyonel hem de amatör internet sitelerinden finansla ilgili pek çok bilgiye ulaşabilmektedir. Finansal farkındalığın artırılmasının eğitim yoluyla olacağı öngörülmektedir. Bu eğitimlerin ise ilköğretim düzeyinde başlaması gerekmektedir. Finansal farkındalık eğitimi verecek kişilerin de bilinçli olması büyük önem taşımaktadır. Bu eğitimlerde belli bir grubun değil aile, devlet, öğretmenler, sivil toplum kuruluşları, bankalar, girişimcinin kendisi başta olmak üzere tüm sosyal paydaşların rolünün bulunduğu unutulmaması önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- Alkaya, A. & Yağlı, İ. (2015). Finansal okuryazarlık - finansal bilgi, davranış ve tutum: Nevşehir Hacı Bektaş Veli üniversitesi İİBF öğrencileri üzerine bir uygulama. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(10), 585-599.
- Apan, M. & Ercan, S. (2017). Beş faktör kişilik özelliklerinin finansal okuryazarlık üzerine etkisinin yol analizi ile belirlenmesi: Lisans düzeyindeki işletme öğrencileri üzerine bir araştırma. *Bartın Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 8(16), 177-202.

- Arlı, M. & Nazik, M. H. (2010). *Bilimsel araştırmaya giriş*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Cengiz, R., Serdar, E. & Donuk, B. (2016). Üniversite öğrencilerinin bilinçli farkındalık ve girişimcilik düzeylerinin incelenmesi. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 2(4), 1320-1328.
- Çolak, H. (2017). *Mühendislerde finansal okuryazarlık ve para yönetimi becerileri: Bandırma ilçesi örneği* (Yüksek Lisans Tezi). Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Demir, S. & Mollaogulları, Z. (2018). An analysis of the relationship between financial awareness and investor's. *Journal of Strategic Research in Social Science*, 4(2), 71-86.
- Foley, J. (2018). We really need to talk about owner-managers and financial awareness!, *Small Enterprise Research*, 25(1), 90-98.
- Hung, A., Yoong, J. & Brown, E. (2012). Empowering women through financial awareness and education. *OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions*, No. 14, OECD Publishing.
- İşcan, Ö. F. & Kaygın, E. (2011). Üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerini belirlemeye yönelik bir araştırma. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15(2), 443-462.
- Jackson, C. G. & Gast, M. J. (2015). The importance of financial awareness and preparedness. *Journal of Student Financial Aid*, 44(3), 202-234.
- Kılıç, Y., Ata, H. A., & Seyrek, İ. H. (2015). Finansal okuryazarlık: Üniversite öğrencilerine yönelik bir araştırma. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 66, 129-150.
- Kıran, F., Çetinkaya Bozkurt, Ö. & Tunç, H. (2018). Finansal okuryazarlık ve girişimcilik niyeti arasındaki ilişki: üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. *Bucak İşletme Fakültesi Dergisi*, 1(1), 29-51.
- Marriott, P., Pogue, M. & Osgerby, J. (2010). An analysis of students' awareness of personal finance in higher education: A Welsh, English and Northern Irish perspective. *International Journal of Management Education*, 9(1), 43-56.
- Nga, J. K. H., Yong, L. H. L. & Sellappan, R. D. (2010). A study of financial awareness among Youths, *Young Consumers*, 11(4), 277-290.
- Onur, N. & Nazik, M.H. (2014). Öğretmenler için bireysel finans alanında finansal tutum ölçeğinin geliştirilmesi (FTÖ): Geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *E-Journal of New World Sciences Academy- Vocational Sciences*, 9(4), 90-99.
- Öztürk, E. & Demir, Y. (2015). Finansal okuryazarlık ve para yönetimi: Süleyman Demirel üniversitesi akademik personel üzerine bir uygulama. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 68, 113-134.
- Taujanskaite, K., Milcius, E. & Saltenis, S. (2016). Control of non-performing loans in retail banking by raising financial and consumer awareness of clients. *Engineering Economics*, 27(4), 405-416.
- Yardımcıoğlu, M. & Yörük, A. (2016). Türkiye'deki finansal okuryazarlığın ve finansal farkındalığın durumu. *Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi*, 9(2), 173-208.

EXTENDED ABSTRACT

People with a high level of financial awareness have an advantage in using limited resources effectively. The managers being aware of this issue not only adds value to their businesses but also make the right investment decisions. Especially when we consider that consumption is increasing rapidly today, the importance of financial awareness becomes even more important both at the individual level and at the level of business management and for the society. The perception of financial awareness includes the influence of individuals in the competitive environment, from access to financial instruments to the forms of use and the diversity of investment perceptions. The tendency to constantly evolving and changing financial systems and tools obliges entrepreneurs to be equipment owners. Investigating the financial awareness of entrepreneurs will contribute to a better understanding of entrepreneurship perception. Entrepreneurs, despite the risks they undertake, are phenomenon that must be addressed by the academic viewpoints for the values they create. Each entrepreneurial candidate is involved in various stages of establishing their businesses for different reasons and working in the context

of sustainability. It is assumed that entrepreneurs' susceptibility to financial instruments affects their closeness to the aims they achieve in their business.

In this study, the relationships between the financial awareness levels and socio-demographic characteristics of the participants were examined. In today's competitive environment, it is considered that the high level of financial awareness of entrepreneurs will be of great importance in achieving the basic business objectives of entrepreneurs such as making profit, providing continuity and creating social benefit. The data were obtained from business owners / entrepreneurs registered at Uşak Chamber of Commerce and Industry (UTSO). The data were obtained through face to face interviews and survey forms between the dates September and October 2017. A total of 150 questionnaires were distributed and 115 questionnaires filled out were handed back. Since 6 data forms were eliminated due to the missing and invalid fields in the form, so analyzes were conducted with 109 participants. The fact that only quantitative data is included in the data collection form and the data is obtained from a single region might constitute the limitations of the research. Another possible limitation might be that the answers of the participant are based on their own perception. In the first part of data collection form, socio-demographic characteristics of the participants such as age, marital status, gender, education level, foreign language and father's profession were asked. In the second part, it was aimed to determine the features of businesses and entrepreneurial characteristics such as business sector, type of the business, the number of the employees and experience level. In the third part, the factors leading the participants to become an entrepreneur and the sources of entrepreneurial motivation were aimed to be identified. Finally, the financial awareness scale consisting of 18 variables by Onur and Nazik (2014) and Yardımcıoğlu and Yörük (2016) was used to determine the financial awareness levels of the participants. It is assumed that the level of financial awareness of entrepreneurs may vary according to their individual characteristics, the characteristics of the enterprises they establish and their perceptions about the concept of entrepreneurship. Therefore, this study deals with whether there is a significant difference between socio-demographic characteristics and financial awareness of entrepreneurs. It is predicted that high level of financial awareness will have a positive effect on meeting basic business objectives such as profitability, continuity and social benefit in entrepreneurship processes.

According to the findings, it was seen that the most common reason for founding a business and being an entrepreneur is “knowledge and experience” also when the factors of entrepreneurship motivation are considered, it was determined that “desire to gain economic power” emerges as the most important factor. As a result; the knowledge and experience of individuals about their

own business is important as the reasons for starting entrepreneurship and creating business ideas. Having knowledge and experience on the subject can be considered as a prerequisite for starting entrepreneurship. In addition, it was determined that financial awareness may vary according to age variable. As a general opinion, while it is expected that young entrepreneurs being expected to be more technology-prone will have a higher financial awareness, the participants between the age of 41 and 45 have more financial awareness compared to young entrepreneurs. In addition, it was seen that as the level of education of entrepreneurs increased, their perceptions of financial awareness increased. As a result, entrepreneurship plays a key role in solving today's economic problems. It is thought that by qualifying entrepreneurs, many socio-cultural problems can be prevented, unemployment rates can be minimized, national income per capita can be increased, and the motivations of educated and young unemployed people can be re-gained in terms of creating social benefits. Thanks to today's modern technologies, individuals can access a lot of information about finance. It is foreseen that financial awareness will be increased through education. These trainings should start at primary level. It is recommended that these trainings should cover not only the entrepreneur itself but also the social stakeholders of the entrepreneurs.