

**T. C.**  
**ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**ÇALIŞMA EKONOMİSİ VE ENDÜSTRİ İLİŞKİLERİ**  
**ANABİLİM DALI**

**GİRİŞİMCİ KADIN VE ERKEKLERİN BAŞARI ALGISINDAKİ**  
**FARKLILIKLAR:**  
**KÜÇÜK ÖLÇEKLİ İŞLETMELERDE BURSA İLİ ÖRNEĞİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**OĞUZ BAŞOL**

**BURSA 2010**

**T. C.**  
**ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**ÇALIŞMA EKONOMİSİ VE ENDÜSTRİ İLİŞKİLERİ**  
**ANABİLİM DALI**

**GİRİŞİMCİ KADIN VE ERKEKLERİN BAŞARI ALGISINDAKİ**  
**FARKLILIKLAR:**  
**KÜÇÜK ÖLÇEKLİ İŞLETMELERDE BURSA İLİ ÖRNEĞİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**OĞUZ BAŞOL**

**Danışman**

**Doç. Dr. İLKNUR KILKIŞ**

**BURSA 2010**

TEZ ONAY SAYFASI

T. C.  
ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı'nda 700813005 numaralı Oğuz BAŞOL'un hazırladığı "Girişimci Kadın ve Erkeklerin Başarı Algısındaki Farklılıklar: Küçük Ölçekli İşletmelerde Bursa İli Örneği" konulu Yüksek Lisans Tezi ile ilgili tez savunma sınavı 21.06.2010 Pazartesi günü 10<sup>00</sup> - 12<sup>00</sup> saatleri arasında yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda adayın tezinin... **BASARILI** (başarılı/başarısız) olduğuna **OYBİRLİĞİ**... (oybirliği/oy çokluğu) ile karar verilmiştir.

Uye (Tez Danışmanı ve Sınav Komisyonu Başkanı)  
Akademik Unvanı, Adı Soyadı  
Üniversitesi  
Doç. Dr. İlknur KILKIŞ  
Uludağ Üniversitesi

Uye  
Akademik Unvanı, Adı Soyadı  
Üniversitesi  
Prof. Dr. Serpil AYTAÇ  
Uludağ Üniversitesi

Uye  
Akademik Unvanı, Adı Soyadı  
Üniversitesi  
Doç. Dr. Nuran BAYRAM  
Uludağ Üniversitesi

Uye  
Akademik Unvanı, Adı Soyadı  
Üniversitesi

Uye  
Akademik Unvanı, Adı Soyadı  
Üniversitesi

21.06.2010

## ÖZET

Yazar	: Oğuz BAŞOL
Üniversite	: Uludağ Üniversitesi
Anabilim Dalı	: Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri
Bilim Dalı	: Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri
Tezin Niteliği	: Yüksek Lisans Tezi
Sayfa Sayısı	: xi + 148
Mezuniyet Tarihi	: .... / .... / 2010
Tez Danışmanı	: Doç. Dr. İlknur KILKIŞ

### **GİRİŞİMCİ KADIN VE ERKEKLERİN BAŞARI ALGISINDAKİ FARKLILIKLAR: KÜÇÜK ÖLÇEKLİ İŞLETMELERDE BURSA İLİ ÖRNEĞİ**

Günümüz dünyasında girişimlerin ekonomik değeri giderek önem kazanmaktadır. Küreselleşme ile birlikte ülkeler arası sınırlar kalkmakta, pazarların ölçekleri değişmekte ve artan rekabet yenilikçi olmayı, beklenmedik zorluklarla mücadele etmeyi, yatırımcılar ile doğru ilişkiler kurmayı zorunlu kılmaktadır. Bir diğer önemli unsur ise dünya nüfusunun kabaca yarısını oluşturan kadınların ekonomik sistem içindeki yerinin giderek önemli hale gelmesidir.

Ekonomik anlamda bir işletmenin devamlılığı başarılı olmasına bağlıdır. Bu anlamda klasik girişimciler olan erkekler ile önemi ve ekonomik değeri giderek artan kadın girişimcilerin başarı algısındaki benzerliklerinin ve farklılıklarının ortaya çıkarılması oldukça önem arz etmektedir. Bu amaçla hazırlanan tez; girişimcilerin demografik özelliklerini, girişimcilik içinde önem verdikleri değerler, toplumsal cinsiyet algısını ve başarıyı değerlendirme unsurlarını içermektedir.

Teze konu olan araştırma Bursa ilinde faaliyet gösteren küçük ve orta ölçekli işletme sahibi toplam 106 kadın ve erkek girişimcinin incelenmesinden oluşmaktadır. Araştırmada Türkçe geçerlilik ve güvenilirliği yapılmış olan “Girişimci Öz Yeterlilik” ölçeğinden ve KOSGEB’in hazırladığı girişimcilik anketinin ilgili sorularından yararlanılmıştır. Ayrıca çalışmada girişimciler ile yüz yüze görüşmelerin sonucunda elde edilmiş bulgulara da yer verilmektedir.

**Anahtar Sözcükler:** Girişimci, Girişimcilik, Toplumsal Cinsiyet, Girişimci Öz Yeterlilik, Başarı Algısı.

## **ABSTRACT**

Author	: Oğuz BAŞOL
University	: Uludağ University
Department	: Labor Economics and Industrial Relations
Sub Science	: Labor Economics and Industrial Relations
Sort of Thesis	: Master Thesis
Page	: xi + 148
Date of Graduation	: .... /.... / 2010
Supervisor of Thesis	: Doç. Dr. İlknur KILKIŞ

### **SUCCESS PERCEPTION DIFFERENCES AMONG FEMALE AND MALE ENTREPRENEURS : CASE STUDY ON SMALL SIZE ENTERPRISES IN BURSA**

The economic value of enterprises in the world today is becoming increasingly come into prominence. Together with globalization, the boundaries between countries are removed, scale of markets changes and increasing competition pins down being innovative, to deal with unexpected difficulties, establishing right relationship with investors. Another important element is growing importance of women's place, who make up roughly half of world's population, in economic system.

Continuity of a company depends upon its success in economics. In this sense, revealing the similarities and differences between men's, who are classical entrepreneurs, and women's, whose importance and economic value is increasing, perception of success is quite important. Thesis, is prepared for that purpose, includes; entrepreneur's demographic characteristics, their values in entrepreneurship, perception of social gender and elements of success assessment.

The research that subject to the thesis, consists of examination of 106 male and female entrepreneurs who own small or medium-sized companies that operate in the province of Bursa. In research, it is benefitted from the entrepreneurs self-efficiency scale, of which validity and reliability is appointed, and questionnaire of entrepreneurship that is prepared by KOSGEB. In addition findings, that are obtained from entrepreneurs as a result of face to face interview in study, are also included.

**Key Words:** Entrepreneurs, Entrepreneurship, Social Gender, Entrepreneur Self-Efficiency, Perception of Success.

## İÇİNDEKİLER

TEZ ONAY SAYFASI.....	ii
ÖZET.....	iii
ABSTRACT.....	iv
İÇİNDEKİLER.....	v
KISALTMALAR.....	ix
TABLolar.....	x
GİRİŞ.....	1

## BİRİNCİ BÖLÜM

### GİRİŞİMCİLİK KAVRAMINA GENEL BİR BAKIŞ

1.1. GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI, KURAMSAL ÇERÇEVESİ VE TARİHSEL SÜRECİ.....	4
1.1.1. Girişimcilik Kavramı ve Girişimcilikle İlgili Diğer Kavramlar.....	4
1.1.2. Girişimciliğin Önemi.....	7
1.1.2.1. Girişimcilik ve Ekonomiye Katkıları.....	8
1.1.2.2. Girişimcilik ve Yenilik Oluşumu.....	10
1.1.3. Girişimcilik ve Kuramsal Yaklaşım.....	12
1.1.3.1. Ekonomik Kuramlarda Girişimcilik.....	12
1.1.3.2. Sosyolojik Kuramlarda Girişimcilik.....	14
1.1.3.3. Psikolojik - Davranışsal Kuramlarda Girişimcilik.....	17
1.1.4. Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi.....	19
1.1.4.1. Dünyada Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi.....	19
1.1.4.2. Türkiye’de Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi.....	22
1.1.5. Girişimciliği Etkileyen Faktörler.....	28

1.1.5.1. Ailenin Etkisi.....	29
1.1.5.2. Eğitimin Etkisi.....	30
1.1.5.3. Toplumsal Çevrenin Etkisi.....	31
1.1.6. Girişimcilik ve Girişimci Birey.....	32
1.1.6.1. Girişimcilerin Bireysel Özellikleri.....	32
1.1.6.2. Girişimcilerin Toplumsal Özellikleri.....	34
1.1.7. Girişimci Benlik.....	36
1.1.7.1. Girişimcilikte Başarı Algısı.....	37
1.1.7.2. Başarı Algısı Kavramına Kuramsal Açıklamalar.....	38
1.1.7.2.1. Klasik Başarı Teorileri.....	38
1.1.7.2.2. Modern Başarı Teorileri.....	44

## **İKİNCİ BÖLÜM**

### **CİNSİYET BAĞLAMINDA GİRİŞİMCİLİK**

<b>2.1. CİNSİYET VE GİRİŞİMCİLİK.....</b>	<b>49</b>
<b>2.2. CİNSİYET BAĞLAMINDA GİRİŞİMCİLİĞİ ETKİLEYEN</b>	
<b>FAKTÖRLER.....</b>	<b>51</b>
<b>2.3. KADIN VE ERKEK GİRİŞİMCİ TİPLERİ.....</b>	<b>53</b>
2.3.1. Kadın Girişimci Tipleri.....	53
2.3.2. Erkek Girişimci Tipleri.....	55
2.3.3. Kadın ve Erkek Girişimci Tipleri Arasındaki Farklar.....	57
<b>2.4. KADIN GİRİŞİMCİLERİN TÜRKİYE’DE KARŞILAŞTIĞI</b>	
<b>ZORLUKLAR.....</b>	<b>64</b>
2.4.1. Sermaye Yetersizliği.....	66
2.4.2. Tecrübe Eksikliği.....	67
2.4.3. Toplumun İş Kadınına Bakışı.....	68
2.4.4. Bürokratik Engeller.....	70
<b>2.5. KADIN GİRİŞİMCİLERİN TÜRKİYE’DE DESTEKLENME</b>	
<b>POLİTİKALARI.....</b>	<b>72</b>

2.5.1. Eğitim Politikası.....	73
2.5.2. İş Piyasalarının Düzenlenmesi.....	75
2.5.3. Kredi ve Destek Politikaları.....	76
2.5.4. Örgütlenme.....	79
<b>2.6. CİNSİYET VE BAŞARI ALGISI.....</b>	<b>80</b>
2.6.1. Cinsiyetin Başarı Algısına Etkisi.....	80

### ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

## BURSADA FAALİYET GÖSTEREN KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETME SAHİBİ OLAN KADIN VE ERKEK GİRİŞİMCİLER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

<b>3.1. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ.....</b>	<b>83</b>
<b>3.2. ARAŞTIRMANIN AMACI.....</b>	<b>84</b>
<b>3.3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ.....</b>	<b>84</b>
<b>3.4. ARAŞTIRMANIN ÖRNEKLEMİ.....</b>	<b>87</b>
<b>3.5. ARAŞTIRMANIN KISITLARI.....</b>	<b>88</b>
<b>3.6. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ.....</b>	<b>88</b>
<b>3.7. ARAŞTIRMANIN BULGULARI.....</b>	<b>89</b>
3.7.1. Demografik Verilere İlişkin Bulgular.....	89
3.7.2. Girişimcilik Tutumuna İlişkin Bulgular.....	91
3.7.3. Ailede Girişimcilik ve Toplumsal Cinsiyet Algısına İlişkin Bulgular....	97
3.7.4. Girişimcilik ve Finansmana İlişkin Bulgular.....	101
3.7.5. Girişimci Öz Yeterlilik Ölçeği Ekseninde Elde Edilen Bulgular.....	103
3.7.6. Cinsiyet Değişkeni Ekseninde Elde Edilen Bulgular.....	113
<b>3.8. KADIN GİRİŞİMCİLERİN BAŞARI TANIMLARI .....</b>	<b>120</b>
<b>3.9. ERKEK GİRİŞİMCİLERİN BAŞARI TANIMLARI.....</b>	<b>121</b>
<b>SONUÇ.....</b>	<b>123</b>
<b>KAYNAKÇA.....</b>	<b>131</b>
<b>EKLER.....</b>	<b>144</b>



Ek 1:Anket Formu.....	144
<b>ÖZGEÇMİŞ.....</b>	<b>147</b>

## KISALTMALAR

AB	Avrupa Birliği
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
BDDK	Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurulu
BTSO	Bursa Ticaret ve Sanayi Odası
DPT	Devlet Planlama Teşkilatı
GEM	Dünya Girişimcilik Platformu
İŞKUR	Türkiye İş Kurumu
KADAV	Kadınlarla Dayanışma Vakfı
KAGİDER	Türkiye Kadın Girişimciler Derneği
KEDV	Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı
KOBİ	Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletme
KOSGEB	Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
KSGM	T.C. Başbakanlık Kadın Statüsü Genel Müdürlüğü
OECD	Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü
TOBB	Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
TÜSİAD	Türk Sanayicileri ve İş Adamları Derneği
UÇÖ	Uluslararası Çalışma Örgütü

## TABLolar

<b>Tablo 1.1</b> Farklı Ülkelerde Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Ekonomideki Yeri.....	10
<b>Tablo 1.2</b> 1988-2009 Dönemi Arasında Türkiye'deki Kadın ve Erkek Girişimci Sayısı.....	27
<b>Tablo 1.3</b> Girişimciliği Etkileyen Faktörler.....	28
<b>Tablo 2.1</b> Kadın ve Erkek Girişimcilerin Karşılaştırılması.....	59
<b>Tablo 2.2</b> Aynı Faktörler Açısından Değerlendirme Söz Konusu Olduğunda, Kadın ve Erkeklerin Girişimci Olma Nedenleri.....	60
<b>Tablo 2.3</b> Ronstandt'a Göre Kadın ve Erkek Girişimcilerin Karşılaştırılması.....	63
<b>Tablo 3.1</b> Katılımcıların Cinsiyetlerine İlişkin Bulgular.....	90
<b>Tablo 3.2</b> Katılımcıların Eğitim Durumuna İlişkin Bulgular.....	90
<b>Tablo 3.3</b> Girişimcilerin Faaliyet Alanlarına İlişkin Bulgular.....	91
<b>Tablo 3.4</b> Girişimci Olabilmek İçin En Çok Önem Verilen Şartlara İlişkin Bulgular.....	92
<b>Tablo 3.5</b> Katılımcıların Kendi İşlerini Kurabilmek İçin Kendilerinde Buldukları En Önemli Özelliklere İlişkin Bulgular.....	93
<b>Tablo 3.6</b> Girişimciliğin Motivasyon Kaynağına İlişkin Bulgular.....	94
<b>Tablo 3.7</b> Girişimciliğin Önündeki En Büyük Engele İlişkin Bulgular.....	95
<b>Tablo 3.8</b> Girişimciliğin Kazanımına İlişkin Bulgular.....	95
<b>Tablo 3.9</b> Başarısız Bir Girişimciye Verilen Tavsiyelere İlişkin Bulgular.....	96
<b>Tablo 3.10</b> Başarısız Girişimci ile Ortak Olma Davranışına İlişkin Bulgular.....	96
<b>Tablo 3.11</b> Liderlik Geçmişine İlişkin Bulgular.....	97
<b>Tablo 3.12</b> Ebeveynlerin Girişimcilik Durumuna İlişkin Bulgular.....	97
<b>Tablo 3.13</b> Bir Sonraki Nesle Girişimcilik İle İlgili Tavsiyelere İlişkin Bulgular.....	98
<b>Tablo 3.14</b> Toplumsal Cinsiyet Algısına İlişkin Bulgular.....	99

<b>Tablo 3.15</b> Eşin İş Kurma İsteğine Karşı Gösterilen Tutuma İlişkin Bulgular.....	100
<b>Tablo 3.16</b> Finansman ve Tatmin Sonuçlarına İlişkin Bulgular.....	101
<b>Tablo 3.17</b> Girişimci Öz Yeterlilik Ölçeği Faktör Güvenilirlikleri.....	104
<b>Tablo 3.18</b> Elde Edilen Faktörlerin Normal Dağılım Testleri.....	104
<b>Tablo 3.19</b> Cinsiyetin Girişimcilik Faktörleri Üzerine Etkisi.....	105
<b>Tablo 3.20</b> Eğitim Durumunun Faktörler Üzerine Etkisi.....	107
<b>Tablo 3.21</b> Girişimcilik Şartlarının, Özelliklerinin ve Motivasyonlarının Faktörler Üzerine Etkisi.....	108
<b>Tablo 3.22</b> Para Kazanmanın Tek Başarı Ölçütü Olarak Değerlendirilmesinin Faktörler Üzerine etkisi.....	110
<b>Tablo 3.23</b> Sürekli Değişkenler Arası Korelasyon.....	111
<b>Tablo 3.24</b> Cinsiyet, Kişinin Yaşı ve Kendi İşini Yürütme Süresi Arasındaki İlişki...113	
<b>Tablo 3.25</b> Cinsiyet ve Eğitim Durumu İlişmesine Dair Bulgular.....	114
<b>Tablo 3.26</b> Cinsiyet ve Girişimci Özelliği Arası İlişkiye Dair Bulgular.....	114
<b>Tablo 3.27</b> Cinsiyet ve İşletmenin Kuruluş Sermayesi Temin Şekli Arası İlişki.....	115
<b>Tablo 3.28</b> Cinsiyet ve Girişimciliğin Önündeki Engel Arasındaki İlişki.....	115
<b>Tablo 3.29</b> Cinsiyet ve Başarısız Girişimciye Verilen Tavsiye Arası İlişki.....	116
<b>Tablo 3.30</b> Cinsiyet ve Başarısız Girişimciye Yatırım Yapma Arasındaki İlişki.....	116
<b>Tablo 3.31</b> Cinsiyet ile Para Kazanmayı Tek Başarı Ölçütü Olarak Görme Arasındaki İlişki.....	117
<b>Tablo 3.32</b> Cinsiyet ve Girişimcilik Motivasyonu Arası İlişki.....	117
<b>Tablo 3.33</b> Cinsiyet ve Girişimci Olma Şartı Arası İlişki.....	118
<b>Tablo 3.34</b> Cinsiyet ve Toplumsal Cinsiyet Algısı Arası İlişki.....	118

## GİRİŞ

Modern bilim anlayışında hem doğa bilimleri hem de sosyal bilimler insan unsuruna katkıda bulunmayı amaçlamaktadır. Sosyal bilimler, yaşamın insani ve toplumsal yönlerini inceleyen bir akademik disiplin olmakla birlikte insan unsurunu doğrudan incelemektedir. Dünyanın temel sorunları incelendiğinde ise bir çok yazarın ekolojik denge ve ekonomik denge unsurları üzerinde önemle durduğu bilinmektedir. Ekonomik denge unsurunun önemli bir parçası da çalışma yaşamına ilişkin konuları içermektedir. Bu alan detaylıca incelendiğinde işsizlik, gelir dağılımı, kadınların ekonomik hayattaki rolü ya da insanca çalışma gibi konuları kapsadığı bilinmektedir. Tam bu noktada “girişimcilik” kavramı üzerine, önemli bir görev düşmektedir çünkü girişimcilik; işsizliğe bir çözüm, kadınların iş hayatında var olmasını sağlayan önemli bir etken, toplumsal cinsiyet kalıplarını yıkan bir inanış ve kendine güvenen bireyler yetiştirilmesini olanaklı kılan hem ekonomik hem de sosyolojik olarak önemli olan bir unsur niteliğini taşımaktadır.

Girişimciliğin bir çok alan ile etkileşim içinde olduğu bilinmektedir. Bu alanlardan bazıları: eğitim ve aile, ekonomik durum, kültürel birikim, sosyal ve mali çevre, siyasal ortam ve psikolojik unsurlar olmaktadır. Bir girişimin ekonomik anlamda değer yaratması başarılı olması koşuluna bağlıdır. Başarı ise her birey için farklı bir anlam ifade etmektedir. Dolayısıyla başarı algısını belirleyen unsurların toplumsal değerler ekseninde bireye kazandırıldığı ileri sürülmektedir.

Toplumsal değerler incelendiğinde en önemli ayrımın toplumun kadınlar ve erkekler için atfettiği rollerin olduğu bilinmektedir. Bu değerler biyolojik cinsiyet değerlerinden farklı olarak kadının nasıl bir kadın, erkeğin nasıl bir erkek olması gerektiğini belirleyen toplumsal normlardan oluşmaktadır. Bu değerler, içerisinde

kadına ve erkeğe ilişkin ekonomik rolleri de barındırmaktadır. Bazı toplumlarda kadına annelik ve bakım ile ilgili unsurlar, erkeğe ise para kazanma ve karar verme ile ilgili görevler yüklenmektedir. Bunun bir sonucu olarak da ekonomik hayatta kadınların yer bulamaması ve cinsiyetler arası uzaklaşma gibi sorunlar yaşanmaktadır.

Bütün unsurlar incelendiğinde, kadın ve erkek girişimcilerin başarı algısına bakış açıları ve farklılıklarının ortaya çıkarılması hem ekonomik değerlerin anlaşılması hem de toplumsal cinsiyet rolleri değişiminin ortaya konması için önemli yer teşkil etmektedir. Başarı algısındaki farklılıkların ortaya konması amacıyla hazırlanmış bu çalışma, çeşitli yönleriyle girişimcilerin değerlerini, farklılıklarını ve başarı unsurunda önem verdikleri noktaların tespit edilmesini ve karşılaştırılmasını amaçlamaktadır.

Üç bölümden oluşan çalışmanın ilk bölümünde, kavramsal çerçeve çizilmeye çalışılmıştır. Bu bölümde yer alan kavramlardan ilki girişimcilik kavramıdır. Bu bağlamda girişimciliğin önemi, tarihsel gelişimi, girişimci kişiliği oluşturan etkenler ve girişimci kişilerin özellikleri incelenmiştir. Ayrıca bu bölümde, başarı algısı ve girişimcilik konusuyla birlikte bu kavrama ilişkin kuramsal çerçeve irdelenmiştir.

Çalışmanın ikinci bölümünde cinsiyet ve girişimcilik konularına ilişkin bilgiler bulunmaktadır. Bu bağlamda öncelikle cinsiyet ve girişimcilik ilişkisi irdelenmiş ardından kadın ve erkek girişimcilerin arasındaki farklar ve kadınları girişimci olmaya yöneltten faktörler üzerinde durulmuştur. Daha sonra kadın ve erkek girişimcilerin tipolojileri, kadın girişimcilerin Türkiye’de karşılaştığı zorluklar, kadın girişimcilerin desteklenme politikaları detaylı bir biçimde incelenmiştir. Daha sonra ise başarı algısı cinsiyet bağlamında irdelenmiştir.

Çalışmanın üçüncü bölümü, girişimcide başarı algısının ölçüldüğü bir uygulamanın sonuçlarından oluşmaktadır. Bu bölümde araştırmanın amacı ve önemi belirtilmiş olup araştırmanın yapıldığı örneklemin seçimi, yöntemi, kısıtları ve 106 girişimci ile yapılan anket çalışmasının ve yüz yüze görüşmelerin nihayetinde elde edilmiş bulguların sonuçları bulunmaktadır. Uygulanan anket formunun (Ek 1) iki ayrı bölümü vardır. İlk bölüm 35 sorudan oluşan “Girişimci Öz Yeterlilik Ölçeğidir”. İkinci

bölüm ise KOSGEB'in hazırladığı girişimcilik anketinden seçilmiş araştırma ile ilgili sorulardan oluşmaktadır. Bu bölümde teori ve uygulama arasında bütünlük oluşturulmaya çalışılmıştır.

## BİRİNCİ BÖLÜM

### GİRİŞİMCİLİK KAVRAMINA GENEL BİR BAKIŞ

#### 1.1. GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI, KURAMSAL ÇERÇEVESİ VE TARİHSEL SÜRECİ

##### 1.1.1. Girişimcilik Kavramı ve Girişimcilikle İlgili Diğer Kavramlar

Girişimcilik kavramı, anlaşılması güç ve mevcut diğer kavramlar ile karıştırılabilir nitelikte olduğundan, üzerinde karar kılınmış genel geçer bir girişimcilik tanımına ulaşmak oldukça zor olmaktadır. Kelimenin tarihsel kökeni incelendiğinde, Türkçeye çevrilen "entrepreneur" kelimesi, Fransızca bir kelime olan "entreprendre" kelimesinden gelmektedir ve anlamı "bir şey yapmaktır" (TÜSİAD 2002: 33; Şahin 2006: 4; İltter 2008: 5). Ortaçağa gelindiğinde ise, aktif olarak iş hayatında bulunan kişi anlamında kullanılmıştır (TÜSİAD 2002: 33).

Kavram, ekonomik teoride ilk kez 1759 yılında İrlanda asıllı Fransız iktisatçı Richard Cantillon tarafından yazılan bir eserde kullanılmıştır (Casson vd. 2006: 3; Doğramacı 2006: 9). Günümüzdeki anlamına benzer ilk kullanım ise, Jean Baptiste Say tarafından ileri sürülmüştür. Say; para, işletmecilik, denetim, karar alma gibi girişimcilik - idarecilik işlevlerini birbirinden ayırmakla kalmamış, girişimciliğin kazancı olan karın, üretimin iyi yada kötü şanslarının peşinen kabul edilerek ortaya çıktığını ileri sürmüştür. 1826 ve 1850 yılları arasında yazılan "Von Thünen In Der Isolierte Stad" adlı eseri girişimciliğin niteliklerini öne çıkarması bakımından bir köşe taşı olarak değerlendirilmektedir (Odabaşı 2005: 149). Bu eserden sonra klasik üretim



faktörleri olan emek, sermaye ve doğal kaynaklara girişimcilik de dahil edilmiştir (Doğramacı 2006: 9). Son olarak Joseph Schumpeter yirminci yüzyılın başında, günümüzde ileri sürülen girişimcilik kavramına ilham veren çalışmaları ortaya atmıştır. Buna göre, “girişimciliğin özünde yenilik vardır. Bu süreç içinde eskiyi terk edip sürekli daha etkin ve yeni yolları, yöntemleri devreye sokarak (yıkıcı yaratıcılık) yaşayan dinamik girişimciler, ekonomik büyümenin en önemli aktörüdür” inancı vardır (Doğramacı 2006: 10; TÜSİAD 2002: 35).

Yirminci yüzyılın sonlarındaki zaman diliminde yer alan kullanımına bakıldığında girişimci, risk alarak yenilik yapan kişidir. Diğer bir deyişle; girişimci, fırsatları takip eden ve onları bulduğunda her tür riski alarak amacını gerçekleştirmeye çalışan kişidir (TÜSİAD 2002: 33). Bu bağlamda girişimci, gelecekle ilgili sınırlı bilgi kısıtı karşısında, üstün özellikleri ve yaratıcılığıyla cesurca davranmakta; iktisadi kaynakları beklenmedik, sıra dışı ve şaşırtıcı yönlere sürüklemek suretiyle iktisadi yenilenmenin önündeki engelleri yıkmaktadır (Kızılkaya 2005: 32). Girişimcinin yaratıcılık özelliği vurgulanmasına rağmen, günümüzde girişimci denince akla hala iş sahipleri, özellikle de yeni şirket kuran kişiler gelmektedir. Bu özdeşleştirme, sadece halk arasında değil, teorik ve ampirik çalışmalarda ve hatta hazırlanan ekonomik politikalarda da kendini göstermektedir (TÜSİAD 2002: 33).

Kavram kargaşasını önlemek adına, girişimcilik ile ilgisi olduğu düşünülen kavramlara yer vermek yerinde olacaktır. Yapılan literatür araştırmaları sonucunda girişimcilik ile en çok karıştırılan veya girişimciliğe eş anlamlar yüklenen üç ayrı kavram vardır. Bu kavramlar; esnaflık, işletme sahipliği ve şirket yöneticiliğidir.

Esnaf, kelime olarak “sınıflar” anlamına gelmektedir. Bağımsız çalışan, yaptığı iş sermayeden ziyade kol ve beden gücüne dayanan kişileri tanımlamak için kullanılmaktadır. Halk arasında zanaatkar ve küçük işletme sahipleri esnaf olarak adlandırılmaktadır (Wikipedia). Diğer bir ifade ile iktisadi faaliyeti nakdi sermayeden ziyade bedeni çalışmaya dayanan ve yıllık gayri safi geliri yasal çerçevede belirlenen miktarı aşmayan kişi şeklinde tanımlanmaktadır (Çelik ve Akgemici 1998: 7).

İşletmenin mülkiyetine sahip kimse sıfatıyla, ticari faaliyetleri yürüten kişi ise işletme sahibidir (Çelik ve Akgemici 1998: 9). Bir kişinin girişimci olabilmesi için risk ve sorumluluk üstlenebilme, yeniliklere açık olma, büyüme tutkusu gibi belirli niteliklere sahip olması gerekmektedir. Bu niteliklere sahip olmayan kişi, işletmenin mülkiyetine sahip kimse sıfatıyla işletme sahibi de olsa, girişimci değildir (Odabaşı 2005: 191). Bir işletmenin yönetilmesi, kendi işinin patronu olma isteğinden çok daha fazlasını gerektirmektedir (Odabaşı 2005: 116). Küçük işletmelerde, işletme sahipliği ve girişimcilik aynı kişide bütünleşebilmektedir. Bunun nedeni, psikolojik engeller ile birlikte profesyonel bir yöneticiye işi teslim etmek için gerekli olan bütçenin oluşmamasıdır (Doğramacı 2006: 4). Türkiye’de küçük ve orta ölçekli işletmelerin en önemli niteliği; bu işletmelerde girişimcilik, yöneticilik ve mülkiyetin aynı kişide toplanmış olmasıdır. Bu kişi işletme sahibi olarak nitelendirilmektedir. İşletmenin ölçeği küçüldükçe girişimci ve yönetici olan işletme sahibi teknisyen sıfatını da taşımaya başlamaktadır (Odabaşı 2005: 190).

Girişimcilik ile karıştırılan bir diğer kavram ise; yöneticiliktir. Girişimci kavramının yerine; yönetici, fabrika yöneticisi ve şirket yöneticisi gibi ünvanlar kullanılmaktadır. Ancak yönetici kavramının esasına bakıldığında, “belli bir amaca yönelen insanları hedefe ulaşmak için ahenkli bir şekilde, işbirliği içinde etkili ve verimli olarak yönetmek sorumluluğundaki kişiler” (Erdoğan 2000: 33) tanımıyla karşılaşılmaktadır. Drucker’a göre yönetim; yönetme becerisinin bir vücutta organize olmuş halidir (2001: 7). Yönetici ise, işletmenin amaçlarını belirleyen, işleri organize eden, kişileri motive edip gruplar arasındaki ilişkileri sağlayan, kişilerin performanslarını arttırmak için tüm etkinlikleri kullanıp sonuç olarak çalışanları ve örgütü geliştiren kişi olarak tanımlanmaktadır (Drucker 2001: 20-21). Ancak unutmamak gerekir ki, yönetici tüm bu etkinlikleri ve gelişimi girişim sahibinin adına çalıştığı için yapmaktadır. Dolayısıyla yönetici, başkasının belirlediği işletme amaçlarına ulaşmak için çalışmaktadır (Doğramacı 2006: 4). Bu yönüyle yönetici, girişimcinin aldığı kararları hızlı ve etkili biçimde uygulayan kişi konumundadır. Bu bağlamda fabrika yöneticisi, fabrikadaki üretim süreçlerinden mamul çeşitliliğine, fabrika büyüklüğünden personel kalitesine kadar fabrikada mevcut olan sorunlarla

ilgilenmektedir. Şirket yöneticisi ise; temsil yeteneğine sahip, planlarını sözlü ve yazılı olarak ifade eden, hızlı sorun çözen, stratejik karar veren, fırsatlar arasında muhakeme yapabilen, insanları ve olayları objektif değerlendirebilen (Uçar 2006: 7) nitelikte olmalıdır. Ancak unutulmamalıdır ki; şirket yöneticisi, yöneticilik işini kendine meslek edindiğinden (Doğramacı 2006: 5) bu kararları sermaye sahibinin istekleri doğrultusunda almaktadır ve dolayısıyla şirket yöneticisi “kar elde etmek için riske katlanan kişi konumunda olmadığından” (Sipahi 1997: 9) girişimci olarak değerlendirilmesi de mümkün olmamaktadır.

### **1.1.2. Girişimciliğin Önemi**

Dünya girişimcilik platformu (Global Entrepreneurship Monitor - GEM) tarafından 32 ülke arasında yapılan araştırmada yüksek girişimcilik faaliyetleri ile yüksek ekonomik gelişme arasında anlamlı ve kuvvetli bir ilişki ortaya konulmuştur (GEM 2007: 25). Bir diğer ifade ile sürekli gelişme sağlayan, ekonomik durumunu geliştirmekte olan ülke statüsünden, gelişmiş ülke statüsüne geçirmiş ülkeler girişimciliğe önem vermiş ülkelerdir (Wennekeers vd. 2005: 294). Girişimciler kapitalizmin başladığı dönemden itibaren etkin olmalarına rağmen, girişimcilik esas itibarıyla 1980 yılı sonrasında popülerlik kazanmıştır. Bir çok ülkenin girişimci ekonomi oluşturmak için devlet programları hazırlayarak altyapılarını güçlendirmeye ve girişimci sayılarını arttırmaya çalıştığı bilinmektedir (TÜSİAD 2002: 40). Hatta ABD'nin ve Avrupa'daki bazı ülkelerin yalnızca altyapı oluşturmakla kalmayıp “girişimcilik kültürü” oluşturma adına çalışmalar yürütmesi, bir çok araştırmacının odak noktası haline gelmektedir (Faltin 2001: 123). Girişimcinin, ekonomik kaynakları düşük üretkenlik alanlarından, yüksek üretkenlik alanlarına aktarılmasını sağlama sürecinde baş aktör olduğu bilinmektedir (Şahin 2006: 7). Tüm bunlar girişimciliğin son dönemde büyük popülerlik kazanmasına sebep olan başlıca unsurları oluşturmaktadır (TÜSİAD 2002: 40; Şahin 2006: 8; İltter 2008: 9-10).

### 1.1.2.1. Girişimcilik ve Ekonomiye Katkıları

Girişimcilik teorisindeki gelişmeler incelendiğinde, Weber'in ileri sürdüğü gibi kimi ülkelerde kapitalizmin gelişmesinde, Protestan görüşün çalışmaya ve para kazanmaya karşı olumlu tutumunun (Swedberg 2000: 26) girişimcileri toplum gözünde meşru kıldığı ve yıllar içerisinde girişimciliğin toplum tarafından benimsendiği dikkat çekmektedir. 1980'li yıllara gelindiğinde yükselen piyasa ideolojisiyle birlikte, bu ideolojiyi destekleyecek teorik gelişmelerin yaşandığı görülmektedir (TÜSİAD 2002: 45). Girişimcilik teorisinin popüler olmaya başlaması sosyoloji, antropoloji ve psikoloji gibi alanlarda araştırmalar yapan bilim insanlarının dikkatini çekmiştir (Swdberg 2000: 28). Farklı alanlarda çalışan bilim insanlarının desteğıyle girişimcilik teorisine yapılan katkıları büyük boyutlara ulaşmıştır. Özellikle girişimciliğin, ekonomik ve sosyal hareketlilik sağlayan en büyük güç olduğı düşüncesinin yaygınlaştırılması girişimcilik teorisinin gelişimine önemli katkıları sağlamıştır (TÜSİAD 2002: 45).

İşletme eğitimi veren okullarda hızla artan girişimcilik eğitimi ve yapılan çalışmalar girişimcilik konusunun daha anlaşılır hale gelmesine ve bilinçlenmenin artmasına büyük katkıları sağlamaktadır. 1960 yılında Amerika'da okutulmayan girişimcilik dersleri, 1997 yılına gelindiğinde 450, 2005 yılına gelindiğinde ise 1500 üniversite tarafından ders olarak verilmektedir. Ders sayısındaki bu artış, teoriye yapılan katkıların halen geliştiğinin bir göstergesidir (Odabaşı 2005: 132).

Değişen ekonomik yapı ve yeni sektörlerin oluşması sürecinde girişimciliğin önemi incelendiğinde; Amerika başta olmak üzere gelişmiş ülkelerde ekonomik yapının "yeni ekonomi" ismiyle anılan bir yapıya dönüşmekte olduğı söylenmektedir. Bu yeni yapı, yüksek teknolojiye dayalı üretim ile internet üzerinden yapılan ticaret ve iş süreçlerine dayanmaktadır (İlter 2008: 11-12). Bunun en önemli göstergesi ise; 1999 yılında ABD'deki internet endüstrisinin ekonomik değerinin, 1900'lerin başında kurulmuş otomotiv endüstrisi gibi eski ve temel bir endüstrinin büyüklüğüne ulaşmasıdır. Girişimci, üretim kaynaklarını yeni bir tarzda birleştirerek, kullanılmayan üretim faktörlerini kullanır. Ancak daha da önemlisi kullanılmakta olan üretim araçlarının mevcut girdilerini değışik şekillerde kullanarak, üretim artışı sağlar ve bu

şekilde yeni ekonomik yapıda hayat bulur. Üstelik girişimci, yeni düşüncelerin yaratılması, yayılması ve uygulamasını hızlandırır. Son olarak da yaptıklarının neticesinde elde ettiği başarı ya da başarısızlıklar da diğer girişimcilere örnek teşkil eder (TÜSİAD 2002: 42).

Küreselleşmenin arttığı ve rekabetin yoğunlaştığı ekonomi ortamında, dünyanın birçok ülkesinde ekonomik sorunlar baş göstermektedir. Girişimciliğin istihdam sorununa bir çözüm olabileceği noktasında, özellikle Avrupa ülkelerinde yapılan araştırmalar, Avrupa ülkelerinde yaratılan istihdamda girişimciliğin büyük katkısının olduğunu göstermiştir (TÜSİAD 2002: 40). Diğer yandan ABD’de yapılan çalışmalar da göstermektedir ki, 1965-1985 dönemi aralığında nüfus 129 milyondan 180 milyona çıkmıştır ve bu dönemde çalışan sayısı da 71 milyondan 106 milyona yükselmiştir. Bu 20 yıl içinde yaratılan 35 milyon kişilik istihdam artışının 24 milyonu, 1974-1985 yılları arasında yaratılan yeni işlerden, farklı bir ifade ile yeni girişimlerden kaynaklanmaktadır (Drucker 2007: 1-2). Ayrıca diğer ülkelerde yapılan ulusal tabanlı araştırmalarda da girişimciliği destekleyen ülkelerin, işsizlikle mücadelede önemli yol kat ettiği rapor edilmiştir (Sondakh ve Rajah 2006: 233). Örneğin Eurostat tarafından yapılan bir araştırmada (Schmiemann 2008: 1) 2005 yılında Avrupa Birliği’nde 19,6 milyon girişim işletmesi olduğu, bu işletmelerin 85 milyon civarında istihdam yarattığı ve 3 trilyon doların üzerinde bir ekonomik katkı sağladığı sonucuna ulaşılmıştır. Türkiye’de ise girişimcilerin oluşturduğu ekonomi üretilen katma değer %37,7’sini oluşturmaktadır (OECD 2005: 18).

Genel anlamda girişimcileri tarif eden önemli bir kavram küçük ve orta ölçekli işletmeler olmaktadır. Son elli yıl içerisinde ulusal ekonomik düzenin global bir ekonomik sisteme dönüşmesi ile birlikte stratejik davranan girişimciler çoğalmaya başlamıştır. Bu değişme aynı coğrafya sisteminden dünyaya, ulusalcılıktan uluslararası düzeye geçmiş hızlı değişen ve ekonominin bel kemiğini oluşturan işletmelerle olmuştur. Bu işletmeler küçük ve orta ölçekli işletmelerdir (Griffiths vd. 2007: 11). Türkiye ekonomisine ve sosyal yapısına uygun kuruluşlar olmaları nedeniyle bu tip

işletmelerin geçmişte olduğu gibi gelecekte de ekonomik sistemdeki yerlerini korumaya devam edecekleri düşünülmektedir (Sarı 2009: 34).

Bu tip girişimlerin, büyük işletmelere göre daha küçük bir örgütsel yapıya sahip olmaları, buradaki işbölümü uygulamasını daha kolay bir hale getirmektedir. Diğer taraftan esneklik ve değişen şartlara kolayca uyum sağlama, yeni işyeri yaratma, istihdam sağlama, ihracatı artırma, yatırımları çoğaltma ve krediler yoluyla ekonomik canlanma sağlama gibi önemli görevler de üstlenen KOBİ'ler dünya ekonomisinde önemli bir rol oynamaktadır (Sarı 2009: 14; Odabaşı 2007: 208).

**Tablo 1.1** Farklı Ülkelerde Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Ekonomideki Yeri

<b>Göstergeler: Toplamdaki Payı</b>	<b>ABD</b>	<b>Japonya</b>	<b>İngiltere</b>	<b>Güney Kore</b>	<b>Türkiye</b>
İşletmeler	97.2	99.4	96.0	97.8	98.8
İstihdam	50.4	81.4	36.0	61.9	81.48*
Üretim	36.2	52.0	25.1	34.5	38.0**
İhracat	32.0	38.0	22.7	20.2	16.0***
Yatırımlar	38.0	40.0	29.5	35.7	26.5**
Uzatılan Krediler	42.7	50.0	27.2	46.8	3.5

**Kaynak:** (KOSGEB 2008: 6; TÜSİAD 2002: 144)

\*TÜİK 2002; \*\*DPT 2002; \*\*\*BDDK 2007

Tablo 1.1, dünyanın farklı ülkelerinde KOBİ'lerin ekonomideki yerlerini göstermektedir. Buna göre KOBİ'ler, ülkedeki işletmelerin %95'ini; istihdamın %50'sinden fazlasını; üretimin üçte birlik bölümünü; ihracatın %20'sini; yatırımların %30'undan fazlasını ve kredilerin (Türkiye hariç) %30'luk kısmını oluşturan bir yapıdır.

### **1.1.2.2. Girişimcilik ve Yenilik Oluşumu**

Girişimcilik ile ilgili literatürde ekonomik önemden sonra en sık vurgulanan nokta girişimciliğin yaratıcılık ve yenilik unsurudur. Yaratıcılık ve yenilik yüzyıllardır girişimciliğin sac ayaklarından biri olarak nitelendirilmektedir. Yaratıcılık, yenilik kavramının özünü oluşturmaktadır. Bu kavrama ilişkin bazı tanımlar incelendiğinde;

Taylor'un; yeni ve geçerli fikirlerin yaratılması ile sonuçlanan bir süreç,

Clemen'in; daha önce görülmemiş yöntemlerle temel amaçları başarmaya neden olacak unsurları sağlayacak yeni seçenekler,

Bentley'in ise; bilginin alınması ve yeni bir form ya da düşünce oluşturana kadar şekil verilmesi ve düzenlendirilmesi, şeklinde tanımlara rastlanmaktadır. (Odabaşı 2005: 19-36)

Yeniliğin özünü oluşturan yaratıcılık yeteneği toplum tarafından az sayıda bireye atfedilmesine rağmen araştırmalar, uygun koşullar altında birçok bireyin yaratıcı davranışlar sergilediğini göstermiştir. Dolayısıyla bireyleri yenilik yapmaya teşvik eden bir takım faktörler vardır. Bu faktörleri motivasyon, farklılık ve özgürlük olarak sıralamak mümkündür.

Yaratıcılıkta güdüleme merak ile ilgilidir. Dolayısıyla insanı yaratıcılık konusunda heyecanlandıran, ona esin veren, onun bu konudaki yeteneğini uyaran her şey motivasyon olarak tanımlanmaktadır (Odabaşı 2005: 27-29) ve uygun uyarıcıların olmaması kişinin uzmanlığının ve yenilik yapma arzusunun ortaya çıkmamasına neden olabilmektedir (Amaible 1998: 14-16). Benzing ve arkadaşlarının (2009: 69) yaptığı çalışma, kendi işinin sahibi olma, yeteneklerini serbestçe kullanma, ne yapacağını kanıtlama ve para kazanma unsurlarının Türk girişimcileri en çok motive eden unsurlar olduğunu göstermiştir.

Yenilik yapma adına bir diğer önemli nokta yeniliği teşvik edecek farklı düşüncelerin ileri sürülmesini sağlayacak toplumsal yapıdır. Genel olarak kabul gördüğü üzere farklılıklar, toplumların ilerlemesine sebep olacak yaratıcılığı ve dolayısıyla yeniliği sağlayan önemli unsurlardır (OECD 2004: 53). Bu bağlamda başarılı bir girişimcinin yeni fikirleri olması gerekmektedir. Yenilik yaratabilme ise yaratıcı olma unsuruna sıkı sıkıya bağlıdır ve yaratıcılık da farklı düşüncenin sonucunda ortaya çıkan bir ürün niteliği taşımaktadır. Dolayısıyla yenilik yaratabilme yeteneğinin motivasyondan sonraki sac ayağı farklılıklardır (Odabaşı 2005: 31).

Özgürlükler ise bireyleri farklı düşünmeye teşvik eden bir anlayış sistemidir. Bu sistemin düşünsel ve davranışsal olmak üzere iki önemli parçası vardır. düşünsel

özgürlükler yeni fikir ve düşünce akımlarının ortaya çıkması, davranışsal özgürlük ise fikri ya da düşünsel süreçlerin sonucunda ortaya çıkma potansiyeline sahip faktörlerin oluşturulabilmesi ile ilgilidir. Bu anlamda özgür bir ülke farklı düşünceyi teşvik etmekte, farklı düşünceler yaratıcılığı tetiklemekte ve son olarak yaratıcı bireyler yenilik yapma konusunda istekli olmaktadır. Farklı bir ifade ile yenilikçiliğin üçüncü sac ayağı özgürlüklerdir. Girişimciliğin önemli bir parçası olan yenilik yapma arzusu, özgürlükler ve farklılıklar ile birleştiğinde meydana okuyan bir hal almakta ve “yıkıcı yaratıcılık” kavramının önemini vurgulamaktadır (Odabaşı 2005: 19-36).

### **1.1.3. Girişimcilik ve Kuramsal Yaklaşım**

Girişimcilik bir çok açıdan kabul edilen bir değer olsa da kuramsal olarak kabul edilmesi bu denli eski değildir. 1700’lerde ekonomik teorinin gelişmesi ile başlayan ardından diğer disiplinlerin katkısı ile gelişen girişimcilik teorisi günümüzde, ekonomi kuramlarında, sosyolojik kuramlarda ve davranışsal kuramlarda olmak üzere 3 temel kuramsal perspektifte incelenmektedir. Beklendiği gibi ekonomik kuramlarda girişimcilik oldukça popülerdir (Cassis ve Minoglou 2005: 3). Ancak girişimciliğin birçok unsur ile etkileşim içinde olması sosyoloji, antropoloji ve psikoloji gibi alanlarda araştırmalar yapan bilim insanlarını da girişimcilik üzerine düşünmeye sevk etmiştir (Swedberg 2000: 28).

#### **1.1.3.1. Ekonomik Kuramlarda Girişimcilik**

Bilindiği gibi iktisat teorisinde en önemli unsur piyasa dengesi kavramıdır. Ancak bazı yazarlar yaratıcı aktivitelerde bulunmayı diğer bir ifade ile girişimci olmayı zaman zaman piyasa dengesinin üzerinde tutmuştur. Nitekim 1750’lerde ileri sürülen Walraşçı denge kavramıyla birlikte kuramsal olarak girişimcilik, ilk kez ekonomi teorisinde yerini almıştır (Cassis ve Minoglou 2005: 3). Tarihsel süreç içerisinde ekonomi kuramlarında girişimcilik incelendiğinde 6 ayrı yaklaşımın söz konusu olduğu bilinmektedir. Bu yaklaşımlar sırasıyla; Cantillon, Knight, Schumpeter, Marshall, Hayek-Kirzner, Evans-Jovanovic ve diğerleri tarafından ileri sürülmüştür.



Cantillon ve risk: Bu kuram 1750'li yıllarda İrlandalı iktisatçı Cantillon tarafından ileri sürülmüştür. Cantillon'a göre girişimci kar elde etme amacı ile ürün alan ve satan kişi olarak tanımlanmaktadır. Bu kişi alım-satım işlemi sırasında bir risk unsurunu kabul etmektedir ve bu risk unsuru her an piyasadaki fiyatların değişebileceği gerçeğidir. Dolayısıyla zarar etmeyi göze alarak kar elde etme amacı taşıyan ve ekonomik değer yaratan girişimci kavramı ilk kez ekonomik teoride yerini almıştır (Casson ve Godley 2005: 26).

Knight ve kararsızlık: Bu düşünce akımı ABD'li ekonomist Frank Knight tarafından ileri sürülmüştür. Bu teoriye göre girişimci, sonucu bilinen olaylar ile sonucunun tahmin edilmesi zor olan kararsız olaylar arasında bir seçim yaparak (risk alarak) yatırım yapmakta ve özgür olarak kendince geleceği olan bir endüstriye girmektedir. Uzun vadede tercihleri girişimciye kar sağlıyorsa ödüllendirilmiş olacaktır. Ancak bu tercihler zarar getiriliyorsa, aldığı kararlardan dolayı girişimci cezalandırılmış olacaktır. Böylece teoriye göre girişimci, yatırım yapma ve yapmama kararını alırken geçmiş deneyimlerini kullanmakta ve ekonomik değer yaratmaktadır (Casson ve Godley 2005: 27; Cassis ve Minoglou 2005: 4).

Schumpeter ve girişimcilik: Bu görüş Schumpeter tarafından 1934 yılında geliştirilmiştir. Teoriye göre girişimci yeni endüstri yaratan ve ekonomiye yapısal değişimler getiren, bunu yaparken finans kaynakları ile ortak hareket eden ve başlıca motivasyonu kar elde etmek olan birey şeklinde tanımlanmaktadır. Başlıca motivasyonu kar elde etmek olmasına rağmen yapılan araştırmalar yalnızca kar elde etmeyi değil bunun yanında hayallerini gerçekleştirmeyi, başkalarına kendini kabul ettirmeyi ve yaratıcılığın keyfini çıkarmayı da motivasyon kaynağı olarak saydığını göstermektedir. Schumpeter'e göre bu kişiler ülkedeki yenilikçi, öncü sanayileri ve alanları geliştirerek ekonomik değer yaratan kişilerdir (Casson ve Godley 2005: 27).

Marshall ve düşük düzeyde girişimcilik: Bu teori ünlü iktisatçı Alfred Marshall tarafından ileri sürülmüştür. Schumpeter'in girişimcilik tanımının eleştirisi niteliğindedir. Schumpeter'e göre girişimcilik diğer bir ifade ile yıkıcı yaratıcılık, demiryolları ya da kimya endüstrisinde çığır açmak gibi nitelik taşıyan değerler

yaratmaktadır ancak, bu imkanlara sahip olamayanlar ya da var olan koşulları iyileştirmeye çalışan girişimcilerin sayısı da azımsanacak gibi değildir ve bu noktada Marshall düşük düzeyde girişimcilik kavramını ekonomi teorisine kazandırmıştır. Burada tanımlanan girişimcilik kavramı daha çok küçük ölçekli iş yapan firmaları içine almaktadır ve teoride bu tip işletmelerin ekonominin bel kemiği olduğu ileri sürülmüştür. Teori kapsamında önemle vurgulanan bir diğer nokta düşük düzeyde iş yapan girişimcilerin piyasadaki arz ve talebi düzenlediğidir (Casson ve Godley 2005: 28).

Avusturya Okulu ve Arbitraj: Burada ileri sürülen teori ekonomik olarak sınıf yapısı ile ilgilidir ve Friedrich Hayek – M. Kirzner tarafından ileri sürülmüştür. Buna göre girişimci orta sınıftan bireyleri temsil eden bir kavramdır. Üst sınıftan olan bireyler bir ürüne istedikleri gibi fiyat belirlerken; girişimciler kar elde etmek amacıyla ürünleri daha ucuza mal etme ve daha iyi bir kar ile satmak üzere risk üstlenerek ekonomik değer yaratan bireyler olarak tanımlanmaktadır. Ancak teorisinin yalnızca bireysel girişimciliği teşvik etmesi günümüzdeki değerinin azalmasına yol açmıştır (Casson ve Godley 2005: 28).

Eleştirel Karar: Son dönem iktisat yaklaşımının önemli bir parçasıdır. Bir çok iktisatçı tarafından farklı şekillerde yorumlanarak geliştirilmiştir. Teoriye katkıda bulunan iktisatçılar; Albert Hirschman, Harvey Libenstein, Daniel Leff, Evans ve Jovanovic'dir. Günümüzün temel problemini tanımlama ve çözme amacıyla ileri sürülen teori, girişimciliğin ekonomik değer yaratma unsurunun dışında bir yerde ücretli çalışmanın alternatifini olarak kendi işini kurma ve istihdam yaratma gibi fonksiyonlarının olduğunu ileri sürmektedir (Casson ve Godley 2005: 29; Cassis ve Minoglou 2005: 7).

### **1.1.3.2. Sosyolojik Kuramlarda Girişimcilik**

Girişimciliğin ekonomik değer yaratmanın dışında da rolleri olduğu düşünüldüğünde, toplumsal değerlerin girişimciliği ne denli önemli ölçüde etkilediği bir kez daha gün yüzüne çıkmaktadır. Bu bağlamda sosyoloji üzerine araştırmalar yapan

bilim insanları girişimciliğin sosyolojik perspektifi üzerine düşünceler geliştirmişlerdir. Bu düşünceleri Weber ve Weber sonrası olarak temellendirmek mümkündür. Bu bağlamda tarihsel perspektif içinde sosyoloji kuramları incelendiğinde;

Max Weber'in "Protestan Ethic and The Spirit of Capitalism" adlı eseri, girişimciliğin sosyolojisini tanımlamak adına yapılmış en önemli eser olarak değerlendirilmektedir. Bu eserde serbest işlerle uğraşan kişilerin önemli bir şekilde ekonomide etkinlik sağladıkları ve 16., 17. yüzyıl kapitalizmine damga vurdukları belirtilmektedir (Weber 2003: 19-20). Ardından özellikle sınıf yapısı ve girişimcilik ilişkisini Weberyen bakış açısıyla inceleyen Simmels gelmektedir. Simmels'in "The Stranger" adlı eseri, orta sınıfı oluşturan kişilerin girişimciliğin temelini oluşturduğunu ve bu yapı içerisinde hem farklı toplumları hem de hem de aynı toplum içerisinde farklı sınıfları birbirine yakınlaştıran bir değer olarak belirlendiğini göstermektedir (Ruef ve Lounsbury 2007: 3). Devam eden süreçte Durkheim girişimciliği sosyal darvinizm ekseninde incelemiş, ve sonuçta bireylerin bir meslek içinde çalışan olarak ekonomik değer yaratmaktan ziyade, kendi işini kurmak istediğini ileri sürmüştür. Bu bağlamda özgür olan ve otonomi isteği yüksek olan kişiler girişimci olarak organik toplum yapılanmasının ötesine geçmekte ve ekonomik değer yaratmaktadır (Ruef ve Lounsbury 2007: 11).

Değişen dünya koşulları ve toplumsal algılar Weberyen bakış açısının girişimciliği açıklamada yetersiz kalmasına neden olmuş ve farklı bakış açıları geliştirilmiştir. Bu düşüncenin ilk örnekleri Alman sosyolog Eugen Scwiedland'ın "Toward a Sociology" adlı eserinde ve yine Alman sosyolog Heinz Hertmans'ın eserlerinde görülmektedir. Post-Weberyen bakış açısı olarak da değerlendirilen bu kuramlar otorite, bürokrasi ve girişimcilik eğilimi arasındaki bağı incelemektedir (Ruef ve Lounsbury 2007: 11).

1960'lı yıllara gelindiğinde ise Rose Hum Lee önderliğinde teorik çalışmaların etnik köken ve girişimcilik arası ilişkiyi tanımlamak adına yapıldığı görülmektedir. Yapılan araştırmalar özellikle ABD'deki azınlık grupların girişimciliğe karşı olan

tutumlarını ve başarılı olan girişimcilerin sosyal profillerinin incelenmesini ele almaktadır (Ruef ve Lounsbury 2007: 13).

1970'lere gelindiğinde yeni toplumsal değişimleri de içine alacak girişimcilik perspektifi oluşturulmuştur. Bu yeni teoriler, klasik girişimcilik sosyolojinin yanına ekoloji, çevresel duyarlılık, sosyal psikolojik ihtiyaçlar ve girişimcilik etkileşimi konularını kapsamaktadır. Bu anlamda en önemli katkı Hirsch'in (1972) yaptığı çalışmalardır. Paul Hirsch (1972: 127-129) çalışmalarında sosyal ortamın, kişilerin girişimcilik niyetini etkilediğini ve kişinin içinde bulunacağı sektörü seçmesinde önemli bir etkide bulunduğunu ileri sürmüştür. Ancak 1980'li yıllara gelindiğinde yalnızca ortamsal faktörler yeni dünya düzenini açıklamada yetersiz kalmış ve mobilize olmuş toplumlar ekseninde girişimcilik teorileri geliştirilmiştir. Deniz aşırı ticaretin gelişmesi ile birlikte girişimcilik kavramının tek bir ortam ya da toplum üzerinden açıklanmasının imkansız olması, ortamsal özellikler ile birlikte örgütsel beceriler, toplumsal tabakalaşma gibi konuları da içine almaya başlamıştır. Bu bağlamda geliştirilmiş en önemli teori Granovetter tarafından ileri sürülmüştür. Granovetter'in çalışmaları girişimciliğin toplumsal tabakalar ile etkileşimini ve örgütsel yapılanma içinde girişimciliğin anlamını ortaya çıkarmak üzerindedir (Ruef ve Lounsbury 2007: 14).

Günümüze gelindiğinde ise artık girişimcilik, ekonomi sosyolojisinin alt dallarından biri olmuş ve yapılan araştırmaların sayısı bir hayli artmıştır. Dönemin önemli isimleri ABD'li sosyologlar Owen ve Smith'dir. Bu dönemde yapılan araştırmaların teorik çerçevesi; ücretli bir işte çalışırken elde edilen gelir ile girişimci olarak elde edilen gelirin tatmini arasındaki farkı ortaya çıkarmak ve sosyal sermayenin girişimcilik üzerine etkilerini açıklamak üzerinedir. Bunun yanısıra akademik hayat ve yüksek teknolojinin toplumu etkilemesi ve bu anlamda yeniden şekillenen girişimcilik olgusu bu dönemde ileri sürülen teorik çerçevelerden bir diğerini oluşturmaktadır (Ruef ve Lounsbury 2007: 15).

Yine günümüz sosyologlarından Peterson ve Anand'ın (2004: 320) vurguladığı üzere; girişimcilik ile ilişkili faktörlerin belirlenmesine yönelik çalışmalar günümüzde önemli yer tutmaktadır. Buna göre teknoloji, hukuk ve yapısal düzenlemeler, sanayi

yapısı, örgütsel yapı, mesleki kariyer, piyasalar ve sosyal sınıf algısı ile girişimcilik arasındaki ilişkinin kuramsal temelleri atılmış ve uygun girişimcilik motifi belirlenmeye çalışılmıştır. Bu dönemde ele alınan girişimcilik teorilerinin en yenisi sosyal normal üzerine olmaktadır. Meek ve arkadaşlarının (2009) yaptığı çalışmalar sosyal normlar ile girişimcilik arasındaki teorik çerçevenin oluşmasına büyük katkılar sağlamıştır. Özellikle tüketim normları, ailenin tutumu, çevresel faktörler ve girişimcilik arasındaki bağ teorik olarak da bu sayede kurulmuştur.

### **1.1.3.3. Psikolojik – Davranışsal Kuramlarda Girişimcilik**

Ekonomi alanında ileri sürülen girişimcilik kuramları piyasa dengesi bağlamında girişimciliği incelerken, sosyoloji ile ilgili girişimcilik perspektifi bireysel kararlar üzerinde sosyal yapının ve sosyal değişkenlerin önemini vurgulamaktadır. Psikolojik yaklaşımlar girişimcilerin, ekonomik değer üretmeye dönük tercihlerinin yöneldiği tutum ve davranışlara odaklanmakta, son olarak davranışsal yaklaşım ise girişimciliğin kişiliğin dışındaki çok sayıda faktörle etkileşim içinde oluşan davranışsal bir süreç olduğunu ileri sürmektedir (Aytaç ve İlhan 2007: 103).

Tarihsel yaklaşım ile psikoloji ve davranış kuramlarında girişimcilik incelendiğinde, 1961 yılında David McClelland tarafından kaleme alınan “The Achieving Society” adlı eserin girişimciliğin psikolojik temellerine ilişkin açıklamalar yapan ilk eser olduğu görülmektedir. Bu eserde girişimcilik, yüksek başarı ihtiyacının sonucu olarak ortaya çıkan yenilikçi ve kabul görme arzusu taşıyan bir davranış olarak nitelendirilmektedir. Ardından 1968 yılında Mischel’in çalışmaları kişisel farklılıkların girişimcilik niyetini etkilediğini diğer bir ifade ile karakteristik özelliklerin girişimcilik arzusunu ve girişimcilikte başarıyı birinci derecede etkilediğini göstermiştir. Ardından yapılan araştırmalarda dışadönük kişiliğin sosyalliği temsil ettiği ve dolayısıyla girişimci kişilik özellikleri ile yakından ilgili olduğu ileri sürülmüştür. Nitekim 1984 yılında Hunter’in yaptığı araştırmalar girişimci kişilik oluşumunda en etkili faktörlerin kişilik özellikleri olduğunu göstermiş ve psikolojik bağlamda girişimciliğin kuramsal çerçevesi belirlenmiştir. Bu vurgulardan hareketle ilk dönem psikoloji kuramlarının Freud’un kişilik kuramından yola çıkılarak tasarlandığı sonucuna varılmaktadır. Bu

yaklaşımlar girişimci kişiliğin oluşumunda, bireyleri yönlendiren bilinçaltı güdülerin olduğunu ve bu şekilde kişiliğin geliştiğini ileri sürmüştür. (Rauch ve Frese 2007: 41; Baum vd. 2007: 4; Karancı vd. 2007: 2; Aytacı ve İlhan 2007: 105).

1990'lı yıllara gelindiğinde girişimciliğin psikolojik perspektifinde 4 önemli değişim olmuş ve bu yeni yaklaşımlar girişimcilik bağlamında psikolojik kuramlarını kökten değiştirmiştir. Bu gelişmelerden ilki Garther ve arkadaşlarının 1994'de geliştirdiği kariyer ve girişimcilik yaklaşımıdır. Bu yaklaşım McClelland'ın yaklaşımından farklı olarak başarı unsuru ile birlikte girişimciliğin, bir kariyer alternatifi olduğunu ileri sürmektedir. Buna göre kişilerin girişimci olma niyetleri herhangi bir yerde ücretli olarak çalışmanın alternatifi ya da buyruk altına girmemenin psikolojik dışı vurumu olarak değerlendirilmiştir. Diğer bir önemli yaklaşım Edgar Schein tarafından ileri sürülmüştür. Bu teoriye göre belirli kişilik özelliklerinin girişimcilik niyeti ile yakından ilişkili olduğu saptanmış ve böyle karaktere sahip olan bireylerin girişimci olarak daha başarılı olacakları vurgulanmıştır. Üçüncü önemli gelişme 1990'ların sonunda ileri sürülen takım dayanışması yaklaşımıdır. Bu yaklaşıma göre başarılı bir şekilde ekonomik değer yaratmak isteyen girişimciler iyi bir takım çalışması yapmalı ve uygun kişilikte personelin istihdam edilmesini sağlamalıdır. Son olarak da davranışsal yaklaşım ile ilgili olarak geliştirilen örgüt psikoloji yaklaşımı vardır. Bu yaklaşıma göre başarılı olmuş girişimlerde bir örgüt ruhu oluşmakta ve örgütün psikolojik değerleri kişilerin psikolojik değerlerini bastırarak, örgütsel amaçlar bağlamında kişilerin davranışlarını şekillendirmektedir (Baum vd. 2007: 4; Rauch ve Frese 2007: 51).

Günümüze gelindiğinde ise girişimci kişiliği açıklamada en önemli psikolojik-davranışsal açıklama, kişinin kendi vizyonunu belirlemesi ile ilgilidir. Bu bağlamda kişi; hırslarını yansıtmalı, hesaplı riskler almalı, etrafındaki olayları koordine edebilmeli ve kendi kendini gerçekleştirme adına ticari riskler alarak yatırım yapmalıdır. Bunun sonucunda girişimci kişiliğe sahip olduğu ve psikolojik olarak da girişimci benlik özelliklerine sahip olduğu kabul edilmektedir (Morrison 2000: 62).

#### **1.1.4. Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi**

Yüzyıllardır süregelen düşünce ve anlayış sistemleri içerisinde girişimcilik incelendiğinde, teorik olmasının dışında birde tarihsel süreç olarak var olduğu bilinmektedir. Bu anlamda tarihsel perspektifte girişimcilik, ekonominin bir bilim olarak kabul görmeye başlamasının ardından 1700’lü yıllarda devletin merkeziyetçi anlayışından uzaklaşmasıyla görölen bir süreç olarak meydana çıkmıştır. Bu gelişmenin ardından özel girişime yönelme başlamış ve girişimcilik tarihsel olarak kabul gören bir olgu olmuştur (Betil 2007: 21). Çalışma kapsamında girişimciliğin tarihsel gelişimi önce dünya, ardından Türkiye’deki süreci bağlamında incelenecektir.

##### **1.1.4.1. Dünyada Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi**

Literatürde yapılan araştırmalar geçmiş dönemlerde girişimcilik olarak adlandırılmasa da çok eski tarihlere uzanan tarihsel girişimcilik patikasından bahsetmektedir. Ancak bugünkü anlamıyla ilk risk alarak yatırım yapma işlemi Uzakdoğu ticaret yollarını geliştirmeye alışan Marco Polo tarafından gerçekleştirilmiştir. Polo, Avrupa’da üretilen malları Uzakdoğu da satmak amacıyla satın almış ve bu malların ticaretini yapmıştır. Ortaağlara geldiğinde ise girişimciler büyük projeleri yürüten kişiler olarak tanımlanmıştır. Bu kişiler katedral, şato ya da manastır gibi devlet tarafından finanse edilen yapıların koordinasyonu sağlamaktadır. 17. yüzyılda ise girişimci yine devlet ile etkileşim içinde olan birey olarak tanımlanmıştır. Ancak bu defa girişimci koordinasyondan çok üretim kısmında devlete karşı bir taahhütte bulunmaktadır (Doğramacı 2006: 8-9).

18. yüzyıla geldiğinde ise tek elden yönetilen merkeziyetçi devlet anlayışıyla birlikte her şeyin devlet tarafından yapılmasının beklenmesi de tarihe karışmıştır. Bu tarihten sonra modern girişimci kavramı oluşmuştur. Bu anlamda devam eden süreçte özellikle 19. yüzyıl başlarından itibaren sanayileşme hızlanmış, makineleşme ile birlikte bireysel girişimlerde büyük bir artış yaşanmıştır. Ölçekleri büyüyen işletmeler daha profesyonel bir anlayış içinde “yönetim” kavramına önem göstermiş ve profesyonel yönetim anlayışı gelişmiştir. Bir sonraki aşama da ise, uzmanlaşma ile birlikte gündeme

gelen kitlesel üretim girişimciliğin ciddi ölçüde gelişmesine destek olmuş ve kısa sürede dünyanın her yerinde girişimciler oluşmaya başlamıştır (Şekerler 2006: 46-50).

İngiltere'de doğan sanayileşme süreci ile birlikte girişimci insan tipi bambaşka nitelikler kazanmaya başlamış bu değişim, aynı zamanda girişimcinin ekonomik değerini ve dolayısıyla toplumdaki önemini artırmıştır. Nitekim bu gelişmenin sonucu olarak ekonomide de girişimcilik bir üretim faktörü olarak kabul edilmeye başlanmıştır. Özellikle bilgisayar ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler çeşitli düşünürlerce, insanlık tarihinde yeni bir toplumsal gelişmenin habercisi olarak algılanmıştır. Tarım ve sanayi toplumlarından bütünüyle farklı bir bilgi toplumunun ortaya çıkmakta olduğu ve bu toplumsal aşamada insanlığın daha özgür bir ortama kavuşacağı ileri sürülmüştür. Yeni dünya görüşüne göre, buhar makinesi insanın fiziki gücünü nasıl katlamışsa, bilgi teknolojileri de insan aklının gücünü öylesine katlamıştır. Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçişle, sermaye stratejik kaynak olmaktan çıkmış ve yerini bilgiye bırakmıştır. Bunun bir sonucu olarak da girişimcilik hem anlam olarak hem de içerik olarak büyük bir değişime uğramıştır. İlk dönemlerde daha çok maddi unsurları ile ön plana çıkan girişimcilik bu dönemlerden itibaren; hızlı hareket etme, risk alma, tatmin olma gibi yeni beklentileri içine almış ve girişimciliğin tarihsel perspektifi değişmiştir (Karagöz 2009: 47).

Bu gelişme süreci, önce Avrupa Kıtasına, ardından da Amerika öncelikli olarak dünyanın diğer bölgelerine yayılarak, yepyeni bir ekonomik düzenin oluşmasını ve zenginliğin artmasını sağlamıştır. Bu yeni dönem girişimciliğin de yeniden şekillenmesinin, girişimcilerin dünyanın her yanında etkili olmalarının ve liberal ekonomilerin gittikçe daha hissedilir bir şekilde dünya ekonomisinde ve siyasetinde ağırlıklarını koymalarının yolunu açmıştır (Parlak 2005). Dolayısıyla ilk dönemlerde, alınmış kararları uygulayan ya da kontrol altında devletin yönlendirmesinde bulunan girişimci profili yerini siyasi olarak güçlü, karar alma mekanizmasına yakın ve en önemlisi ilk dönemlerin tersine devleti yönlendiren ekonomik değer yaratıcı konumuna gelmiştir.



Dünya, 19 Yüzyılın sonlarına doğru Amerika kıtasında dev bir ekonominin doğmasına tanık olurken, ortaya çıkan muhteşem Amerikan zenginliğinin ardında aynı fenomen yer almaktadır, bu da girişimciliktir. Amerikan özgürlüğünün en belirgin çizgisini “girişim özgürlüğü” oluşturmaktadır. “Bırakınız yapsınlar” sloganıyla özdeşleşen müteşebbislik hürriyeti, o imrenilen müteşebbis gücü, o güç de yarım yüzyıllık bir zamanda dünyanın en büyük ekonomik gücünü doğurmuştur. Bugün en başta ABD’de olmak üzere, diğer büyük ekonomilerde (Japonya, Almanya, İngiltere, Fransa v.d.), dünyadaki az gelişmiş veya gelişmekte olan pek çok devletin tüm milli gelirinden daha büyük sermayeye ve üretim gücüne sahip girişimciler bulunmaktadır (Parlak 2005).

Günümüzde girişimcilik, çok yönlü incelenmesi gereken bir kavramdır. Girişimcilik, salt girişimcilerin kendileri ve yöreleri için değil, ülkeleri için de çok şey ifade etmektedir. Zenginlik ve refahın kaynağı olan girişimcilik, aynı zamanda toplumların dışarıya karşı gücünü ve etki alanını da belirleyen kritik bir olgu haline gelmiştir. Doğal kaynakları kıt olan ülkelerin (Japonya, Danimarka, Hollanda, Güney Kore, Hong Kong, Singapur, Taiwan, İsviçre v.b.) girişimcileriyle zengin olduklarını ve zengin kaldıklarını hemen herkes bilmektedir. Ekonomik güç, siyasi gücü ortaya çıkarmakta ve ülkenin dünya dengelerindeki yeri buna göre belirlenmektedir (Parlak 2005; Karagöz 2009: 49).

Bu tarihsel gelişmenin nedenleri incelendiğinde ise özellikle toplumsal değişimler ile yakın ilişkili olduğunu söylemek mümkündür. Doğa bilimlerinde meydana gelen gelişmeler sosyal bilimlerde kullanılacak yöntemlerin değişmesine ve dolayısıyla sosyal bilimlerin gelişmesine neden olmuştur. Fransız devrimi özgürlükleri güvence altına alırken, sanayi devrimi ekonomik anlamda hiç görülmemiş yenilikleri beraberinde getirmiştir (Özkalp 2002: 27) ve nihayetinde “yeni ekonomik düzen” değişmiş ve küresel olarak devlet elinden kurtulan ekonomi özel teşebbüslerle desteklenmiş ve girişimciler ekonomik değer yaratmaya başlamıştır.

#### **1.1.4.2. Girişimciliğin Türkiye’deki Tarihsel Gelişimi**

Girişimciliğin Türkiye’deki tarihsel gelişim süreci incelendiğinde konunun bin yıllık bir süreç içerisinde Őekillendiđi görülmektedir. Bu gelişim Türk’lerin Orta Asya’dan gelip Anadolu’ya yerleşmeleri, göçebe toplumdaki yerleşik toplum düzenine geçmeleri ile birlikte ticaret ve zanaatkarlık konularında aktif olmaları ile başlamaktadır. Selçuklular döneminde ve Osmanlı’nın kuruluş döneminde bir esnaf-zanaatkar rgt olan Ahilik teşkilatının oldukça etkin ve başarılı olduğu görülmüştür. Ancak Osmanlı İmparatorluğu döneminde, imparatorluğu oluşturarak topluluklar arasında adeta bir işbölümüne gidilmiş ve Türkler ticaret işleri dışında bırakılmıştır. Osmanlı İmparatorluğu döneminde Türkler; askerlik, ulemalık, bürokratik, hayvancılık ve tarıma yönlendirilmiş, ticaret işini ise Rumlar, Yahudiler ve Ermeniler üstlenmiş dolayısıyla Türk toplumunda istenilen derecede bir ticaret altyapısı oluşturulamamıştır (Odabaşı 2005: 163-164).

Modern anlamdaki girişimcilik kavramı, Türkiye Cumhuriyeti’yle birlikte önem kazanmıştır. Buna göre Cumhuriyet ilan edilmeden dokuz ay önce Şubat 1923’de Atatürk’ün önderliğinde İzmir’de Birinci İktisat Kongresi toplanmış, Türkiye’de ekonomik gelişme ve kalkınmanın girişimcilikle sağlanabileceği ifade edilmiştir. İlk on yıllık süreç içerisinde yabancılardan ticari hakimiyetlerine son vermeye çalışılmış ancak yetersizlikler ve savaşın etkisi ile önemli gelişme sağlanamamıştır. 1930-1950 dönemi ise devletçiliğin yükselişte olduğu dönem olarak tarihe geçmiştir. Bu dönemde özel kesimin yetersiz kaldığı sektörlerde devlet yatırımları yapmış ve beş yıllık kalkınma planları hazırlanmıştır. Ancak büyük buhran ve ikinci dünya savaşı yine girişimciliğin istenilen düzeye gelmesine engel olmuştur. 1970’e kadar uzanan planlı döneme bakıldığında özel girişimlerin sanayideki payının %70’lere geldiği görülmüştür. Fakat sermayenin sadece hanehalkı tasarrufuyla beslenmesi, teknolojik yeniliklere ayak uydurulamaması ve profesyonel yönetim ilkelerinin oluşturulamaması bu dönemde yapılan girişimlerin, kriz işletmeciliğine dönüşmesine yol açmıştır.

1980 ve sonrasındaki dönem girişimciliği destekleme adına en önemli adımların atıldığı dönem olmuştur. 24 Ocak 1980 kararları ile birlikte, ithal ikamesi stratejisi terk

edilmiş ve yerine serbest piyasa ekonomisi stratejisine geçilmiştir. Serbest piyasa ekonomisi, girişimcilerin dünyaya açılmasına fırsat tanımış ve dünya pazarlarına uyum konusunda önemli adımlar atılmasını sağlamıştır. Bunun neticesinde Anadolu'nun bir çok ilinde başarılı girişimciler doğmaya başlamıştır. Hatta 1994 ve 1998'de meydana gelen küresel krizlerde, dünyanın diğer ülkeleri ile kıyaslandığında Türk ekonomisinin, krizden daha az etkilendiğini ve Türk girişimcilerinin krizleri fırsata çevirebildiğini söylemek mümkündür. Son döneme bakıldığında ise, bilgi toplumunun önderliğinde lokal işletmeler tarihe karışırken global işletmeler ayakta kalmaya başlamıştır. Dolayısıyla sektörde söz sahibi olmanın anahtarı, yurtiçinde ve yurtdışında rakiplerle rekabet edebilecek düzeyde bilgi ve beceri sahibi olmaktır. Türk girişimcilerinde fazlasıyla bulunan cesaret ve yeniliklere karşı olan tutum, eğitimle desteklenip kadın girişimcilerin potansiyelinin de sisteme dahil edilmesiyle birlikte Türkiye'de girişimcilik istenen konuma gelebilecek ve ülkenin ekonomik refahına büyük katkılar sağlayabilecektir (Abdullaeva 2007: 10-11; İltter 2006: 28-30; Kepenek ve Yentürk 2007: 70-72; Doğramacı 2006: 12-14).

Türkiye tarihinde girişimcilik incelendiğinde 1923'ten günümüze kadar öne çıkmış beş ana dönemden söz etmek mümkündür. Bu dönemler:

- 1923-1929 arasında “özel girişimciliğe teşvik”,
- 1930-1946 arasında “devletçilik ve yansımaları”,
- 1946-1960 “liberal ekonomiye geçiş”,
- 1960-1980 “planlı ekonomi denemesi” ve de
- 1980'den günümüze dek “dışa açık liberal ekonomi”yi sayabiliriz

Bu dönemlerin özellikleri incelendiğinde, 1923-1929 arasında uygulanan politikalarda milli bir burjuvazi inşa etmek ve sermaye birikimini bu yolla temin etmek üzere genel olarak özel girişimciliği ön plan çıkartan oluşumlara yer verildiği görülmektedir. Diğer yandan bu yıllardaki girişimciliğin devletin yüksek kademelerinde çalışan bürokratlar tarafından yürütüldüğü göze çarpmaktadır. Dolayısıyla Türkiye'nin ilk girişimcileri devletin içinden gelen bürokratlardır. 1950-1960 arası döneme

bakıldığında çok partili siyasi hayata, ekonomide de serbest piyasa uygulamalarına geçiş anlamında kritik bir dönem olduğu bilinmektedir. Ancak, dönemin başında liberal ekonomiye yönelik piyasa ve özel sektör yanlısı vaatler sunulmuşsa da, gerçekte karışık devlet müdahaleleriyle piyasayı daraltan ve bu müdahalelerde sürekli değişikliğe giderek iş dünyasını zor durumda bırakan bir ekonomi yönetimi anlayışının sergilenmektedir. 1960-1980 dönemi ise “planlı ekonomi denemesinin” yapıldığı yıllardır. Ancak 1970’li yıllarda popülist politikalar, yaşanan ideolojik kavgalar, petrol şokları, Türkiye’nin Kıbrıs Çıkartması ve ardından gelen ekonomik ambargo gibi nedenlerle dış ödemeler dengesi, enflasyon ve işsizlikle kendini gösteren ekonomik darboğazlar, askerî darbeler ve derin siyasi istikrarsızlıklar iş dünyasının performansını düşürmüştür. 1980 yılıyla birlikte başlayan süreç, geçmişten bir kopuşu da ifade etmektedir. 1980 askerî darbesinin ardından kurulan hükümetin piyasa ekonomisi yönelimi, o günden bugüne Türkiye’nin ekonomi politikasını planlı ve ithal ikameci modelden dışa açık liberal ekonomiye doğrultmuştur (Öztürk 2008: 29-32).

Türkiye’de girişimciliğin tarihi anlamak için başvurulması gereken önemli bir kaynak da kalkınma planlarıdır. Kalkınma planları 1964’de başlayan ve beşer yıllık hazırlanan stratejik planlardır. Bu bağlamda hazırlanmış dokuz kalkınma planı incelendiğinde;

***Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1963-1967);*** Bu dönemde, karma ekonomi sistemi çerçevesinde özel teşebbüsün ve özel yabancı sermayenin teşvik edilmesi, küçük işletme sahiplerinin sorunları ile ilgilenecek, çözüm önerileri üretecek merkezi bir örgütün kurulması öngörülmüştür.

***İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1968-1972);*** Bu dönemde, özel teşebbüsün teşvik edilmesi konusunda daha köklü tedbirlere gidilmiş, sanayinin geliştirilmesine ayrı bir önem verilmiş ve ekonominin sürükleyici sektörü haline getirilmesi üzerinde önemle durulmuştur.

***Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı (1973-1977);*** Bu plan ile küçük sanayi ve el sanatları üretiminin geliştirilmesi için dış pazarlara açılışın teşvik edilmesi, dış talebin

karşılanması için gerekli organizasyonların gerçekleştirilmesi, finansman sorununun çözülmesi, eğitim, teknik ve danışmanlık hizmetlerinin yaygınlaştırılması çalışmaları öngörülmüştür.

***Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı (1979-1983);*** Bu planda ilk kez küçük sanayi kavramı ile esnaf ve sanatkarlar kavramları arasında ayırım yapılmış ve Türkiye genelinde teknolojik, mali ve idari danışmanlık hizmetlerinde bulunulması amaçlanmıştır. İhracata dönük büyük sanayi ve ticari işletmelerin, yan sanayi durumundaki küçük teşebbüsler ile kendi aralarında birleşmesi yoluyla çeşitli organizasyonlar gerçekleştiren işletmelerin teşvik edilmesine karar verilmiştir.

***Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1985-1989);*** Bu planda temel olarak, sanayi üretim payının yükseltilmesi, istihdamın artırılması, genç işsiz oranının azaltılması, gelir dağılımının küçük gelirli gruplar lehine değiştirilmesi, kalkınmada öncelikli yörelerde gelişmenin hızlandırılması, ekonomik ve sosyal alt yapının geliştirilmesi amaçlanmıştır. Bu bağlamda KOBİ'lerin altyapı sorunlarına çözüm bulmak amacıyla işletmelerin bir araya getirilmesi ve Organize Sanayi Bölgelerinin kurulması sağlanmıştır.

***Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı (1990-1994);*** Bu plan kapsamında, küçük ve orta ölçekli sanayinin gelişmesine geniş yer verilmiş ve bu kesimin güçlendirilerek iç ve dış piyasada rekabet gücüne kavuşturulması amaçlanmıştır. Bu dönemde, KOBİ'lerin geliştirilmesine yönelik planların uygulanmasında kullanılacak kaynak ve araçlar, artırılmıştır.

***Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1996-2000);*** Bu planda KOBİ'lere büyük önem verilmiş ve 1996 yılı KOBİ yılı olarak ilan edilmiştir. Bu dönemde sanayileşme stratejisi oluşturulmuş ve bunun için Avrupa modeli esas alınmıştır. Stratejide KOBİ'lerin faal bir konuma sahip olabilmesi için patent yasası ile kalite ve ölçü sisteminin yeniden oluşturulmasına ve teşvik sisteminin değiştirilmesi ile ilgili hukuki temelin oluşturulmasına ihtiyaç olduğu belirtilmiştir. Ürün ve kalite belgelendirilmesi ile personel ve laboratuvar akreditasyonu için bağımsız bir kurumun oluşturulması,

Ar-Ge, çevre ve mesleki eğitim projelerine öncelikli olarak teşvik sağlanması, kredilere vergi muafiyetinin tanınması, amaçlanmıştır.

***Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (2001-2005);*** Bu planda KOBİ'lere ayrı bir bölümde yer verilmiş ve yapılacak düzenlemeler detaylıca tanımlanmıştır. Bu düzenlemelere bakıldığında; KOBİ'lerin verimliliklerinin ve uluslararası rekabet güçlerinin artırılması, bankacılık sisteminin toplam kredi hacmi içindeki payının artırılması, teknoloji düzeyinin ve ürün kalitesi düzeyinin yükseltilmesi, verimliliğinin artırılması, bilgiye erişimin kolaylaştırılması, rehberlik ve danışmanlık hizmetlerinin sağlanması, ana-yan sanayi bütünleşmesi, işletmeler arası işbirliği ve elektronik ticaret imkanlarının artırılması amaçlanmıştır.

***Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı (2007-2013);*** Bu plan diğer beş yıllık kalkınma planlarından farklı olarak yedi yılı kapsayacak şekilde tasarlanmıştır. Bu dönem, küreselleşmenin her alanında etkili olduğu, bireyler, kurumlar ve uluslar için fırsatların ve risklerin arttığı bir dönemi kapsamaktadır. Dokuzuncu Kalkınma Planında, rekabet gücü ve istihdamın artırılması, bölgesel gelişmenin sağlanması amaçlanmaktadır. Bu program dahilinde işletmelerin finansman kaynaklarına ulaşması kolaylaşacak, devlet, bankalar ve banka dışı finansal kuruluşlar, KOBİ'lerin ekonomide daha etkin çalışmalarını sağlamak amacıyla eğitim ve teknolojik desteğin yanı sıra finansman sorunlarına da çözüm üretecektir (Özal 2009: 32-37).

**Tablo 1.2** 1988-2009 Dönemi Arasında Türkiye’deki Kadın ve Erkek Girişimci Sayısı

Yıllar	Girişimci Kadın	Girişimci Erkek	Kadın Girişimci Oranı (%)
2009	80.000	1.200.000	6,25
2008	77.000	1.172.000	6,16
2007	75.000	1.114.000	6,31
2006	69.000	1.132.000	5,75
2005	51.000	1.081.000	4,51
2004	49.000	971.000	4,80
2003	42.000	1.010.000	3,99
2002	61.000	1.125.000	5,14
2001	40.000	1.100.000	3,51
2000	43.000	1.066.000	3,88
1999	38.000	1.093.000	3,36
1998	46.000	1.229.000	3,61
1997	46.000	1.082.000	4,08
1996	39.000	1.126.000	3,35
1995	40.000	1.072.000	3,60
1994	25.000	1.074.000	2,27
1993	25.000	1.066.000	2,29
1992	28.000	1.017.000	2,68
1991	22.000	945.000	2,28
1990	22.000	810.000	2,64
1989	14.000	613.000	2,23
1988	13.000	616.000	2,07

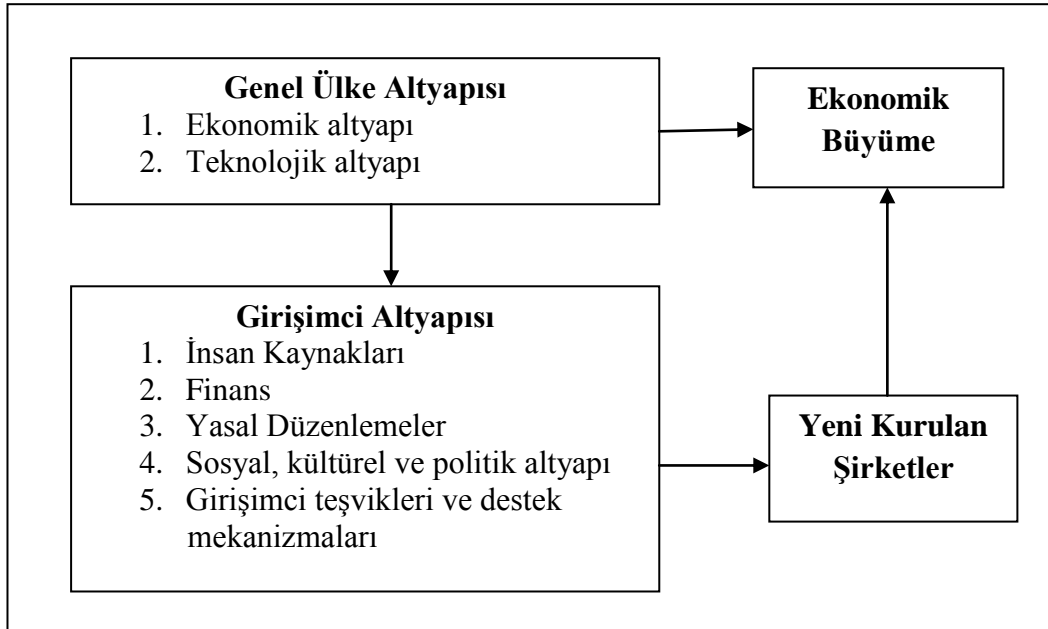
Kaynak: TÜİK’den yararlanılarak hazırlanmıştır

Tablo 1.2 Türkiye’de girişimciliği geliştirme adına yapılan politikaların ne denli sonuç verdiğini açıklama adına önemli bir ölçüdür. Girişimciliği geliştirme adına kalkınma planları hazırlanmış ve farklı ekonomik sistemler denenmiştir. Bunun bir sonucu olarak da 1988 yılında 616.000 olan girişimci sayısı 2009 yılına gelindiğinde 1.200.000’e çıkmış, başlangıçta %2 dolayında olan kadın girişimci oranı ise 2008 yılında %6 seviyesine yükselmiştir. Ancak bu rakamlar ve oranlar girişimciliğin ülkemizde yeteri kadar gelişmediğinin bir göstergesi olarak değerlendirilmektedir. AB ülkelerinde kadın girişimcilerin oranı %26 seviyelerinde iken girişimci sayısı da oldukça yüksektir. Dolayısıyla girişimciliği etkileyen faktörlerin yalnızca politik olmadığı bunun yanında kişisel farklılıklar, çevresel etmenler gibi unsurların da göz ardı edilmemesi gerektiği ortaya çıkmaktadır.

### 1.1.5. Girişimciliği Etkileyen Faktörler

Gelişen ve değişen bir varlık olarak insan, hayatının farklı dönemlerinde farklı gruplar ile iletişim içinde olmaktadır. Girişimciliğin dışavurumunun gerçekleşebilmesi için çocukluktan gençliğe, yetişkinlikten yaşlılığa girişimci olmayı teşvik eden bir takım etkenler bulunmaktadır. Bu etkenler tablo 1.2 de bahsedildiği gibi genel ülke altyapısı ve aile, eğitim, psikolojik özellikler gibi girişimci altyapısıdır. Bu etkenler uygun şekilde geliştiğinde yeni kurulan şirket sayısı artmakta, buna bağlı olarak ekonomik büyümeye önemli katkılar sağlanmaktadır.

**Tablo 1.3** Girişimciliği Etkileyen Faktörler



**Kaynak:** TÜSİAD 2002: 48

Bu mekanizmanın çalışma şekline bakıldığında; ekonomik altyapı, istikrarlı ekonomik ortam ve gelişen rekabet ortamı yaratarak girişimciliği desteklemektedir. Teknolojik altyapı, ülke içinde gelişme vaat eden ileri teknolojinin ne kadar var olduğunu ve bunun girişimciğe nasıl etki edeceğini belirlemektedir. İnsan kaynakları, ülkede yaşayan halkın yapısal özellikleri ve ülkenin girişimcilik potansiyeli ile ilgili bilgiler vermektedir. Finans, sermaye piyasalarının varlığını ve yeni girişimlerin nasıl finanse edileceğini açıklamaktadır. Yasal düzenlemeler, fikri mülkiyet hakları, şirket hukuku ve vergi gibi konuların girişimciğe ne ölçüde destek verdiğini gözetmektedir.



Sosyal, kültürel ve politik altyapı, yazılı olan kurallar kadar yazılı olmayan kuralların ve toplumun girişimciliğe atfettiği rol üzerine yoğunlaşmaktadır. Son olarak girişimci teşvikleri ve destek mekanizmaları, ülkeler arasındaki üretim paylaşım rolleri, sektör destekli programları ve girişimci teşvikleri ile yaratılan girişimcilik potansiyeli konularında bilgi vermektedir (TÜSİAD 2002: 48-52; İltter 2006: 30).

Girişimciliği etkileyen faktörler mekanizmasının tüm unsurları ayrı ayrı incelendiğinde, girişimci kişiliğin oluşumuna etki eden faktörleri üç bölümde toplamak mümkün olmaktadır. Bu faktörler; ailenin etkisi, eğitimin etkisi ve toplumsal çevrenin etkisidir.

#### **1.1.5.1. Ailenin Etkisi**

Aile; evlilik, kan ve hukuki bağlarla birbirine bağlı insanlardan meydana gelen bir topluluk (Öztürk 2002: 88) olarak tanımlanmaktadır ve bireyin sosyal kişiliğinin ilk oluştuğu kurumdur. Kişi, aileden öğrendiği biçimiyle hayatını sürdürmekte ve meslek seçiminde ailenin değer yönelimleri önemli ölçüde kendini göstermektedir. Max Weber başta olmak üzere pek çok sosyal bilimci; din, siyasal koşullar, eğitim, yaş, cinsiyet ve aile kökeni gibi etkenlerin iktisadi davranışın oluşmasına, girişimci aktivitelerin artmasına imkan sağladığına vurguda bulunmaktadır (Aytaç ve İlhan 2007: 105). Giddens'in da ileri sürdüğü gibi, ilk kapitalist girişimciler çocukların da yetişkinler kadar üretim işine katılmaları gerektiğine ilişkin klasik beklentiye uyararak, çoğu kez bireyden çok aileleri istihdam etmişlerdir (Giddens 2005: 112-113). Tarihsel süreç incelendiğinde ise, girişimci ailelerden gelenlerin, yine benzer bir iş kurdukları ya da aile işletmelerini büyütme anlamında katkı sağladıkları bilinmektedir. Bir başka deyişle ailenin sahip olduğu kültür, işletmeye ve topluma yansımakta, bu durum da işletmenin bütün fonksiyonlarına yansiyabilmektedir. Bu yapı ise işletmelerin girişimcilik eğilimlerine, diğer bir deyişle yaşam seyrine yön vermektedir (Bektaş ve Köseoğlu 2007: 298).

Dolayısıyla aile, girişimci güdülerin oluşmasında hayati bir role sahip olmaktadır. Çünkü aile, çocuğun karakteri ve davranışı üzerinde birinci derecede

belirleyici bir rol oynamaktadır. Aile kendi değer, tutku ve heyecanlarını doğal olarak çocuğa yansıtır. Çocuğun aile içinde tanık olduğu yaşantı örnekleri, onun bilinçaltında derin izler bırakır. Bunun bir sonucu olarak da iktisadi ve sosyal beceriler kazanmasına yönelik ilk işaretleri bu ortamda edinir. Ailenin dışa dönük, başarı yönelimli, atak, üretken, tutumlu yaşantısı, çocuk üzerinde erken girişimci eğiliminin yerleşmesine hizmet eder. Küçük yaşta çalışmaya, satış yapmaya, para biriktirmeye ve küçük yatırımlar yapmaya teşvik edilmiş aile ortamlarında, piyasa, rekabet, kazanç elde etme, mücadeleci olma vb. değerlere ilişkin ilk kazanımlar elde edilir (Aytaç ve İlhan 2007: 107).

#### **1.1.5.2. Eğitimin Etkisi**

Sosyolojik olarak ele alındığında eğitim, sosyal adalet, eğitimde fırsat eşitliği ve bölgeler arası dengesizliklerin giderilmesi gibi çağın zorunlu kıldığı ilkeleri belirlemeye çalışmaktadır (Özkalp vd. 2002: 9). Eğitim süreci sonunda kişi kültürel değerleri ve düşünsel değerlerin temellerini öğrenmektedir. Eğitim ve öğrenim süreçleriyle kazanılan rasyonel düşüncenin temelini ise; hayatın her alanında karşılaşılabilecek olaylara ve durumlara, hangi alternatif tepki ile yaklaşılması gerektiğini belirleyerek bunların her birinden doğabilecek sonuçları hesaplamak ve bunlar arasından en uygun olanını seçebilmek oluşturur. Bu tercih, bireyin yaşam tarzını da belirlemektedir. Eğitim, özellikle bireyin, mesleği ile ilgili işlerin en akıllıca bir biçimde gerçekleştirilmesi aşamasında ortaya çıkabilecek rol davranışlarının isabetli seçiminde ön hazırlık anlamını taşımaktadır (Doğan 2002: 217).

2000 yılında yapılan bir araştırma girişimcilik alanında eğitim alan öğrencilerin diğer alanlarda eğitim alan öğrencilerden;

- Yeni iş kurma konusunda üç kat daha fazla istekli
- Kendi işinde çalışma konusunda üç kat daha fazla arzulu
- Yıllık %27 daha fazla gelir elde ettikleri
- Mal varlıkları %62 daha fazla olduğu
- Çalıştıkları işten daha fazla tatmin duyduğu

- İşletmelerinde satışlarının daha yüksek olduğu
- Büyük ölçekli şirketlerde çalışmaları halinde yıllık ortalama 23,500\$ daha fazla gelir elde ettikleri ve
- Daha ileri teknoloji kullandıkları belirtilmiştir (Charney ve Libecap 2000: 5-7)

Amerika ve Avrupa'da son dönemde yapılan çalışmalar, ekonomik gelişme ve yeniliğin temelini girişimcilik eğitimiyle birlikte olabileceğini saptamıştır. Girişimcilik eğitimi kişilere yeni işletme fikirleri kurmayı öğretmekle birlikte grup sorumluluğu almayı, kısa zamanda yeni fikirler ortaya atmayı ve bu şekilde kişinin yenilikçi ruhunu dinç tutmayı amaçlamaktadır (Oosterbeek vd. 2009: 1-2).

Bireyde girişimcilik kültürünü oluşturmak mümkündür. Ancak girişimcilik eğitiminin girişimcilik kültürü oluşturmasının yanı sıra, mesleğin devam ettirilmesi sırasında da sürdürülmesi önem taşımaktadır (İlter 2006: 32).

### **1.1.5.3. Toplumsal Çevrenin Etkisi**

Girişimcilik kültürünün varlığından söz edebilmek için ailenin kişiye verdiği ilk deneyimlerin önemi oldukça büyüktür. Hemen ardından eğitim kurumlarında girişimcilikle ilgili faaliyetler desteklenmeli ve girişimcilik teşvik edilmelidir. Ancak bu iki faktör toplumun etkisiyle bir araya geldiğinde anlam kazanabilmektedir. Dolayısıyla toplumsal çevrenin, girişimciyi motive edici nitelikte olması gerekmektedir (İlter 2006: 33). Sosyal, kültürel ve politik altyapının girişimciliği destekler nitelikte olması, toplumun girişimciliğe atfettiği rolün yüksek bir anlam taşıması ve son olarak girişimcilerin desteklenmesi için sosyal destek mekanizmasının iyi bir şekilde çalışması gerekmektedir.

Diğer bakımdan kültürler aynı zamanda yaptırım sistemleri olduğundan spesifik tutum ve davranış kalıpları üretmektedir. Girişimci güdüler ve davranış kalıpları da bu ortamda canlanmaktadır. Başarı, risk üstlenme, cesaret, birikim yapma gibi girişimci niteliklere ilişkin ilk telkinler ve uyarımlar kültür tarafından sunulmaktadır. Hakim değerler, kişiyi girişimsel davranmanın imkanlarıyla ya da imkansızlıklarıyla karşı

karşıya getirmektedir. Girişimcilikle toplumsal kültür arasında yakın bir ilişki olduğunu ileri süren Morrison, kültürün girişimciliğe dönük tutumları önemli ölçüde belirlediğini ileri sürmektedir. Bu şekilde toplum içinde girişimcilik üstün bir anlam kazanmaktadır (Aytaç ve İlhan 2007: 107).

### **1.1.6. Girişimcilik ve Girişimci Birey**

Daha önceki bölümlerde de vurgulandığı gibi, girişimci kişilik özellikleri başarılı bir girişim yaratmada oldukça önemlidir. Ancak bu başarıyı yalnızca karakteristik özelliklere bağlamak eksik olmaktadır. Çünkü karakteristik özelliklerin geliştiği ortam, girişimciliği teşvik eden toplumsal yapıdır. Bu nedenle devam eden bölümde girişimci bireylerin özellikleri ve girişimcilerin toplumsal özellikleri ayrı ayrı incelenecektir.

#### **1.1.6.1. Girişimcilerin Bireysel Özellikleri**

Girişimcilik eğilimi gösteren bireylerin genel özellikleri incelendiğinde benzer niteliklere sahip oldukları dikkat çekmektedir (Cansız 2007: 59). Bu nitelikler; yenilikçi ve yaratıcı olma, risk alma, özgüven ve liderlik olarak sıralanmaktadır.

Girişimciliğin, kişiye sunduğu esneklik ve uyum unsuru başka hiçbir iş tarafından kişiye sunulmamaktadır (DeMartino ve Barbato 2003: 816) dolayısıyla girişimcinin böylesine esnek bir piyasada sürekli var olması, rekabet edebilirliğine bağlıdır ve bunun ön koşulu yenilikçi olmaktır. Ayrıca yapılan bir çok çalışma başarılı girişimci karakterinin ana unsurunun yaratıcılık olduğunu da önemle vurgulanmaktadır (Lee vd. 2004: 881). Schumpeter'in de ifade ettiği gibi girişimci “yıkıcı yaratıcılık” görevini üstlenmiştir. Yenilik, insanlık için yararlı yeni ürünler yada hizmetler üretmek olarak ifade edilebilir. Yaratıcılık unsuru tek başına incelendiğinde zihinsel bir faaliyet olduğu söylenebilir, diğer bir ifade ile yeni bir fikir yada yaklaşımı topluma kazandırmaktır. Ancak yaratıcılık girişimcilik ile beraber kullanıldığında, fark yaratan fikirleri ve buluşları değerlendirerek, pazara sunmayı ifade eder ve bu şekliyle yenilikçi

özelliğe sahip organizasyonlar, kendilerini hızla değişen şartlara uyarlama ve rekabet üstünlüğünü elde etme şansına sahip olmaktadır (İlter 2008: 40-42).

Fark yaratan fikirleri yeni bir şekilde ileri sürdükten sonra girişimci, yeterli riski üstlenebilmelidir. Kavramsal olarak “risk”, bir unsur için, olası kayıpların göz önünde bulundurulması, kazanç elde etme umuduyla yatırıma dönüşmesi şeklinde tanımlanmaktadır. Başarılı girişimci, risk düzeyini potansiyel kazançlara göre ayarlayabilen ve belirsizlik yönetim kapasitesi yüksek olan bireyler olarak tanımlanmaktadır (Brindley 2005: 146). Bununla birlikte Cantillon’un girişimcilik tanımının bel kemiğini risk alma davranışı oluşturmaktadır (Carsrud ve Brannback 2007: 7). Genel kanı risk alma tutumunun, girişimcileri girişimci olmayanlardan ayıran en önemli özellik olduğu yönündedir, hatta bazı yazarlara göre risk alma davranışı, girişimcileri yöneticilerden ayırt eden en önemli özellik olarak vurgulanmaktadır (İlter 2008: 38).

Girişimcilik açısından risk, kazanç fırsatları ile kayıp tehlikelerini birlikte barındıran önemli bir unsurdur. Bilinçli bir şekilde, bilimsel metotlarla ve girişimci içgüdüleriyle birlikte gelen risk, büyük olasılıkla kazançla ödüllendirilecek tutum olurken; bilinçsiz bir şekilde kulaktan dolma bilgilere dayanarak alınan risk, işletme açısından büyük kayıplara neden olacak risk davranışı olarak tanımlanmaktadır.

“Özgüven, bireyin kendisiyle ilgili iyi duygular taşıması sonucunda, kendisini iyi hissetmesi, kendisinden memnun olması ve hiçbir olumsuzluğun kendisine zarar vermeyeceğine inanması sonucunda ortaya çıkan hisler olarak tanımlanmaktadır” (Cansız 2007: 60). Stratejik düşüncenin öne çıktığı yeni dünya düzeninde girişimciler, günlük hayatta, faaliyette bulunurken aynı zamanda çevrelerinde meydana gelen değişmelere ayak uydurmak durumundadır. Bu süreç içinde girişimciyi öncü olmaya iten neden özgüvenidir. Böylelikle kendine ve yaptığı işlere güvenen girişimci risk üstlenir ve fark yaratır. Dolayısıyla girişimcileri harekete geçiren olgu özgüvenleridir. (Odabaşı 2005: 25; Oosterbeek vd. 2009: 5-6).

Kendilerine güvenmek yada kişisel bilince sahip olmak dendiğinde insanların çoğu bunun kaderlerinin bir sonucu olduğunu düşünmektedir. Dolayısıyla bu bilince ya sahiptirler yada sahip değildirler olgusuna inanmışlardır ancak, insanın kendisinin bilincine varması yada farkına varması ve kendini dünyanın geri kalanına kabul ettirmesi öğrenilen bir şeydir (Cansız 2007: 61). Dolayısıyla girişimciyi zaman içerisinde başarılı kılan unsur özgüvenidir.

Lider, bireyleri hedeflere yönlendiren ve gruplar arasında iletişimi kurmaya çalışan kişi olarak tanımlanmaktadır. Kimi yazarlar ise lideri “olumsuz olaylardan bir anlam bulabilme ve en zorlayıcı koşullardan ders çıkarabilme yeteneği olan kişi” olarak da tanımlamaktadır (Bennis ve Thomas 2005: 152). Griffin’e (2005: 52) göre çoğu kuruluş lider yetiştirmek sorunuyla boğuşur. Bu sorun, üstün başarı gösteren kimselere liderlik görevleri verilmesiyle başlar, birkaç çalıştay ve seminere tabi tutulan adaylar, kurtların arasına atılır. İzleyen Darwin’ci süreçte hayatta kalabilen ve başarılı olan liderler ödüllendirilir; başaramayanlar ise cezalandırılır ve yeni bir görev ile görevlendirilir ancak yüksek sayıda insan ikinci kategoriye girmektedir.

İnsanların büyük bir çoğunluğu dürüst, ileri görüşlü, ilham veren ve yetenekli liderlere hayran olur ve böyle liderlerin takipçisi olmak isterler (Kutunis ve Alpaslan 2007: 26). Karlöf’e (1996) göre lider; büyük resmi saptamak, gerçekler, deneyimler ve zekadan hareketle doğru yargılamayı adil bir şekilde yapmak, yaratıcılık, yenilikçilik ve muhtemel fırsatları görmek, mevcut fırsatlardan hareketle mantıklı süreçleri izlemek, yüksek verimlilik ve etkinlik sağlayacak kararlar vermek gibi aşamaları takip etmektedir. Dolayısıyla bir girişimcide bulunması gereken anahtar özelliklerden biri liderliktir. Nitekim girişimci, Schumpeter tarafından sosyoekonomik gelişmenin lideri olarak tanımlanmaktadır (Tiryaki 2005: 35).

### **1.1.6.2. Girişimcilerin Toplumsal Özellikleri**

Yukarıda belirtilen kişilik özelliklerinin dışında önemli olan bir diğer nokta toplumun girişimcilik kavramına yüklediği anlam ve bu bağlamda şekillenen girişimci özelliklerdir. Toplumu oluşturan ve onu diğer toplumlardan ayıran en önemli özellik

kültürdür ve kültür; bilgi, inanç, sanat, hukuk, örf ve adetler gibi maddi ve manevi öğelerin bir nesilden diğerine aktarılması olarak tanımlanmaktadır (Özkalp vd. 2002: 59). Dolayısıyla girişimcilerin toplumsal özelliklerini şekillendiren yapı kültürdür. Bu bağlamda girişimcinin içinde yaşadığı kültürün güç mesafesi, belirsizliğe karşı tutumu, bireyciliği ve toplumsal cinsiyeti girişimciliği etkilemesi anlamında oldukça önemlidir.

Güç mesafesi, toplum içerisinde gücü olmayan bireylerin güç dağılımını kabullenmesi ile ilgilidir. Yüksek güç mesafesinin kabul edildiği toplumlarda girişimci olmak yalnızca belli gruplara verilen bir özelliktir. Düşük güç mesafesinin olduğu kültürlerde ise ekonomik kaynaklara ulaşma açısından toplumun farklı sınıfları arasında fark yoktur. Dolayısıyla girişimciliğin toplumun geneline yayılması için düşük güç mesafesinin kabul gördüğü kültür önemli bir etkidir. Diğer bir önemli tutum belirsizliğe karşı olmaktadır. Eğer genel olarak belirsizliğe karşı gösterilen tolerans yüksek ise Schumpeter’inde ileri sürdüğü gibi yıkıcı yaratıcılığı teşvik edecek toplumsal yapı oluşmuş sayılmaktadır. Diğer bir ifade ile girişimciliğin toplumsal özelliklerinden biri de toplumun risk almaya yatkın olmasıdır. Bireycilik ya da kolektif hareket toplumsal olarak girişimci özelliğini teşvik eden bir diğer önemli noktadır. Buna göre bireysel hareket etmeyi teşvik eden toplumlarda girişimciliğin gelişeceğini söylemek mümkündür ancak Japonya, Tayvan, Hong Kong gibi ülkelerin kolektif hareket ile bir çok başarılı girişimci yetiştirdiği de unutulmamalıdır. Son olarak toplumsal cinsiyet algısı, toplumdaki girişimcilerin cinsiyetinin belirlenmesi adına oldukça önemlidir ve eşitlikçi bir yaklaşım her iki cinsten girişimcileri ekonomik değer yaratmaya teşvik etmesi açısından önemlidir (Sargut 2001: 171-196; Doğan 2007: 64-74; Abdullaeva 2007: 27-39).

Girişimciliği teşvik eden toplumsal değerler eşit eğitim fırsatları ve krediler ile desteklendiğinde girişimcilerin toplumsal özellikleri ortaya çıkmaktadır. Buna göre; düşük güç mesafesine sahip, belirsizliklere karşı tolerans seviyesi yüksek, kolektif hareket ediyor bile olsa bireysel aktiviteleri destekleyen ve eşitlikçi toplumsal yapıya sahip kültürlerde girişimcilik toplumsal bir değer olarak özellik kazanmaktadır.

### 1.1.7. Girişimci Benlik

Benlik kavramı, batı düşünce tarzı içinde geliştirilmiş, bireyci toplumların orta sınıf kültüründe, bireyin gereksinimlerini, yeteneklerini, güdülerini ve haklarını içeren bireye ait içsel özellikler olarak tanımlanmaktadır. Bu kavram bireysel ve toplumsal özelliklerden bireyin başkalarını ve kendini nasıl gördüğünü tanımlaması açısından farklılık göstermektedir. Kısaca benlik varoluşun temelini oluşturan, her türlü duygu, düşünce ve davranışlarımızı etkileyen bir kavramdır (Kağıtçıbaşı 2000: 360). Kavramın girişimcilik ile ilişkisi incelendiğinde “girişimci benlik”; bireyin toplumdan ayrılmış özellikleri ve toplum ile ilişkili özelliklerinin bileşiminde oluşan durağan ve devamlı özellikler şeklinde tanımlanmaktadır (Kağıtçıbaşı 2000: 362).

Benlik yapısının ayrılmış ve ilişkisel olmak üzere iki boyutu vardır. Girişimcilik ile ilişkilendirildiğinde ayrılmış benlik ABD gibi ülkelerde kendini göstermek, kendini ifade edebilmek, içgüdülerine güvenmek ve kendi başına karar vermek gibi nitelikleri tanımlamaktadır. Bunun yanı sıra kişinin özgüvenini ve yeteneklerini ortaya çıkaran bu yapılanma özellikle Protestan görüşün aileleri etkilemesi ve bu anlamda ailelerin de benlik olgusu baskın çocuklar yetiştirmesi ile oluşmaktadır. Protestan görüş, kültür ve devlet sistemini, hukuk ve eğitim sistemini girişimciliği pozitif olarak etkilemek adına tasarlamıştır ve bunun bir sonucu olarak da ABD gibi bireyselciğin yoğun olduğu ülkelerde girişimci benlik gelişmiştir (Georgas 2006: 47; Kağıtçıbaşı 2000: 361 ).

İlişkili benlik yapısı incelendiğinde ise aileye ya da topluma bağlı başarı kavramı ortaya çıkmaktadır (Ör. Ahmet beyin kızı çok başarılıdır). Bu tip benlik yapısında bireysel olarak öne çıkma hoş görülmez, onun yerine grubun bir üyesi olarak var olmak büyük önem taşır. Girişimcilik perspektifinden konu incelendiğinde bu tip aile yapılanması ile de başarılı olunabileceği Japonya ve Mongolia gibi ülkelerin başarılıları ile gösterilmiştir. Diğer bir ifade ile bireyci ve toplulukçu benlik kavramları bir arada bulunabilmekte ve başarılı girişimci benlik oluşturabilmektedir (Buyantsogt 2006: 402; Kağıtçıbaşı 2000: 364).



Girişimci benlik kavramının etkileşim içinde olduğu üç unsur vardır. Bu unsurları; sosyal etkileşim, başarı güdüsü, işbirliği ve rekabet olarak sıralamak mümkündür. Buna göre sosyal etkileşim toplumsal olarak belli bir amaca yönelmeyi temsil ederken (Ör. Başarılı girişimci olma) başarı güdüsü, bireyin benliğinde başlayıp bireyi aşan ve toplumsal olarak başarıyı güdüleyen faktörler olarak tanımlanmaktadır. Son olarak da farklı benlik yapılarına sahip bireylerin işbirliği içinde birbirlerini desteklemeleri ile aynı anda rekabet ederek koşulları iyileştirme üzerine odaklanmış benlik özelliklerini temsil etmektedir. Buradan hareketle girişimci benlik oluşturmak için aile, eğitim ve toplumsal kurumların girişimciliği desteklemesi bununla birlikte bireysel yetenekleri ortaya çıkarmayı cesaretlendirici nitelikte olmalıdır (Kağıtçıbaşı 2000: 366-368; Georgas vd. 2006: 192).

Benlik kavramının en çok fayda sağladığı unsur başarı algısı konusunda ortaya çıkmaktadır. Çünkü benlik (özellikle bu çalışma kapsamında) başarı güdüsünü anlama ve değerlendirme konusunda önemli ipuçları sunmaktadır. Devam eden bölümde girişimci benlik kavramının bir bölümü olan “başarı algısı” kavramının kuramsal yapısı incelenecektir.

#### **1.1.7.1. Girişimcilikte Başarı Algısı**

Önceki bölümlerde de vurgulandığı gibi girişimciliğin oluşumunda toplumsal faktörler, karakteristik özellikler ve “benlik” oldukça önemlidir. Benlik kavramı ise beraberinde başarı güdüsü kavramını getirmektedir. Bu kavram, başarılı girişimcilerin hangi güdülenmeler sonunda başarıyı elde ettiklerini göstermektedir. Dolayısıyla girişimcilerin başarılı girişimler yaratmasının önem noktalarının belirlenmesi, girişimcilerin başarı algısını belirleme adına hayati önem taşımaktadır.

Literatürdeki çalışmalar incelendiğinde; yeni fırsatların farkına varma (Baum vd. 2007: 3), uygun personel politikası geliştirme (Baum vd. 2007: 4; Morrison 2000: 62), risk alabilme, özgüven sahibi olma (Oosterbeek vd. 2009: 5), vizyon sahibi olma, yeni ürün ve hizmet geliştirme (Chen vd. 1998: 300; Krueger 1999), finansal kaynaklara yakın olma (Taylor ve Newcomer 2005: 24), yenilikçi çevre yaratma (Baum vd. 2007:

1), beklenmedik zorluklar ile başa çıkma (DeNoble vd. 1999) gibi unsurların başarı algısını değerlendirmede önemli noktalar olduğu vurgulanmıştır.

### **1.1.7.2. Başarı Algısı Kavramına Kuramsal Açıklamalar**

Girişimcilik, hem dünyada hem de Türkiye’de bir çok insan tarafından alternatif bir iş olgusu olarak algılanmaktadır. Hatta girişimciliğin bir yaşam tarzı olduğunu söylemek dahi mümkündür. Örneğin yalnızca ABD’de her yıl 700.000 yeni işletme kurulmaktadır, (Cassar 2006: 612) ancak bu işletmelerden yalnızca %10’u başarıya ulaşabilmektedir (Sambasivan vd. 2009: 798). Bu oran yaşam tarzına uygun davranışlarda bulunarak başarıya ulaşan işletme sayısının, diğer bir deyişle girişimciliğin düşük olduğunu göstermektedir. Peki girişimciler tarafından başarı olarak tanımlanan unsurlar nelerdir? Girişimcilikte başarı algısı, girişimcilik konusunun büyük bir parçası olmasına rağmen oldukça az çalışılan bir konudur.

20. yüzyılın başlarında yeni bir kuramsal perspektif kazanan girişimcilik kavramının önemli bir bölümünü başarı algısı oluşturmaktadır. İlgili kuramsal çalışmalar takip edildiğinde, özellikle 1950’li yıllardan itibaren yazında ihtiyaçlar ve bunun getirisi olarak başarı kavramına sıkça rastlamak mümkündür.

#### **1.1.7.2.1. Klasik Başarı Teorileri**

Girişimcilik ile de ilgili bazı başarı teorileri 1950’li yıllara dayanmakta ve çıkış noktası başarının bir ihtiyaç olmasıdır. Bu tip teoriler klasik başarı teorileri olarak adlandırılmaktadır. Bu teoriler; İhtiyaçlar Hiyerarşisi Teorisi (Abraham Maslow); ERG Teorisi (Clayton Alderfer); ve Başarı Güdüsü Teorisidir (David McClelland).

Abraham Maslow insancıl psikolojinin kurucularındandır ve insanın psiko-sosyal gelişimini beş aşamada tamamladığını ileri sürmektedir. Bu aşamaları en temel ihtiyaçlardan başlayarak açıklamaktadır. Bu teoriye göre kişi, öncelikle bir unsura karşı açlık hissetmekte ve bu açlığı dindirmek için söz konusu ihtiyacın karşılanması için çaba sarf etmektedir. Bu çabanın nihayetinde karşılanmış olan ihtiyaç güvence altına alındıktan sonra kişi ilk ihtiyaca göre daha yüksek çaba gerektiren bir başka unsura

karşı açlık hissetmekte ve bu aşamada yeni ihtiyaca duyulan açlığı karşılamak için çaba sarf etmektedir (Maslow 1943: 376).

Maslow'a göre ihtiyaçlar beş ana basamakta ilerlemektedir. İlk ihtiyaç: fizyolojik gereksinimler olmaktadır. Birey bu aşamada tuz, şeker, protein, yağ ve oksijen gibi yaşaması için temel gereksinimleri karşılamaya çalışmaktadır. Bir sonraki aşama güvenlik gereksinimidir. Bu aşamada kişi barınma, belirli bir düzeyde gelir, güvenli bir hayat yaşama ve ailesi için düzenli yiyecek arayışı içinde olmaktadır. İlk iki aşama bireysel ihtiyaçlar açısından önemli gereksinimler olarak tanımlanmaktadır. Sosyal gereksinimler olarak isimlendirilen bir sonraki aşama toplumsal unsurları da içinde barındırmaktadır. Bu aşamada birey, toplum tarafından kabul görme ve toplumu oluşturan bireyler ile ilişki geliştirme ihtiyacı içinde olmaktadır. Sonraki aşama itibar gereksinimidir. Bu aşamada birey statü, saygınlık ve tanınma gibi ihtiyaçları karşılamaya çalışmaktadır. Bu aşamada kişinin maddi ihtiyaçlarını karşılamış olduğu, kendisinin psikolojik ihtiyaçlarını karşılamaya çalıştığı görülmektedir. Son aşama ise kendini gerçekleştirme gereksinimi olarak tanımlanmaktadır. Bu aşamada kişi, özünü, benliğini kısacası kendi için psikolojik olarak belirlediği en üst düzeyde noktayı hayata geçirmeye çalışmaktadır. Örneğin bu aşamalar; bir müzisyenin sürekli hayalini kurduğu besteyi tamamlaması, bir ressamın kendisini gerçekleştirdiği tablosunu oluşturması veya bir girişimcinin kendisi ile özdeşleştirdiği işletmesinin istediği duruma gelmesi şeklinde karşılık bulmaktadır (Maslow 1943: 377-390; Sargut 2001: 48-50; Bogardus 2009: 34).

Teoriye göre, kendini gerçekleştirme aşamasında bulunan bir kişinin, yaratıcılık ve yenilik yapma potansiyelinin en üst düzeyde olduğu kabul edilmektedir. Girişimciliğin de temelinde yenilikçilik ve yaratıcılık olduğu düşünüldüğünde Maslow'a göre girişimcilerin kendilerini gerçekleştirmek adına büyük çaba sarf ettikleri sonucuna ulaşılmaktadır. Girişimcilik, kişilere belli bir saygınlık getirmekte, iş insanı statüsünde değerlendirilmelerini sağlamakta, son olarak da ekonomik ve psikolojik gereksinimleri yerine getirmek için kişileri motive etmektedir. Dolayısıyla Maslow'un ileri sürdüğü ihtiyaçlar hiyerarşisi kuramının girişimcilikte başarı algısını açıklamada önemli teorilerden biri olduğunu söylemek mümkündür. Özellikle sosyal gereksinimler

ile birlikte başlayan ve psikolojik gereksinimlerden hiyerarşik bir şekilde yapılandırılması, girişimcilikte başarı gereksinimini açıklaması açısından oldukça önemli olmaktadır.

Clayton Alderfer'in ileri sürdüğü teori, Maslow'un ileri sürdüğü ihtiyaçlar hiyerarşisi teorisinin farklı bir şekilde, özellikle çalışma hayatında bulunan kişilerin durumlarını kapsamak üzere geliştirilmiş hali olarak kabul edilmektedir. Teori ismini Existence, Relatedness ve Growth kelimelerinin baş harflerinden almaktadır. Kuramın dayandığı temel noktalar; var olma, ilişki kurma ve gelişme gösterme ihtiyaçlardır.

Teorinin üç temel noktasına bakıldığında ilk aşama: var olma gereksinimi olarak adlandırılmaktadır. Bu aşama kişinin fizyolojik varlığının devam ettirilebilmesi için gerekli olan su, yiyecek, düzenli gelir ve yaşam alanı sahipliği gibi gereksinimleri kapsamaktadır. İkinci aşama, ilişki geliştirme gereksinimi olarak adlandırılmaktadır. Burada ise kişi, kendisi için anlamlı olan kişiler ve gruplarla (aile, arkadaşlar, iş arkadaşları, yöneticiler vs.) ilişki geliştirme ve bu ilişkileri sürekli olarak devam ettirme isteği içinde olmaktadır. Son aşama ise, gelişme gereksinimi olarak isimlendirilir. Bu aşamada birey yaratıcılığını ve üretkenliğini geliştirerek kendi psikolojik gelişimini arzuladığı noktaya getirmeye çalışmaktadır (Borkowski 2005: 118-119; ).

ERG teorisinin, Maslow'un kuramından farklılaştığı noktalara bakıldığında: Maslow'un teorisi temel gereksinimlerden başlayıp daha yüksek gereksinimlere doğru yükselirken, Alderfer'in teorisinin, bireyin aynı anda birden fazla ihtiyacı hissedebilmesi üzerine yoğunlaştığı görülmektedir. Dolayısıyla ERG kuramına göre bir kişi, karnını doyurmak için çaba sarf ederken, diğer yandan arkadaşları ile ilişkilerini geliştirmeye ve kendini gerçekleştirmeye karşı ihtiyaç hissedebilmektedir. Ayrıca İhtiyaçlar hiyerarşisine göre daha yumuşak geçişlerin olabilmesi ve kültürel farklılıkların kabul edilmiş olması, aynı gereksinimlerin farklı insanlarda farklı gereksinimler olarak ortaya çıkmasına da neden olabilmektedir. Örneğin Rahibe Theresa'nın "yalnızca var olmaya çalışıyorum" cümlesi onun için var olma ihtiyacı ile karşılanırken, bir başkası için gelişme aşamasını temsil edebilmektedir (Bogardus 2009: 35; Koontz ve Weihrich 2007: 291).

Girişimcilik perspektifinden konu incelendiğinde, ERG teorisinin aynı anda birden fazla unsuru gereksinim olarak kabul etmesi, girişimciliğin doğası ile daha iyi bütünleşmektedir. Örneğin bir girişimcinin işletmesini kurabilmesi için gerekli parasal kaynağa ulaşip işletmesini tesis etmesi; var olma gereksinimini temsil etmektedir. Uygun kişileri istihdam etme sürecinde önceki ilişkilerini kullanarak yeni ilişkiler kurması ve bu ilişkileri düzenli olarak devam ettirmesi; ilişki geliştirme ihtiyacını temsil etmektedir. Son olarak da, aklındaki hedeflere giden yolda yaratıcılığını ve yenilikçiliğini kullanması; gelişme gereksinimine karşılık gelmektedir. Aynı zamanda bir girişimcinin tüm bu unsurları aynı anda düşündüğü ve tüm bunları motivasyon kaynağı olarak kabul ettiği düşünüldüğünde ERG kuramının, girişimcilikte başarı algısını açıklamada önemli bir yeri olduğu kabul edilmektedir.

19. yüzyılın başlarından itibaren girişimcilik konusunda çalışmış olan bir çok düşünür, kişileri girişimci olmaya iten nedenlerin başında para kazanma olgusunun geldiğine inanmıştır. Bunun yanı sıra bir çok psikolog başarı algısının çocukluk döneminde kazanılmış bir deneyim olduğunu ileri sürmektedir (McClelland ve Winder 1971: 39-45). Ancak 1961 yılında David C. McClelland tarafından geliştirilmiş “Başarı Güdüsü Teorisi” bu iki inanın tersi yönünde bulgular sunmaktadır. Teoriye göre kişileri girişimci olmaya iten baskın nedenin yalnızca para kazanma motivasyonu olduğunu düşünmek yerine başarı ihtiyacını gideren bir araç olduğunu söylemek mümkündür. Nitekim Sutton’a göre kişisel gelir, kişinin toplum içindeki rolünü belirlemede önemli bir etkidir ancak toplum içinde kişiye statü kazandıran unsur sahip olduğu parası değil, parayı kazanabilme yeteneği ve o kişiyi girişimci olarak formda tutan başarı güdüsüdür (McClelland 1961: 233).

Benzer bir amaç ile öğrenciler üzerine yapılan bir araştırma sonuçlarına göre, (doğru sorulara ufak miktarlarda parasal ödüllerin verildiği bir bilgi yarışmasında) eğer ödül miktarı düşük ise yalnızca para kazanma güdüsü ile hareket eden kişilerin ödülü ciddiye almaması sonucunda başarısız olduğu saptanmıştır. Bunun yanında başarı güdüsüne sahip olan bireylerin parayı kazanmayı değil başarmayı amaçladığı tespit edilmiştir. Dolayısıyla başarı güdüsüyle hareket eden bireylerin hem daha başarılı

olduğu hem de daha fazla para kazandığı sonucuna ulaşılmıştır. Çünkü başarı motivasyonu güden bir kişi öncelikle para kazanmayı değil başarının sembolü olan kazanma duygusunu arzu etmektedir (McClelland 1961: 233).

Başarı Gúdüsü Teorisi'ne göre insan, hayatı boyunca üç unsur için içsel motivasyon geliştirmektedir. Bu unsurlar: başarı ihtiyacı, yakın ilişkide bulunma ihtiyacı ve güç ihtiyacıdır (Miner 2005: 46-47; McClelland 1987: 4). Araştırmalar yüksek başarı güdüsüne sahip bireylerin bireysel gelişime önem verdiklerini, orta derecede risklere girmeyi istediklerini, sonuçları kolay alınabilecek işlere daha yatkın olduklarını, çoğunlukla kendilerini işlerine adadıklarını, gönüllü olarak sorumluluk üstlendiklerini ve zorluklar karşısında yılmadıklarını, işlerin gidiş yönü hakkında geri bildirim istediklerini göstermiştir (McClelland, 1961: 240-244).

Teorinin detayları incelendiğinde, başarı ihtiyacı, başarı motivasyonuna sahip olan kişilerin amaçlarını gerçekleştirmek için ölçülü riskler almasını tanımlamaktadır. Girişimci bu riski kendi istediği noktada bulunan birine katkıda bulunarak ya da kendisi gibi risk alma isteği olan kişilerle ortaklık kurarak gerçekleştirmektedir. Başarı ihtiyacı kuramı bu yollar ile başarıya ulaşan kişileri tanımlamak için kullanılmaktadır (Bogardus 2009: 35).

Yakın ilişkide bulunma ihtiyacı, kişinin bireysel olarak bir grup tarafından sürekli kabul görme arzusunu temsil etmektedir. Bunun olabilmesi için kişi, yakın çevresiyle (müşteriler, ast ve üst çalışma arkadaşları) sürekli iletişim içindedir. Bu şekilde karşılanan ihtiyaca yakın ilişkide bulunma ihtiyacı denmektedir (Bogardus 2009: 35).

Güç ihtiyacı ise, kişinin kendisinin ya da çalıştığı kurumun güç sahibi olmasını arzulamasıdır. Güç gereksinimi fazla olan kişilerin yönetici olarak örgütsel amaçlar için grubu daha iyi motive ettiği görülmektedir. Bu tip kişilerde baskın olan öğrenilmiş güdünün güç ihtiyacı olduğu söylenmektedir (Bogardus 2009: 35).

McClelland'ın çalışmasının girişimcilik ile ilişkili olan kısmına bakıldığında, insanı başarılı olmaya iten neden, psikolojik olarak başarılı olma ihtiyacıdır. Bu ihtiyaç beraberinde girişimciliği getirmektedir. Teoriye göre, yüksek başarı ihtiyacı olan kişiler aynı zamanda yüksek girişimcilik aktivitesine de sahip olacak kişilerdir. Dolayısıyla başarılı olma ihtiyacı yüksek olan kişiler, girişimci olarak da yüksek başarıya ulaşmak için sürekli fırsatları kovalayan kişiler olarak karşımıza çıkmaktadır (Sambasivan vd. 2009: 800). Ayrıca bu tip girişimcilerin birincil amacı para kazanmak değildir, para yalnızca bu aktivitelerin devamının sağlanması için altyapıyı oluşturan bir döngüdür (Miner 2005: 48; 54). Ancak unutmamak gerekir ki, yüksek başarı güdüsüne sahip olan kişilerin daha başarılı oldukları konusunda hemfikirlik olmasına rağmen bu yüksek başarı güdüsüne sahip gruptan kaçının başarılı girişimci olduğu ise bir soru işaretidir (McClelland 1961: 259).

McClelland'ın çalışması yoğun olarak erkek girişimciler üzerine tasarlanmasına rağmen, kadın girişimcilerin rolü ve motivasyon kaynakları da araştırma kapsamında değerlendirilmiştir. Buna göre kadın girişimcilerin başarı korkusu, başarı güdülerinin azalmasına neden olmaktadır. Kadınlar daha başarılı olduklarında işlerinin büyümesinden, sorumluluklarının artmasından ve girişimci olmayı tercih ettikleri ağırlıklı nedenin dışına çıkmalarından dolayı (yapılan bir araştırma kadınların girişimci olma nedenlerinin başında esnek çalışma saatleri seçeneğinin geldiğini ileri sürmektedir) başarısızlık korkusuyla birlikte başarı korkusu da yaşamaktadır. Ayrıca kimi durumlarda kadın girişimcilerin yakın ilişki ve güç ihtiyacının erkek girişimcilere nazaran yüksek çıktığı da ifade edilmektedir. Bunun nedeni ise, kadın girişimcilerin önemli bir kısmının cam tavanlardan dolayı uygun pozisyonlara gelememiş olmaları sonucunda girişimci olması ve kendi şirketlerinde güçlerinden asla taviz vermemeleridir. Yakın ilişki ihtiyacı ise, kadın girişimcilerin işletmeleri ve işletmede çalışanları ile duygusal bağ kurması sonucunda baskın olarak ortaya çıkan güdülenme şekli olarak yerini almaktadır (Miner 2005: 57).

### 1.1.7.2.2. Modern Başarı Teorileri

Klasik başarı teorilerinin üzerine geliştirilmiş, daha çok psikoloji ve sosyoloji içerikli, motivasyon temelinde oluşturulmuş başarı teorileri de bulunmaktadır. Bu teoriler; Hakkaniyet Teorisi, Beklenti Teorisi (Vroom), Lowler ve Porter'in Beklenti Teorisi, Hedef Belirleme Teorisi, ve Sosyal-Bilişsel Teori olarak sıralanmaktadır. Bu teoriler incelendiğinde;

Adams tarafından ileri sürülen Hakkaniyet teorisi, eşitlik teorisi olarak da adlandırılmaktadır. Bu teoriye göre işgören kendisini, aynı düzeydeki diğer personellerle kıyaslamakta ve bu kıyaslamanın sonucunda kendisinin işletmeye koyduğu girdi ve çıktı oranlarını kendisi ile aynı düzeyde olan personelin konumları ile karşılaştırmaktadır. Eğer personel bu emeğinin karşılığında elde ettiği gelirin kendisi ile aynı düzeyde gelir elde eden personelin sahip oldukları arasında bir eşitsizlik olduğunu tespit eder ise bu eşitsizliği kendine göre (gayret, çalışma, bilgi ve deneyim) düzeltme yoluna gidecektir. Buradaki çıktılar ise ekonomik ve sosyal ödüller olarak sıralanmaktadır. Teoriye göre kişilerin elde ettikleri ödüller ile aynı pozisyondaki diğer personelin elde ettiği ödüller arasında bir dengenin olması gerekmektedir (Wilke vd. 2000: 309; Donovan 2009: 62).

Teorinin girişimcilik ile ilişkisi incelendiğinde en önemli noktanın örgütsel yapı içindeki eşitsizliklerin kişinin girişimcilik niyeti ile olan ilişkisidir. Buna göre; örgütsel yapı içerisinde, ücretli çalıştığı işte, sürekli eşitsizliğine uğradığına inanan bireyler, inandığı eşitliği kendi işinde bulmak üzere girişimci olmaktadır. Bununla birlikte bu eşitlikçi düzeni kendi kurdukları işletmede de devam ettirmekte ve bu şekilde anahtar niteliği taşıyan personeli sürekli olarak tatmin etmektedir. Bu anlamda hakkaniyet teorisi kişinin girişimci olmaya karşı tutumunu etkilemekte ve ardından girişimcinin kurduğu işletmede eşitlikçi bir ortam yaratılmasında etkili olan bir motivasyon teorisi olarak nitelendirilmektedir.

Beklenti teorisi Tolman'ın çalışmalarına dayanan ve Vroom tarafından ileri sürülen bir teoridir. Teori, kişinin davranışlarının kendisine ödül ya da arzu ettiği bir



çıktı olarak döneceğine inanması durumunda motive olacağını, herhangi bir ödül elde etmemesi durumunda ise motive olmayacağını ileri sürmektedir. Dolayısıyla bu teorinin ileri sürdüğü şekli ile birey akılcı davranmakta, seçenekler arasından amacına ulaşmasını sağlayacak en uygun davranışı tercih etmektedir. Ayrıca bu tercih etme davranışı, davranışın nihayetinde meydana çıkacak sonuçlara ilişkin beklentiler doğrultusunda oluşmaktadır (Donovan 2009: 66; Aytaç 2004: 107).

Lawler ve Porter'in ileri sürdüğü beklenti teorisi, Vroom'un teorisinin performans ve doyum arasındaki ilişkiyi de kapsayarak genişletilmiş halidir. Teoriye göre bireyin ulaşılabilir bir amaca inanması; hem bireyin motivasyonunu hem o amaç doğrultusunda sarf edeceği çabayı hem de bireyin performansını yükseltecektir. Ancak yalnızca inanç performansın yükselmesi için yeterli değildir. Bireyin başarısı için yeterli bilgi ve yeteneğe de sahip olması gerekmektedir bunun olmaması halinde başarıya ulaşmak sadece bireyin sahip olduğu istek ve azim ile mümkündür. Arvey'in yaptığı çalışma ve performans ilişkisine dair araştırma; yüksek beklenti hallerinde performansın düşük beklenti hallerine göre daha yüksek olduğunu saptamıştır (Donovan 2009: 64).

Teorinin girişimcilik ile ilişkisi incelendiğinde iki ayrı önemli boyut göze çarpmaktadır. Bunlardan ilki kişinin girişimci olma kararı ile, ikinci ise girişimci olarak ekonomik değer yaratmaya başlamasının ardından başarılı olması ile ilişkilidir. Girişimci olma niyeti taşıyan bir birey ücretli çalıştığı işte beklentilerinin karşılanmaması durumunda girişimci olma kararını düşünmeye başlamaktadır. Bu noktada önemli olan unsur toplum içerisinde girişimci olmuş kişilerin, bireyin beklentilerine uygun bir yaşam tarzına sahip olup olmamasıdır. Bu bağlamda kişi beklentileri doğrultusunda sonuçlar elde etmiş girişimcileri görüyorsa girişimci olarak ekonomik değer yaratmaya başlamakta aksi halde daha iyi bir ücretli iş arama yollarına başvurmaktadır. Diğer bir önemli boyut ise ileriye dönük başarı beklentileridir. Birey girişimci olma kararını verdikten sonra işletmesi için bir takım yatırımlar yapmakta ve bunun sonucunda bir takım beklentilere sahip olmaktadır. Eğer yatırımlarının nihayetinde elde ettiği gelir ve tatmin bireyin önceki beklentilerini karşılıyor ise yatırımlarına devam etmekte aksi halde önce yatırımları azaltma ardından da ücretli bir

iş aramaya dönme eğilimi göstermektedir. Bu bağlamda Vroom'un ileriye sürdüğü teori girişimcilik ile ilişkilendirildiğinde bireylerin işteki doyum beklentileri ile ilişkili olarak girişimcilik niyetini etkilemesi bakımında önemli olmaktadır.

Girişimcilikle ilişkilendirilen bir diğer başarı teorisi ise Edvin Locke tarafından ileri sürülen Hedef Belirleme Teorisidir. Bu teoriye göre bireyin belirlediği amaç ve arzular iş motivasyonu ve dolayısıyla başarı için bir kaynak niteliği taşımaktadır. Bu amaç birey tarafından belirlenmekte ve bireyin çalışma motivasyonunu doğrudan etkilemektedir. Bireyce zor amaçlar belirlendiğinde performans yükselirken, kolay amaçlar bireyin performansını düşürmektedir ve son olarak da bireyin kendi çabası ile ulaştığı geri bildirim, dışsal yollardan ulaştığı geri bildirimden daha motive edici nitelikte olmaktadır (Donovan 2009: 71). Teorinin bulgular, özgün hedeflerin yüksek motivasyona yol açtığını, bireylerin strateji geliştirme yeteneklerini arttırdığını ve bir hedefe bağlı kalarak normalin üstünde performans sergilediklerini göstermektedir.

Daha önce de vurgulandığı gibi girişimcilikte başarıyı belirleyen unsurlardan ikisi; yeni fırsatların farkına varma (Baum vd. 2007: 3), yeni ürün ve hizmet geliştirmedir (Chen vd. 1998: 300; Krueger 1999). Bu bağlamda girişimcilikte başarı ile hedef belirleme teorisi yakından ilişkilidir. Girişimci olma niyeti taşıyan bireyler belirli amaçları kendilerine hedef edinir ve bunun sonucu olarak da bu amaçlara yönelerek işlerine ilişkin yoğun motivasyon hissederler ayrıca belirledikleri amaç ne kadar özgün olursa, bireyin motivasyonu da o denli yüksek olacaktır. Teoride belirtildiği üzere, belirli bir amaç doğrultusunda ilerlemek isteyen bireyler strateji belirleme ve bu stratejiye bağlı kalma konusunda da oldukça başarılı sonuçlar elde etmektedir. Hedef belirleme teorisi bağlamında başarı olgusu değerlendirildiğinde ise birey, daha önceden sonuçları hakkında kestirim yaptığı unsurlara ilişkin hedefler geliştirmekte ve bu hedeflerin sonucunda başarılı olma ya da başarısız olma durumu ile karşı karşıya gelmektedir. Yeni ürün ve hizmetler geliştirme hedefi olan bir girişimci ele alındığında, geliştirdiği ürünün geniş kitleler tarafından talep görmesi girişimciyi başarılı kılmakta ve sonraki yatırımları anlamında bireyi yoğun bir şekilde motive etmektedir. Bu başarılı hedefleme sonucunda birey başarılı bir girişimci olmakta,

toplum ise başarılı girişimci örneklerini Vroom'un beklentiler teorisi ekseninde algılamakta ve böylece girişimciliğin teşviki kolaylaşmaktadır.

Modern başarı kuramlarının girişimcilikle ilişkili olan sonuncusu ise Bandura tarafından ileri sürülen Sosyal-Bilişsel Teoridir. Bu teori; sosyal öğrenme teorisinin motivasyon üzerindeki bilişsel ve çevresel etkileri kapsayacak şekilde geliştirilmiş halidir. Bu teoride motivasyon konusunda daha açık bir biçimde hedef temelli yaklaşım geliştirilmiştir. Hedef temelli yaklaşım birbirleriyle bağlantılı dört sürece yol açmaktadır. Bunlar; hedef oluşturma, kişisel gözlem, kişisel değerlendirme ve kişisel tepkidir. Hedef oluşturma bireyin arzu edilen davranışlar gösterebileceği hedef ya da standartları belirlediği süreçtir. Bireyler hedeflerini belirledikten sonra verilmiş bir görev konusundaki davranış ya da performanslarını izledikleri bir kişisel gözlem sürecine girerler. Bireyler bir süre kişisel gözlem yaptıktan sonra kişisel gözlemleri sırasında topladıkları bilgilerden yararlanarak mevcut davranışsal mevcut hedefleri arasında karşılaştırma yapmak için kişisel değerlendirmeler yapmaya başlarlar. Bu karşılaşmaların sonuçları, performansın kişinin hedeflerini karşılaması ya da aşması halinde memnuniyete ve öz yeterliliğin artmasına yol açan etkili ve bilişsel kişisel tepkiler doğurur, ancak performans kişinin hedeflerinin altında kalmışsa hoşnutsuzluğa neden olarak, öz yeterliliği azaltır (Donovan 2009: 78-79). Dolayısıyla Sosyal-Bilişsel teori motivasyonu uzunca bir değerlendirme sonucunda ortaya çıkan hedef olarak ele almaktadır.

Sosyal-Bilişsel teorinin başarı ile ilgisi incelendiğinde; deneyimlere dayalı bir hedef belirleme ile başlayan ve en sonunda da bu sonuçlara tepki verme şeklinde biten bir süreç olarak tanımlanmaktadır. Bireyin girişimcilik niyeti taşıması bir hedef olarak değerlendirilmektedir. Kişisel gözlem ve değerlendirmeler ise aile yapısı (Aytaç ve İlhan 2007: 105), eğitim durumu (Charney ve Libecap 2000: 5-7), özgüven düzeyi (Oosrerbeek vd. 2009: 5-6) ve liderlik kabiliyeti (Karlöf 1996) ile yakın ilişkilidir. Çünkü birey yetiştiği çevre ve kişiliği ekseninde olayları değerlendirmekte ve gözlediği olayları önceki tecrübeleri doğrultusunda algılamaktadır. Bunun sonucunda da ortaya

ıkan durumu, başarılı ya da başarısız girişimcilik sonucu olarak değerlendirmekte ve bu sonuçlara göre bir sonraki yatırım kararını vermektedir.

Başarılı bir girişimin yol haritası incelendiğinde; girişimci olma niyeti taşıyan bireyin iyi bir hedef belirlediği, bu hedef doğrultusunda adımlar atarken çevresinde gelişen olayları iyi gözlemlediği, önceki tecrübeleri vasıtası ile olayları değerlendirirken hedefleri doğrultusunda ve stratejik karar aldığı ve sonuçta da başarılı bir girişimci olarak kendini gerçekleştirdiğini söylemek mümkündür. Dolayısıyla Sosyal-Bilişsel teori, girişimcilikte başarının nasıl oluşup geliştiğini anlaması ve tanımlaması bakımından kullanışlı bir teori olarak değerlendirilmektedir.

## İKİNCİ BÖLÜM

### CİNSİYET BAĞLAMINDA GİRİŞİMCİLİK

#### 2.1. CİNSİYET VE GİRİŞİMCİLİK

Girişimcilik açısından incelenmesi gereken önemli değişkenlerden bazıları; yaş, aile yapısı, eğitim durumu, yetiştiği çevre ve toplumsal cinsiyet bağlamında şekillenen cinsiyet algısıdır. Toplumsal cinsiyet algısı, bilinen cinsiyet tanımından farklılık göstermektedir. Bilindiği gibi cinsiyet, her bireyin dünyaya gelirken yanında getirdiği genetik ve fizyolojik özelliklerden biridir. Bu nedenle de cinsiyet özellikleri biyolojik birer nitelik olarak kabul edilmektedir (Aksu 2008: 11). Toplumsal cinsiyet ise; kadının ve erkeğin sosyal olarak belirlenen rol ve sorumluluklarını ifade etmektedir. Toplumsal cinsiyet biyolojik farklılıklardan dolayı değil, kadın ve erkek olarak toplumun bizi nasıl gördüğü, nasıl algıladığı, nasıl düşündüğü ve nasıl davranmamızı beklediği ile ilgili bir kavramdır (Akın ve Demirel 2003: 73).

En genel tanımıyla toplumsal cinsiyet, kadın ve erkekler için toplumsal olarak oluşturulmuş roller, öğrenilmiş davranış ve beklentilere işaret etmek için kullanılan bir kavramdır. Bu kavram, kadın ve erkeğin biyolojik farklılıklarına işaret eden biyolojik cinsiyetten farklıdır (Ecevit 2003: 83). Toplumsal cinsiyet rolleri ise; toplumun belirleyip tanımladığı ve bireylerin yerine getirmelerini beklediği cinsiyetlere atfedilmiş bir grup beklentiler (Dökmen 2004: 16) olarak tanımlanmıştır.

Kültür içinde bir çok unsurda olduğu gibi girişimci olarak kişiler toplumsallaşmaya başladığında, kadın ve erkeğin farklı olması gerektiği yönündeki beklentilerin var olduğu anlaşılmaya başlanır. Toplumsal cinsiyet rolleri toplumlarda işyeri, boş zaman faaliyetleri, kıyafet, müzik, dil, tavır, okuma materyalleri ve hatta

cinsel deneyimler açısından büyük ölçüde farklılık göstermektedir. Bu alanların her birinde kültür bize toplumsal cinsiyete dayalı farklılaşan aksiyonları ve beklentileri dikte eder. Kabul edilenden sapan bir davranışı seçme, toplumdan dışlanma riskini de beraberinde getirmektedir (Yogev 2006: 2).

Toplumsal cinsiyetin incelenmesiyle ilgili önemli eserler veren Hofstede cinsiyet algısı değişkenini ve insanlar arası rol ilişkilerini toplumun cinsiyetler için belirlediği rolleri esas alarak açıklamaktadır (Doğan 2007: 74). Dolayısıyla Hofstede'ye göre topluma yansıyan egemen değerlerden yola çıkılarak bir kültürün erkek egemen mi, yoksa dişi egemen mi olduğunu saptamak olanaklıdır (Sargut 2001: 175). Örneğin dişil davranış özellikleri; şefkatli, merhametli, nazik, sadık, insan ilişkilerinde uyumlu, duyarlı, sevgi dolu, sıcak davranan, çocuklarla ilgilenen niteliktedir. Bu tip davranışların dişil olmasının nedeni toplumun kadına yüklediği roldür. Kadın, bakımı üstlenen ve evi idare eden nitelikte algılanmıştır hatta yaptığı meslekler bile bu bağlamda gelişmiştir. Kadınların öğretmen, hemşire, temizlikçi kısacası bakım gerektiren işlerde olmasının nedeni bu tip işlere olan maksimum uygunlukları değil bilinçaltındaki toplumsal dayatmadır.

Eril davranış özellikleri ise; rekabet, ekonomik güç, otorite, uzlaşmaz davranış, atılganlık, para elde etme hırsı, atletik, yarışmacı, baskıcı tavır takınan ve materyalist eğilimler olarak sıralanır. Bu değerler de erkeğe biçilen rol ile ilgilidir, erkeğin toplumdaki rolü; avcılık, savaş eğilimi, hayatta kalma ve rekabettir. Ayrıca, bu tür toplumlarda bireyler ön plana çıkmaktadır ve çatışmalar daha rekabetçi olanın kazanacağı şekilde sonuçlanır (Hofstede 2001: 279-286; Hofstede 2005: 118-120; Sargut 2001: 175-180; Doğan 2007: 74-76). Bununla birlikte girişimciliğin, toplum tarafından erkeklere atfedilen bir özellik olduğu da bilinmektedir.

Hofstede'in IBM çalışanlarının nereli oldukları ve toplumsal cinsiyeti nasıl algıladıkları konusunda yaptığı çalışmada, kişilere yakın olduğu değerler sorulmuş ve bu bağlamda kişilerin dişil ve erilliği ölçülmüştür. Buna göre Türkiye; İran, Tayland, Tayvan, Brezilya, İsrail, Fransa, İspanya, Peru ve Şili ile birlikte dişi karakteri baskın çıkan ülkeler sınıfında yer almaktadır. Buna karşılık Türkiye'nin kültür yapısıyla benzer

özellikler sergileyen Japonya, Yunanistan Meksika gibi ülkeler erkek egemen kültüre sahip ülkeler sıralamasında yer almıştır (Sargut 2001: 175-176). Diğer yapılan araştırma sonuçları ise Türkiye’de baskın olan toplumsal cinsiyet yapısının “eril” olduğunu vurgulamaktadır (Yamanoğlu 2008: 77; T.C. Kadın Statüsü Genel Müdürlüğü 2008 d: 5). Bu da girişimciliğin Türkiye’de yalnızca erkeklere atfedilmesi gerçeğiyle örtüşmektedir ve nitekim yapılan girişimci profiline ilişkin kimi bilimsel araştırmalarda yalnızca erkek girişimcilere yer verildiği görülmektedir (İlhan 2005: 221).

## **2.2. CİNSİYET BAĞLAMINDA GİRİŞİCİMLİĞİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER**

Cinsiyet rollerinin kadınlara ve erkeklere yükledikleri farklı yükümlülükler yaşamın her alanında kendini göstermektedir. Elbette bu bilinçaltı davranıştan girişimcilik de payına düşeni almıştır. Girişimci özelliklere sahip olan kişiler iyi birer “*iş adamı*” olurken, kadınların yüklendiği rol ise “*ev kadını*” olarak gerçekleşmektedir. Çünkü toplum dışıl davranış özellikleri için; şefkatli, merhametli, insan ilişkilerinde uyumlu, sevgi dolu, sıcak davranan, çocuklarla ilgilenen nitelikleri uygun görmüştür. Hatta kadınların yaptığı işler bu doğrultuda şekillenmiştir (Öğretmenlik, hemşirelik, vs.). Ancak aynı toplum erkekler için; rekabet, ekonomik güç, otorite, atılganlık, para elde etme hırsı, yarışmacı özellikler biçmiştir. Erkeğin toplumdaki rolü; avcılık, savaş eğilimi, hayatta kalma ve rekabettir (Sargut 2001: 175-180; Doğan 2007: 74-76).

Kişinin en temel haklarından biri olan girişimcilik tıpkı özgürlük, çalışma, eğitim ve keşfetme hakkında olduğu gibi erkeklerin tekeline sahiptir. Dolayısıyla kadınların geleneksel olarak kendilerine atfedilen “kadınlık ve annelik” rollerinden çıkıp; ev kadınlığı dışında bir meslek edinme çabaları hem kadınlar için hem de toplumun geri kalanı için yeni ve çözülmesi gereken bir sorun olarak gündeme gelmektedir. Türk toplumunda, kadına en uygun yer ev ve en uygun iş de çocuklarına bakmak ve kendi evinin işlerini yapmaktır düşüncesi, kültürel olarak kabul görmüş unsurlardan biridir. Buna göre evi geçindirecek olan, bir diğer ifade ile ekonomik görevleri üstlenen esas birey erkektir. Ancak, kırsal bölgelerden kente göç etmiş, elinde bir birikimi ve iş

hayatında bunu kullanabilecek bir vasfı olmayan “aile reisi” erkeğin, kentli olmanın getirdiği artı beklentileri ve bu beklentinin sonucunda ortaya çıkacak masrafları karşılayabilecek bir geliri kazanabilecek işi bulması çok zordur. İş bulabilse bile, özellikle kalabalık aileler ve çocuklarına daha iyi bir eğitim vermek isteyen kentli aileler için tek kişinin geliriyle geçinmek hayli zordur. Bu durumda pek çok “aile reisi”, bir ikilemeyle karşılaşmaktadır. Bir yandan bulduğu iş düşük gelirli veya geçici nitelik taşımakta ve aileyi geçindirmeye yetmemektedir, diğer yanda eşleri de bir iş bulursa ekonomik durumlarının daha düzeleceği gerçeği vardır. Ancak bu toplumlarda erkek, özellikle evli kadınların ev dışında çalışmasını onaylamayan toplumsal değerlerden büyük ölçüde etkilenmektedir. Eşini çalıştırmak zorunda kalan bir erkeği ne toplum, ne kendi aile üyeleri, ne de erkeğin kendisi kabul edebilmektedir. Eşi çalıştıran erkek, bir anlamda, ataerkil toplumlarda zayıf erkek olarak algılanmaktadır. Çalışmak isteyen kadın öncelikle eşini ve kendi ailesini ikna etmek durumundadır. Diğer bir ifade ile, özellikle alt gelir gurubundaki kadınlar sosyal çevrelerinde kabul görmeden çalışma hayatına girmekte zorlanmaktadır. Çünkü kadınların kendileri de aynı toplumsal normlar, değer yargıları ve inançlar sisteminden etkilenmektedir (Bedük 2005: 107).

Kendi işlerini kurmuş dahi olsalar kadınların kredi almakta güçlük yaşadıkları yada finansal açıdan zorluk çektikleri bilinmektedir. Buna rağmen, yapılan araştırmalar, girişimcinin kurduğu işletmenin devamı konusunda erkek ve kadın girişimciler arasında istatistiki olarak farklılık bulunamadığını ortaya koymaktadır (Weninstead ve Wright 2000: 29-36). Aynı şekilde yeni işletme geliştirme ve ilerletme konusunda yapılan araştırmaların sonucunda da kadın ve erkek girişimciler arasında bir fark görülmemiştir (Brindley 2005: 144).

Cinsiyetlere yüklenen rollerin sonuç olarak, girişimcilik üstüne yalnızca önyargı anlamında etkide bulunduğunu söylemek mümkündür. Milyonlarca kadının oldukça yaratıcı biçimde yeni iş kolları yaratması, başarılı bir biçimde iş kadını ve ev kadını rollerini sürdürmesi, kadınların da başarılı birer girişimci “iş insanı” olduğunu göstermektedir. Hatta erkek girişimcilerin tüm zamanlarını işleriyle geçirmelerinin yanı



sıra kadın girişimcilerin ev, aile ve iş yaşamlarını başarılı bir biçimde yürütmeleri, girişimci bakış açısından kadınları daha başarılı girişimci konumuna getirmektedir.

### **2.3. KADIN VE ERKEK GİRİŞİMCİ TİPLERİ**

Sosyolojik olarak girişimcilik, sadece bir ekonomik faaliyet olarak değil “başarı gereksinimine” dayalı bir kişilik yapısı olarak da tanımlanmaktadır (Gürol 2000: 224). Bunun yanı sıra bir çok kadın ve erkek farklı nedenlerden dolayı da girişimci olmayı tercih etmektedir. Dolayısıyla kadın ve erkek girişimci tipleri birbirinden farklıdır. Girişimcilik kavramı beraberinde; risk alma, yüksek özgüven ve liderlik gibi kişinin kendine yetmesini ve başkalarına önderlik etmesini sağlayan vasıfları getirmektedir. Schopenhauer’e göre (2008: 38) “Bir insan kendisine ne kadar yeterse, başka insanlara o denli az gereksinim duyacaktır. Ayrıca başka insanlar da ona o kadar az tahammül edecektir.” Türkiye gibi ataerkil toplumsal değerlerin baskın olduğu ülkelerde kadın girişimcilerin çok görülmemesinin sebebi kadınların kendi kendilerine yetecek bir sosyal ekonomik yapı içinde erkeklere gereksinim duymayacakları korkusu olabilmektedir. Devam eden bölümde kadın ve erkek girişimci tipleri tanımlanacak, kadın ve erkek girişimci tipleri arasındaki farklar incelenecektir.

#### **2.3.1. Kadın Girişimci Tipleri**

Küreselleşmeyle birlikte işgücünün yapısı, çalışma koşulları ve çalışanların iş güvenceleri büyük bir değişime uğramakla birlikte, işgücünün kadınsılaşması da gündeme gelmektedir. Küreselleşme, kadın çalışanlar için beraberinde iki önemli konuyu gündeme getirmektedir. İlk olarak; kadının işgücü içerisindeki payı giderek artmaktadır. İkinci olarak ise; düşük gelirli ya da kötü şartlarda çalışan kişi sayısının artması ve kadın çalışanların bu durumdan büyük ölçüde etkilenmesi (Schall vd. 2009: 336) bununla birlikte sürekli krizlerle baş edemeyen ülkelerin, vasıfsız kadın işçilere ücretli iş sunabilme olanaklarının kaybolmasıdır (Ecevit 1993: 22). Bu olumsuzluklara rağmen kadınlar; esnek çalışma ve bağımsız iş yapabilme gibi becerilere sahip olduğundan, ücret veya maaş ile çalışmak yerine büyük ölçüde kişisel birikimlerini

kullanarak kendi işletmelerini kurmaya yönelmişler ve girişimci olarak ekonomik değer yaratmaya başlamışlardır (Şekerler 2006: 88).

Kadın girişimci tipolojisi incelendiğinde, literatürde farklı sınıflamalara rastlamak mümkündür. Tüm bu sınıflamalar göz önünde bulundurulduğunda, kadın girişimci tiplerini yedi farklı nitelikte toplamak mümkün olmaktadır (Bruni vd. 2004: 261-262). Bunlar;

- **Amaçsız:** Temelde, işsizliğe bir alternatif olarak girişimci olmayı tercih etmiş kadınları tanımlamaktadır.
- **Başarı Odaklı:** Girişimciliği rastgele bir iş olarak ya da zorunluluktan değil uzun dönemli bir kariyer olarak gören genç kadın girişimcileri tanımlamaktadır.
- **Güçlü Başarı Odaklı:** Genelde çocuk sahibi olmayan ve daha önce çalıştıkları işlerinde engeller dolayısıyla kariyerlerine devam edememiş kadınları tanımlamaktadır. Buna göre kadınlar, girişimci aktiviteler sonucunda profesyonel bir kariyer sahibi olabilmek için kendi işlerinde çalışmayı tercih etmektedir.
- **Dualist:** Bu tip kadın girişimciler iş hayatında tecrübe sahibidir. Hem profesyonel kariyerine devam etmek hem de ailesel sorumluluklara da zaman ayırabilmek isterler. Girişimci olmalarının nedeni ise, kendi işlerinde çalışmanın getirdiği esnek çalışma saatleri avantajından yararlanmaktır.
- **Gelir Odaklı:** Genellikle iş hayatında kalifiye olmayan kadınları tanımlamak için kullanılır. Ailelerine daha çok zaman ayırabilmek, daha iyi bir ekonomik gelir elde etmek ya da aile hayatının dışında da bir hayata sahip olmak için eski işlerinden ayrılıp kendi işini kurmuş kadın girişimcileri tanımlamaktadır.
- **Geleneksel:** Ailesinin kurduğu işletmeyi devam ettirmek için profesyonel kariyer olarak kendi işinde çalışmayı tercih eden kadın girişimcilerdir.

- **Radikal:** Geleneksel girişimcilik kültürüne karşı olan ve kadınların çıkarlarını desteklemeyi amaçlayan girişimci kadın tipidir (Bruni 2004: 261-262).

Tipik bir kadın girişimci, orta tabakaya mensup bir ailenin ilk çocuğu olarak doğmuştur. İlk işini hizmet sektöründe, 35 yaşında ve çocuklarını yetiştirdikten sonra kurmuştur. Bu girişimcilerin büyük bir çoğunluğu teknik eğitim görmemiş ancak teknik dışı işlerde, iş tecrübesine sahip, etkili iletişim kurabilen ve uzun vadeli plan yapabilen kişilerdir (Şekerler 2006: 110). Kadınlar genellikle iş ve aile yaşamı arasındaki dengeyi sağlayabilmek için girişimci olmaya karar vermektedirler (DeMartino ve Barbato 2003: 816). Kendi işletmelerini kuran kadınlar; esnek zaman planları, iş sürekliliği veya yaşam tarzlarını yansıttığını düşündüklerinden dolayı, daha az karlı dahi olsa girişimci olmayı tercih etmektedirler (DeMartino ve Barbato 2003: 818).

Toplumun yarısını oluşturan kadınların ekonomik hayatta var olması her ne kadar şartlar olgunlaşmamış olsa dahi günümüzde sıkça karşılaşılan bir durumdur. 2000'li yıllarla birlikte aktif çalışma hayatına giren kadınlar, iyi veya kötü iş tecrübeleri yaşamaktadır. İyi deneyimler ile karşılaşan kadınlar çalışma hayatlarına hali hazırda çalıştıkları işletmelerde devam etmektedir. Ancak kötü deneyimler ile karşılaşanlar ya işlerini değiştirmekte ya da kendi işlerini kurmaya yönelmektedir. Elbette kendi işini kurma düşüncesine sahip olan kadınlar yalnızca kötü iş tecrübesine sahip olanlar değildir. O halde kadınları girişimci olmaya yönelten faktörlerin tespiti gerekmektedir.

### 2.3.2. Erkek Girişimci Tipleri

Erkek girişimciliği kavramı, girişimcilik literatüründe klasik girişimci tipleri olarak adlandırılmaktadır. Birçok girişimci tipi olmasına rağmen, yaygın kabul gören tipoloji sınıflaması Buttner ve Benson (1988: 252) tarafından yapılmıştır. Çalışmada daha önce yapılan çalışmalardaki 44 ayrı girişimci tipi 9 farklı tipolojide toplamış ve bu tiplere ilişkin özellikler belirlenmiştir. Buna göre;

- **Lider girişimci:** Kendine güveni olan, liderlik kabiliyeti olan, başkalarına ilham veren, zor koşullarda takımını ve çalışanlarını ikna eden girişimci tipidir.

Nitekim literatürdeki farklı çalışmalarda da liderlik becerileri ile girişimci kişilik arasında yakın ilişki kurulmuştur (Griffin 2005: 52)

- **Özerk girişimci:** Kendine güveni yüksek olan, özgürlük amaçları doğrultusunda girişimci olmayı tercih etmiş kişilerin oluşturduğu girişimci tipidir. Ancak son dönemde yapılan çalışmalar özerklik isteğinin kadın girişimcilerde daha baskın olduğunu ileri sürmektedir (Hisrich ve Peters 2002: 76; Şekerler 2006: 123).
- **Risk alma eğilimli girişimci:** Bu girişimci tipi belirsiz ortamlarda karar almaktan keyif alan, aldığı kararları riskli şekilde uygulayarak başarılı olmuş ve sürekli belirsizlik halinde karar almak isteyen girişimci tipini belirtmektedir. Nitekim girişimciliğin bel kemiğini de risk alma davranışı oluşturmaktadır (White vd. 2006: 27; Carsrud ve Brannback 2007: 7)
- **Değişikliğe hazır girişimci:** Bu girişimci tipi sürekli değişiklikler ve yenilikler umarak devam ettirmekte, rutin işlerden ve sektörlerden hemen sıkılmaktadır. Bununla birlikte zor ve yeni olan unsurlara karşı oldukça pozitif bir bakış açısı geliştirmekte ve başarılı bir girişimci olmaktadır. Nitekim yenilikçi bir bakış açısına sahip olma, girişimciliğin önemli boyutlarından birini oluşturmaktadır (Chen vd. 1998: 300; Krueger 1999).
- **Isırcı girişimci:** Yüksek enerjisi olan, çabuk pes etmeyen, ısrarcı ve sürekli efor sarfetmeye hazır olan girişimci tipini tanımlamaktadır. Hisrich ve Peters'ın (2002: 76) yapmış olduğu çalışmalar da ısrarcı girişimcilerin erkek girişimci tiplerinden biri olduğunu göstermektedir.
- **Duygusal yoksun girişimci:** Eril toplumsal cinsiyet rollerinin baskın olduğu toplumlarda özellikle erkeklere atfedilmiş bir özellik olan duygusal olmama rolü, bir girişimcilik tipi olarak değer görmektedir. Bu girişimciler başkalarının duygularının farkında olmayan, duygusal hareket etmeyen ve merhamet duygusu gelişmemiş girişimci tipini tanımlamaktadır.

- **Bireysel girişimci:** Başkalarından destek görme ihtiyacı olmayan, iş arkadaşlığına ihtiyaç duymayan ve başkalarına sırlarını açmayan girişimci tipidir. Bu tip girişimciler her işlerini kendi başına halletmekte ayrıca diğer girişimciler ile fikir alış verişinde bulunmamaktadır.
- **Düşük uyumlu girişimci:** Kalabalıkların içinde sürekli rahatsız olan, kendi fikir ve düşünceleri ekseninde bir iş kurmuş, insan kaynakları ya da diğer bölümlerde kendi fikirlerini uygulayan girişimci tipidir. Ancak bu girişimcilerin kalabalıklardan rahatsız olmasının nedeni sanıldığı gibi başka düşüncelere ihtiyaç duymaması değil, diğerlerinin fikirlerinden çabuk etkilenmesidir.
- **İkna edici girişimci:** Diğerlerini kolay ikna edebilen ve gerçekleri kendi çıkarları doğrultusunda hafif bir şekilde manipüle eden girişimci tipidir. Bir girişimci olarak yatırımcıları ikna etmek ya da çevredeki kişileri girişimci olmaya ikna etmek daha önceden de belirtildiği gibi girişimciliğin önemli özelliklerinden biri olarak tanımlanmaktadır (Brush 2008: 25; Gundry ve Welsch 2001: 456).

Yukarıda bahsedilen 9 girişimci tipi, erkek girişimci tipleri olarak tanımlanmaktadır. Ancak klasik olarak kabul edilen erkek girişimci tiplerini ya da modern anlamda ileri sürülen kadın girişimci tiplerini tek başına ele alınıp incelemek farkların ortaya konması için yeterli olmamaktadır. Dolayısıyla devam eden bölümde kadın ve erkek girişimci tipleri arasındaki farklar incelenecektir.

### **2.3.3. Kadın ve Erkek Girişimci Tipleri Arasındaki Farklar**

Kadın ve erkek girişimcilerin motivasyon kaynakları, girişimci olma nedenleri ya da onları girişimci olmaya iten nedenlerle ilgili yapılan çalışmalar neticesinde bir takım genellemelerde bulunmak da mümkün olmaktadır. Ancak, unutmamak gerekir ki girişimcilik Türk toplumunda erkeklere atfedilmiş bir özelliktir. Dolayısıyla girişimcilik kavramına ilişkin yapılan çalışmalarda, erkek girişimcilerin düşüncelerinin daha baskın bir şekilde ifade edildiği görülmektedir. Bunun nedeni ülkemizde kendi işlerini kuran ve

faaliyete geçiren kişilerin çoğunlukla erkek olmaları ve kadınların bu alanda yerlerini almalarının nispeten daha yeni olmasıdır (Karateke 2006: 42; Şekerler 2006: 113-114; Kutanis ve Alpaslan 2006: 141).

Kadın ve erkek girişimciler arasındaki temel fark; kadın girişimcilerin, girişimlerinde kişisel beklentileri, erkek girişimcilerin ise ekonomik beklentileri ön planda tutmasıdır (Kutanis ve Alpaslan 2006: 144). Kadın ve erkek girişimcilerin farklılıklarını ortaya koyması açısından dünyada kabul görmüş araştırmalardan biri Hisrich tarafından yapılmıştır. Çalışmanın bulgularına ilişkin detaylar tablo 2.1’de görülmektedir.

**Tablo 2.1** Kadın ve Erkek Girişimcilerin Karşılaştırılması

<b>Karakteristikler</b>	<b>Erkek Girişimciler</b>	<b>Kadın Girişimciler</b>
<b>Motivasyon</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Kendini gerçekleştirme</li><li>• Bir şey ortaya koymak için çaba</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Bir amaca yönelme, bu uğurda çaba sarf etme</li><li>• Bağımsız çalışma isteği</li></ul>
<b>Girişimde Bulunma Nedeni</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Mevcut işten hoşnutsuzluk</li><li>• İşten çıkarılma</li><li>• Aileden devralma</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• İşten soğuma</li><li>• Belli bir alanda fırsat yakalama</li><li>• Kişisel koşullarda değişiklik</li></ul>
<b>Finansal Kaynakları</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Kişisel varlıklar-birikim</li><li>• Banka kredileri</li><li>• Yatırımcıların desteği</li><li>• Arkadaşlar ve aileden alınan borçlar</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Kişisel varlık-birikim</li><li>• Arkadaşlar ve aileden alınan borçlar</li></ul>
<b>Mesleki Altyapı</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Çalıştığı iş dolayısıyla edinilen deneyim</li><li>• Konunun uzmanı</li><li>• Belli işletmecilik alanlarında uzmanlık</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Faaliyet alanında deneyim</li><li>• Hizmette mesleki deneyim</li><li>• Belli uzmanlık konusunun varlığı</li></ul>
<b>Kişisel Özellikler</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Kararlılık ve inançlılık</li><li>• Hedefe yönelme</li><li>• Yenilikçilik ve idealistlik</li><li>• Kendine güven</li><li>• Hevesli ve enerjik olma</li><li>• Kendinin patronu olma</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Toleranslı olma</li><li>• Yaratıcılık ve gerçekçilik</li><li>• Kendine güven</li><li>• Hevesli ve enerjik olma</li><li>• Çevre ile mücadele edebilme</li></ul>
<b>Geçmiş Yaşamı İle İlgili Konular</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Girişimci olma yaşı: 25-35</li><li>• Baba serbest meslek sahibi</li><li>• Üniversite mezunu</li><li>• İşletme ya da mühendislik bölümü mezunu</li><li>• Ailenin ilk çocuğu</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Girişimci olma yaşı: 35-45</li><li>• Baba serbest meslek sahibi</li><li>• Üniversite mezunu</li><li>• Liberal sanatlar, sosyal bilimler, işletme mezunu</li><li>• Ailenin ilk çocuğu</li></ul>
<b>Destek Grupları</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Arkadaşlar – Eş</li><li>• Profesyonel kişiler (Avukatlar, Muhasebeciler)</li><li>• İş ortakları</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Yakın arkadaşlar</li><li>• Eş</li><li>• Aile üyeleri</li><li>• Kadın girişimci dernekleri</li><li>• Meslek kuruluşları</li></ul>
<b>Kurulan İşletmenin Türü</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• İmalat</li><li>• İnşaat</li><li>• Teknoloji</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Hizmet</li><li>• Eğitim</li><li>• Danışmanlık</li><li>• Halkla ilişkiler</li></ul>

**Kaynak:** Hisrich ve Peters 2002: 76; İltter 2008: 73.

Tablo 2.1, kadın ve erkek girişimcilerin motivasyonlarını, girişimde bulunma nedenlerini, fon kaynaklarını, mesleki geçmişlerini, kişisel özelliklerini, geçmiş yaşamı ile ilişkili altyapılarını, destek gruplarını ve girişim türlerini sınıflamaktadır.

Buna göre; erkekleri girişimci olmaya motive eden faktör, ekonomik olarak bir değer yaratma ve kendini gerçekleştirme olurken, kadın girişimciler için bir amaca yönelme, tek başına fiili olarak ekonomik hayatta var olma ve özgür olma arzusudur.

Girişimde bulunma nedenleri incelendiğinde, erkeklerin girişimci olma nedenleri; mevcut işten hoşnutsuzluk, işten çıkarılma ve kişisel koşullarda değişiklik olarak sıralanmaktadır. Kadın girişimciler incelendiğinde ise, çalıştığı işten soğuma, engellendiğini hissetme ve belirli bir alanda yoğunlaşan ilgi dolayısıyla iş değiştirme girişimci olma nedenleri olarak sıralanmaktadır.

Hisrich'in yaptığı çalışmaya benzer bir araştırma, DeMartino ve Barbato tarafından gerçekleştirilmiştir. Araştırmada kadın ve erkeklerin neden girişimci oldukları sorgulanmaktadır. Buna göre verilen beş faktör arasında bir sıralama yapmaları istenmiş ve kişileri girişimci olmaya iten faktörler cinsiyete göre sıralanmıştır. (DeMartino ve Barbato 2002: 824). Buna göre belirlenen unsurlar tablo 2.2' de incelenmektedir.

**Tablo 2.2** Aynı Faktörler Açısından Değerlendirme Söz Konusu Olduğunda, Kadın ve Erkeklerin Girişimci Olma Nedenleri

<b>Kadınların Girişimci Olma Nedenleri</b>	<b>Erkeklerin Girişimci Olma Nedenleri</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Esnek çalışma koşulları</li><li>• Aile ile daha fazla ilgilenilebilmek</li><li>• Aile ile ilgilenme zorunluluğu</li><li>• Profesyonel kariyerinde gelişme kaydetmek</li><li>• Servet yaratmak</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Servet yaratmak</li><li>• Profesyonel kariyerinde gelişme kaydetmek</li><li>• Aile ile ilgilenme zorunluluğu</li><li>• Aile ile daha fazla ilgilenilebilmek</li><li>• Esnek çalışma koşulları</li></ul>

**Kaynak:** DeMartino ve Barbato 2003: 824

Söz konusu olan çalışmaya göre (tablo 2.2) kadınları girişimci olmaya iten faktörler; esnek çalışma koşulları, aile ile daha fazla ilgilenilebilmek, aile ile ilgilenme



zorunluluğu, profesyonel kariyerinde gelişme kaydetmek ve servet yaratmak olurken, erkek girişimcilerde bu sıralama tam ters şekilde oluşmaktadır. Buna göre erkek girişimcileri girişimci olmaya iten nedenler; servet yaratmak, profesyonel kariyerinde gelişme kaydetmek, aile ile ilgilenme zorunluluğu, aile ile daha fazla ilgilenebilmek ve esnek çalışma koşullarıdır.

Daha önce belirtildiği gibi fon kaynaklarına ulaşma konusunda erkek girişimcilerin daha şanslı olduğu görülmektedir. Buna göre erkek girişimciler işletmelerini kurarken; kişisel varlıklar, bankalar, yatırımcılardan alınan destekler, aile ve arkadaşlardan alınan borçlardan yararlanmaktadır. Fon kaynaklarının büyük bir kısmını banka ve yatırım şirketlerinden alınan krediler oluşturmaktadır. Ancak kadın girişimciler için durum farklıdır; kadın girişimciler yeni işletmelerinin finansmanı için genelde kendi birikimlerini ya da aile veya arkadaşlarından alınan borçları kullanmaktadır. Dolayısıyla kadın girişimcilerin fon kaynaklarının sınırlı olduğunu söylemek mümkündür.

Mesleki altyapıları incelendiğinde erkek girişimcilerin belirli konularda uzmanlaştığı, ilgi alanlarında yüksek düzeyde başarılar elde ettiği ve girişimci olma kararı verirken belli bir sektörde uzmanlaştığı görülmektedir. Kadın girişimciler ise, genelde hizmet sektöründe orta veya üst düzey yöneticiler olarak deneyim sahibi olmaktadır. Ayrıca bu deneyimin genelde yönetsel bir deneyim olduğu bilinmektedir. Dolayısıyla girişimcilik altyapısının kadın girişimcilerde tam oluşmadığı görülmektedir.

Beklendiği gibi girişimcilikte farklı cinsiyetlerin kişisel özellikleri de farklı olmaktadır. Erkek girişimciler; kararlı, inançlı, hedef yönelimli, yenilikçi, idealist, kendine güvenen, hevesli ve enerjik yapıdadır. Ayrıca erkek girişimciler kendi kendinin patronu olma konusunda büyük bir çaba göstermektedir. Kadın girişimcilerin ise; toleranslı, yaratıcı, gerçekçi, kendine güvenen, hevesli, enerjik ve çevre ile mücadele edebilen karakterde oldukları gözlenmektedir. Hisrich'in ulaştığı sonuçlar, kadınların kendi işinin patronu olma konusunda karakter geliştirmediklerini ortaya koysa da yapılan çalışmalar kadınların bir çok nedenden dolayı kendi işletmelerini kurma, dolayısıyla kendi işlerinin patronu olma eğiliminde olduklarını göstermektedir.

Kadın ve erkek girişimcilerin geçmiş yaşamlarındaki altyapıları incelendiğinde; erkeklerin 25 ile 35 yaşları arasında girişimci oldukları, genelinin ailesinde serbest meslek ile yaşamını sürdüren bireylerin bulunduğu, üniversite eğitimi almış oldukları ve ilk çocuk olarak dünyaya geldikleri dikkat çekmektedir. Kadın girişimciler ise; 35 ile 45 yaşları arasında girişimci olmaktadır. Ailelerinde serbest meslek ile hayatını devam ettiren bireylerin bulunduğu bilinmektedir. Kadın girişimciler de üniversite mezunudur ancak, erkek girişimciler gibi işletmecilik, mühendislik ya da teknik dallarda eğitim almak yerine güzel sanatlar ve sosyal bilimlerde eğitim almışlardır ve yine genellikle ilk çocuk olarak dünyaya gelmişlerdir.

Girişimci oldukları süre içinde destek gördükleri gruplar açısından yapılan incelemelerde; erkek girişimcilerin daha büyük ve kurumsal destek gördükleri sonucuna ulaşılmaktadır. Buna göre, erkek girişimcilere; arkadaşları, profesyonel meslek grupları (avukatlar, muhasebeciler), iş ortakları ve eşleri destek olmaktadır. Kadın girişimciler ise; daha çok yakın çevrelerinden (aile, arkadaş grupları), kadın derneklerinden ve meslek kuruluşlarından destek görmektedir. Elbette böyle bir destek mekanizması kadınları girişimci olarak destekleme açısından yetersiz kalmaktadır.

Son olarak kadın ve erkeklerin kurdukları işletmeler incelendiğinde erkek girişimcilerin; imalat, inşaat ve teknoloji sektörlerinde mal veya hizmet üretecek işletmeler kurdukları gözlenmektedir. Ekonomik olarak düşünüldüğünde bu sektörler daha çok altyapı sistemlerini sağlamak üzere inşa edilen temel sektörlerdir. Kadın girişimcilerin ise; eğitim, danışmanlık ve halkla ilişkiler gibi hizmet yoğun sektörleri tercih ederek, mal veya hizmet ürettikleri dikkat çekmektedir. Bu sektörler modernleşme süreci içinde gelişen ve günümüzde ekonomik alışverişin üçte ikilik kısmını oluşturan sektörlerdir.

Tüm bu değerler kadın ve erkek girişimciler arasındaki farkları göz önüne sermektedir. Elbette konu ile ilgili farklı çalışmalar ve ayırım yapan bilim insanları da bulunmaktadır. Çünkü girişimcilik konusu kültürden kültüre ve ülkeden ülkeye farklı anlamlar kazanmaktadır. Dolayısıyla farklı sınıflamalara ve özellik tanımlamalarına rastlamak mümkündür. Bu araştırmalar içinde önemli olanlarından biri de Ronstandt

tarafından yapılmıştır. Araştırmada girişimcilerin deneyimleri, hedefleri, iş faktörleri ve çevresel faktörleri sınıflandırılmıştır. Çalışma ile ilgili detaylar tablo 2.3’de verilmektedir.

**Tablo 2.3** Ronstandt’a Göre Kadın ve Erkek Girişimcilerin Karşılaştırılması

<b>Kişisel Kategoriler</b>	Arada farklar olmakla birlikte bunlar girişimci olmayanlarla karşılaştırıldığında çok küçüktür.
<b>Deneyim</b>	Pek çok aşamada kadınların işlerini kurmadan önce erkeklere göre daha çok doğrudan deneyim edinmiş oldukları gösterilmiştir. Aynı zamanda kadınların işlerini kurduktan sonra erkeklere göre o iş için haftada daha az saat vakit ayırdıkları tespit edilmiştir.
<b>Hedefler</b>	Kadınlar erkeklere göre işin yaşam tarzına daha çok; karlılığına ise daha az önem vermektedir
<b>İş Faktörleri</b>	Araştırmalara göre kadınlar daha küçük ve daha rutin iş alanlarında yer almaktadır.
<b>Çevresel Faktörler</b>	Burada kadın ve erkekler arası kesin bir farklılık söz konusudur. Hemen hemen tüm araştırmalar mali kaynak konusunda; banka ve diğer mali araçlarla etkileşim bağlamında kadınların özel sorunları olduğunu göstermektedir. Aynı zamanda kadın girişimciler erkeklerden çok daha fazla, perakende ticaret ve hizmet sektöründe yoğunlaşmaktadır.

**Kaynak:** Şekerler 2006: 117

Ronstandt’a göre kadın ve erkek girişimcileri kişisel güdülerinden dolayı sınıflamak mümkün olmamaktadır çünkü, asıl ayırım girişimci olan kişiler ile girişimci olmayan kişiler arasında şekillenmektedir. Cooper ve Artz’ın (1995: 440-441) yaptığı bir araştırmada da; kişilik farkı girişimci ve yönetici kadınlar arasında olduğu vurgulanmaktadır. Söz konusu araştırmaya göre kadın girişimciler, finansal güvenliklerini sağlamalarına karşın, hem ev hem de iş dünyasındaki işlerini dengeleyemeyecekleri düşünülmektedir. Yönetici kadınların ise tıpkı girişimci kadınlar gibi finansal güvenliklerini sağladıkları ve bununla birlikte rolleri ve işleri arasında denge kurabilecekleri savunulmaktadır.

Deneyimleri açısından kadın ve erkek girişimciler incelendiğinde; kadınların daha çok doğrudan deneyim sahibi oldukları, erkek girişimcilerin ise profesyonel yardımlar, staj, usta-çırak ilişkisi gibi çalışma durumlarından deneyim elde ettikleri

dikkat çekmektedir. Haftalık çalışma saatleri açısından kadın girişimciler incelendiğinde daha az çalıştıkları belirlenmiştir (daha önceden de belirtildiği gibi, kadın girişimcilerin iş kurma nedenlerinden en önemlisi esnek çalışma saatleridir). Erkek girişimciler ise, haftalık çalışma saati bakımında daha yoğun bir program ile çalışmaktadır.

Kadın ve erkek girişimcilerin hedefleri de farklı olmaktadır. Kadın girişimciler yapacakları işin, yaşam tarzını ve özgürlüğünü öne çıkarırken erkek girişimciler daha çok kar odaklı bir düşünce sistemi geliştirmektedir. Yapılan bir araştırmada, girişimci kadınların firmalarının kuruluş aşamalarında veya kendilerinin işe başladıkları dönemlerde, iş ile ilgili beklentilerini düşük seviyede tuttukları ve böylece hayal kırıklıklarına uğramadıkları gibi tatmin hissine bile ulaşabildikleri vurgulanmaktadır (Cooper ve Artz 1995: 441).

İş ve çevresel faktörler açısından incelendiğinde ise, kadın girişimcilerin, daha küçük ve rutin işlerde çalıştıkları, çevresel destek bulma konusunda erkek girişimcilerden şanssız oldukları ve daha çok hizmet üreten işletmeler kurdukları dikkat çekmektedir.

Tüm değerlendirmeler kadın girişimciliğinin Türkiye’de henüz kurumsal destek görece kadar gelişmediğini, girişimcilik kavramının hala erkeklerin hem düşünsel hem de fiziksel olarak tekelinde olduğunu ve çevresel faktörlerin kadın girişimcilere hala yeteri kadar güvenmediğini göstermektedir.

#### **2.4. KADIN GİRİŞİMCİLERİN TÜRKİYE’DE KARŞILAŞTIĞI ZORLUKLAR**

Son dönemde dünyada ve Türkiye’de yapılan girişimcilik ile ilgili çalışmaların önemli bir kısmı kadın girişimciliğini, kadın girişimcilerin karşılaştığı sorunları ve çözümleri dile getirmektedir (Yıldız 1993; Sipahi 1997; Gürol 2000; Brush vd. 2001; Bruni vd. 2002; DeMartino ve Barbato 2003; Bedük 2005; Clare 2005; Taylor ve Newcomer 2005; Doğramacı 2006; Karateke 2006; Kutanis 2006; Şahin 2006; Şekerler 2006; Yalkıkalın 2006; Yogev 2006; Yıldız 2007; İter 2008; Kaya 2009; Gatewood vd.

2009). Bu nedenle çalışmanın devam eden bölümünde kadın girişimcilerin Türkiye’de karşılaştığı zorluklara ve Türkiye’de kadın girişimcilerin desteklenme politikalarına yer verilmiştir.

Modern dünyada bilim, insanın daha iyi koşullarda yaşamasını sağlamak için çaba sarf etmektedir. Hem doğa bilimleri hem de sosyal bilimler insan unsuruna katkıda bulunmayı amaçlamaktadır. İnsan unsurunu doğrudan inceleyen sosyal bilimlerde, kişinin toplumdan bağımsız olarak ele alınamayacağına ilişkin görüşlerin varlığı bilinmektedir. Bu varsayım bir çok alanda olduğu gibi girişimcilik konusunda da kendini göstermektedir. Dünyanın temel sorunları dendiğinde bir çok yazın ekolojik denge ve ekonomik denge unsuru üzerinde durmaktadır. Ekonomik denge; işsizlik, kadınların ekonomik olarak var olamaması ya da insanca koşullarda çalışmama gibi konuları içermektedir. Tam bu noktada girişimciliğin üzerine önemli bir görev düşmektedir çünkü girişimcilik; işsizliğe bir çözüm, kadınların iş sahibi olması aynı zamanda istihdam yaratması ve kendine güvenen bireyler yetiştirmesi açılarından hem ekonomik olarak hem de sosyolojik olarak önem taşımaktadır.

Girişimcilik gelişmiş ya da gelişmekte olan tüm ekonomilerin temel yapı taşı oluşturur önemli unsurlardan biridir. Toplumların kadın girişimciliği geliştirmeleri yalnızca ekonomik değer yaratma ya da yoksulluğu önleme ile sınırlı değildir. Beraberinde gelecekte var olmak isteyen toplumların her türlü ihtiyacının karşılanması gerçeğini de getirmektedir (İlter 2008: 57). Elbette bu gerçeklik toplumun yarısını oluşturan kadınların ekonomik hayata kazandırılması yoluyla olacaktır. Türkiye’de kadınların girişimci olarak ekonomik değer yaratması sıkça rastlanan bir olgu değildir. Bunun nedeni ise kadın girişimciliğinin yeteri kadar finansman ile desteklenmemesi, kadınlara yüklenen toplumsal roller ve bürokratik engeller olmaktadır.

Bir çok yazar ekonomik hayatta kullanılan geçerli satın alma aracı olan paranın cinsiyeti olmadığı konusunda hemfikirdir. Bu inanış beraberinde kadınların da en az erkekler kadar girişimci olma hakkını getirmektedir. Diğer taraftan ekonomik canlanmanın sağlanması için yeni şirketler kurulmakta ve bunun sonucu olarak da insanlara yeni istihdam olanakları sunulmaktadır. Eğer işletmeler yeni bir iş alanı

keşfetmiş, yenilikçi bir işletme olmayı başarmış ise dünya pazarında kendisine yer bulacaktır (Şahin 2006: 63). Ve bu değer ait olduğu kesin bir cinsiyet yoktur. Dolayısıyla girişimcilerin karşılaştıkları temel sorunlar erkek ya da kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunlar olarak ayrılmamaktadır. Ancak bununla birlikte kadın girişimciliği üzerine ek kısıtlamaların olduğu da bilinmektedir (Şekerler 2006: 121).

Türkiye birbirinden farklı ikili sosyal – kültürel yapıya sahiptir. İstanbul, Ankara, İzmir, Bursa gibi büyük ve modern şehirlerde Avrupa görünümünde olan bir topluluk varken, özellikle gelişmekte olan küçük doğu illerinde geleneksel topluluklar görülmektedir. Bunun bir sonucu olarak erkek – kadın girişimciliği kısıtlamalarının yanına birde kültürel kısıtlamalar eklenmektedir (Şekerler 2006: 121). Dolayısıyla kadın girişimcilerin karşılaştığı sorunları, erkek girişimcilerin karşılaştığı sorunlar ile karşılaştırarak ülkemiz açısından değerlendirmek oldukça faydalı olacaktır. Buna göre; temelde kadın girişimcilerin karşılaştığı sorunları dört ana unsurda incelemek mümkündür.

#### **2.4.1. Sermaye Yetersizliği**

Girişimcilik aktivitelerinin ekonomiye kayda değer ölçüde katkıda bulunmasını sağlamanın temel niteliği, işletmelerin kredilere ulaşabilmesi ve finansal çevrelerden destek görmesidir. Türkiye'deki durum incelendiğinde özellikle kadın girişimciler için yeterli kredi olanağının bulunmadığı, aile ve kişisel birikimlerin finansman kaynağı olarak kullanıldığı ve kredi sağlama koşullarının oldukça zor olduğu ifade edilmektedir (Eğrican ve Karadeniz 2008: 33). Kendi işini kurmak isteyen kadınların öncelikle bir finansman kaynağı bulmaları gerekmektedir ve bunun yolu büyük ölçüde krediden geçmektedir. Kadınların krediye ulaşmaları zor olmakla birlikte kredi olanaklarının yeteri kadar bilinmemesi, kredi almayı önemli ölçüde zorlaştırmaktadır. Ancak kadınların kredi alamamalarının en büyük nedeni, teminat gösterecek varlıkların tümünün erkekler üzerine olması dolayısıyla kadınların teminat varlıklarının olmamasıdır (Şekerler 2006: 122).

2001 yılında ABD’de yapılan işyeri sayımına göre; 9,1 milyon kadın girişimcinin işletme sahibi olduğu, bu işletmelerin 27,5 milyon kişiye istihdam sağladığı ve satışlarının toplamının 3,6 trilyon dolara ulaştığı belirtilmektedir (DeMartino ve Barbato 2002: 817). Bu gelişme kadın girişimcilere sağlanan kredi imkanları ve krediler hakkında yapılan düzenli bilgilendirmeler ile sağlanmıştır. Bir başka çalışmada ise, kendi finansal kaynakları olan veya krediye kolay ulaşan erkeklerin, girişimci olma eğilimi taşıdıkları rapor edilmektedir (Lee vd. 2004: 882). Yapılan bir çok çalışmada işletmelerin başarı ölçütü olarak finansal yapıları ve kredi bulmadaki kolaylıkları alınmaktadır (Taylor ve Newcomer 2005: 24). Dolayısıyla kadınların girişimci olmaya başlamasının en çok desteklendiği ya da engellendiği nokta, işletmenin kurulması için finansal kaynak temin etme durumu olmaktadır. Yapılan bir araştırma, Türkiye’de kadınların kurduğu işletmelerde başlangıç sermayesinin 15.000 TL olduğunu, ancak erkeklerin sahip oldukları işletmelerde bu rakamın 36.000 TL’ye çıktığını göstermektedir (Gürol 2000: 232).

Ülkemizde, finans kurumları kadın girişimcilere ihtiyatlı yaklaşmakta, bunun bir sonucu olarak da kadın girişimciler çek defteri, senet ya da kredi alabilme gibi konularda problem yaşamaktadır. Kredi koşullarının kolaylaştırılması, sektör sınırlamalarının kaldırılması, prosedürlerin hafifletilmesi, bilgilendirme faaliyetlerinin artması bireyleri girişimci olmaya teşvik edecek yaklaşımların benimsenmesi ekonomik değer yaratıcı olarak kadınların ekonomide var olmasını sağlayacak sermaye yetersizliğini önleyebilecek önlemler olarak önem kazanmaktadır (Şekerler 2006: 128).

#### **2.4.2. Tecrübe Eksikliği**

Kadınların yüzyıllar boyunca sosyal ve ekonomik haklardan mahrum bir hayat yaşadıkları bilinmektedir. Dolayısıyla tecrübe eksikliği, daha çok kadın girişimcilerin yaşadığı bir problem niteliği taşımaktadır. 20. yüzyılın başlarında kadınların iş hayatına girmesiyle birlikte en temel hakları elde etmeye başladığı görülmektedir. Bunun bir sonucu olarak da kadınlar, hem ücretli çalışma konusunda hem de kendi işine sahip olma konusunda ilerlemiştir. Ücretli çalışan işçi konumunda iken karşılaştıkları problemler (Bu problemlerden bazıları; cam tavanlar, cinsel taciz, eşit olmayan ücret

politikaları ve esnek olmayan çalışma saatleridir), kadınları kendi işlerinde çalışmaya eğilimli hale getirmiştir. Dolayısıyla 1970'lerden itibaren kadınlar kendi işlerini kurmaya başlamış ve 1990'larda bu tip işletmelerin kurulma hızı artmıştır. Ancak erkek girişimcilerin daha uzun süredir iş hayatında bulunması, eğitim alma konusunda daha şanslı olması ve toplum tarafından girişimcilik kavramının erkek girişimcilere yüklenmesi, kadın girişimcileri erkek girişimciler karşısında daha tecrübesiz konuma itmektedir. Hatta lisans ya da lisans üstü eğitim alan kadın girişimcilerin ancak bir kısmı iş tecrübesine sahipmiş gibi algılanmaktadır (İlter 2008: 63; Şahin 2006: 67; Bruni vd. 2004: 258-259).

Kadınların; bağımsızlık, inisiyatif kullanma ve yeni fikirleri benimseme gibi olumlu özelliklerine karşın bu yeteneklerin kültür ve geleneklerle sınırlandırılmış olması, kadınları işletme kurarken bürokratik engellerle baş etme, işyeri kiralama ya da kalifiye çalışan bulma konularında sıkıntıya düşürmektedir (Şekerler 2006: 123). Ayrıca deneyim; objektif stratejilere, uygun insan kaynaklarına ve örgütsel kaynaklara ulaşmada önemli bir adım olarak gösterilmektedir (Kisfalvi 2002: 493). Kadın girişimcilerin profilleri incelendiğinde; içinde buldukları aileden hem finansal hem de duygusal anlamda destek aldıkları gözlenmektedir. Bunun yanı sıra, aileden gelen bir güçlülük duygusu, erken yaşlarda kazanılan iddiacı olma gibi yeteneklerde kadınları kendi işlerini kurmaya itmektedir. Bu tip girişimcilerde, tecrübe sorunu kısa zamanda aşmakta ve girişimci kadın, oldukça bilinçli bir şekilde karar almakta ve bu kararları profesyonel bir şekilde uygulamaktadır (Gürol 2000: 229-236).

### **2.4.3. Toplumun İş Kadınına Bakışı**

Kadınlar toplumda uzun süre erkek egemenliği altında yaşamışlardır. Bunun bir sonucu olarak da toplum erkek ve kadına farklı roller tanımlamıştır. Buna göre erkek; evin ekonomik gereksinimi karşılamak, kadın ise; evin bakım işlerini ve çocukların sorumluluğunu almak durumundadır (Şekerler 2006: 124). Ancak 20. yüzyıla gelindiğinde, geçmişte yaşanan iki dünya savaşı, başta endüstri olmak üzere kadının bütün sektörlerde istihdamını arttıran önemli bir faktör olmuştur. Savaş nedeni ile cepheye giden erkek çalışanların yerini kadın çalışanlar almıştır. İkinci dünya savaşı



döneminde özellikle savaş ağırlıklı endüstrilerde, fabrika işçisi veya katiplik gibi görevlerde yer alan kadınlar, işgücünün ayrılmaz bir parçası haline gelmişler hatta savaş sonrası dönemde de hizmet ve katiplik ağırlıklı işlerin çoğunu üstlenerek istihdamdaki yerlerini korumuşlardır (Gürol ve Marşap 2007: 96). Uzun süredir iş hayatında bulunmalarına rağmen, kadınların ekonomik hayatta var olması bazı toplumlar tarafından kabul görmemiştir. Tüm bu negatif gelişmelere rağmen oldukça başarılı kadın girişimcilerin varlığı da bilinmektedir.

Bir çok toplumda olduğu gibi, Türkiye’de de kadının toplum içindeki rolü; toplumsal yapıya göre değişmektedir. Genel olarak kadının ücretli bir işte çalışması ancak anne rolünü yerine getirdiği durumda mümkün olarak algılanmaktadır. Dolayısıyla bu algı, kadına zaman ve hareket açısından büyük bir kısıtlama getirmektedir (İlter 2008: 90-91). Ancak modern dünyanın bir gereksinimi olarak, dünyanın diğer yarısını oluşturan kadınların haklarını araması, hem ekonomik hem de toplumsal olarak özgür olabilmeleri için toplumun kadına atfettiği rol erkeğinkinden farklı olmamalıdır. Örneğin eğitim bu yanlış algıyı giderecek yegane unsurdur. Gelecek neslin üyelerinin ister kadın, ister erkek olsun, çok iyi bir şekilde eğitim alarak ve yeni dünya gerçeklerine hazır olarak yetiştirilmeleri gerekmektedir (İlter 2008: 66).

Kadınların çalışma hayatında karşılaştığı sorunları; taciz, cam tavanlar ve ücret eşitsizlikleri olarak tanımlamak mümkündür. Kimi erkeklerin kadınları yalnızca bir seks objesi olarak görmesi, çalışma hayatındaki kadının işini zorlaştırmaktadır. Bu zorluk cinsel taciz şeklinde olabileceği gibi, kadınların küçük görülmesi şeklinde de olabilmektedir (Aytaç vd. 2009: 21). Cam tavanlar ise özellikle 1970’lerden sonra kadın çalışanların üst düzey yönetici pozisyonlara getirilmemesidir (Altman ve Shortlan 2008: 200). Cam tavan sendromu kadın çalışanların yüksek performanslarına rağmen, muhtemel iş-aile ya da iş-annelik rolü çatışmasında, iş aleyhine olacak bir sonuçlanmayı gözeterek alınan katı ve hukuk dışı terfi önlemidir. Ücret eşitsizlikleri ise; aynı işte çalışmaları halinde kadın ve erkek için ödenen ücretin farklı olması ve bir çok unsurda olduğu gibi kadının bu konuda da mağdur olmasıdır. Bu sorun ücretli işlerde kendini gösterdiği gibi, girişimcilikte de kendini göstermektedir. Örneğin aynı işi tamamlamaya

çalışan kadın ve erkek işletme sahipleri göz önünde bulundurulduğunda, erkeklerin işi daha hızlı ve daha güvenilir bir şekilde yerine getireceği algısı, aynı iş için girişimci kadının daha az kazanması anlamına gelebilmektedir (Şekerler 2006: 91). Tüm bu göstergeler iş gücüne katılan kadın oranının %24,5'ler, işveren kadın oranının ise %6,5'ler dolaylarında kalmasını açıklamaktadır (TÜİK 2010).

Toplumun kadın girişimcilere karşı takındığı tutumu değiştirmek, kısa zaman içinde çözümlenecek bir problem değildir. Kültürel problemler ancak eğitim yolu ile ve uzun bir yolculuğun ardından değiştirilebilir. Dolayısıyla, problemin acil önlem planları olmamakla birlikte, toplumun çeşitli kesimlerine düşen görevler de vardır. Bunlar; meslek odalarının kadın girişimcilere destek olması (Şekerler 2006: 127), aile bireylerinin kadını bir eş ya da anne olmakla birlikte girişimci olarak kabul etmesi, kadınların girişimci özelliklerinin arkadaş çevresinde kabul edilmesi ve (Bruni vd. 2004: 262) en önemlisi “toplumsal cinsiyet” kavramının hem eğitimde hem de hukukta yerini almasıdır.

#### **2.4.4. Bürokratik Engeller**

Ülkemiz içinde yapılan araştırmalar, kadınları girişimcilikten en çok uzaklaştıran faktörlerden birinin bürokratik engeller olduğu konusunda hemfikirdir. Türk toplumu topluluklara bağlılığı yüksek, bireyciliği gelişmemiş bir toplum olarak bilinmektedir. Bunun bir neticesi olarak da, kişisel inisiyatifin ve girişimci faaliyetlerin zayıf olduğu söylenebilmektedir. Dolayısıyla bu durum beraberinde bürokratik kurumların daha baskın olarak geliştiği sonucunu beraberinde getirmektedir (Aytaç ve İlhan 2007: 114). Kadın girişimciliğini engelleyen unsurlardan biri olarak bürokratik engeller incelendiğinde, kurumsallaşmaya karşı tutum bunun önemli örneklerinden biri olmaktadır. Bir çok girişimci kurumsallaşma işlevini; karar alma sürecinin uzaması olarak görmektedir. Ülkedeki bürokratik yapının kurumsallaşmayı teşvik edememesinin en belirgin nedeni; kadın ve erkek girişimcilerin hantal–bürokratik yapıya gidileceğine ve tekrarların yaşanacağına olan inancıdır (Baraz 2006: 126).

Kadınları direk olarak etkileyen bir başka bürokratik engel ise; kadınların yetki ve karar alma süreçlerine etkin katılımlarının sağlanmadığı inancıdır. Bu inanış, ancak kamu sektöründe kadınların yönetime katılmasının önündeki bürokratik engellerin kaldırılması, özel sektörde kadının üst düzey pozisyonlara özendirilmesi gibi çalışmalar ile yıkılabilecektir (T.C. Başbakanlık Kadın Statüsü Genel Müdürlüğü 2008a: 19). Bunun yanında kadınların bürokratik işleri yerine getirmeye başladığı da bilinen diğer bir gerçektir (Kaya 2009: 37).

Problemin çözüm noktası ise; hem kadın hem de erkek girişimcilerin bürokratik engellerden kurtarılması olacaktır. Örneğin işletme kurma ya da tescil ettirme gibi işlemler çok ağır ve zaman alıcı şekilde işlemektedir (Şekerler 2006: 124). Teşviklerden yararlanma ya da girişimcilik konusunda eğitim alma yine bürokratik nedenlerden dolayı zaman alıcıdır (Bilici 2007: 397). Öncelikle işletme kuruluş aşamasında ve kredi sağlama konusundaki bürokratik engeller kaldırılmalı, kredi ve kefalet kooperatifleri gibi mevcut örgütlenme ve programların yeniden yapılandırılması ve bu suretle, giderek daha büyük bir sayıya ulaşan küçük girişimcilere kredi sağlayacak duruma getirilmesi sağlanmalıdır. Bu stratejinin kadın girişimci sayısını artırmada başarısız kalması halinde, bizzat kadınların sahibi oldukları kuruluşlar desteklenmeli, kadınların iş kurma kredileri ve hizmetlerinden yararlanabilmeleri için, bürokratik ve mali işlemler azaltılmalı, banka kredilerinde talep edilen kefalet zorunluluklarını azaltmak üzere, alternatif kefalet biçimleri geliştirilmelidir (Ecevit 2007: 4).

Brush ve arkadaşlarının (2001: 7) kadınların girişimcilik değerleri üstüne yaptığı bir araştırma, kadınların girişimci olmada ve servet yaratmada neden başarısız olduklarının nedenlerine ilişkin açıklamalarda bulunmaktadır. Buna göre kadınlar;

- Yüksek hızla büyüyen işleri istememektedir,
- Büyük servet yaratma konusunda yeterli eğitim altyapısına sahip değildir,
- Büyük servet yaratma konusunda yeterli tecrübe birikimine sahip değildir,
- Güvenilir sermaye yaratacak kadar doğru bağlantıları yoktur,

- Yüksek büyüme içerecek işletmeleri kurma konusunda finansal sıkıntı yaşamaktadır,
- İş planı yapmamaktadır,
- Yüksek sermayeli işyeri kurma konusunda aktif değildir ve
- Sermaye yoğun sektörlerde kuvvetli değildir.

Bu tanımlamanın bir sonucu olarak da, erkekler girişimci olmakla kalmayıp, gelişme potansiyeline sahip işlerde var olurken, kadınlar ancak girişimci olmaya çalışıp, toplumsal kabuğu kırmaya çalışmaktadır (Gatewood vd. 2009: 134).

## **2.5. KADIN GİRİŞİMCİLERİN TÜRKİYE'DE DESTEKLENME POLİTİKALARI**

Yukarıda bahsedilen zorlukların aşılabilmesi için, planlı ve uzun dönemli projelerin ve gerçekçi politikaların uygulanması gerekmektedir. Bu politikalar alternatif bir istihdam olarak kadınları girişimci olmaya teşvik edecek düzenlemelerdir. İçinde; eğitim, iş piyasalarının yapısı, sermaye bulma ve kredi sağlama koşulları, girişimcilerin örgütlenmesi gibi hayati öneme sahip unsurları barındırmaktadır. Uluslararası literatürde kimi ülkelerin yalnızca belirli sektörlerle ve belirli koşullara ait girişimlere destek verdiği konusunda bilgiler mevcut olmakla birlikte, kimi ülkelerin de her hangi bir ayırım gözetmeksizin girişimcileri desteklediği bilinmektedir (Lundström ve Stevenson 2005: 119).

Türkiye'de kadına yönelik girişimcilik politikaları incelendiğinde, kadınların türdeş bir grup olarak ele alınması mümkün olmamaktadır. Çünkü politika konusunu oluşturan kadınlar, beşeri sermaye düzeylerine (eğitimi, beceri düzeyleri ve iş deneyimleri) ve yaşam döngülerine göre birbirinden ayrıştırılmış alt gruplar olarak analiz edilmelidir. Örneğin, şehir yaşamında bulunan, daha eğitilmiş, pazarlanabilir becerilere sahip ve işleri için parasal birikimlerini harekete geçirebilecek kadınlar, kırsal kesimde yaşayan, eğitimsiz ve diğer beşeri sermaye öğelerinden yoksun kadınlardan farklı ele alınmalıdır. Birinci gruptaki kadınlar genellikle girişimciliğe mesleki gelişimlerinin bir parçası olarak yönelirken, ikinci gruptakiler girişimciliğe bir yaşam ve

geçim stratejisi olarak yaklaşmaktadırlar (Ecevit 2007: 42). Dolayısıyla başta kadın girişimciler olmak üzere, girişimcileri doğru biçimde desteklemek için uygun sınıflamalar yapılmalı ve gerçekçi politikalar uygulanmalıdır. Bu politikaları dört ana başlık altında toplamak mümkündür. Bunlar; Eğitim Politikası, İş Piyasalarının Düzenlenmesi, Kredi-Destek Politikaları ve Örgütlenmedir.

### **2.5.1. Eğitim Politikası**

Bir ülkenin refahı ve mutluluğu, pek çok faktörün yanı sıra, söz konusu ülke halkının nitelikli ve sürekli eğitim almasına bağlıdır. Bilgi ve beceriler, bir ülkenin sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel kalkınmasına eklenen katma değerlerdir. Günümüzün dünyası bilgi altyapılı bir topluluktur ve rekabetin yoğunlaşmasıyla, eğitim hiçbir zaman olmadığı kadar önem kazanmıştır. Bireylerin eğitim düzeyinin güçlendirilmesi, bireylerin öz-gelişimine ve refahına katkıda bulunmakla beraber, Türkiye'nin ekonomik potansiyelini de arttırmakta ve aynı zamanda, kadınların küreselleşme sürecine katılmasını da kolaylaştırmaktadır. Bunların yanı sıra, eğitim sistemi toplumsal cinsiyet kalıplarının aşılmasında ve eşit kadın statüsünün kabul görmesinde önemli bir role sahip olmaktadır. (T.C. Kadın Statüsü Genel Müdürlüğü 2008b: 27).

Eğitim aynı zamanda, kadınların işgücüne katılmalarını sağlayan önemli unsurlardan biri olmaktadır ve Türkiye'de yüksek öğretim eğitimi alan kadın sayısı hızlı bir artış içindedir (T.C. Kadın Statüsü Genel Müdürlüğü 2008c: 20). Kadının yaşam düzeyini ve statüsünü yükseltip onu ikincil konumdan kurtaran, eşit bir birey olmasını sağlayan ve bireysel özgürlüğünü koruma altına alan en önemli unsurun eğitim olduğunu söylemek mümkündür (Sipahi 1997: 67; İter 2008: 95).

**Tablo 2.4** Ekim 2009 İtibarı ile Eğitim Durumuna Göre Erkek ve Kadınların İşgücüne Katılım Oranları

<b>Eğitim Durumu</b>	<b>Erkek (%)</b>	<b>Kadın (%)</b>
Okur Yazar Olmayan	37,0	16,6
Lise Altı	69,7	22,8
Lise ve Dengi	75,2	37,7
Yükseköğretim	83,3	72,1

**Kaynak:** TÜİK

Tablo 2.4 eğitim durumuna göre erkek ve kadınların işgücüne katılım oranlarını göstermektedir. Buna göre; erkeklerde işgücüne katılım oranının en düşük olduğu grup okuma yazma bilmeyenler olurken (%37), işgücüne katılım oranının en yüksek olduğu grup yükseköğretim düzeyinde eğitim alanlar (%83,3) olmaktadır. Kadın çalışanlar için de aynı durum geçerlidir. Buna göre; okuma yazma bilmeyen kadınların işgücüne katılım oranı %16,6 olurken; lise altı eğitim sahibi olanlarda bu oranın %22,8; lise dengi okullardan mezun olanlarda %37,7 ve son olarak yüksek öğretim düzeyinde eğitim sahibi olan kadınların işgücüne katılım oranının %72,1 olduğu görülmektedir.

Dünyanın her yerinde olduğu gibi Türkiye’de de kadınlar, ancak eğitim düzeylerini yükseltmeleri, bilgi ve becerilerini artırabilmeleri sayesinde genelde erkeklerin egemen oldukları iş dünyasında kendilerine yer açabilmektedirler. Hatta kadınların egemen oldukları iş alanları dahi oluşturabilmektedirler. İş piyasasına eğitim avantajına sahip olmaksızın girmeleri halinde, az bilgi ve beceri gerektiren işlere yoğunlaşmak zorunda kalmakta, dolayısıyla girişimcilik deneyimi elde etme şansları azalmaktadır. Alınan iyi eğitim, kadının ekonomik yaşama katılımını, hâkimiyet kazanmasını, bireyselliğini ifade etmesini ve yaşam beklentilerinin artmasını sağlarken, hızlı nüfus artışının düşmesini de gerçekleştirebilecektir. Bu bağlamda eğitim, daha önce kullanılmayan ölü bir potansiyelin, üretken güce dönüştürülmesini sağlayan bir araç rolünde bulunmaktadır (İlter 2008: 97).

Girişimciliği arttırmanın temeli, bireylerin eğitim düzeylerini arttırmaktan geçmektedir. Devlet, kar amacı taşımayan örgütler ya da meslek kuruluşları, öncelikle temel eğitimi destekleme konusunda sürdürülebilir planlar hazırlamalı, bunun yanında

girişimcilik eğitimi de verilmelidir. Bununla birlikte kadınların adil bir şekilde önce işgücüne ardından da işveren olarak iş hayatına girişi hem sosyal hem de ekonomik bir kazanç olarak ülkenin kültürüne ve ekonomisine önemli katkılar sağlayacaktır.

İş piyasalarının düzenlenmesi bağlamında diğer bir politika da, DPT'nin hazırlamış olduğu, istihdamın artırılmasında etkin bir araç olarak aktif işgücü politikalarıdır. İşgücünün beceri ve yeterliliğini geliştirerek istihdam edilebilirliğin artırılmasını amaçlayan aktif işgücü politikaları, işgücü yetiştirme, mesleki eğitim ve işgücü uyum programlarını, mesleğe yöneltme, mesleki danışmanlık ve rehberlik hizmetlerinin sunulmasını, iş arama stratejilerinin geliştirilmesini, işsizler, özürllüler, kadınlar ve gençler gibi dezavantajlı grupların iş bulmasını, girişimcilik eğitimlerini ve istihdam garantili eğitim programlarını kapsamaktadır (DPT 2006: 39; Özal 2009: 37; DPT 2000: 54).

### **2.5.2. İş Piyasalarının Düzenlenmesi**

Türk iş piyasası detaylı biçimde incelendiğinde, erkek egemen yapılanmanın burada da hakim olduğu görülmektedir. Dolayısıyla geliştirilecek politikalar öncelikle kadın girişimcileri gözetir nitelikte olmalıdır. İş ve mesleklerin cinsiyet temelinde ayrılmış yapısı içinde kadınların daha çok geleneksel kadın mesleklerinde çalışma ve çalıştırılma eğiliminde oldukları gözlenmektedir. Kadın emeğinin ucuz olması, emek-yoğun sektörlerde kadınları, tercih edilen işgücü durumuna getirmekte ve bu durum kadınları düşük ücretle çalışmaya itmektir. Düşük statülü işler, düşük ücreti, geçici çalışmayı ve sosyal güvencesizliği de beraberinde getirmektedir. Bu durum kadınların işgücü içindeki rolüne yönelik kalıplaşmış düşüncelerin bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır (Karateke 2006: 41).

İş piyasalarında yeterli deneyime sahip olmayan kadın girişimciler; çıraklık, kalfalık ya da mesleki eğitimden yoksun oldukları için beceri kazanma süreçleri uzamakta veya engellenmektedir. Bunun bir sonucu olarak da kadınların girişimci olarak ekonomik hayatta var olmaları ya az görülmekte ya da ciddiye alınmamalarına neden olmaktadır.

Dünyanın farklı ülkelerinde olduğu gibi, her yıl Türkiye’de de binlerce kadın iş piyasasına adım atmaktadır. Bu adım beraberinde bazı zor koşulları da getirmektedir. İş piyasasında var olmak, halihazırda bulunan bir işletmenin satın alınması veya ortak olunması yoluyla olabileceği gibi, yeni işletmenin kurulması şeklinde de olabilmektedir. Var olan bir işletme üzerinden iş piyasalarına giriş, detaylı inceleme gerektirmektedir. Geliştirilmek üzere satın alınan işletmenin finansal durumu (gelir, gider, bilanço) iyice incelenmeli ya da ortaklık durumunda yeni alıcıya yüklenen sorumluluklar iyi takip edilmelidir. Diğer yandan işletmenin eder değerinin doğru biçimde hesaplanması, kullanılan teknolojinin derecesi ve hukuksal koşulların yerine getirilip getirilmediği de ciddiyle incelenmelidir (İlter 2008: 100-112; Karagöz 2009: 61-71).

Girişimcilerin ekonomik hayatta var olmasının diğer bir seçeneği olan yeni işletmelerin kuruluşu ise girişimciye; olası karların hesaplanması, uygun yer seçimi, görev tanımlarının yapılması, sendikal yapının incelenmesi, kredi ve destek durumlarının detaylandırılması, vergi, yatırım ve hedef pazar gibi araştırmaların tamamlanması gibi görevleri yüklemektedir (İlter 2008: 100-112; Karagöz 2009: 61-71).

Özellikle kadın girişimcilerin iş piyasalarındaki negatif koşullardan etkilenmesini önlemek adına; işçi işveren ilişkilerinin düzenlenmesinde hukukun üstünlüğü kabul edilmeli, işletmelere ait sürekli ve uzun dönemli piyasa verilerine kolay ulaşılabilmeli ve işletmeler uzmanlar eşliğinde incelenebilmelidir. Böylece kadın girişimciler hızlı ve emin adımlar atarak kendi kariyerlerine başlayabilmektedirler. Bu koşulların sağlanması girişimcilere iki açıdan destek olmaktadır. Bunlardan ilki; tecrübe eksikliğinden kaynaklanan motivasyon kaybının önlenmesi, ikincisi ise; Türkiye şartlarında zor bulunan sermaye kaynaklarının etkin biçimde kullanılmasıdır.

### **2.5.3. Kredi ve Destek Politikaları**

Girişimciliğin ekonomik bir anlam kazanabilmesi için en önemli unsurlardan biri girişimcilerin parasal olarak desteklenmesidir (Lee vd. 2004: 884). Bu desteklenme daha önceki noktalarda da değinildiği gibi yine toplumsal cinsiyet ekseninde



şekillenmektedir. Erkek girişimcilerin kadın girişimcilerle karşılaştırıldığında finansal destek bulma konusunda daha az zorluk yaşadıkları bilinmektedir.

Finansal sermaye bulma kavramının iki önemli boyutu vardır. Bunlar; kredi ve destek politikalarıdır. Kredi, daha sonra geri ödemek koşulu ile, genelde faiz karşılığı alınan finansal destektir. Öz kaynaklar ve borçlar olmak üzere iki ayrı şekilde bulunmaktadır. Öz kaynaklar kavramı, kişinin kendi maddi birikimini ve yakın çevresinden edinebileceği finansal varlıkları temsil etmektedir ve genellikle krediyi kullanan kişiye faiz yükü getirmemektedir. Borç ise, ticari bankalardan ve yatırımcılardan belirli bir faiz karşılığında kar elde etme umudu ile kullanılan finansman metodudur. Destek politikaları ise, siyasi otoritenin kararı ile belli sektörde ya da belli koşulları sağlamış girişimcilerin, rekabet gücünü arttırmak için, kimi zaman karşılıksız, kimi zaman faizsiz geri ödeme koşulları ile sunulan, yeni işletmelerin kurulmasını ya da gelişmesini sağlayan finansal kaynaklardır (Odabaşı 2005: 87-97).

Avrupa Birliği'nde girişimciliği desteklemenin yalnızca bireyleri desteklemek olmadığı, yeni istihdam alanları yaratmak ve işsizliğe bir çözüm olarak da düşünüldüğü inancı vardır. Bundan dolayı girişimcilere (özellikle kadın girişimcilere) sağlanacak finansal destekler konusunda geniş kapsamlı fonlar oluşturulmuştur (Henry vd. 2003: 17-18). Türkiye'de kadınların, yeni iş kurarken finansal kaynak bulmaları zor olmaktadır. Ancak son yıllarda popüleritesi artan mikro krediler özellikle kadınları girişimci olma noktasında teşvik etmektedir. Bu krediler herhangi bir teminat istemeden, işin niteliğine göre verilmekte ve bireyler gruplar halinde birbirlerine kefil olmaktadır. Bu şekilde hem kadın girişimciliği artmış, hem de beceri düzeyi düşük olan kadınlar geçimlerini sağlama noktasında destek görmüştür. Mikro kredilerin çarpıcı örnekleri özellikle Asya ülkeleri başta olmak üzere, Güney Amerika ülkelerinde görülmektedir ve bu krediler sayesinde kadın girişimcilerin işlerini %30 büyüttükleri tespit edilmiştir (Türk 2006). Nitekim Türkiye'de Başbakanlık Kadın Statüsü Genel Müdürlüğü, Kadının Ekonomik Statüsünü Güçlendirme Dairesi tarafından verilen bu krediler her sene binlerce ev kadınına (örneğin Diyarbakır'da desteklenen bir mikro kredi projesinde 6126 kişiye mikro kredi sağlanmıştır) çalışma hayatına girişimci olarak

dahil etmektedir (T.C. Başbakanlık Kadın Statüsü Genel Müdürlüğü 2008e: 14-16). Diğer yandan ise kadınların kurdukları işletmeler büyümeye başladıkça kredi sağlayan kuruluşlar kadınlara kredi kullanım olanakları sağlamaya başlamaktadır (Brindley 2005: 156). Dolayısıyla işletmenin geliri arttıkça finansal kaynak bulma olasılığı da artmaktadır (Lee vd. 2004: 889).

Bazı çalışmalar erkeklerin kadınlardan daha riskli işlerde faaliyet göstermelerine rağmen krediye daha kolay ulaştıklarını göstermektedir (DeMartino ve Barbato 2002: 820). Bankaların kadın girişimcilere kredi sağlama konusunda ön yargılı oldukları bilinmektedir. “Bunun nedenlerinden biri de kadınların teminat gösterecek varlıklarının tümünün erkekler üzerine olması dolayısıyla kadınların teminat varlıklarının olmamasıdır” (Şekerler 2006: 122). Bunun bir sonucu olarak da kadınların kredi almak için erkek ortak bulmaya zorlandığı görülmektedir (İlter 2008: 99-100; Sondakh ve Rajah 2006: 232-238). Oysa yeni fikirleri desteklemek, istihdama katkıda bulunmak ve atıl olarak kullanılan kadın işgücüne uygun fırsatlar sunmak için girişimcilere sağlanacak kredi ve destek politikalarının geliştirilmesine ihtiyaç vardır. Özellikle;

- Girişimcilerin kredi alma koşullarını kolaylaştırmalı,
- Teminat koşullarını uygun hale getirmeli,
- Yeni girişimlere verilecek kredilerin faiz oranları düşürülmeli,
- Girişimcilere destek olan sivil toplum kuruluşları geliştirilmeli,
- Hükümet yeni ve alternatif destek politikaları belirlemeli,
- Finans kurumları ile işbirliği içinde seçilen girişimciler desteklenmelidir.

Bu politikalar girişimcilerin kredilere ulaşmasını kolaylaştıracak ve ekonomik bir değer olarak yeni fikirlerin hayata geçmesini sağlayacaktır. Bununla birlikte yeni işletmeler sürekli fark yaratan girişimler olacak böylece kredilerin ekonomiye katkısı katlanarak artacaktır. Son olarak, yeni girişimlerin desteklenmesi yalnızca girişimci olmak isteyen bireye değil onunla birlikte çalışacak olan kişilere de yeni istihdam alanları sağlayacaktır.

#### 2.5.4. Örgütlenme

Girişimcileri destekleme politikası olarak örgütlenme, girişimcilerin birlikte hareket etmesini sağlayacak hukuksal ve politik yapının tesisidir. Örgütlenme hakkı, Uluslararası Çalışma Örgütü tarafından: barışın, toplumsal adaletin ve özgürlüğün teminatlarından biri olarak gösterilmektedir (UÇÖ 2007: 7).

İş dünyasındaki toplumsal cinsiyet algısı, örgütlenme kültürü üzerine de negatif etkide bulunmaktadır. Genelde erkek girişimciler kendi aralarında güçlü bir iletişim barındırmaktadır. Ancak kadın girişimciler incelendiğinde böylesine kuvvetli bir bağın oluşmadığı görülmektedir. Birlikte hareket edebilmek, ortak karar almak ve sivil toplum kültürünü geliştirmek için, kadın girişimcilerin iş tecrübelerini paylaşmaları, bilgilerini diğerlerine aktarmaları, potansiyel güçlerini ve kapasitelerini keşfederek birbirlerine yardım edebilmeleri için çok iyi bir iletişim ağı kurmaları gerekmektedir (İlter 2008: 119).

Sivil toplum kuruluşları, yalnızca girişimciliği destekleme noktasında değil aynı zamanda kalıplaşmış toplumsal cinsiyet algısını, farklı bir ifade ile iş ve günlük hayatta kadın – erkek eşitliğini sağlamada da önemli role sahiptir. Dolayısıyla yalnızca kadın sorunları ile ilgilenen kuruluşların değil, tüm sivil toplum kuruluşlarının cinsiyet eşitliğine önem vermesi gerekmektedir. Bunun yanında kadın girişimcilerin cesaretlendirilmesi ve desteklenmesi için de, özellikle kadın girişimciliğine önem veren politik oluşumların ve sivil toplum kuruluşlarının var olması gerekmektedir. Bu kurumlardan bazıları aşağıda sıralanmıştır;

- T.C. Başbakanlık Kadın Statüsü Genel Müdürlüğü (KSGM)
- Türkiye Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER)
- Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği Kadın Girişimciler Kurulu (TOBB-KGK)
- Kadınlarla Dayanışma Vakfı (KADAV)
- Kadın Emegini Değerlendirme Vakfı (KEDV)

Kadın girişimcilerin daha başarılı bir şekilde ekonomik hayatta var olmalarının temel kaynaklarında biri; hali hazırda iş hayatında girişimci olarak bulunan kadınlar ile fikir alışverişinde bulunmak ve onların tecrübelerinden faydalanmaktır. Böylece kadın girişimciler, kendi aralarında kuvvetli iletişim oluşturacak ve toplu karar alarak isteklerini daha güvenceli bir şekilde dile getirebileceklerdir.

## **2.6. CİNSİYET VE BAŞARI ALGISI**

Günümüz dünyasında kadına karşı pozitif yaklaşım sağlayan eşitlikçi normlar ve ekonomik baskı (iki kişinin çalışması ile elde edilen gelir ihtiyacı) çalışan kadına olan negatif tutumu değiştirmiştir. Bunun yanında yapılan yeni hukuksal düzenlemeler de işyerinde kadınların karşılaştıkları taciz ve zorbalığı yok etmek üstüne tasarlanmıştır. Bunların sonucu olarak son dönemde kadınların cam tavanları kırmaya başlaması ile daha yüksek seviyede söz hakkı ve güç elde etmiş kadınların sayısı artmaktadır (Rudman ve Phelan 2008: 62). Ancak tüm bu olumlu gözükten değişimler kültürel gecikme dolayısıyla toplumların klasik başarı algısını değiştirmesine bu denli hızlı etki etmemektedir. Bunun bir sonucu olarak da, toplumlarda egemen olan (dişil ya da eril) değerlere göre girişimci kadın ve erkeklerin başarı tanımı değişmektedir.

### **2.6.1. Cinsiyetin Başarı Algısına Etkisi**

Başarı tanımına etki eden faktörler incelendiğinde; kadın ve erkek girişimciler arasındaki biyolojik düşünsel süreçlerin farklılıkları, girişimci olma nedenlerindeki farklılıklar ve amaçlara ulaşmada izlenen yöntem farklılıkları göze çarpmaktadır (Baron ve Markman 2003: 43). Ancak unutmamak gerekir ki biyolojik düşünsel süreç haricindeki tüm başarı tanımları doğal olmayan ve kişilere toplum tarafından öğretilmiş olan değer yargılarından oluşmaktadır.

Amerika'da yapılan bir araştırma girişimcilerin testosteron hormonu seviyeleri ile girişimci davranışları arasındaki ilişkiyi incelemektedir (White vd. 2006: 21). Bu

araştırmanın sonuçlarına göre\*; kişinin salgıladığı testosteron ile girişimcilik ve risk alma seviyesi arasında pozitif yönlü ve istatistiki olarak anlamlı bir ilişki vardır. Dolayısıyla girişimcilik güdüsünün ve risk alma davranışının öğrenilebilir tarafı ile birlikte kalıtsal tarafının da olduğu ortaya çıkarılmıştır. (White vd. 2006: 27). Bunun yanında kadın ve erkeklerin algısal süreçlerinde istatistiki bir farklılık olmadığı göz önünde bulundurulduğunda, önemli olan noktanın kadının bir girişimci olarak toplum içinde nasıl algılandığı konusu olduğu söylenebilir.

Bir işletmenin faaliyetlerine devam etmesinin anahtar noktası “başarılı olması” ise, kadın ve erkek girişimcilerin başarıyı tanımlamalarındaki farklılıklar, kişilere toplum tarafından benimsetilmiş başarı algısını da göstermektedir. Ceylan ve Demircan’ın yaptığı bir araştırma (2002: 9-13) kadınların girişimci olma nedeninin, kendi işinin patronu olma isteği olduğunu gösterirken erkeklerin, kendi işinin patronu olmayı zaten hak ettiklerini düşündüğünü ve dolayısıyla bunu bir neden olarak görmek istemediklerini ortaya çıkarmıştır. Oysa kadın girişimciler, klasik kadın rollerinin dışında çalışan ve girişimci olarak var olmak istediklerinden dolayı kendi işine sahip olmayı baskın bir tercih olarak görmektedir.

Türkiye’de mesleki açıdan bir değerlendirme yapıldığında, parlamenterlerin %9’u, üst düzey yöneticiler, hukuk ve yönetimde olanların %8’i, profesyonel ve teknik çalışanların ise %33’ünün kadın olduğu tespit edilmiştir (UN 2009: 187). Bu bağlamda Türk kültürünü görüntüde erkeksi fakat gerçekte kadınsı kültür eğiliminde olan bir ülke olarak yorumlamak mümkündür (Hofstede’nin çalışmalarında vurguladığı gibi). Cinsiyet rollerinin Türk kadın yöneticiler üzerindeki etkilerini belirlemek amacıyla yapılan bir araştırmanın sonuçlarına göre Türk kadın yöneticilerin ortak özellikleri; ön plana çıkmamak, kontrollü bir kadınsı görünüme sahip olmak, feminist olmamak, sosyo-ekonomik açıdan üst sınıf mensubu olmak, güçlü bir kişiliğe sahip olmak, yüksek

---

\*Cinsiyetler arası testosteron salgı düzeyi farklı olduğundan, kesin bir sonuca ulaşmak mümkün olmamakla birlikte, tahmin edilen sonuçlar cinsiyet temelli istatistiki farklılık olmayacağı yöndedir. Erkeklerde daha baskın olarak salgılanan bu hormonun, kadınlar kısmı ek maliyet yüzünden gerçekleşmemiştir

başarı güdüsüne sahip olmak, son olarak da evli ve çocuklu bir yaşam sürmek şeklinde sıralanmaktadır (Öğüt ve Kocabacak 2008: 156).

Kadınların başarılı birer girişimci olması toplum tarafından kabul edilebilmeleri ve sosyal becerilerinin tanınması ile paralel olarak gelişmektedir. Başarılı girişimcinin stratejilerinin belirlenmesine yönelik yapılan bir araştırmada sosyal becerilerin önemli bir faktör olduğu ileri sürülmektedir. Buna göre sosyal olarak kabul edilebilecek girişimcilerin dört özellik barındırması gerekmektedir. Bu özelliklerden ilki sosyal algıdır. Sosyal algı, halk tarafından beklenen unsurların anlaşılmasını tanımlamaktadır. İkincisi ise, etki yönetimidir. Bu yetenek iyi bir etki yaratmanın yönetim süreci ile ilgili olan kısmıdır. Üçüncüsü, ikna yeteneğidir. Bu yetenek stratejik önem taşıyan kişilerin işe katılmasını sağlamayı ve uygun yatırımcıların desteğini almayı tanımlamaktadır. Son özellik ise, sosyal adapte olabilmelidir. Bu yetenek ayakları yere basan bir düşünce sistemi geliştirerek, durumlar ile kişilerin karşılıklı ihtiyaçlarının tanımlanmasını ve karşılanmasını temel almaktadır (Brush 2008: 25).

Toplumsal cinsiyetin başarı tanımına etkisi kuşkusuz kadın girişimciliğine ve girişimcilikte başarı unsuruna etki etmektedir. Tüm sonuçlar göz önüne alındığında, kadınların daha meydan okuyan, daha ikna eden ve daha stratejik ilişkiler içeren girişimler kurduğunu söylemek mümkün olmaktadır (Gundry ve Welsch 2001: 456). Tüm bunlara ilaveten, kadın girişimcilerin toplum gözünde öneminin iyileştiği ve sosyal kabul edilebilirliğinin arttığı da bilinen gerçeklerden biridir. Dolayısıyla toplumlarda baki olan “tek tip” toplumsal cinsiyet algısı bir yandan girişimcilikte cinsiyet ayrımına yol açmakta diğer taraftan da görünenin üzerinde işsizlik, vergi eksikliği ve kadınların topluma işveren veya çalışan olarak entegre olmasını zorlaştırmaktadır.

Kadın olmayı bir cinsiyet değeri olarak görmeyip eşit bir insan olarak değerlendiren toplumlarda, kadınların veya erkeklerin girişimci olarak sosyal yapıya entegre olması kolaylaşmaktadır. Böyle toplumlarda önemli olan cinsiyetlere yüklenen roller değil, kişilerin başarılı ve sorumluluk esasına dayanan karar ve değerlerinin toplum tarafından kabul görmesidir.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### BURSADA FAALİYET GÖSTEREN KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETME SAHİBİ OLAN KADIN VE ERKEK GİRİŞİMCİLER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

#### 3.1. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

Son yıllarda artan krizler ve değişen dünya düzeni beraberinde işsizliği getirmektedir. İşsizliği önlemek adına yapılan politikaların başında ise girişimciliği desteklemek gelmektedir. Çünkü girişimcilik işsizliğe bir çözüm olmakla birlikte, rekabetçi ve yenilikçi bir çalışma düzeni sağlamaya da katkıda bulunmaktadır. Bir işletmenin devamı başarı unsurunda saklı olduğu için her yıl yüz binlerce yeni işletme kurulmasına rağmen bunların çok azı faaliyetlerini başarılı bir şekilde devam ettirmektedir.

Diğer taraftan kadınların girişimci olarak iş hayatına katılmaya başlaması ile kadın girişimcilerin başarı algısının, geleneksel başarı algısından farklılıklarını ortaya koymayı gerekli kılmaktadır. Çünkü kadın ve erkek girişimcilerin başarı algısındaki farklılıklar desteklenecek sektörlerin belirlenmesinde, girişimcileri motive eden unsurların tanımlanmasında ve başarı faktörlerinin cinsiyete göre dağılımının belirlenmesinde hayati önem taşımaktadır.

### **3.2. ARAŞTIRMANIN AMACI**

Tez kapsamında yapılan araştırmanın amacı, Bursa ilinde çeşitli sektörlerde faaliyet gösteren kadın ve erkek girişimcilerin başarı algısına bakış açılarındaki farklılıkların ortaya çıkarılmasıdır. Bunun yanı sıra girişimcilerin motivasyon kaynaklarının belirlenmesi, toplumsal cinsiyet algısının girişimciliğe olan etkisi ve devlet destekleri ile girişimcilik arası ilişkinin tespit edilmesi çalışmanın diğer amaçlarını oluşturmaktadır.

Ülkemizde girişimcilik ile ilgili yapılan araştırmalar; üniversite eğitiminin girişimciliğe etkisi (Cansız 2007; Tağraf ve Halis 2008: 98; Balaban ve Özdemir 2008: 135), kişilik yapısının girişimcilik ile etkileşimi (Bozkurt 2007: 95), girişimcilerin sorunları (Bilici 2007: 383) ve girişimciliğin ekonomik önemi (Betil 2007) konularını incelemektedir. Son zamanlarda ise kadın girişimciliğini çeşitli perspektiflerden ele alan çalışmalar (Sipahi 1997; Bedük 2005; Karateke 2006; Kutanis ve Alpaslan 2006; Şekerler 2006; Gürol ve Marşap 2007; İlder 2008) bulunmaktadır. Girişimcilikte başarı konusuna değinen çalışma sayısı ise oldukça sınırlıdır. Bu çalışmaların ilki, başarı ihtiyacının kişilik özellikleri ile ilişkisini (Ceylan ve Demircan 2002) incelemektedir. Yelkikalan'ın (2006: 46) yaptığı çalışma ise başarılı girişimcilikte cinsiyetin rolü üzerine odaklanmaktadır. Son olarak da Benzing ve arkadaşları (2009) girişimcilikte başarı faktörleri (2009) üzerine incelemelerde bulunmuştur. Bu çalışma ise girişimcilerin başarı algısını belirlemek üzere ilk defa Girişimci Öz Yeterlilik ölçeğini kullanması bakımından diğer çalışmalardan farklıdır.

### **3.3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ**

Araştırmada kullanılan anket iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölüm De Noble vd. (1999), Kickul ve D'Intino (2005) tarafından geliştirilmiş, Naktiyok vd. tarafından (2009) geçerlilik güvenilirliği yapılarak Türkçeye kazandırılmış olan 5'li likert ölçeği ile ölçülen 35 maddeden oluşan Girişimci Öz Yeterlilik ölçeğidir (Ek 1) (Entrepreneurial Self-Efficacy). Naktiyok ve arkadaşları (2009) tarafından yapılan faktör analizi sonrasında 2 maddenin hiçbir boyuta girmediği saptanmış ve bu maddeler



analiz dışında tutulmuştur (7. ve 9. madde). Birinci bölümde de belirtildiği gibi başarı algısının 10 farklı boyutu vardır. Bu boyutlar; yeni fırsatların farkına varma (Baum vd. 2007: 3), uygun personel politikası geliştirme (Baum vd. 2007: 4; Morrison 2000: 62), risk alabilme, özgüven sahibi olma (Oosterbeek vd. 2009: 5), vizyon sahibi olma, yeni ürün ve hizmet geliştirme (Chen vd. 1998: 300; Krueger 1999), finansal kaynaklara yakın olma (Taylor ve Newcomer 2005: 24), yenilikçi çevre sahibi olma (Baum vd. 2007: 1) ve beklenmedik zorluklar ile başa çıkma (DeNoble vd. 1999) şeklinde sıralanmaktadır. Girişimci öz yeterlilik ölçeğinde bu boyutların 6 tanesine ilişkin ölçüm yapılabildiğinde dolayı tercih edilmiştir. Bu boyutlar;

- **Temel amacı tanımlamak:** İşletme için vizyon ve misyon belirleme bunun yanı sıra yatırımcılar ve nitelikli personel ile iletişime geçebilme ile ilgili yeteneklerdir. Bu yetenek içinde iletişim becerilerini barındırmakla birlikte girişimcinin yöneleceği amacı tanımlaması açısından önem taşımaktadır. De Noble ve arkadaşlarının (1999) belirttiği üzere, daha önceki çalışmalar incelendiğinde bir vizyona odaklanma ile başarılı girişim oluşturma arasında kuvvetli bir ilişki vardır.
- **Beklenmedik zorluklarla baş etmek:** Risk ve belirsizlik içeren durumlarla başa çıkabilme ile ilgili yeteneklerdir. Bu yeteneğe sahip girişimciler, girişimlerde kriz durumlarında ortaya çıkan gerginliği idare edebilmektedir. Özellikle beklenen mali destek gelmediğinde ya da piyasa koşulları değiştiğinde bu tip girişimciler hızlı karar alarak işletmenin devamlılığının sağlanmasına büyük katkıda bulunmaktadır (De Noble vd. 1999). Dolayısıyla beklenmedik zorluklarla baş etme değişkeni literatürde başarılı bir işletmenin kriterlerinden biri olarak değerlendirilmektedir.
- **Yenilikçi bir çevre oluşturmak:** Çevredeki kişileri cesaretlendirme kapasitesi ile ilgili yeteneklerdir. Bu yeteneğe sahip olan bireyler kendi kararlarının sorumluluklarını taşıyabilecek ve çevrelerindeki kişileri yaratıcı kararlar almaya teşvik edecek kapasiteye sahiptir ve literatürde yenilikçi çevre oluşturmak

başarılı işletmelerin değerlendirilmesi konusunda önemli bir yer tutmaktadır (Chen vd. 1998).

- ***Yeni ürün ve pazar fırsatları geliştirmek:*** Piyasadaki fırsatları fark edebilme ile ilgili yeteneklerdir. Bu yeteneğin yüksek olduğu bireyler sürekli olarak yeni ve başarılı olabilmeye ihtimaline sahip girişimlerin farkındadır. Ayrıca yeni ürün ve pazar fırsatları geliştirebilme yeteneği literatürdeki bir çok çalışma tarafından başarının önemli bir kriteri olduğu konusunda vurgulanmaktadır (Krueger 1999)
- ***Yatırımcılarla ilişki başlatmak:*** İşletmenin kuruluş aşamasında gerekli olan fon kaynağının temin edilebilmesi ile ilgili yeteneklerdir. Bu yetenek vizyon sahibi girişimcinin ekonomik hayatına devam edebilmesi için ulaşması gereken kaynakları temsil etmektedir (De Noble vd. 1999). Yapılan araştırmalar başarının önemli bir noktası olduğunu tespit etmekle birlikte girişimcinin eğitim durumu ile finansal kaynak bulma potansiyeli arasında pozitif bir ilişki olduğunu göstermektedir (Charney ve Libecap 2000: 5-7).
- ***Temel insan kaynakları belirlemek:*** Uygun insan kaynakları politikası geliştirmek ve nitelikli personelin istihdam edilebilmesi ile ilgili yeteneklerdir. Bu yeteneğe sahip girişimciler herhangi bir görev için uygun yeteneklere sahip kişilerin istihdamını sağlayacak vizyona sahiptir. Ayrıca temel insan kaynakları belirleme yeteneği ile yüksek girişimcilik faaliyetleri arasında pozitif yönlü ilişki olduğu literatürdeki diğer çalışmalar tarafında da desteklenmektedir (De Noble vd. 1999).

İkinci bölüm ise KOSGEB tarafından geliştirilen Girişimcilik Anketinden (orijinal anket 57 sorudan oluşmaktadır) çalışma ile ilgili olarak seçilmiş 4'ü açık uçlu, 22'si çoktan seçmeli olmak üzere toplam 26 sorudan oluşmaktadır (Ek 1). Anketler SPSS 13.0 istatistik programı vasıtası ile analiz edilmiştir.

### 3.4. ARAŞTIRMANIN ÖRNEKLEMİ

Çalışmanın hedef kitlesi; Bursa Ticaret ve Sanayi Odası'nın Kadın Girişimci Kurulu, Genç girişimci Kurulu ve BTSO Meclis Üyeliği bulunan hizmet ve sanayi sektöründe faaliyet gösteren işletme sahibi olan girişimciler olarak belirlenmiştir. Bu yapılanma incelendiğinde;

Kadın girişimciler kurulu Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği nezdinde kurulan ve TOBB yönetim kurulunun alacağı kararlara ışık tutan kadın girişimcilik konusunda genel politikalar geliştiren ve görüş oluşturulmasına katkıda bulunan istişari bir kuruldur. Kurul aynı zamanda kadın girişimcilere eğitim, kapasite geliştirme desteği ile girişimci fikirlerini hayata geçirmelerinde destek sağlamak üzere kurulmuştur. Bu kurulun görevleri; Ülkemizdeki kadın girişimci potansiyelinin nicelik ve nitelik bakımından geliştirilmesi ve daha donanımlı hale getirilmesi amacıyla politika belirlemek ve girişimcilik kültürünün kadınlar arasında gelişmesine öncülük etmektir (<http://www.kadingirisimciler.org.tr/ilesas.php>). Bu kurulun BTSO kapsamında faaliyet gösteren 50 kadın üyesi vardır.

Genç girişimciler kurulu Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği nezdinde kurulan ve TOBB Yönetim Kurulunun alacağı kararlara ışık tutan, genç girişimcilik konusunda genel politikalar geliştiren ve görüş oluşturulmasına katkıda bulunan istişari bir kuruldur. Kurul aynı zamanda genç girişimcilere eğitim, kapasite geliştirme desteği ile girişimci fikirlerini hayata geçirmelerinde destek sağlamak üzere kurulmuştur. Bu kurulun görevleri; Ülkemizdeki genç girişimci potansiyelinin nicelik ve nitelik bakımından geliştirilmesi ve daha donanımlı hale getirilmesi amacıyla politika belirlemek ve girişimcilik kültürünün gençler arasında gelişmesine öncülük etmektir ([http://www.gencgirisimciler.org.tr/tobb\\_cal\\_esas.php](http://www.gencgirisimciler.org.tr/tobb_cal_esas.php)). Bu kurulun BTSO kapsamında faaliyet gösteren kadın ve erkeklerden oluşan 50 üyesi vardır. BTSO Meclisi ise, Bursa Ticaret-Sanayi Odası kapsamında en yetkili karar alma birimidir ve toplam 148 kişiden oluşmaktadır (<http://www.btso.org.tr/?page=introduction/membersassembly.asp>).

11 Şubat 2010 tarihinde BİTİSO'nun ekonomik raporları hazırlama ve bilimsel araştırmaları takip etmekle yükümlü Etüd ve Arge Birimi ile iletişime geçilmiş ve bu sayede toplam 248 girişimciden anketi yanıtlaması talep edilmiştir. 28 Mart 2010'da yapılan Kadın Girişimciler Kurulu toplantısına ve 2 Nisan 2010'da yapılan Genç Girişimciler Kurulu toplantısına katılan toplam 122 girişimci ankete katılmayı kabul etmiş (kabul oranı: %49) ve anketler uygulanmıştır. Ancak 16 katılımcının anket formları; Girişimci z Yeterlilik leğine verdikleri eksik yanıtlardan ve yalnızca tek kategorinin işaretlenmesi istenen çoktan seçmeli sorulara birden fazla yanıt verdiklerinden dolayı değerlendirmeye alınmamıştır. Böylece 106 girişimciden alınan yanıtlar değerlendirmeye tabi tutulmuştur.

### **3.5. ARAşTIRMANIN KISITLARI**

Araştırma sırasında, anket uygulaması içeren bilimsel çalışmaların temel zorlukları ile karşı karşıya kalınmıştır. Uzun olan anket formları her ne kadar kısaltılmış dahi olsa, bazı girişimcilerin zaman kısıtlarından dolayı sıkıntı yaratmıştır. Ayrıca ankete katılan girişimcilerin iradi olarak yönetim kademesinde görev alan girişimcilerden oluşması diğer bir kısıtlılık alanı olarak değerlendirilebilir.

Anket uygulamalı çalışmalarda karşılaşılan problemlerin en aza indirilmesi için gerekli çaba sarf edilmiştir. Ancak bilindiği gibi bu tip sorunlardan tamamen arınmış bir çalışmanın hazırlanması neredeyse mümkün olmamaktadır. Ankete katılan girişimcilerin yoğun iş programları, yurtiçi ve yurtdışı seyahatleri, zaman kısıtları ve anket çalışmasına sıcak bakmadıkları da bilinmektedir.

### **3.6. ARAşTIRMANIN HİPOTEZLERİ**

Araştırmanın hipotezlerini başarıyı sağlayan unsurlar ve cinsiyet temelli yaklaşımlara ilişkin düşünceler oluşturmaktadır. İleri sürülen hipotezler aşağıdaki gibidir:

H1: Kadın girişimcilerin temel amacı tanımlama becerileri erkek girişimcilerin temel amacı tanımlama becerilerinden farklıdır.

H2: Kadın girişimcilerin beklenmedik zorluklarla mücadele etme becerileri erkek girişimcilerden farklıdır.

H3: Yüksek eğitim düzeyine sahip girişimcilerin yenilikçi çevre oluşturma unsuru düşük eğitim düzeyine sahip girişimcilerin yenilikçi çevre oluşturma unsurundan farklıdır.

H4: Cinsiyet ile girişimcilik için en önemli motivasyon kaynağı arasında ilişki vardır.

H5: Cinsiyet ile bir girişimcide bulunması gereken en önemli şart arasında ilişki vardır.

H6: Cinsiyet ile kişinin kendinde bulduğu en önemli girişimci özellik arasında ilişki vardır.

H7: Cinsiyet ile toplumsal cinsiyet rolleri algısı arasında ilişki vardır.

### **3.7. ARAŞTIRMANIN BULGULARI**

Elde edilen bulgular altı ayrı bölümde incelenecektir. Bu bölümler:

- Demografik verilere ilişkin bulgular
- Girişimcilik tutumuna ilişkin bulgular
- Ailede girişimcilik ve toplumsal cinsiyet algısına ilişkin bulgular
- Girişimcilik ve finansmana ilişkin bulgular
- Girişimci Öz Yeterlilik ölçeği ekseninde elde edilmiş bulgular
- Cinsiyet değişkeni ekseninde elde edilen bulgular

#### **3.7.1. Demografik Verilere İlişkin Bulgular**

Katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik 3 açık uçlu ve 2 çoktan seçmeli soru hazırlanmıştır. Bu sorular katılımcıların cinsiyetini, eğitim durumunu, yaşını, kaç yıldır kendi işini yaptığını ve içinde bulunduğu sektörü tanımlamak üzere tasarlanmıştır.

**Tablo 3.1** Katılımcıların Cinsiyetlerine İlişkin Bulgular

Cinsiyet	Frekans	(%)
Kadın	53	50,0
Erkek	53	50,0

Anketi tamamlayanların %50'si kadın ve %50'si erkek girişimcilerden oluşmaktadır.

**Tablo 3.2** Katılımcıların Eğitim Durumuna İlişkin Bulgular

Cinsiyet	Kadın		Erkek	
	Frekans	(%)	Frekans	(%)
<b>Eğitim Durumu</b>				
<b>İlköğretim</b>	3	5,7	5	9,4
<b>Ortaöğretim</b>	8	15,1	9	17,0
<b>Yüksek okul</b>	8	15,1	13	24,5
<b>Üniversite</b>	21	39,6	20	37,7
<b>Yüksek Lisans ve Üstü</b>	13	24,5	6	11,3

Tablo 3.2. katılımcıların eğitim durumuna ilişkin bulguları sunmaktadır. Buna göre kadın girişimcilerin %39,6'sı (21 kişi) üniversite eğitimi almış, %24,5'i (13 kişi) ise yüksek lisans ve üstü düzeyde eğitim sahibidir. Bunun yanı sıra kadın girişimcilerin %15,1'i (8 kişi) yüksek okul, %15,1'i (8 kişi) ortaöğretim ve %5,7'si (3 kişi) de ilköğretim düzeyinde eğitim sahibidir. Erkek girişimciler incelendiğinde ise %37,7'si (20 kişi) üniversite, %24,5'i (13 kişi) yüksek okul, %17'si (9 kişi) ortaöğretim, %11,3'ü (6 kişi) yüksek lisans ya da üstü ve son olarak da %9,4'lük (5 kişi) bir kısmı da ilköğretim düzeyinde eğitim sahibidir. Girişimcilerin eğitim durumunun bu denli yüksek olmasının bir sonucu olarak da, yeni nesil girişimcilerin dünya ile rekabet içinde ve yeni fırsatların farkında olarak girişimcilerini başarılı bir şekilde devam ettirdikleri söylenebilir.

Katılımcıların yaşları 23 ile 69 arasında değişmekte ve ortalaması  $39\pm 8,84$  olarak gerçekleşmektedir. Katılımcıların kendi işlerini yürütme süresi, 1 ile 41 yıl arasında değişmekte ve ortalaması  $11\pm 8,08$  olarak gerçekleşmektedir.

Kişilerin buldukları sektörlerin öğrenilmesi için tasarlanan soru açık uçludur ve katılımcılardan tam olarak hangi işi yapıyorlarsa onu yazmaları talep edilmiştir.

Uygun sınıflama yapıldıktan sonra elde edilen sonuçlara göre katılımcıların %38,54'ü (37 işletme) hizmet sektöründe ve %61,46'sı da (59 işletme) sanayi sektöründe faaliyet göstermektedir. 10 katılımcı ise, faaliyet alanlarına ilişkin soruyu boş bırakmıştır.

**Tablo 3.3** Girişimcilerin Faaliyet Alanlarına İlişkin Bulgular

Hizmet Sektörü	Frekans	Sanayi Sektörü	Frekans
Eğitim	11	Tekstil	16
Danışmanlık	5	Gıda	9
İletişim	3	Otomotiv	8
Eğlence	4	İnşaat	6
Tasarım	1	Kimya	4
Diğer	13	Metal	2
		Lojistik	2
		Tarım	2
		Enerji	2
		Diğer	8

Hizmet sektöründe baskın olan alt kategorilere bakıldığında: 11'inin eğitim; 5'inin danışmanlık; 3'ünün iletişim; 4'ünün eğlence ve geriye kalan işletmelerin sanat, fotoğrafçılık vb. alanlarda faaliyet gösteren işletmeler oldukları belirlenmiştir. Sanayi sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin ise: 16'sının tekstil; 9'unun gıda; 8'inin otomotiv; 6'sının inşaat; 4'ünün kimya; 2'sinin metal; 2'sinin lojistik, 2'sinin tarım, 2'sinin enerji ve 8 işletmenin de diğer sanayi alanlarında faaliyet gösteren işletmeler oldukları tespit edilmiştir.

Anketlerin toplandığı Bursa iline ilişkin sanayi ve hizmetler sektörü yapısı düşünüldüğünde; tekstil, eğitim, gıda, otomotiv, inşaat ve danışmanlık şirketlerinin yoğunlukta olduğu bilinmektedir.

### **3.7.2. Girişimcilik Tutumuna İlişkin Bulgular**

Bu bölüm 8 adet çoktan seçmeli sorudan oluşmaktadır. Bölümün temel amacı girişimci olabilmek için gerekli olan şartların, motivasyon kaynaklarının, temel girişimcilik özelliklerinin ve girişimciliğin önündeki engellerin belirlenmesidir. Ayrıca girişimciliğin öğrenilebilirliği, başarısız girişimcilere yapılacak tavsiyeler, yatırım

koşulları ve daha önceki liderlik pozisyonları, bölümün diğer önem noktaları olarak öne çıkmaktadır.

**Tablo 3.4** Girişimci Olabilmek İçin En Çok Önem Verilen Şartlara İlişkin Bulgular

<b>Cinsiyet</b>	<b>Kadın</b>		<b>Erkek</b>	
	<b>Frekans</b>	<b>(%)</b>	<b>Frekans</b>	<b>(%)</b>
<b>Girişimci olabilmek için en önemli şart nedir?</b>				
Risk üstlenebilmek	28	52,8	24	45,3
Yenilikçi uygulamalara sahip olmak	17	32,1	18	34,0
Sermaye sahibi olmak	1	1,9	6	11,3
İletişim becerilerine sahip olmak	6	11,3	1	1,9
Girişimci aileden gelmek	1	1,9	4	7,5

Tablo 3.4. katılımcıların girişimci olabilmek için en önemli bulduğu şartları belirlemeye yönelik bulguları içermektedir. Buna göre risk üstlenebilmek ve yenilikçi uygulamalara sahip olmak hem kadın hem de erkek girişimciler için en önemli şartlar olarak belirlenmiştir. Kadın girişimcilerin girişimci olabilmek için en çok önemli buldukları unsur, %52,8 ile (28 kişi) risk üstlenmek olurken ardından %32,1 ile (17 kişi) yenilikçi uygulamalara sahip olmak gelmektedir. İletişim becerilerine sahip olmak 6 katılımcı (%11,3), sermaye sahibi olmak 1 katılımcı (%1,9) ve son olarak da girişimci aileden gelmek 1 katılımcı (%1,9) tarafından tercih edilmiştir. Erkek girişimciler incelendiğinde ise %45,3'ünün (24 kişi) risk üstlenmeyi ve %34'ünün ise (18 katılımcı) yenilikçi uygulamalara sahip olmayı en önemli şart olarak bulduğu tespit edilmiştir. 6 girişimci (%11,3) sermaye sahibi olmayı, 4 girişimci (%7,5) girişimci aileden gelmeyi ve 1 girişimci de (%1,9) iletişim becerilerine sahip olmayı en önemli girişimcilik şartı olarak belirtmiştir.

Girişimciliğin temel tanımından yola çıkıldığında bir girişimcide bulunması gereken iki temel özelliğin risk üstlenebilmek ve yenilikçi uygulamalara sahip olmak olduğu bilinmektedir. Dolayısıyla katılımcıların girişimcilik profilini oldukça iyi yansıttıkları bununla birlikte dünya ile rekabet edebilecek nitelikte şartlara önem verdikleri söylenebilir.



**Tablo 3.5** Katılımcıların Kendi işlerini Kurabilmek İçin Kendilerinde Buldukları En Önemli Özelliklere İlişkin Bulgular

Cinsiyet	Kadın		Erkek	
	Frekans	(%)	Frekans	(%)
<b>Kendi işinizi kurabilmek için kendinizde bulduğunuz en önemli özellik nedir?</b>				
Sermaye sahibi olma	13	24,5	13	24,5
Tecrübe sahibi olma	8	15,1	8	15,1
Girişimci ruha sahip olma	12	22,6	15	28,3
İş fikrine sahip olma	12	22,6	9	17,0
Cesarete sahip olma	7	13,2	4	7,5
Aile ve çevre desteğine sahip olma	1	1,9	4	7,5

Tablo 3.5. katılımcıların kendi işlerini kurabilmek için kendilerinde buldukları en önemli özelliklerinin tespiti ile ilgilidir. Buna göre kadın girişimciler için en önemli özellikler %24,5 ile (13 kişi) sermaye sahibi olma, %22,6 ile (12 kişi) girişimci ruha sahip olma, %22,6 ile (12 kişi) iş fikrine sahip olma, %15,1 ile (8 kişi) tecrübe sahibi olma, %13,2 ile (7 kişi) cesarete sahip olma ve son olarak da %1,9 ile (1 kişi) aile ve çevre desteğine sahip olma şeklindedir. Erkek girişimciler için ise; %28,3 ile (15 kişi) girişimci ruha sahip olma, %24,5 ile (13 kişi) sermaye sahibi olma, %17 ile (9 kişi) iş fikrine sahip olma, %15,1 ile (8 kişi) tecrübe sahibi olma, %7,5 ile (4 kişi) cesarete sahip olma ve son olarak da %7,5 ile (4 kişi) aile ve çevre desteğine sahip olma şeklinde sıralanmaktadır. Sonuçlar detaylı bir şekilde incelendiğinde ilk iki seçeneğin %50'ye yakın bir kısma tekabül ettiği görülmektedir. Daha öncede belirtildiği gibi girişimci kişiliğe sahip bireylerden beklenen temel özellikler girişimci ruh ve sermaye (risk almak) unsurları olmaktadır ve bu unsurlar katılımcılar tarafından kendilerinde buldukları en önemli özellikler olarak nitelendirilmektedir.

**Tablo 3.6 Girişimciliğin Motivasyon Kaynağına İlişkin Bulgular**

<b>Cinsiyet</b>	<b>Kadın</b>		<b>Erkek</b>	
	<b>Frekans</b>	<b>(%)</b>	<b>Frekans</b>	<b>(%)</b>
<b>İş kurmanızda en büyük motivasyon kaynağınız nedir?</b>				
Kendi kendimin patronu olmak	20	37,7	20	37,7
Daha fazla para kazanmak	1	1,9	8	15,1
Yetenekleri serbestçe kullanmak	11	20,8	13	24,5
Ailemin kurulu işletmesinin olması	5	9,4	9	17,0
Risk almayı seviyor olmam	2	3,8	3	5,7
Esnek çalışma saatleri	14	26,4	0	0

Tablo 3.6 girişimcilerin motivasyon kaynaklarına ilişkin bulguları içermektedir (Anket formunda yer alan hali ile 8 kategorisi bulunan sorunun 2 kategori hiçbir katılımcı tarafından tercih edilmemiştir). Buna göre kendi işinin patronu olma seçeneği hem erkek hem de kadın girişimciler tarafından en çok tercih edilen motivasyon kaynağı olmaktadır. Kadın girişimcilerin motivasyon kaynaklarına ilişkin bulgular incelendiğinde; %37,7'sinin (20 kişi) kendi kendinin patronu olmak, %26,4'ünün (14 kişi) esnek çalışma saatlerinden faydalanmak, %20,8'inin (11 kişi) yetenekleri serbestçe kullanmak, %9,4'ünün (5 kişi) ailesinin kurulu işletmesinin olması, %3,8'inin (2 kişi) risk almayı seviyor olması ve son olarak da %1,9'unun (1 kişi) daha fazla para kazanma motivasyonu ile girişimci oldukları belirlenmiştir. Erkek girişimciler incelendiğinde ise %37,7 ile (20 kişi) kendi kendinin patronu olmak, %24,5 ile (13 kişi) yeteneklerini serbestçe kullanmak, %17 ile (9 kişi) ailesinin kurulu işletmesi olması, %15,1 ile (8 kişi) daha fazla para kazanmak ve son olarak da %5,7 ile (3 kişi) risk almayı motivasyon kaynağı olarak gördüğünden dolayı girişimci olduğu belirlenmiştir. Dolayısıyla girişimcilerin kendi işlerinde daha özgür biçimde, yeteneklerini serbestçe kullanarak iş hayatında motive oldukları belirlenmiştir.

**Tablo 3.7 Girişimciliğin Önündeki En Büyük Engele İlişkin Bulgular**

<b>Cinsiyet</b>	<b>Kadın</b>		<b>Erkek</b>	
	<b>Frekans</b>	<b>(%)</b>	<b>Frekans</b>	<b>(%)</b>
<b>Kendi işini kurmanın önündeki en büyük engel nedir?</b>				
Bürokratik engeller	9	17,0	7	13,2
Sermaye yetersizliği	13	24,5	12	22,6
Vergiler	9	17,0	15	28,3
Bilgi yetersizliği	14	26,4	9	17,0
Kişisel yetersizlikler	8	15,1	10	18,9

Tablo 3.7 girişimciliğin önündeki engellerin belirlenmesine yönelik bulguları içermektedir. Buna göre kadın girişimciler için en büyük engel bilgi yetersizlikleri olurken, erkek girişimciler için ise vergilerdir. Kadın girişimcilerin, girişimciliğin önündeki engelleri değerlendirmesi incelendiğinde %26,4 ile (14 kişi) bilgi yetersizliği, %24,5 ile (13 kişi) sermaye yetersizlikleri, %17 ile (9 kişi) bürokratik engeller, %17 ile (9 kişi) vergiler ve son olarak da %15,1 ile (8 kişi) kişisel yetersizlikler gelmektedir. Erkek girişimciler için ise; %28,3 ile (15 kişi) vergiler, %22,6 ile (12 kişi) sermaye yetersizlikleri, %18,9 ile (10 kişi) kişisel yetersizlikler, %17 ile (9 kişi) bilgi yetersizlikleri ve son olarak da %13,2 ile (7 kişi) bürokratik engeller gelmektedir. Uygun koşullarda sermaye bulmanın oldukça zor olduğu ülkemizde, girişimcilerin temel engel olarak sermaye yetersizliğini görmesi ve hemen ardından bir diğer problemlilik nokta olan vergiler konusunun gelmesi, girişimcilik unsuru içinde paranın ne denli önemli olduğunun bir göstergesi olmaktadır. Diğer taraftan bilgi yetersizliğinin bir engel olması, eğitim sisteminin kişileri yeteri kadar girişimcilik konusunda teşvik etmediğinin bir göstergesi olurken, kişisel yetersizliklerin önemli bir engel olarak vurgulanması ise, risk alma davranışının eksikliğinin ve yenilikçi olmayan düşünce sisteminin yaygın olmasının bir sonucudur.

**Tablo 3.8 Girişimciliğin Kazanımına İlişkin Bulgular**

<b>Girişimcilik doğuştan gelen bir özellik midir yoksa sonradan eğitimle kazanılabilir mi?</b>	<b>Frekans</b>	<b>(%)</b>
Girişimcilik doğuştan kazanılan bir özelliktir	53	50,0
Girişimcilik sonradan eğitimle öğrenilebilir	53	50,0

Tablo 3.8 girişimciliğin kazanımına ilişkin bulgulardan oluşmaktadır. Kadın girişimcilerin %49,1'i (26 kişi) ve erkek girişimcilerin %50,9'u (27 kişi) girişimciliğin doğuştan gelen ve sonradan öğrenilemez bir yetenek olduğunu ileri sürmektedir. Bunun yanı sıra kadın girişimcilerin %50,9'u (27 kişi) ve erkek girişimcilerin %49,1'i (26 kişi) girişimciliğin çeşitli deneyimler ve eğitimler vasıtası ile sonradan öğrenilebilir bir yetenek olduğunu ileri sürmektedir.

**Tablo 3.9** Başarısız Bir Girişimciye Verilen Tavsiyelere İlişkin Bulgular

Cinsiyet	Kadın		Erkek	
	Frekans	(%)	Frekans	(%)
<b>İş kurmuş ancak başarılı olamamış bir girişimciye ne tavsiye edersiniz?</b>				
Ücretli iş aramasını	21	39,6	15	28,3
Tekrar denemesini	32	60,4	38	71,7

Tablo 3.9 başarısız bir girişimciye verilen tavsiyelere ilişkin bulguları barındırmaktadır. Buna göre hem kadın hem de erkek girişimciler tekrar deneme konusunda hemfikirdir. Kadın girişimcilerin %60,4'ü (32 kişi) ve erkek girişimcilerin %71,7'si (38 kişi) girişimcinin tekrar bir deneme de bulunmasını tavsiye ederken, kadın girişimcilerin %39,6'sı (21 kişi) ve erkek girişimcilerin %28,3'ü (15 kişi) ücretli iş aramasını tavsiye etmektedir. Sonuçlara göre; girişimcilerin genellikle savaştı ve hırslı bir şekilde iş hayatında var oldukları, mücadele ruhu taşıyan tavsiyeleriyle tekrar gün yüzüne çıkmaktadır.

**Tablo 3.10** Başarısız Girişimci ile Ortak Olma Davranışına İlişkin Bulgular

Cinsiyet	Kadın		Erkek	
	Frekans	(%)	Frekans	(%)
<b>Geçmişte başarısız olmuş bir girişimcinin yeni girişimine yatırım yapar mısınız?</b>				
Yapabilirim, eski başarısızlık ölçüt değildir	33	62,3	40	75,5
Kesinlikle yapmam	20	37,7	13	24,5

Tablo 3.10 girişimcilerin başarısız bir girişimcinin işletmesine yatırım yapma kararına ilişkin bulguları içermektedir. Buna göre kadın girişimcilerin %62,3'ü (33 kişi) ve erkek girişimcilerin %75,5'i (40 kişi) eski başarısızlıkları bir ölçüt olarak görmemekte ve yatırım kararını vermektedir. Bunun yanı sıra kadın girişimcilerin

%37,7'si (20 kişi) ve erkek girişimcilerin %24,5'i başarısız girişimciye yatırım yapmamayı tercih etmektedir.

**Tablo 3.11** Liderlik Geçmişine İlişkin Bulgular

Cinsiyet	Kadın		Erkek	
	Frekans	(%)	Frekans	(%)
Herhangi bir grupta liderlik yaptınız mı?				
Evet	42	79,2	40	75,5
Hayır	11	20,8	13	24,5

Tablo 3.11 girişimcilerin liderlik geçmişlerine ilişkin bulguları göstermektedir. Buna göre kadın girişimcilerin %79,2'si (42 kişi) ve erkek girişimcilerin %75,5'i (40 kişi) daha önce herhangi bir grupta liderlik yapmıştır. Diğer yandan kadın girişimcilerin %20,8'i (11 kişi) ve erkek girişimcilerin %24,5'i (13 kişi) daha önce herhangi bir grupta liderlik yapmamıştır. Girişimciliğin liderlik vasfı gerektirdiği göz önüne alınırsa, katılımcıların çoğunun bunu karşıladığı gözlenmektedir.

### 3.7.3. Ailede Girişimcilik ve Toplumsal Cinsiyet Algısına İlişkin Bulgular

Bu bölüm 7 adet çoktan seçmeli sorudan oluşmaktadır. Bölümün amacı katılımcıların ebeveynlerinin girişimcilik profilinin incelenmesi, bir sonraki neslin girişimciliğe yönlendirilme derecesinin saptanması ve katılımcıların toplumsal cinsiyet algısının belirlenmesi olarak şekillenmektedir.

**Tablo 3.12** Ebeveynlerin Girişimcilik Durumuna İlişkin Bulgular

Babanız veya anneniz kendi işini yürüttü mü?	Kadın		Erkek		
	Frekans	(%)	Frekans	(%)	
Baba	Evet	37	69,8	39	73,6
	Hayır	16	30,2	14	26,4
Anne	Evet	12	22,6	10	18,9
	Hayır	41	77,4	43	81,1

Tablo 3.12 girişimcilerin ebeveynlerinin girişimcilik durumuna ilişkin bulguları içermektedir. Buna göre kadın girişimcilerin %69,8'inin (37 kişi) ve erkek girişimcilerin %73,6'sının (39 kişi) babası hayatlarının herhangi bir döneminde kendi işini yürütmüştür. Kadın girişimcilerin %22,6'sının (12 kişi) ve erkek girişimcilerin

%18,9'unun (10 kişi) annesi hayatının herhangi bir döneminde kendi işini yürütmüştür. Bu sonuçlar ülkemizdeki geçmiş girişimci profilinin büyük çoğunluğunun erkek girişimcilerden oluştuğunu göstermektedir. Ayrıca geçmiş girişimci profilinin bu denli erkek egemen olmasının bir nedeni de, ülkemizde kadınlara verilen cinsiyet temelli rollerin içinde iş kadını rolünün olmamasıdır. Ancak gün geçtikçe artan kadın girişimci sayısı, hem kadınların çalışma hayatında var olma durumunu arttırmakta hem de toplumun kadına bir çalışan olarak bakışını pozitif anlamda değiştirmektedir.

**Tablo 3.13** Bir Sonraki Nesle Girişimcilik İle İlgili Tavsiyelere İlişkin Bulgular

Oğlunuza veya kızına kendi işini kurmasını tavsiye eder misiniz?		Kadın		Erkek	
		Frekans	(%)	Frekans	(%)
Oğluna	Evet	47	88,7	49	92,5
	Hayır	6	11,3	4	7,5
Kızına	Evet	42	79,2	43	81,1
	Hayır	11	20,8	10	18,9

Tablo 3.13 girişimcilerin kız ve oğullarına yaptıkları girişimci olma tavsiyesine ilişkin bulguları içermektedir. Buna göre kadın girişimcilerin %88,7'si (47 kişi) ve erkek girişimcilerin %92,5'i (49 kişi) oğluna girişimci olmayı tavsiye etmektedir. Diğer yandan kızlara ilişkin tutum incelendiğinde ise kadın girişimcilerin %79,2'sinin ve erkek girişimcilerin %81,1'inin kız çocuklarına girişimci olmayı tavsiye ettiği belirlenmiştir. Her ne kadar ebeveynlerin girişimcilik durumunda erkekler baskın karaktere sahip olsa da bir sonraki nesle ilişkin tavsiyeler, kadınların da girişimci olarak çalışma hayatında var olabileceğini göstermektedir. Dolayısıyla bir sonraki neslin girişimcilik profiline bakıldığında cinsiyet bağlamında aradaki farkın giderek kapanacağını ve kadınların iş yaşamında işveren olarak varlığının artacağını söylemek mümkündür.

**Tablo 3.14** Toplumsal Cinsiyet Algısına İlişkin Bulgular

Cinsiyet	Kadın		Erkek	
	Frekans	(%)	Frekans	(%)
<b>Sizce kadınlar girişimci olarak toplumda yer alabilir mi?</b>				
Evet	53	100	50	94,3
Hayır	0	0	3	5,7
<b>Sizce aile reisi kimdir</b>				
Erkek	5	9,4	27	50,9
Kadın	3	5,7	1	1,9
Ortak karar alınır	45	84,9	25	47,2

Tablo 3.14 girişimcilerin toplumsal cinsiyet algılarına ilişkin bulguları barındırmaktadır. Buna göre kadın girişimcilerin %100'ü (53 kişi) ve erkek girişimcilerin %94,3'ü (50 kişi) kadınların girişimci olarak toplumda yer alabileceğini belirtmektedir. Yalnızca erkek girişimcilerin %5,7'si (3 kişi) kadınların girişimci olarak toplumda yer alamayacağını belirtmektedir. Bu sonuç ülkemizde kadınların çalışan veya işveren rolü ile iş hayatında bir değer olarak kabul edilmeye başlandığının ve modern kadın imajının kabul gördüğünün bir göstergesidir.

Tablo 3.14 den elde edilen bir diğer bulgu aile reisinin cinsiyetinin belirlenmesidir. Ailede karar alırken baskın olan cinsiyetin belirlenmesi toplumsal cinsiyeti anlama konusunda önemli bir gösterge olmaktadır. Buna göre kadın girişimcilerin %84,9'u (45 kişi) ortak karar alındığını, %9,4'ü (5 kişi) karar alıcı baskın kişinin erkek olduğunu ve %5,7'si ise (3 kişi) kadınların karar alıcı olduğunu belirtmektedir. Erkek girişimcilerin %50,9'u (27 kişi) erkeklerin karar alıcı olduğunu, %47,2'si (25 kişi) ortak karar alındığını ve %1,9'u da (1 kişi) kadınların karar alıcı olduğunu belirtmiştir. Bu sonuç daha önceki sonuçlarla birleştirildiğinde erkek egemen bir girişimcilik anlayışının terk edildiğini, bunun yerine eşitlikçi bir toplumsal cinsiyet yaklaşımı ile, kadınların hem özgür bir birey olarak hem de iş hayatında bir girişimci olarak kabul edildiğini göstermektedir.

**Tablo 3.15** Eşin İş Kurma İsteğine Karşı Gösterilen Tutuma İlişkin Bulgular

<b>Cinsiyet</b>	<b>Kadın</b>		<b>Erkek</b>	
	<b>Frekans</b>	<b>(%)</b>	<b>Frekans</b>	<b>(%)</b>
<b>Eşiniz kendi işini kurmak isteseydi tutumunuz ne olurdu?</b>				
Eşimin işi yok, kurmak istese engellerdim	3	6,5	3	5,9
Eşimin işi var ve destek oluyorum	26	56,5	8	15,7
Eşimin işi var, ama vazgeçirmek istiyorum	1	2,2	4	7,8
Eşimin işi yok, kurmak istese desteklerdim	16	34,8	36	70,6

Tablo 3.15 girişimcilerin eşlerinin iş isteğine karşı tutumlarının sonuçlarını barındırmaktadır. Katılımcıların %53,6'sı (52 kişi) eşinin hali hazırda bir girişimi olmadığını yoktur ancak bir işletme kurmak isterse eşine destek olacağını ifade etmektedir. Hemen ardından %35,1 ile (34 kişi) eşinin bir girişimi olanlar ve bu süreç içinde eşine destek olanlar gelmektedir. Bu iki seçenek katılımcıların %85'inden fazlasını oluşturmaktadır, buradan da başarılı bir girişimciliğin önemli anahtarlarından birinin eşin desteğini almak olduğu söylenebilir. Diğer yandan katılımcıların %6,2'si eşinin bir girişimi olmadığını ancak yeni bir iş kurmak isterse eşinin bu fikrini engellemeye çalışacaklarını vurgularken %5,2'lik bir grup (5 kişi) eşinin bir girişimi olduğunu ve eşini bu girişimden vazgeçirmek istediğini ifade etmiştir. Bu bölümdeki sorular evli çiftleri ilgilendirdiğinden 97 katılımcı tarafından doldurulmuştur.

Karşılıklı yapılan görüşmelerde eşi, iş kurma fikrinden vazgeçirmenin nedenleri arasında çocuklara, eşe ve kendi hayatına daha fazla zaman ayırmasını istemek öncelikli olarak yer almaktadır. Dolayısıyla nerede ve hangi koşullarda olursa olsun, özel hayat ve iş hayatı dengesi sağlanamadığında ailenin girişimci üstündeki pozitif desteği kalkmakta hatta kimi zaman girişimlerin tamamen karşısında durmasına yol açmaktadır.



### 3.7.4. Girişimcilik ve Finansmana İlişkin Bulgular

Bu bölümdeki sorular girişimcilerin işletmelerini nasıl finanse ettiklerini, devlet desteğine bakışlarını ve maddi tatmin düzeylerini ölçmek üzere tasarlanmıştır. Bölüm 5 adet çoktan seçmeli sorudan oluşmaktadır.

**Tablo 3.16** Finansman ve Tatmin Sonuçlarına İlişkin Bulgular

Cinsiyet	Kadın		Erkek	
	Frekans	(%)	Frekans	(%)
<b>İşinizi kurarken sermayenin en büyük bölümünü nereden karşıladınız?</b>				
şahsi birikimlerimden	21	39,6	16	30,2
Arkadaşlarımdan	3	5,7	8	15,1
Aile ve akrabalarımıdan	17	32,1	25	47,2
Kredi aldım	12	22,6	4	7,5
<b>Sizce ülkemizdeki ekonomik ortam kendi işinizi kurmayı teşvik ediyor mu?</b>				
Evet	16	30,2	12	22,6
Hayır	37	69,8	41	77,4
<b>Girişimcilere devlet desteğini yeterli buluyor musunuz?</b>				
Evet	2	3,8	5	9,4
Hayır	48	90,6	46	86,8
Devlet teşviki gereksiz	3	5,7	2	3,8
<b>İşinizden memnun musunuz?</b>				
Evet	46	86,8	47	88,7
Kısmen	4	7,5	6	11,3
Hayır	3	5,7	0	0
<b>Sizce para kazanmak başarımın tek ölçütü müdür?</b>				
Evet	19	35,8	25	47,2
Hayır	34	64,2	28	52,8

Tablo 3.16 girişimcilerin işletmelerine ilişkin finansman ve kendi işlerinden tatmin durumlarına yönelik bulguları içermektedir. Buna göre kadın girişimcilerin en büyük sermaye kaynağı şahsi birikimleri olurken, erkek girişimciler için bu aile ve akrabalarından alınan borçlar olmaktadır. Bir diğer önemli bulgu kredi kullanım durumuna ilişkindir. Buna göre kadın girişimcilerin %22,6'sı (12 kişi) işletmenin kuruluş sermayesini krediler ile sağlarken bu oran erkek katılımcılar da yalnızca %7,5'de (4 kişi) kalmaktadır.

Ülkedeki ekonomik ortamın girişimcilik üzerine oldukça önemli bir etkisi vardır. Bu bağlamda sorulan soruya ilişkin bulgular incelendiğinde; kadın girişimcilerin %69,8'i (37 kişi) ve erkek girişimcilerin %77,4'ü (41 kişi) ülkedeki ekonomik ortamın girişimciliği teşvik etmediğini düşünmektedir. Diğer yandan kadın girişimcilerin %30,2'si (16 kişi) ve erkek girişimcilerin %22,6'sı (12 kişi) ülkedeki ekonomik ortamın kendi işini kurmayı teşvik ettiğini düşünmektedir.

Tablo 3. 16'da vurgulanan diğer bir önemli nokta devlet desteğinin yeterliliği konusunda olmaktadır. Buna göre kadın girişimcilerin %90,6'sı (48 kişi) ve erkek girişimcilerin %86,8'i (46 kişi) girişimcilere verilen devlet desteğinin yetersiz olduğunu düşünmektedir. Bu sonuçlar göstermektedir ki, devlet desteği girişimciler tarafından ya yeteri kadar bilinmemektedir ya da bu desteklere ihtiyaç duyulması halinde kolay ve hızlı erişimin mümkün olmamasıdır.

Girişimcilerin iş memnuniyetleri, başarılı olma noktasında hayati önem taşımaktadır. Bu bağlamda sorulan sorunun yanıtları (tablo 3.16) detaylıca incelendiğinde kadın ve erkek girişimcilerin işlerinden memnuniyet seviyelerinin yüksek olduğunu söylemek mümkün olmaktadır. Buna göre kadın girişimcilerin %86,8'i (46 kişi) ve erkek girişimcilerin %88,7'si (48 kişi) işlerinden memnundur. Ayrıca hiçbir erkek girişimcinin işinden memnun olmadığını belirtmemesi bir diğer önemli bulgu olarak tespit edilmiştir. Genel olarak girişimcilerin istedikleri işlerde ve koşullarda çalıştığı düşünüldüğünde, elde edilen bu sonuçların oldukça makul ve girişimcilik profili ile de uygun şekilde örtüştüğünü söylemek mümkündür.

Çalışmanın önemli noktalarından biri girişimcilerin para kazanmayı tek başarı ölçüsü olarak değerlendirme durumlarıdır (tablo 3.16). Buna göre kadın girişimcilerin %64,2'si (34 kişi) ve erkek girişimcilerin %52,8'i (28 kişi) para kazanmayı tek başarı ölçütü olarak görmemektedir. Bu girişimciler kar elde etmenin yanı sıra, kontrol sahibi olma, sosyal sorumluluk alma ve kendini tatmin etme gibi konularda sahip oldukları becerileri başarı ölçütü olarak da görmektedir. Bunun yanı sıra kadın girişimcilerin %35,8'i (19 kişi) ve erkek girişimcilerin %47,2'si (25 kişi) para kazanmayı tek başarı ölçütü olarak değerlendirmektedir.

### 3.7.5. Girişimci Öz Yeterlilik Ölçeği Ekseninde Elde Edilen Bulgular

Girişimci Öz Yeterlilik ölçeği De Noble ve arkadaşları (1999), Kickul ve D'Intino (2005) tarafından geliştirilen, Türkçe geçerlilik ve güvenilirlik çalışması Naktiyok ve arkadaşları tarafından (2009) yapılan, 6 boyut içeren, 35 maddeden oluşan ve 5 noktalı Likert tipi skala ile değerlendirilen bir ölçektir. Ölçeğin alt boyutları kısaca incelendiğinde:

- Yeni ürün ve pazar fırsatları geliştirmek: Piyasadaki fırsatları fark edebilme ile ilgili yeteneklerdir. Bu faktörün hesaplanması için: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 8 ve 10. maddelerin ortalaması alınmıştır.
- Yenilikçi bir çevre oluşturmak: Çevredeki kişileri cesaretlendirme kapasitesi ile ilgili yeteneklerdir. Bu faktörün hesaplanması için: 11, 12, 13, 14 ve 15. Maddelerin ortalaması alınmıştır.
- Yatırımcılarla ilişkileri başlatmak: İşletmenin kuruluş aşamasında gerekli olan fon kaynağının temin edilebilmesi ile ilgili yeteneklerdir. Bu faktörün hesaplanması için: 16, 17 ve 18. maddelerin ortalaması alınmıştır.
- Temel amacı tanımlamak: İşletme için vizyon ve misyon belirleme bunun yanı sıra yatırımcılar ve nitelikli personel ile iletişime geçebilme ile ilgili yeteneklerdir. Bu faktörün hesaplanması için: 19, 20, 21, 22, 23 ve 24. maddelerin ortalaması alınmıştır.
- Beklenmedik zorluklarla baş etmek: Risk ve belirsizlik içeren durumlarla başa çıkabilme ile ilgili yeteneklerdir. Bu faktörün hesaplanması için: 25, 26, 27, 28, 29 ve 30. maddelerin ortalaması alınmıştır.
- Temel insan kaynaklarını geliştirmek: Uygun insan kaynakları politikası geliştirmek ve nitelikli personelin istihdam edilebilmesi ile ilgili yeteneklerdir. Bu faktörün hesaplanması için: 31, 32, 33, 34 ve 35. Maddelerin ortalaması alınmıştır. (Naktiyok vd. 2009)

Naktiyok ve arkadaşlarının (2009) yaptığı faktör analizi sonrasında 2 maddenin hiçbir boyuta girmediği saptanmış (7. ve 9. madde) ve analiz dışında tutulmuştur.

Böylece 33 maddeden oluşan ölçek analizlerde kullanılmak üzere Naktiyok ve arkadaşları tarafından ileri sürüldüğü şekliyle kabul edilmiş ve uygulanmıştır.

**Tablo 3.17** Girişimci Öz Yeterlilik Ölçeği Faktör Güvenilirlikleri

No	Faktör	Ortalama	Standart Sapma	Cronbach Alpha
F1	Yeni ürün ve pazar fırsatları geliştirmek	4,10	0,56	0,869
F2	Yenilikçi bir çevre oluşturmak	4,09	0,59	0,786
F3	Yatırımcılarla ilişkileri başlatmak	4,12	0,67	0,785
F4	Temel amacı tanımlamak	4,16	0,62	0,876
F5	Beklenmedik zorluklarla baş etmek	3,83	0,74	0,886
F6	Temel insan kaynaklarını geliştirmek	4,29	0,58	0,873

Tablo 3.17 girişimci öz yeterlilik ölçeğinin çalışma içindeki sonuçlarına ilişkin bulgularını içermektedir. Girişimci öz yeterlilik ölçeğinin tümüne ilişkin yapılan güvenilirlik çalışmasında (Cronbach Aalpha: 0,947) uygun sonuçlara ulaşıldığı hesaplanmıştır. Ardından yapılan testler neticesinde çalışmada ileri sürülen faktörlerin içsel tutarlılık oranlarının istatistiki analizlere katılacak kadar yüksek olduğu saptanmıştır.

Elde edilen faktörlerin normal dağılıma uyup uymadığının belirlenmesi faktörlere ilişkin yapılacak analizlerin belirlenmesi açısından önemlidir. Bu bağlamda Kolmogrov – Simirnov testine başvurulmuş ve testin sonuçları tablo 3.18 de verilmiştir.

**Tablo 3.18** Elde Edilen Faktörlerin Normal Dağılım Testleri

No	Faktör	Kolmogorov - Smirnov Z	P-değeri
F1	Yeni ürün ve pazar fırsatları geliştirmek	1,218	0,103
F2	Yenilikçi bir çevre oluşturmak	1,085	0,190
F3	Yatırımcılarla ilişkileri başlatmak	1,455	0,029
F4	Temel amacı tanımlamak	1,556	0,016
F5	Beklenmedik zorluklarla baş etmek	1,457	0,029
F6	Temel insan kaynaklarını geliştirmek	1,318	0,062

Tablo 3.18'in sonuçlarına göre; yeni ürün geliştirme, yenilikçi çevre oluşturma ve temel insan kaynakları geliştirme değişkenlerinin normal dağıldığı saptanmıştır ( $p>0,05$ ). Dolayısıyla bu değişkenlere ilişkin yapılacak analizlerde parametrik olan

testler kullanılacaktır. Yatırımcı ile ilişki geliştirme, temel amacı tanımlama ve beklenemedik durumlarla baş etme değişkenleri ise normal dağılmamaktadır ( $p < 0,05$ ). Bu değişkenlere ilişkin yapılacak analizlerde ise parametrik olmayan testlerin kullanılması uygun olacaktır.

**Tablo 3.19** Cinsiyetin Girişimcilik Faktörleri Üzerine Etkisi

		Ort.	S.S.	Test İstatistiği	P-değeri
F1.Yeni ürün geliştirme	Kadın	4,17	0,55	t: 1,293	0,199
	Erkek	4,03	0,57		
F2.Yenilikçi çevre oluşturma	Kadın	4,16	0,56	t: 1,215	0,227
	Erkek	4,02	0,61		
F6.Temel insan kaynakları geliştirme	Kadın	4,33	0,55	t: 0,692	0,491
	Erkek	4,25	0,61		
F3.Yatırımcı ile ilişki geliştirme	Kadın	4,18	0,68	Z: -0,827	0,408
	Erkek	4,07	0,67		
F4.Temel amacı tanımlama	Kadın	4,28	0,61	Z: -2,253	0,024*
	Erkek	4,05	0,62		
F5.Beklenemedik durumlarla baş etme	Kadın	3,86	0,78	Z: -1,346	0,178
	Erkek	3,79	0,70		

Tablo 3.19 elde edilmiş faktörlerin cinsiyete göre farklılaşmasını incelemektedir. Buna göre yeni ürün geliştirme, yenilikçi çevre oluşturma ve temel insan kaynakları geliştirme değişkenlerinin normal dağıldığı tespit edildikten sonra cinsiyetin faktörler üzerinde anlamlı bir etkisinin olup olmadığı araştırılmıştır. Analizin sonuçlarına göre: yeni ürün geliştirme, yenilikçi çevre oluşturma ve temel insan kaynakları geliştirme konusunda kadın girişimcilerin ortalaması erkek girişimcilerin ortalamasından yüksek olarak tespit edilmiştir. Ancak bu fark %5 anlamlılık düzeyi temel alındığında istatistiki olarak fark yaratacak kadar anlamlı bir farklılık değildir. Diğer bir ifade ile bu üç değişken için kadın ve erkek girişimcilerin aynı düzeyde ortalamaya sahip olduğunu söylemek istatistiki olarak mümkün olmaktadır.

Normal dağılmadığı tablo 3.18 de belirlenen yatırımcı ile ilişki geliştirme, temel amacı tanımlama ve beklenemedik durumlarla baş etme değişkenleri için t testinin non-parametrik versiyonu olan “Mann-Whiney U” testi kullanılmıştır. Yine ilk üç değişkende olduğu gibi yatırımcılar ile ilişki geliştirme, temel amacı belirleme ve

beklenmedik durumlarla başa çıkma değişkenlerinde kadın girişimcilerin ortalaması erkek girişimcilerin ortalamasından daha yüksek olmaktadır. İstatistiki olarak %5 güven düzeyi alındığında yalnızca temel amacı tanımlama değişkeninin istatistiki olarak anlamlı farklılık içerdiği görülmektedir. Diğer bir ifade ile vizyon ve misyon yaratma, işletmenin geleceği için önemli olan kişilerle iletişime geçme konusunda kadın girişimcilerin, erkek girişimcilerden daha başarılı olduğunu söylemek mümkündür. Böylece ileri sürülen “H1” hipotezi kabul edilmiştir. Daha önceki çalışmalarda da ileri sürüldüğü gibi kadın girişimcilerin uygun kişilerle iletişime geçme becerileri erkek girişimcilerin uygun kişilerle iletişime geçme becerilerinden yüksektir. Buna karşılık ileri sürülen “H2” hipotezi kabul edilmemiştir. Burada beklenen unsur erkek girişimcilerin daha tecrübeli olmalarından dolayı kriz durumlarında hızlı karar alarak sakin kaldıkları yönünde olmaktadır. Ancak elde edilen bulgular bu unsorda kadın girişimcilerin daha iyi olduğunu göstermektedir fakat bu fark istatistiki olarak anlamlı değildir. Dolayısıyla her iki cinsten girişimcide aynı düzeyde bulunan zorluklarla başa çıkma seviyesi, kadın girişimcilerin tecrübelerinin arttığını ve kriz anında uygun kararların alınabildiğinin bir göstergesi olmaktadır.

Girişimciliğin altı temel unsuru olarak belirlenen bu faktörlerde, kadınların erkeklerden daha düşük sonuçlar almadığı hatta tam tersine her bölümde kadın girişimcilerin ortalama olarak erkek girişimcilerden daha yüksek puanlara ulaştığı gözlenmektedir. Ayrıca temel amacı belirleme değişkeninde kadın girişimcilerin istatistiki olarak anlamlı bir şekilde erkek girişimcilerden daha başarılı olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Sonuç olarak cinsiyet farklılığı girişimciliğin belirli unsurlarında anlamlı fark yaratmamakta, bilinenin aksine kadınların daha başarılı bir şekilde var olmasıyla sonuçlanmaktadır. Yüz yüze yapılan görüşmelerde de buna yakın sonuçlar elde edilmiştir. Kadın girişimcilerin daha stratejik ve uzun vadeli plan yaptıkları göz önünde bulundurulduğunda elde edilen sonuçların şaşırtıcı olmadığını söylemek mümkündür.

**Tablo 3.20** Eğitim Durumunun Faktörler Üzerine Etkisi

<b>Faktör</b>	<b>Test İstatistiği</b>	<b>P-değeri</b>
Yeni ürün ve pazar fırsatları geliştirmek	F: 0,435	0,783
Yenilikçi bir çevre oluşturmak	F: 2,836	0,028*
Yatırımcılarla ilişkileri başlatmak	Chi-S: 1,899	0,116
Temel amacı tanımlamak	Chi-S: 7,564	0,109
Beklenmedik zorluklarla baş etmek	Chi-S: 7,965	0,093
Temel insan kaynaklarını geliştirmek	F: 5,955	0,203

Tablo 3.20 eğitim durumunun faktörler üzerine etkili bir değişken olup olmadığının belirlenmesi için yapılan analizlerin sonuçlarından oluşmaktadır. Normal dağıldığı belirlenen değişkenlere “One Way Anova”, normal dağılmadığı belirlenen değişkenlere ise “Kruskal Wallis” testi uygulanmıştır. Testin sonuçlarına göre eğitim durumu yalnızca yenilikçi bir çevre oluşturmak değişkeninde %5 anlamlılık düzeyinde istatistiki olarak anlamlı farklılık yaratmaktadır. Yapılan analizlerde bu farklılığın ilköğretim düzeyinde eğitim almış (ortalama:  $3,62 \pm 0,70$ ) kişiler ile yüksek lisans ve üzerinde eğitim almış kişiler arasındaki (ortalama:  $4,31 \pm 0,64$ ) farktan kaynaklandığı tespit edilmiştir. Böylece ileri sürülen “H3” hipotezi kabul edilmiştir. Beklendiği gibi akademik temeli daha köklü olan girişimcilerin daha yenilikçi bir şekilde işletmelerini idare ettiği ortaya konmuştur.

Yenilikçi bir çevre oluşturmak değişkeni, etrafındaki kişileri iş fikri ile cesaretlendirme becerisine sahip olma ile ilgilidir. Kişilerin eğitim düzeyi arttıkça iletişim becerisinin, etkileme becerisinin ve ikna kabiliyetinin arttığı bilindiğinden bu bağlamda bir istatistiki farklılığın olması beklentiler ile aynı yönde olmaktadır. Diğer yandan, yüz yüze yapılan görüşmelerde de eğitim düzeyi yüksek olan girişimcilerin etrafındaki kişiler ile daha kolay iletişim kurduğu ve yeni iş fikirleri konusunda çevresini daha kolay ikna ettiği gözlenmiştir.

**Tablo 3.21 Girişimcilik Şartlarının, Özelliklerinin ve Motivasyonlarının Faktörler Üzerine Etkisi**

<b>Faktör</b>	<b>Girişimcilik Şartı (p-değeri)</b>	<b>Girişimcilik Özellikleri (p-değeri)</b>	<b>Girişimcilik Motivasyon (p-değeri)</b>
Yeni ürün ve pazar fırsatları geliştirmek	0,272	0,277	0,044*
Yenilikçi bir çevre oluşturmak	0,195	0,320	0,107
Yatırımcılarla ilişkileri başlatmak	0,119	0,489	0,008**
Temel amacı tanımlamak	0,418	0,961	0,034*
Beklenmedik zorluklarla baş etmek	0,063	0,229	0,192
Temel insan kaynaklarını geliştirmek	0,293	0,590	0,347

Tablo 3.21 girişimciliğe ilişkin şartların, özelliklerin ve motivasyon kaynaklarının elde edilmiş faktörler üzerine etkisinin ortaya çıkarılması amacıyla yapılan testlerin sonuçlarını göstermektedir. Girişimcilik şartı değişkeni (Bkz. Ek 1, soru 6) 6 kategoriden oluşan ve çoktan seçmeli bir değişkendir. Ancak girişimcilik şartı değişkeni için “diğer” seçeneği hiçbir katılımcı tarafından seçilmediğinden analiz dışında bırakılmıştır. Girişimcilik özellikleri değişkeni (Bkz. Ek 1, soru 7) 7 kategoriden oluşan ve çoktan seçmeli bir değişkendir. Girişimcilik özelliği değişkeninde 1 kategori hiçbir katılımcı tarafından tercih edilmediği için analiz dışında bırakılmıştır. Son olarak da girişimcilik motivasyonu değişkeni (Bkz. Ek 1, soru 8) 8 kategoriden oluşan ve çoktan seçmeli bir değişkendir. Bu değişkendeki 2 kategori hiçbir katılımcı tarafından tercih edilmediği için analiz dışında tutulmuştur. Elde edilen faktörler ise sürekli değişken olarak değerlendirilmiştir. Ardından normal dağıldığı belirlenen değişkenlere “One Way Anova”, normal dağılmadığı belirlenen değişkenlere ise “Kruskal Wallis” testi uygulanmış ve sonuçlar tablo 3.21’de verilmiştir.

Girişimciliğe ilişkin önemli şartların belirlenmesi ve bunların faktörler üstüne etkileri istatistiksel olarak incelendiğinde hiçbir seçeneğin istatistiki olarak farklılık yaratacak kadar anlamlı olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Diğer bir ifade ile katılımcıların girişimcilerde bulunması gereken en önemli şartlara verdikleri farklı cevaplar faktörler üstüne %5 anlamlılık düzeyinde istatistiki olarak farklılık yaratmamaktadır. Girişimcilerde bulunması gereken en önemli özellik konusunda da %5 anlamlılık düzeyinde istatistiki farklılığa rastlanmamaktadır.



. Motivasyon kaynaklarına bakıldığında ise; yeni ürün ve fırsat geliştirme; yatırımcılarla ilişki başlatma ve temel amacı belirleme konusunda %5 anlamlılık düzeyinde istatistiki farklılık oluşmaktadır. Yeni ürün ve fırsat geliştirme faktörüne bakıldığında bu farklılığın, daha fazla para kazanmak isteyenler ile (ortalama:  $3,72\pm0,53$ ), risk almak isteyenler (ortalama:  $4,30\pm0,32$ ) arasındaki farklılıktan kaynaklandığını söylemek mümkündür. Diğer bir ifade ile motivasyonu risk almak olan girişimcilerin yeni ürün ve pazarlar geliştirmesi, motivasyonu daha fazla para kazanma olan girişimcilerden %5 anlamlılık düzeyinde istatistiki olarak farklılık göstermektedir.

Yatırımcılarla ilişki başlatma açısından farklılık yaratan iki seçenek, kurulu işletmenin olması (ortalama:  $3,61\pm0,56$ ) ve esnek çalışma saatleridir (ortalama:  $4,42\pm0,77$ ). Diğer bir ifade ile esnek çalışma saatlerinden faydalanmak için girişimci olmuş kişilerin yatırımcılarla daha kuvvetli ilişkiler geliştirdiği %5 anlamlılık düzeyinde kabul edilmektedir.

Temel amacı belirleme konusunda ise farklılık yaratan tercihler, kurulu işletmenin olması (ortalama:  $3,72\pm0,53$ ) ve esnek çalışma saatlerinin (ortalama:  $4,30\pm0,61$ ) tercih edilmesidir. Diğer bir ifade ile esnek çalışma saatlerinden faydalanmak amacıyla girişimci olmuş kişilerin %5 anlamlılık düzeyinde vizyon ve misyon belirlemede daha başarılı olduklarını söylemek mümkündür.

**Tablo 3.22** Para Kazanmanın Tek Başarı Ölçütü Olarak Değerlendirilmesinin Faktörler Üzerine Etkisi

		Ort.	S.S.	Test İstatistiği	P-değeri
F1.Yeni ürün geliştirme	Evet	3,99	0,56	t: -1,694	0,093
	Hayır	4,18	0,55		
F2.Yenilikçi çevre oluşturma	Evet	3,97	0,48	t: -1,758	0,082
	Hayır	4,18	0,64		
F6.Temel insan kaynakları geliştirme	Evet	4,23	0,51	t: -0,882	0,380
	Hayır	4,33	0,63		
F3.Yatırımcı ile ilişki geliştirme	Evet	3,98	0,66	Z: -2,050	0,040*
	Hayır	4,23	0,66		
F4.Temel amacı tanımlama	Evet	4,08	0,55	Z: -1,858	0,063
	Hayır	4,22	0,67		
F5.Beklenmedik durumlarla baş etme	Evet	3,74	0,74	Z: -1,638	0,102
	Hayır	3,89	0,74		

Tablo 3.22. para kazanmayı tek başarı ölçütü olarak değerlendirmenin elde edilmiş faktörler üzerine etkisinin sonuçlarını göstermektedir. Buna göre normal dağılan yeni ürün geliştirme, yenilikçi çevre oluşturma ve temel insan kaynakları geliştirme değişkenlerine bağımsız t testi, normal dağılmayan yatırımcı ile ilişki geliştirme, temel amacı tanımlama ve beklenmedik durumlarla baş etme değişkenlerine ise “Mann-Whitney” testi uygulanmıştır. Analiz sonuçlarına göre tüm faktörlerde para kazanmayı başarının tek unsuru olarak gören girişimcilerin ortalaması, para kazanmayı tek başarı unsuru olarak görmeyen girişimcilerin ortalamasından düşüktür. Ancak istatistiki fark yalnızca yatırımcılar ile ilişki yaratma değişkeninde ortaya çıkmaktadır. Diğer bir ifade ile %5 anlamlılık düzeyinde başarıyı para dışında diğer unsurlara bağlayan girişimcilerin yatırımcılar ile ilişki geliştirme ortalaması, yalnızca parasal unsurları başarının ölçütü sayan girişimcilerden yüksek olmaktadır. Bu farklılığın oluşmasının nedeni, başarıyı yalnızca paraya bağlamayan bireylerin sosyal sermayelerinin güçlü olmasıdır. Çünkü bu tip girişimciler para kazanmanın dışında diğer aktivitelere ve çalışmalara katılmakta farklı sektörlerden kişilerle ilişki içinde olmakta ve bunun bir sonucu olarak da yatırımcılara kolaylıkla ulaşabilmektedir.

Tüm ortalamaların parayı tek başarı ölçütü olarak görmeyen girişimcilerin lehine olması, girişimcilikte yalnızca para kazanma ya da kar elde etme güdüsü ile başarılı

olunamayacağını göstermektedir. Bir başka ifade ile sürekli halk ile iç içe olan, sosyal faaliyetlere katılan, sanatsal aktivitelere destek veren ve sosyal sorumluluk rollerini yerine getiren işletmelerin daha başarılı ve uzun dönemli iş hayatında kaldıklarını söylemek mümkündür. Zira girişimcilerin bir misyonu da toplumun ihtiyaçlarının belirlenmesi ve hızlı bir şekilde bu ihtiyaçların karşılanmasıdır

**Tablo 3.23** Sürekli Değişkenler Arası Korelasyon

Değişken	Yaş	İş	F1	F2	F3	F4	F5	F6
Yaş (1)	1							
İş (2)	,67**	1						
F1 (3)	,13	,05	1					
F2 (4)	,148	-,01	,55**	1				
F3 (5)	,056	-,13	,45**	,73**	1			
F4 (6)	,042	-,10	,51**	,67**	,67**	1		
F5 (7)	-,02	,02	,41**	,34**	,37**	,54**	1	
F6 (8)	,09	,01	,53**	,59**	,42**	,55**	,45**	1

\*\* , p<0,01

- |  |                                       |
|--|---------------------------------------|
| (1) Kişinin yaşını göstermektedir      | (2) Kişinin kendi işinin yürütme yılı |
| (3) Yeni ürün geliştirme               | (4) Yenilikçi çevre oluşturma;        |
| (5) Yatırımcılar ile ilişki geliştirme | (6) Temel amacı tanımlama;            |
| (7) Beklenmedik durumlarla baş etme    | (8) Temel insan kaynakları geliştirme |

Tablo 3.22 yaş, işinde çalışma süresi ve oluşturulmuş faktörler arasındaki ilişkiyi ölçmek üzere tasarlanmış analizlerin sonuçlarını göstermektedir. Gözlem sayısının uygun olması ve değişkenlerin sürekli olmasından dolayı, değişkenler arası ilişkilerin tespit edilmesi için Pearson korelasyon testi yapılmıştır. Buna göre yaş ve kişinin kendi işinde çalışma süresi arasında beklendiği gibi aynı yönlü ve kuvvetli bir ilişki vardır. Ancak yaş ve kendi işinde çalışma süresi değişkenlerinin, bunun dışında anlamlı bir ilişkiye sahip olmadığı gözlenmiştir.

Faktörler arası en kuvvetli ilişkilerin sırasıyla; yatırımcılar ile ilişki geliştirme-yenilikçi çevre oluşturma; temel amacı tanımlama-yenilikçi çevre oluşturma ve temel amacı tanımlama-yatırımcılar ile ilişki geliştirme değişkenleri arasında olduğu tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile; yenilikçi çevre oluşturma ve yatırımcılar ile ilişki geliştirme; yenilikçi çevre oluşturma ve temel amacı belirleme son olarak da yatırımcılar ile ilişki geliştirme temel amacı belirleme arasında kuvvetli, aynı yönlü ve

anlamli istatistiki iliskinin varligi tespit edilmiştir. Bu iliski beklentiler dogrultusunda oluşmaktadır. Temel amacin belirlenmesi; vizyon ve misyon belirlemeyle birlikte iletisim becerilerini ve uygun kişilerle iletisime geemeyi tanımlamaktadır. Yatırımcılarla iliski geliştirmek; sermaye kaynaklarına ulaşmayı; yenilikçi çevre oluşturma ise başkalarına kendi işlerini kurmayı teşvik etmek olarak tanımlamaktadır. Bu bağlamda söz konusu değişkenlerin anlamli bir şekilde birbirleriyle iliskide olması beklenmektedir, zira bu üç unsur girişimcilik konusunda birbirlerini tamamlar niteliktedir.

Başarılı bir girişimcinin, işletme amaçlarını belirlemesi, uygun finansman kaynaklarına ulaşması ve çalışanları iş konusunda ikna edebilmesi gerekmektedir. Ancak bu durumda sürdürülebilir gelişme ve devamlılık sağlanabilir. Nitekim yüz yüze yapılan görüşmelerde girişimciler tek bir başarı noktası üzerinde durma eğiliminde olmamiş yukarıda bahsedilen altı faktörün hepsinin önemli olduğunu ileri sürmüşlerdir. İyi bir girişimcinin çevreyi önemsemesi gerektiği ancak kar olmadan çalışamayacağı, yeniliklerden uzak kalmaması gerektiği bununla birlikte zorluklarla baş edecek uygun insan kaynaklarına ulaşmasının önemi vurgulanmıştır. Ayrıca başarılı bir girişimci bu sayılan tüm unsurları dengeli biçimde ve ömür boyu sürdürmelidir. Başarılı olmanın anahtarı iyi bir kombinasyondur.

Çalışma kapsamındaki diğer iliskiler incelendiğinde; “beklenmedik durumlarla baş etme” değişkeni ile “yatırımcılar ile iliski geliştirme” değişkeni ve “yenilikçi çevre oluşturma” değişkeni arasında istatistiki olarak %5 anlamlılık seviyesinde zayıf ve anlamli bir iliskinin var olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Stres altında ve beklenmedik durumlarda girişimcilerin yeni yatırımlar ya da yeni bağlantılar kurmak yerine stres kaynağını bulmaya veya kriz durumu için çözümler aramaya koyulmaları zaman içinde girişimcileri kabuklarına çekilmeye yöneltmektedir.

### 3.7.6. Cinsiyet Değişkeni Ekseninde Elde Edilen Bulgular

Araştırmanın önemli bir bölümü kadın ve erkek girişimcilerin başarı algısındaki farklılıklarını belirlemek üzere tasarlanmıştır. Bu bölüm farklılıkların ortaya çıktığı unsurları belirlemek üzerine yapılan analizleri içermektedir.

Kişinin yaşı (Z: 1,146,  $p < 0,05$ ) ve kaç yıldır kendi işini yürüttüğü (Z: 1,180,  $p < 0,05$ ) sorularına yapılan normal dağılım analizi sonuçları, her iki değişkenin de normal dağıldığını göstermektedir. Dolayısıyla cinsiyet değişkeni ile katılımcıların yaşları ve kendi iş süreleri arasındaki ilişkiyi analiz ederken “bağımsız t testi” kullanılmıştır.

**Tablo 3.24** Cinsiyet, Kişinin Yaşı ve Kendi İşini Yürütme Süresi Arasındaki İlişki

Değişkenler		Ort.	S.S.	Test İstatistiği	P-değeri
Kişinin yaşı	Kadın	40	8,97	t: 1,000	0,320
	Erkek	38	8,70		
Kaç yıldır kendi işini yaptığı	Kadın	9	6,17	t: -2,393	0,019*
	Erkek	13	9,33		

Tablo 3.24 katılımcıların yaş ve kendi işini yürütme yılı ortalamasının cinsiyete göre farklılaşıp farklılaşmadığının belirlenmesi amacıyla yapılan analiz sonuçlarını göstermektedir. Buna göre kadın girişimcilerin yaş ortalaması  $40 \pm 8,97$ , erkek girişimcilerin yaş ortalaması ise  $38 \pm 8,70$  olarak hesaplanmıştır. Ayrıca kadın ve erkek girişimcilerin yaşları ortalaması arasında istatistiki bir farklılık bulunmamaktadır. Çalışma süresi açısından kadın girişimcilerin ortalama  $9 \pm 6,17$  yıldır kendi işlerini yürüttükleri, erkek girişimcilerin ise  $13 \pm 9,33$  yıldır kendi işlerini yürüttükleri gözlenmiştir. İstatistiki olarak %5 anlamlılık düzeyinde erkek girişimcilerin iş tecrübelerinin kadın girişimcilerin iş tecrübelerinden fazla olduğu belirlenmiştir. Daha önceki çalışmalardan elde edilen bulgular da bu yönde olmaktadır. Erkek girişimcilerin daha genç yaşlarda kendi işletmelerini kurdukları ve ortalama olarak kadın girişimcilerden daha tecrübeli oldukları bilinmektedir. Sonuçların literatür ile benzer olması ülkemizdeki kadın girişimci profilinin, dünyanın gelişmiş ülkelerindeki kadın girişimciler ile benzer olmasından kaynaklanmaktadır.

Devam eden analizler cinsiyete ilişkin diğer bulguları göstermektedir. Bu bölümde analize tabi tutulan değişkenlerin her biri kategorik değişkendir. Dolayısıyla yapılacak analizlerde Ki-kare testi kullanılacaktır. Ancak bazı değişkenlerin çok kategoriye sahip olması ve tablolarda hücre başına düşen uygun gözlem sayısı olmaması dolayısıyla çapraz tablolara da yer verilmiştir.

**Tablo 3.25** Cinsiyet ve Eğitim Durumu İlişisine Dair Bulgular

Cinsiyet	Kadın		Erkek		Toplam	
	Frekans	(%)	Frekans	(%)	Frekans	(%)
<b>Ortaöğretim ve Altı</b>	11	20,8	14	26,4	25	23,6
<b>Yüksek okul</b>	8	15,1	13	24,5	21	19,8
<b>Üniversite</b>	21	39,6	20	37,7	41	38,7
<b>Yüksek Lisans ve Üstü</b>	13	24,5	6	11,3	19	17,9

(Pearson Chi-Square: 4,15; sd: 3; p=0,245)

Tablo 3.25 cinsiyet ile eğitim durumu arasındaki ilişkiye dair bulguları göstermektedir. Analize tabi tutulan her iki değişken de kategorik değişken olduğundan Ki kare analizi kullanılmıştır. Ancak Ki-kare analizini yapabilmek için gerekli olan hücre başına düşen değer sağlanamadığından ilköğretim ve ortaöğretim seçeneği birleştirilmiş ve değişken “ortaöğretim ve altı eğitim durumu” olarak isimlendirilmiştir. Buna göre kadın ve erkek girişimcilerin eğitim durumları arasında farklılık yoktur. Diğer bir ifade ile kişilerin eğitim durumu cinsiyet bağlamında değişmemektedir.

**Tablo 3.26** Cinsiyet ve Girişimci Özelliği Arası İlişkiye Dair Bulgular

Cinsiyet	Kadın		Erkek		Toplam	
	Frekans	(%)	Frekans	(%)	Frekans	(%)
<b>Özellik</b>						
<b>Sermaye</b>	13	24,5	13	24,5	26	24,5
<b>Tecrübe</b>	9	17	12	22,6	21	19,8
<b>Girişimci Ruh</b>	12	22,6	15	28,3	27	25,5
<b>İş Fikri</b>	12	22,6	9	17	21	19,8
<b>Cesaret</b>	7	13,2	4	7,5	11	10,4

(Pearson Chi-Square: 2,00; sd: 4; p=0,734)

Tablo 3.26 cinsiyet ile kişinin kendinde bulduğu en önemli girişimci özelliği arasındaki ilişkiye dair bulguları göstermektedir. Ki-kare analizini yapabilmek için gerekli olan hücre başına düşen değer sağlanamadığından aile ve çevre desteğine sahip

olma değişkeni ile tecrübe sahibi olma değişkeni birleştirilmiş ve ‘‘tecrübe değişkeni’’ olarak isimlendirilmiştir. Buna göre kadın ve erkek girişimcilerin kendilerinde bulduğu girişimci özellikler arasında ilişki yoktur. Böylelikle ‘‘H6’’ hipotezi reddedilmiştir. Diğer bir ifade ile kadın ve erkek girişimcilerin, girişimci olurken kendilerinde buldukları özellikler birbirine benzemektedir.

**Tablo 3.27** Cinsiyet ve İşletmenin Kuruluş Sermayesi Temin Şekli Arası İlişki

Cinsiyet	Kadın		Erkek		Toplam	
	Frekans	(%)	Frekans	(%)	Frekans	(%)
<b>Sermaye Temin Şekli</b>						
<b>Şahsi Birikimler</b>	21	39,6	16	30,2	37	34,9
<b>Arkadaşlar</b>	3	5,7	8	15,1	11	10,4
<b>Aile-Akrabalar</b>	17	32,1	25	47,2	42	39,6
<b>Kredi</b>	12	22,6	4	7,5	16	15,1

(Pearson Chi Square: 8,47; sd: 3; Cramer’s V: 0,283; p=0,037)

Tablo 3.27 cinsiyet ile girişimcinin işletmesinin kuruluş sermayesini temin Şekli arasındaki ilişkiye dair bulguları göstermektedir. Buna göre cinsiyet ile kuruluş sermayesi temin Şekli arasında bir ilişki vardır. Bu ilişkinin gücünü gösteren test tablo 3.27’nin ikinci bölümünde yer alan tablodur. Buna göre bu ilişkinin derecesinin 0,28 olduğu söylenebilir ve bu kuvvet derecesi %5 anlamlılık seviyesinde istatistiki olarak anlamlıdır. Tabloya ilişkin detaylar incelendiğinde kadın girişimcilerin kişisel birikimlerinden ve banka kredilerinden faydalanarak kuruluş sermayesinin en büyük bölümünü karşıladığı, erkek girişimcilerin ise aile ve akrabalarından aldıkları destek ile işletmenin kuruluş sermayesini karşıladıkları görülmüştür.

**Tablo 3.28** Cinsiyet ve Girişimciliğin Önündeki Engel Arasındaki İlişki

Cinsiyet	Kadın		Erkek		Toplam	
	Frekans	(%)	Frekans	(%)	Frekans	(%)
<b>Engeller</b>						
Bürokratik engeller	9	17,0	7	13,2	16	15,1
Sermaye yetersizliği	13	24,5	12	22,6	25	23,6
Vergiler	9	17,0	15	28,3	24	22,6
Bilgi yetersizliği	14	26,4	9	17,0	23	21,7
Kişisel yetersizlikler	8	15,1	10	18,9	18	17

(Pearson Chi-Square: 3,09; sd: 4; p=0,541)

Tablo 3.28 cinsiyet ile girişimciliğin önündeki engellerin belirlenmesi için yapılan analiz sonuçlarını göstermektedir. Cinsiyet ile girişimcilerin girişimciliğin önündeki en büyük engeli belirlemesi arasında bir ilişki yoktur. Diğer bir ifade ile hem kadın girişimciler hem de erkek girişimciler benzer unsurların girişimciliği engellediğini ileri sürmektedir.

**Tablo 3.29** Cinsiyet ve Başarısız Girişimciye Verilen Tavsiye Arası İlişki

Cinsiyet	Kadın		Erkek		Toplam	
	Frekans	(%)	Frekans	(%)	Frekans	(%)
Ücretli iş aramasını	21	39,6	15	28,3	36	34
Tekrar denemesini	32	60,4	38	71,7	70	66

(Pearson Chi-Square: 1,51; sd: 1; p=0,218)

Tablo 3.29 cinsiyet ile başarısız girişimciye verilen tavsiyeler arasındaki ilişkiyi inceleyen analiz sonuçlarını göstermektedir. Buna göre cinsiyet ile başarısız girişimciye verilecek tavsiyeler arasında bir ilişki yoktur. Diğer bir ifade ile hem kadın hem de erkek girişimciler başarısız girişimcilere benzer tavsiyeler vermektedir. her iki cinsten girişimciler kişinin tekrar bir işletme kurmayı denemesini tavsiye etmektedir.

**Tablo 3.30** Cinsiyet ve Başarısız Girişimciye Yatırım Yapma Arasındaki İlişki

Cinsiyet	Kadın		Erkek		Toplam	
	Frekans	(%)	Frekans	(%)	Frekans	(%)
Yatırım yapabilirim	33	62,3	40	75,5	73	68,9
Kesinlikle yapmam	20	37,7	13	24,5	33	31,1

(Pearson Chi-Square: 2,15; sd: 1; p=0,142)

Tablo 3.30 cinsiyet ile başarısız girişimciye yatırım yapma kararı arasındaki ilişkiye dair bulguları göstermektedir. Buna göre cinsiyet ile başarısız girişimciye yatırım yapma kararı arasında ilişki yoktur. Diğer bir ifade ile kadın ve erkek girişimciler başarısız bir girişimciye yatırım yapma kararında benzer düşünceler ileri sürmektedir. Tablo 3.30'da da belirtildiği gibi hem kadın hem de erkek girişimciler başarısız girişimciye yatırım yapabileceklerini (%68,9), eski başarısızlıkların bir ölçüt olmadığını ileri sürmektedir.



**Tablo 3.31** Cinsiyet ile Para Kazanmayı Tek Başarı Ölçütü Olarak Görme Arasındaki İlişki

Cinsiyet	Kadın		Erkek		Toplam	
	Frekans	(%)	Frekans	(%)	Frekans	(%)
Evet	19	35,8	25	47,2	44	41,5
Hayır	34	64,2	28	52,8	62	58,5

(Pearson Chi-Square: 1,39; sd: 1; p=0,237)

Tablo 3.31 cinsiyet ile para kazanmayı tek başarı ölçütü olarak görme arasındaki ilişkiye dair bulguları göstermektedir. Buna göre cinsiyet ile para kazanmayı tek başarı ölçütü olarak değerlendirme arasında ilişki yoktur. Diğer bir ifade ile hem kadın hem de erkek girişimciler başarıyı sadece para kazanma olarak değerlendirme ile ilgili benzer düşünceler ileri sürmektedir.

**Tablo 3.32** Cinsiyet ve Girişimcilik Motivasyonu Arası İlişki

Cinsiyet	Kadın		Erkek	
	Frekans	(%)	Frekans	(%)
İş kurmanızda en büyük motivasyon kaynağınız nedir?				
Kendi kendimin patronu olmak	20	37,7	20	37,7
Daha fazla para kazanmak	1	1,9	8	15,1
Yetenekleri serbestçe kullanmak	11	20,8	13	24,5
Ailemin kurulu işletmesinin olması	5	9,4	9	17,0
Risk almayı seviyor olmam	2	3,8	3	5,7
Esnek çalışma saatleri	14	26,4	0	0

Tablo 3.32 cinsiyet ve girişimcilik motivasyonu arasındaki ilişkiyi belirten analizi göstermektedir. Her iki değişken de kategorik olmasına rağmen esnek çalışma saatleri kategorisinin hiçbir erkek girişimci tarafından seçilmemiş olması ki kare testinin güvenilirliğini düşürmektedir. Dolayısıyla ilgili yorumlar çapraz tablolar aracılığı ile yapılacaktır. Kadın ve erkek girişimcilerin en önemli motivasyon kaynağı kendi işinin patronu olmaktır. Ardından kadın girişimciler için esnek çalışma saatlerinden faydalanmak ve yeteneklerini serbestçe kullanmak gelmektedir. Erkek girişimciler için ise yeteneklerini serbestçe kullanmak ve ailenin kurulu işletmesinin olması girişimciyi en çok motive eden unsurlar olarak tanımlanmaktadır. Ki kare analizi yapılamadığından ileri sürülen hipotezin kabul edilemediğini söylemek mümkündür.

**Tablo 3.33** Cinsiyet ve Girişimci Olma Şartı Arası İlişki

Cinsiyet	Kadın		Erkek	
	Frekans	(%)	Frekans	(%)
<b>Girişimci olabilmek için en önemli şart nedir?</b>				
Risk üstlenebilmek	28	52,8	24	45,3
Yenilikçi uygulamalara sahip olmak	17	32,1	18	34,0
Sermaye sahibi olmak	1	1,9	6	11,3
İletişim becerilerine sahip olmak	6	11,3	1	1,9
Girişimci aileden gelmek	1	1,9	4	7,5

Tablo 3.33 cinsiyet ve girişimci olma şartı arasındaki ilişkiyi incelemektedir. Ancak girişimci olabilmek için en önemli şartı belirleyen değişkenin seçeneklerinden %20'den fazlası 5 gözlemin altındadır. Dolayısıyla bu analiz için ki kare testini kullanmak doğru değildir. Bunun bir sonucu olarak da “H5” hipotezi kabul edilmemiştir. Kadın girişimciler için en önemli girişimci olma şartları risk üstlenebilmek, yenilikçi uygulamalara sahip olmak ve iletişim becerilerine sahip olmak şeklinde sıralanmaktadır. Erkek girişimciler için ise en önemli şartların sıralanması; risk üstlenebilmek, yenilikçi uygulamalara sahip olmak ve sermaye sahibi olmak şeklinde sıralanmaktadır. İlk 2 seçeneğin aynı olması temelde cinsiyet farkı olmaksızın girişimcilerin benzer şartlara önem verdiğini göstermektedir.

**Tablo 3.34** Cinsiyet ve Toplumsal Cinsiyet Algısı Arası İlişki

Cinsiyet	Kadın		Erkek	
	Frekans	Yüzde (%)	Frekans	Yüzde (%)
<b>Sizce kadınlar girişimci olarak toplumda yer alabilir mi?</b>				
Evet	53	100	50	94,3
Hayır	0	0	3	5,7
<b>Sizce aile reisi kimdir</b>				
Erkek	5	9,4	27	50,9
Kadın	3	5,7	1	1,9
Ortak karar alınır	45	84,9	25	47,2

Tablo 3.34 cinsiyet ile toplumsal cinsiyet algısı arasındaki ilişkinin belirlenmesine yönelik analizi göstermektedir. Ancak her iki değişken için de ki kare testi koşulları sağlanmadığından yalnızca çapraz tablolar verilmiştir. Dolayısıyla “H7” hipotezi kabul edilememiştir. Tablo detaylıca incelendiğinde kadın ve erkek girişimcilerin kadınların girişimciliğine benzer tavır sergilediği görülmektedir. Diğer

yandan toplumsal cinsiyet algısının önemli bir boyutu olan aile reisi kavramı cinsiyetlere göre farklılık göstermektedir. Kadın girişimciler ortak karar alma yanlısı iken, erkek girişimcilerin önce erkekleri egemen kıldığı ardından ortak karar alma seçeneğinin tercih edildiğini söylemek mümkündür.

Cinsiyet bağlamında elde edilen tüm bulgular incelendiğinde, girişimciliğin cinsiyet ayrımını kaldırdığını söylemek mümkün olmaktadır. Kadın ve erkek girişimcilerin bakış açıları değerlendirildiğinde cinsiyetten bağımsız olarak hareket ettikleri ve birbirine benzediklerini söylemek olanaklıdır.

Başarılı bir girişime sahip olmak isteyen kişilerin iyi bir iş fikri, finansman, uygun personel, yeterli tesis ve etkili pazar stratejilerine sahip olması beklenmektedir. Ancak bu koşullar sağlandığında dünya ile rekabet edebilecek bir işletmenin oluşması mümkündür. Bu sonuçlardan da anlaşılacağı gibi kadın girişimcilerin ya da erkek girişimcilerin başarıyı anlamlandırma biçimi büyük ölçüde birbirine benzerdir. Hem yapılan yüz yüze görüşmelere hem de konu ile ilgili daha önceki çalışmaların sonuçlarına dayanarak kadın ve erkeklerin girişimcilik yeteneklerinin de birbirine benzediğini söylemek mümkündür.

İnsan hakları evrensel beyannamesinde, UÇÖ sözleşmelerinde ve diğer yazılı hukuk kurallarında da belirtildiği gibi cinsiyete dayalı ayırım yapmak hukuka aykırı olmakla birlikte bir insan hakları ihlalidir. Bu anlamda yapılan ayrımlar toplumda cinsiyetler arası uzlaşmazlığın artmasına, cinsiyete dayalı kalıpların oluşmasına ve cinsiyetler arası güç çekişmesine neden olmaktadır. Modern bir toplumda, cinsiyete bağlı kalıpların olmadığı, kişiler arası saygı ve özverinin önemsenir nitelikte olması beklenmektedir.

Sosyolojik unsurların toplumsal olguları açıklamada önemli bir değer olduğu gerçeğini yadsımak mümkün değildir. Ancak yalnızca bu unsura bağla kalmak da toplumun içinde bulunduğu durumu açıklamaya yetmemektedir. Bunun yanında ekonomik, siyasal ve kültürel değerlerin de önemli yeri olduğu bir geçektir. Sağlıklı bir toplumdan bahsetmek için eşitlik önemli bir ilke olarak değerlendirilmektedir ve eşitlik

kavramın hem sosyolojik hem de ekonomik karşılığının olması gerekmektedir. Ekonomik eşitlik kavramı, kadın ve erkek girişimcilerin eşit koşullarda ve şartlarda değerlendirilmesi ve toplumun girişimcilere cinsiyet temelli olmaksızın ekonomik değer yaratıcı gözüyle bakmasıdır. Ancak bu koşullarda eşitlik bir değerdir.

### **3.8. KADIN GİRİŞİMCİLERİN BAŞARI TANIMLARI**

Bu bölümde elde edilen bulgular, anket formundaki açık uçlu olarak sorulan bir soru ve yüz yüze yapılan görüşmelerin sonucunda elde edilmiştir. Kadın girişimcilerin başarı tanımları incelendiğinde en çok tercih edilen başarı tanımının “hedeflere ulaşma” ve “yapılan işten maddi ve manevi olarak tatmin olma” şeklinde ortaya çıktığı tespit edilmiştir. Diğer yandan “çok çalışmak”, “sevdiğin işi yapmak” ya da “sizi tercih edenlerin mutluluğu” gibi cevapların da geldiği gözlenmiştir.

Araştırma sonuçları kadın girişimcilerin başarıyı daha uzun vadede, planlı, detaylı ve soyut olarak tanımladığını göstermektedir. Erkek girişimcilerin verdiği cevaplar ile kıyaslandığında kadın girişimcilerin verdiği en farklı cevabın “sevdiğin işi yapmak” olduğu tespit edilmiştir. Genel olarak kadınların cam tavanlardan, ücretli olarak çalışırken karşılaştıkları problemlerden dolayı ya da istedikleri sektörlerde meydan okumak amacıyla girişimci olarak iş hayatına girdikleri düşünüldüğünde bu cevabın oldukça anlamlı olduğunu söylemek mümkündür. Yüz yüze yapılan görüşmelerde kadın girişimcilerin önce ücretli işlerde hem tecrübe kazanmak hem de iş dünyasını tanımak adına çalıştıkları, ardından kendi şirketlerini kurarak işveren olarak, istedikleri sektörlerde ve istedikleri koşullarda çalışma hayatında buldukları tespit edilmiştir.

Bir diğer önemli bulgu kadın girişimcilerin “genç kalmak”, “hırslı ve sabırlı çalışmak” gibi girişimciliğin odak noktasını oluşturan tanımlara başarı tanımı içerisinde yer vermeleridir. Genç kalma yaklaşımı beraberinde yenilikçi kavramları ve beklenmedik durumlarla başa çıkma gibi girişimciliğin önemli sayılan unsurlarını getirmektedir. Bunun bir sonucu olarak da kadın girişimcilerin hırslı ve sabırlı bir girişimci profilini oluşturdukları ortaya çıkmaktadır. Hırs ve sabır aynı anda bir

girişimcide bulunduğunda, uzun dđnemli isteklerin planlar dahilinde geliştirildiği ve bu hedeflere ulaşmak için gerekli sabrın gđsterildiđini sđylemek mđmkündür.

Unutmamak gerekir ki, kadın ve erkek girişimcilerin genel profilleri birbirine yakın olduğundan başarı tanımlarında derin ayrımların ya da tamamıyla farklı tanımların gelmesi pek olası değildir. Girişimciliğin toplumsal cinsiyet rolleri ayrımını kaldıran önemli bir unsur olduğu dđřunđldđunde elde edilen yakın bulguların ve belli noktalarda meydana gelen farklılıkların anlamlı olduğunu sđylemek mđmkündür.

### **3.9. ERKEK GİRİŞİMCİLERİN BAŞARI TANIMLARI**

Bu bđlümde elde edilen bulgular anket formundaki açık uçlu olarak sorulan bir soru ve yüz yuze yapılan gđrüşmelerin sonucunda elde edilmiştir. Erkek girişimcilerin başarı tanımlarına bakıldığında “hedeflere ulaşmak”, “elindekileri koruyabilmek”, “kaliteli ürünler sunabilmek”, “ok çalışmak” ve “bol para elde etmek” gibi cevapların geldiği gđzlenmektedir. Kadın girişimciler ile karşılaştırıldığında, erkek girişimcilerin zamanı kısa bđlmler halinde planladığı, somut ve bireysel ögelere önem verecek şekilde başarıyı tanımladığı sonucuna ulaşılmaktadır. Kadın girişimciler ile erkek girişimciler arasında benzer başarı algısı “hedeflere ulaşma” noktasında olmaktadır. Buna karşılık “elindekileri koruyabilmek” ve “bol para kazanmak” seçenekleri yalnızca erkek girişimciler tarafından yapılan başarı tanımlamaları içinde yer almaktadır.

Erkek girişimcilerin toplumsal kabul gđrmüş rollerinden biri olarak gđrnen iş insanı rolü, erkek girişimcilere başarı tanımlarında olduğu gibi sektör tercihlerinde ve yatırım tercihlerinde de büyük esneklik getirmektedir. Yüz yuze yapılan gđrüşmeler, erkek girişimcilerin başarılı olmasalar dahi tekrar denemek için fırsatlarının olduğunu bu yüzden de daha yüksek riskler alarak hedeflere daha kolay ulaşabildiklerini gđstermektedir. Bunun yanı sıra zor sağlanan güven ve finansman kaynaklarını daha etkin kullanmak adına daha planlı ve ll riskler alabileceklerini ifade etmişlerdir. Bunun bir sonucu olarak da, erkek girişimciler başarıyı tanımlarken pazara kaliteli ürünler sunmak, bol para kazanmak ya da elindekileri korumak gibi seçenekleri tercih etmişlerdir.

Önemli bir diğerk bulgu erkek girişimcilerin “güç” unsuruna yüklediğı anlamda meydana gelmektedir. Erkek girişimcilerin büyük bir çoğunluğu yüz yüze yapılan görüşmelerde başarıyı tanımlarken “güç” kelimesini kullanmıştır. Daha önceki çalışmalarda da vurgulandığı gibi bunun nedeninin güç elde etme ihtiyacı olduğunu söylemek mümkündür. Bununla birlikte sabırlı çalışma ve hayallere ulaşma yanıtları da başarıyı tanımlamak için kullanılan diğerk unsurlardır.

## SONUÇ

Hızlı ekonomik gelişme sağlayan toplumlarda, ülkedeki girişimci sayısı ile ekonomik kalkınma arasında pozitif bir ilişkinin varlığı söz konusudur. Bunun yanı sıra girişimcilik yalnızca ekonomik değer yaratmada değil; yenilikçi bir zihniyete sahip olma, doğru finans kaynaklarına ulaşma, işletmenin toplumsal ve ekonomik amaçlarını belirleme ve beklenmedik zorluklarla mücadele etme konularında da bireyleri geliştiren bir unsur niteliği taşımaktadır. Daha da önemlisi, her sosyal tabakadan ve cinsiyetten bireyleri ekonomik sisteme dahil eden girişimcilik olgusu hem ekonomik hem de sosyolojik önem taşıyan bir kavramdır.

Avrupa’da yapılan araştırmalar 20 milyon girişimin bulunduğunu, bu girişimlerin 85 milyon kişiyi istihdam ettiğini ve 3 trilyon doların üzerinde ekonomik değer yarattığını saptamıştır. Ülkemizde ise girişimler, katma değer’in %46’sını ve istihdamın %38’ini oluşturmaktadır. Böylesine önemli bir kavram olan girişimcilik mikro ve makro ölçekli birçok alandan etkilenmektedir. Ekonomik ve teknolojik altyapının durumu, finans düzenlemeleri, yasal ve sosyal ilişkiler, kültürel ve politik alt yapı makro ölçekli alanlara örnek olarak sayılabilir. Mikro ölçekte ise; yaratıcılık, risk alabilme, özgüven, liderlik ruhu gibi unsurlar girişimciliği etkileyen bireysel kavramlar olarak ortaya çıkmaktadır. Bunun yanı sıra eğitim, aile ve toplumsal çevre gibi sosyal yapıya ilişkin unsurların da girişimcilik olgusu ile ilişkili olduğu söylenebilir.

Toplum içinde yaşayan bireylerin toplumsal çevrenin belirlediği davranışlara uyması beklenmektedir. Bunun bir sonucu olarak, toplumsal normlar diğer etkenlerden daha baskın bir şekilde bireylere yaptırım gücü olan bir sistem olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda toplumların kişilere, cinsiyetlerine ilişkin roller yüklediği de unutulmamalıdır. Bu tip rollere toplumsal cinsiyet rolleri denmektedir ve bu kavram birçok unsuru etkilediği gibi girişimciliği de yakından etkilemektedir. Toplumlar kabul gören “*iş adamı*” ya da “*ev kadını*” sınıflaması ataerkil değerlerin itibar gördüğü yapılanma içinde karşımıza çıkmaktadır. Eril değerlerin hakim olduğu toplumlarda erkeğe; çalışma, para kazanma, karar alma ve yaratıcı olma görevleri yüklenirken

kadına; ev idaresi ve çocuk bakımı gibi ekonomik değer yaratmanın dışında roller yüklenmektedir.

Nitekim bu tip sınıflamalar kadınların girişimci olarak toplumda yer almasını zorlaştırmakta, yatırım kredilerinin bulunmasından uygun personelin istihdamına kadar birçok konuda kadınları girişimci olma noktasında zorlamaktadır. Unutmamak gerekir ki, bir girişimcinin kendi işletmesini kuramaması yalnızca o kişinin ekonomik kaybı değil, girişimcinin yaratacağı istihdam, ekonomik değer ve girişimci heyecanının kaybı niteliğini taşımaktadır. Bu çalışma bağlamında kadın girişimcilerin karşılaştığı temel sorunlar; sermaye yetersizliği, deneyim eksikliği, toplumun iş kadınına bakışı ve bürokratik engeller olmaktadır. Nitekim sermaye yetersizliği problemi Panda'nın (2001: 20), Kayalar ve Ömürbek'in (2007: 193), Palaz ve Turgut'un (2009: 108) yaptığı çalışmalarda da kadın girişimcilerin karşılaştığı en önemli engel olarak tespit edilmiştir. Ayrıca yapılan diğer araştırmalarda (Bilici 2007; 397; Şekerler 2006: 124; Ecevit 2007: 4) kadın girişimcilerin karşılaştığı en önemli engelin “bürokratik engeller” olduğu sonucuna ulaşmıştır. Bu engellerin kaldırılması için hem devlete hem de bireylere ayrı görevler düşmektedir. Bu görevler; kadın ve erkeklerin eğitim seviyesinin yükseltilmesi, iş piyasalarının düzenlenmesi, kredi ve destek politikalarının arttırılması ve örgütlenme gibi konulardan oluşmaktadır.

Yalnızca kadınları ya da erkekleri girişimci olarak desteklemek eksik bir politikadır. Çünkü kadın ve erkek birbirine rakip olan değil, her anlamda birbirini tamamlayan bir bütünün iki yarısı olarak düşünülmelidir. Elbette kadın ve erkeklerin girişimci olma nedenleri birbirinden farklıdır. Örneğin kadınlar bağımsız çalışma ve esnek çalışma saatleri avantajından yararlanmak için girişimci olmayı tercih ederken, erkekler ekonomik değer elde etme ya da kendini gerçekleştirme niyeti ile girişimci olmaktadır. Unutmamak gerekir ki, kadın girişimciliğinin geçmişi klasik girişimcilik kadar eski değildir. Ancak kısa bir zaman dilimi içinde kadın girişimciliğinin bu denli hızlı yol alması, ülkemizdeki kadın girişimci profilinin ne denli dinamik olduğunu göstermektedir.



Girişimcilik ile ilgili bahsedilen unsurların ekonomik bir değer yaratması girişimin başarılı olması koşuluna bağlıdır. Başarı ise, kişinin yetenek ve yetiştirmeye bağlı olarak gösterdiği ansal ya da eylemsel etkinliklerinin olumlu ürünü olarak tanımlanmaktadır. Ayrıca başarı doğuştan gelen bir güdü değil sonradan kazanılan bir ihtiyaç olarak sınıflandırılmaktadır. Girişimcilikte başarı, kişilere belli bir saygınlık getirmekte, iş adamı veya iş kadını statüsünde değerlendirilmelerini sağlamakta, son olarak da ekonomik ve psikolojik gereksinimleri yerine getirmek için kişileri motive etmektedir. Kuramsal olarak “başarı algısı” kavramı incelendiğinde; Abraham Maslow’un ileri sürdüğü İhtiyaçlar Hiyerarşisi Teorisi, Clayton Alderfer’in ERG Teorisi ve David McClelland’ın Başarı Güdüsü Teorisi, klasik teoriler olarak; Adams’ın Hakkaniyet Teorisi, Vroom’un Beklenti Teorisi, Lowler ve Porter’in Beklenti Teorisi ve Bandura’nın ileri sürdüğü Sosyal Bilişsel Teori ise modern başarı teorileri olarak değerlendirilmektedir. Bu bağlamda kadın ve erkeklerin girişimcilikte başarı konusuna karşı tutumları ve değerlendirmeleri oldukça önemli olmaktadır.

Tez kapsamında yürütülen bu araştırma kadın ve erkek girişimcilerin başarı algısındaki farklılıklarını ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Araştırmanın sonuçlarına göre kadın girişimcileri kendi işletmelerini kurmaya iten motivasyon unsuru, kendi işlerinin patronu olmak ve esnek çalışma saatlerinden faydalanmak olurken erkek girişimciler için kendi işlerinin patronu olmak, yeteneklerini serbestçe kullanmak ve para kazanmak şeklinde sıralanmaktadır. Nitekim Ceylan ve Demircan’ın (2002: 9-10) yaptığı araştırmada da kendi işinin patronu olmak ve para kazanmak unsurları en önemli motivasyon kaynağı olarak belirlenmiştir. Ayrıca Benzing ve arkadaşları (2009: 67), Kutanis ve Alpaslan (2006: 146), Kutanis ve Hancı (2004: 459) ve Karateke (2006: 57) tarafından yapılmış çalışmalarda da benzer sonuçlara ulaşılmıştır. DeMartino ve Barbato’nun (2003: 824) yapmış olduğu çalışma kadın ve erkeklerin motivasyon faktörlerini belirlemek üzerinedir ve bu çalışmanın bulguları ile oldukça örtüşmektedir. Buna göre DeMartino ve Barbato’nun (2003: 824) bulguları kadın girişimcilerin esnek çalışma saatlerinden faydalanmak için girişimci olduklarını, erkek girişimcilerin ise servet yaratmak amacıyla girişimci olduklarını göstermektedir.

Çalıştıkları alan bakımından kadın girişimcilerin daha çok hizmet sektörünü tercih ettikleri, erkek girişimcilerin ise daha çok imalat sanayinde yoğunlaştıkları dikkat çekmektedir. İşletmelerinin kuruluş aşamasında kadın girişimciler sermayenin en büyük kısmını şahsi birikimlerinden sağlamakta ve yakın arkadaşlarından destek bularak ayakta kalmaktadırlar. Erkek girişimciler ise aile ve akrabaların desteği ile işletmelerini kurmuşlardır ve profesyonel kişilerden destek alarak ayakta kalmaktadırlar. Kredi kullanma konusunda ise, kadın girişimcilerin erkek girişimcilerden daha fazla kredi kullandıkları tespit edilmiştir. Literatürde yapılan diğer çalışmalarda da benzer sonuçlara rastlamak mümkündür. Ceylan ve Demircan'ın (2002: 9-10) yaptığı araştırma katılımcıların dörtte üçünün aile ya da şahsi birikimleriyle işletme kurduğunu göstermektedir. Ayrıca Karagöz'ün (2009: 128) Isparta ilindeki girişimciler üzerine yaptığı araştırmada da katılımcıların %90'ının kendi birikimleri ile işletme kurduklarını göstermektedir. Son olarak da kadın girişimciler üzerine bir araştırma yapan Yelkikalan (2006: 105) kadın girişimcilerin kredi almakta zorlandığını bu yüzden katılımcıların %41'inin şahsi birikimleri ile işletme kurduklarını tespit etmiştir.

Kadın girişimcilerin ailede karar merci olarak ortak karar alma biçimini benimsemiş oldukları gözlenirken, erkek girişimcilerin erkek egemen bir yapıda karar alma eğiliminde oldukları saptanmıştır. Türk toplumunun toplumsal cinsiyet yapısını belirlemeye yönelik bir araştırma yapan Yamaoğlu'da (2008: 77) Türk toplumunun eril değerlere sahip olduğunu vurgulamaktadır. Bu şekilde bir yapılanma öncelikle günümüz ilişkilerini, ardından da ebeveynlerini model olarak davranış geliştiren bir sonraki nesli zarara uğratmaktadır. Çünkü gelişmiş bir toplum ve başarılı ekonomik ilişkiler ancak ve ancak eşitlikçi bir toplumsal cinsiyet yaklaşımı ile ulaşılabilecek hedef niteliği taşımaktadır.

Girişimcilik içinde önemli yere sahip olan bir çok unsur araştırma sonuçlarına göre istatistiki olarak cinsiyete bağlı olmaksızın gerçekleşmektedir. Diğer bir ifade ile işletmeyi başarıya ulaştıracak tercihlerin belirlenmesinde, erkek girişimciler ile kadın girişimciler arasında bir farklılık bulunmamaktadır. Araştırmaya konu olan kadın ve erkek girişimciler; girişimciliğin önündeki engellerin belirlenmesi, başarısız girişimciye

verilecek tavsiyeler, devlet teşvikinin yeterliliği, iş memnuniyeti ve para kazanmanın tek başarı ölçütü olarak ele alınması gibi temel noktalarda ortak değerlendirmelerde bulunmuşlardır. Bunun yanı sıra, girişimciliğin temelini oluşturan şartlar, eğitim durumu ve kişilerin kendilerinde buldukları girişimci özelliklerin belirlenmesi gibi değişkenler açısından da, cinsiyet istatistiki olarak anlamlı bir faktör olmamaktadır. Buradan ulaşılabilecek en önemli sonuç, yüz yıllardır erkeklerin elinde bulundurduğu girişimciliğin aslında kadınlar tarafından da oldukça başarılı bir şekilde icra edilebileceğidir. Nitekim yapılan diğer araştırmalar da (Weninstead ve Wright 2000: 29-36; Brindley 2005: 144) kadın ve erkek girişimcilerin bir işletme kurma, ilerletme ve başarıya ulaşma konularında istatistiki olarak aynı düzeyde beceriye sahip olduklarını göstermektedir.

Araştırmada kullanılan girişimci öz yeterlilik ölçeği 6 ayrı faktör üzerine ölçüm yapmaktadır. Bu faktörlere ilişkin detaylar incelendiğinde; girişimcilerin en başarılı şekilde değerlendirdikleri değişken “temel insan kaynakları geliştirme” unsuru olmaktadır. Bu değişken girişimcilerin uygun personel istihdam etmesini ve bu personele uygun insan kaynakları yönetimi tarzının belirlenmesini kapsamaktadır. Ardından “temel amacı tanımlama” değişkeni gelmektedir. Bu değişken; girişimcinin vizyon ve misyon yaratabilmesi, uygun yatırımcı ve personelinin tespit edilip onlarla ilişkiye geçmesini tanımlamaktadır. Bir sonraki değişken “yatırımcılar ile ilişkiler başlatma” değişkenidir. Bu değişken, fon kaynaklarına ulaşma ve işletmenin kurulması için gerekli olan sermayeyi sağlayacak kişilerle ilişkiye geçmeyi tanımlamaktadır. Dördüncü önemli değişken “yeni ürün ve pazar fırsatları geliştirme” değişkenidir. Bu değişken pazar fırsatlarının farkına varılması ve harekete geçilmesi konularını tanımlamaktadır. Beşinci önemli değişken “yenilikçi bir çevre oluşturma” unsurudur. Bu değişken, girişimcinin etrafındaki kişileri yaratıcı olma konusunda desteklemesini tanımlamaktadır. Son değişken ise “beklenmedik durumlarla başa çıkma” yeteneğidir. Bu unsur, girişimcinin kriz anında sakin kalarak akılcı kararlar almasını ve zor durumlardan işletmenin zarar görmeden çıkmasını tanımlamaktadır.

Jung ve arkadaşlarının (2001: 46) yaptığı çalışma ABD ve Kore’de girişimcilerin başarı algısını ölçmeye yöneliktir. Buna göre ABD’li ve Koreli girişimcilerin en başarılı oldukları nokta “temel amacı tanımlama” yeteneği olurken ABD’li girişimcilerin en az başarılı oldukları yetenek “yatırımcı ile ilişki geliştirmek” yeteneği olmaktadır. Diğer yandan Koreli girişimciler de Türk girişimciler gibi “beklenmedik zorluklarla başa çıkma” yeteneğinde oldukça düşük bir performans sergilemektedir (Jung vd. 2001: 46). Naktiyok ve arkadaşlarının (2009) Türkiye’de yaptığı bir araştırma girişimci olma potansiyeline sahip öğrencilerin başarı algısı değerlerini belirlemeye yöneliktir ve çalışmanın sonuçları en yüksek yeteneğin “temel amacı tanımlama”, en düşük yeteneğin ise “yeni pazar fırsatları” olduğunu göstermiştir.

Belirlenen bu altı faktörün hepsinde kadın girişimcilerin erkek girişimcilerden daha yüksek beceriye sahip olduğu belirlenmiştir. Ancak bu farklılığın istatistiki olarak da var olduğu tek unsur “temel amacı tanımlama” değişkeni olmaktadır. Bu farkın kuramsal olarak da anlamlı olduğunu söylemek mümkündür. Temel amacı tanımlama değişkeni; girişimcinin vizyon ve misyon yaratabilmesi, uygun yatırımcı ve personelinin tespit edilip onlarla ilişkiye geçmesini tanımlamaktadır. Dolayısıyla bu yetenek yoğun biçimde iletişim becerisi gerektirmektedir ve kadınların erkeklerden daha kuvvetli iletişim becerilerine sahip olduğu düşünüldüğünde bu farkın da anlamlı olduğu söylenebilir. Nitekim kadın girişimcilerin sorunlarını belirlemeye yönelik bir çalışma hazırlayan Şekerler’de (2006: 110) kadınların iletişim becerilerin daha yüksek olduğunu vurgulamaktadır.

Eğitim durumu ve girişimci öz yeterlilik ölçeği faktörleri arasındaki ilişki incelendiğinde ise, daha yüksek eğitim düzeyine sahip olanların her faktörde daha başarılı sonuçlar elde ettiğini söylemek mümkündür. Ancak bu faktörlerden yalnızca “yenilikçi çevre oluşturma” becerisi istatistiki olarak anlam kazanmaktadır. Yenilikçi çevreye sahip olma değişkeni, etrafındakilere ilham vermek şeklinde tanımlanmaktadır. Nitekim eğitim düzeyindeki bir artışın kişinin karşısındakini etkileme becerisini ve yeniliklerin farkında olma yetisini arttırdığı düşünüldüğünde, yüksek lisans ve üstünde eğitim sahibi girişimcilerin, ilköğretim düzeyinde eğitim sahibi girişimcilerden daha

yenilikçi bir çevreye sahip olmaları beklenmektedir. Eğitim ve girişimcilik arasındaki ilişkiyi inceleyen bir çalışma yapan Oosterbeek ve arkadaşları da (2009) benzer bulgulara ulaşmıştır. Buna göre eğitim durumu arttıkça kişilerin girişimcilik performansları da artmaktadır.

Girişimcilikte önemli bulunan şartlar, kişilerin girişimci olurken taşıdıkları özellikler ve faktörler arası ilişki incelendiğinde istatistiki olarak ilişkinin varlığından bahsetmek mümkün olmamaktadır. Dolayısıyla daha önce de belirtildiği gibi kadın ve erkek girişimcilerin birbirine benzer unsurlar üzerine hemfikir olduklarını söylemek mümkündür.

Girişimcilik motivasyonu ve öz yeterlilik ölçeği faktörler arası ilişki incelendiğinde: yeni ürün ve fırsat geliştirme, yatırımcılarla ilişki başlatma ve temel amacı belirleme konularında istatistiki olarak farklılık göze çarpmaktadır. Yeni ürün ve fırsat geliştirme faktörü incelendiğinde istatistiki farklılığın daha fazla para kazanmak isteyenler ile risk almak isteyenler arasındaki farklılıktan kaynaklandığı söylenebilir. Diğer bir ifade ile motivasyonu risk almak olan girişimcilerin yeni ürün ve pazarlar geliştirme yeteneği, daha fazla para kazanma motivasyonu ile girişimci olanların yeteneklerinden daha yüksek olarak gerçekleşmektedir. Yatırımcılarla ilişki başlatma açısından ise farklılık yaratan iki seçenek, kurulu işletmenin olması ve esnek çalışma saatleri amacıyla yapılan girişimci olma tercihleridir. Diğer bir ifade ile esnek çalışma saatlerinden faydalanmak için girişimci olmuş kişilerin yatırımcılarla daha kuvvetli ilişkiler geliştirdiği %5 anlamlılık düzeyinde kabul edilmektedir. Son farklılık ise temel amacı belirleme konusunda meydana gelmektedir. Farklılık yaratan tercihler, kurulu işletmenin olması ve esnek çalışma saatlerinin tercih edilmesinden kaynaklanmaktadır. Diğer bir ifade ile esnek çalışma saatlerinden faydalanmak amacıyla girişimci olmuş kişilerin %5 anlamlılık düzeyinde vizyon ve misyon belirlemede daha başarılı olduklarını söylemek mümkündür.

Araştırma bulgularına göre en kuvvetli korelasyon yenilikçi çevre geliştirme ve yatırımcılar ile ilişki başlatma değişkenleri arasında meydana gelmektedir. Etrafına ilham veren kişilerin farklı çevrelerde ve koşullarda buldukları bilinen bir gerçektir.

Böylesine geniş bir çevre ve çok sayıda kişi ile bir arada olmanın bir sonucu olarak da, yatırımcılar ile en çok etkileşim içinde bulunan grubun yenilikçi olanlar olduğu söylenebilir. Ayrıca yatırımcılar ile ilişki geliştirme konusunda anlamlı bir ilişki de para kazanmayı tek ölçüt bulup bulmama konusunda gerçekleşmektedir. Buna göre para kazanmayı başarının tek ölçütü olarak görmeyen girişimciler, yatırımcılar ile daha başarılı ilişkiler kurabilmekte ve finans kaynaklarına daha yakın olabilmektedir. Bunun bir sonucu olarak, çok boyutlu düşünceye sahip kişilerin girişimci olarak başarılı olmaları ihtimali daha yüksek olmaktadır.

Bulguların tümü değerlendirildiğinde girişimcilik, cinsiyet ayrımını ortadan kaldıran, her iki cinsten kişileri ve toplumun farklı kesimlerinden insanları birbirine yakınlaştıran, tahminlerin çok üstünde katma değer ve istihdam yaratan bir ekonomik değer niteliği taşımaktadır. Dolayısıyla cinsiyet ayrımı yapılmaksızın hazırlanacak girişimci teşvik planları, hem nüfusun yarısını oluşturan kadınları çalışan olarak ekonomik hayatta var olmaya teşvik edecek hem de girişimci olarak kendine güvenen bireyler yetiştirilmesini sağlayacaktır.

Bundan sonra yapılacak çalışmalarda başarı algısı ile kişilik ilişkisinin kurulması bir yandan kadın ve erkek girişimci tiplerinin kişilik yapısını tanımlamaya yardımcı olacak diğer yandan da başarının alt boyutları ile kişilik arasındaki ilişkinin belirlenmesine destek olacaktır. Dolayısıyla sonraki çalışmalarda başarı algısı, kişilik ve girişimcilik ilişkisinin kurulması yerinde olacaktır.

## KAYNAKÇA

- Abdullaeva, Feruzahon  
2007 Öğrencilerin Girişimcilik Özellikleri ve İş Değerleri: Kırgızistan, Özbekistan, Azerbaycan ve Türkiye Karşılaştırılması, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Sakarya.
- Akın, Ayşe – Demirel, Simge  
2003 "Toplumsal Cinsiyet Kavramı ve Sağlığa Etkileri", *Cumhuriyet Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi*, sy. 25, nu.4, ss. 73-82.
- Aksu, Bora  
2008 *Sivil Toplum Kuruluşları için Toplumsal Cinsiyet Rehberi*, Odak Ofset Matbaacılık, Ankara.
- Altman, Yochanan – Shortland, Susan  
2008 "Women and International Assignments: Takind Stock, A 25 Year Review", *Human Resource Management*, c. 47, sy. 2, ss. 199-216.
- Amaible, Teresa M.  
1998 *Yaratıcılık Nasıl Öldürülür*, Harvard Business Review, Power Özel Eki, 12-24.
- Aytaç, Ömer – İlhan, Süleyman  
2007 "Girişimcilik ve Girişimci Kültür: Sosyolojik Bir Perspektif", *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, sy. 18, ss. 101-120.
- Aytaç, Serpil  
2004 *İnsanı Anlama Çabası*, Ezgi Kitabevi, Bursa.
- Aytaç, Serpil – Aytaç, Mustafa – Başol, Oğuz – Bondy, Julian  
2009 "Sexual Harassment on Campus", *Journal of the World Universities Forum*, c. 2, sy. 4, ss. 21-40.
- Balaban, Özlem – Özdemir, Yasemin  
2008 "Girişimcilik Eğitiminin Girişimcilik Eğilimi Üzerindeki Etkisi: Sakarya Üniversitesi İİBF Örneği", *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, c.3, sy.2, ss. 133-150.
- Baraz, Barış  
2006 *Aile İşletmelerinde Kurumsallaşma Ölçütleri, 2. Aile İşletmeleri Kongresi Kitabı*, İstanbul Kültür Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- Baum, J. Robert – Frese, Michael – Baron Robert A. – Katz, Jerome A.  
2007 "Entrepreneurship As an Area of Psychology Study: An Introduction", *The Psychology of Entrepreneurship*, Ed. J. Robert Baum, Michael Frese, Robert Baron, ss. 1-18, Lawrence Erlbaum Associates, New Jersey.
- Bedük, Aykut  
2005 "Türkiye'de Çalışan Kadın ve Kadın Girişimciliği", *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, c.3, sy. 12, ss. 106-117.

- Bektaş, Çetin – Köseoğlu, Mehmet Ali  
2007 "Aile İşletmecilik Kültürünün Girişimcilik Eğilimine Etkileri ve Bir Alan Araştırması", *Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi İİBF Dergisi*, sy. 13, ss. 297-317.
- Bennis, Warren G. – Thomas, Robert J.  
2005 "Liderlik Potaları", *Harvard Business Review - Lider Geliştirme*, çev. Barış Özçorlu, Mess Yayınlar, No:456, İstanbul.
- Benzing, Cynthia – Chu, Hung Manh – Kara, Orhan  
2009 "Entrepreneurs in Turkey: A Factor Analysis of Motivations, Success Factors, and Problems", *Journal of Small Business Management*, sy. 47, ss. 58-91.
- Betil, İbrahim  
2007 "Ekonomik ve Sosyal Alanda Girişimcilik", *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, c. 2, sy. 2, ss. 21-26.
- Bilici, Nilgün  
2007 "Erzurum Alt Bölgesindeki KOBİ'lerin Mevcut Durumları, Sorunları ve Çözüm Önerileri", *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, c. 2, sy. 10, ss. 383-398.
- Bogardus, Anne M.  
2009 *Professional in Human Resources Certification: Study Guide*, Wiley Publishing, Canada.
- Bozkurt, Ömer  
2007 "Girişimcilik Eğiliminde Kişilik Özelliklerinin Önemi", *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, c.1, sy.2, ss. 93-112.
- Brindley, Clare  
2005 "Barriers to Women Achieving Their Entrepreneurial Potential: Women and Risk", *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, sy. 11, nu. 2, ss. 144-161.
- Bruni, Attila – Gherardi, Silvia – Poggio, Barbara  
2002 "Entrepreneur-Mentality, Gender and the Study of Women Entrepreneurs", *Journal of Organizational Change Management*, c. 17, sy. 3, ss. 256-268.
- Brush, Candida – Carter, Nancy – Gatewood, Elizabeth – Greene, Patricia – Hart, Myra  
2001 *The Diana Project: Women Business Owners and Equity Capital: The Myths Dispelled*, Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership, Kansas City.
- Brush, Candida G.  
2008 "Pioneering Strategies for Entrepreneurial Success", *Business Horizons*, sy. 51, ss. 21-27.
- Burkowski, Nancy  
2005 *Organizational Behaviour in Health Care*, Jones and Bartlett Publishers, Canada.



- Buttler, Judith  
1999 *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*, Routledge, New York.
- Buttner Holly E. – Rosen, Benson  
1988 "Bank Loan Officers' Perceptions of the Characteristics of Men, Women and Successful Entrepreneurs" *Journal of Business Venturing*, sy. 3, ss. 249-258.
- Buyantsogt, Tuya  
2006 "Mongolia: Traditions and Family Portrait", *Families Across Cultures: A 30-Nation Psychological Study*, Ed. James Georgas, John W. Berry, Fons J. R. van de Vijver, Cigdem Kagitcibasi, Ype H. Poortinga, ss. 402-409, Cambridge University Press, UK.
- Cansız, Emine  
2007 Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesi: Süleyman Demirel Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Çalışma, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Isparta.
- Carsrud, Alan L. – Brannback, Malin E.  
2007 *Entrepreneurship*, Greenwood Press, USA.
- Cassar, Gavin  
2006 "Entrepreneur Opportunity Costs and Intended Venture Growth", *Journal of Business Venturing*, sy. 21, ss. 610– 632.
- Cassis, Youssef – Minoglou, I. Pepelasis  
2005 "Entrepreneurship in Theory and History: State of the Art and New Perspectives", *Entrepreneurship in Theory and History*, Ed. Youssef Cassis – Pepelasis I. Minoglou, ss. 3-21, Palgrave – Macmillan, New York.
- Casson, Mark – Godley, Andrew  
2005 "Entrepreneurship and Historical Explanatory", *Entrepreneurship in Theory and History*, Ed. Youssef Cassis – Pepelasis I. Minoglou, ss. 25-60, Palgrave – Macmillan, New York.
- Casson, Mark – Yeung, Bernard – Basu, Anuradha – Wadeson, Nigel  
2006 *The Oxford Handbook of Entrepreneurship*, Oxford University Press, Great Britain.
- Ceylan, Adnan – Demircan, Nigar  
2002 "Girişimcilerin Başarı, Güç Ve Yakın İlişki İhtiyaçlarının Kişilik Özellikleri İle İlişkisi Üzerine Düzce Bölgesi'ndeki KOBİ'lerde Bir Araştırma", *21. Yüzyılda KOBİ'ler: Sorunlar, Fırsatlar Ve Çözüm Önerileri Sempozyumu*, Doğu Akdeniz Üniversitesi, İşletme Fakültesi, 3-4 Ocak.
- Charney, Alberta – Libecap, Gary D.  
2000 *The Impact of Entrepreneurship Education: An Evaluation of the Berger Entrepreneurship Program at the University of Arizona, 1985-1999*, The Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership, Kansas City, Missouri.

- Chen, Chao C. – Greene, Patricia G. – Crick Ann  
1998 "Does Entrepreneurial Self-Efficacy Distinguish Entrepreneurs from Managers?", *Journal of Business Venturing*, sy.13, ss. 295–316.
- Cooper, Arnold C. – Artz, Kendall W.  
1995 "Determinants of Satisfaction for Entrepreneurs", *Journal of Business Venturing*, sy. 10, ss. 439-457.
- Çelik, Adnan – Akgemici, Tahir  
1998 *Girişimcilik Kültürü ve KOBİ'ler*, Nobel Yayınevi, Ankara.
- Damarlı, Özge  
2006 Ergenlerde Toplumsal Cinsiyet Roller, Bağlanma Stilleri ve Benlik Kavramı Arasındaki İlişkiler, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ankara.
- De Noble, A.F. – Jung, D. – Ehrlich, S.B.  
1999 "Entrepreneurial Self-Efficacy: The Development of a Measure and Its Relationship to Entrepreneurial Action", *Frontiers for Entrepreneurship Research*, Erişim Tarihi: 10.01.2010, Erişim Adresi: [http://www.babson.edu/entrep/fer/papers99/I/I\\_C/IC.html](http://www.babson.edu/entrep/fer/papers99/I/I_C/IC.html).
- DeMartino, Richard – Barbato, Robert  
2003 "Differences Between Women and Men MBA Entrepreneurs: Exploring Family Flexibility and Wealth Creation as Career Motivators", *Journal of Business Venturing*, sy. 18, ss. 815-832.
- DPT  
2000 *Uzun Vadeli Strateji ve Sekizinci Kalkınma Planı (2001-2006)*, DPT Yayınları, Ankara.
- DPT  
2006 *Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007-2013)*, Resmî Gazete, Sayı: 26215.
- Doğan, Binali  
2007 *Örgüt Kültürü*, Beta Yayın Evi, İstanbul.
- Doğan, İsmail  
2002 *Sosyoloji: Kavramlar ve Sorunlar*, Pegem A Yayıncılık, Ankara.
- Doğramacı, Bahar  
2006 Kadınları Girişimci Olmaya Yönelten Nedenler ve Giresun Örneği, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Sakarya.
- Donovan, John J.  
2009 "İş Motivasyonu", *Endüstri, İş ve Örgüt Psikolojisi El Kitabı 2. Cilt*, Ed. Neil Anderson, Deniz S. Öneş, Handan Kepir Sinangil, Chockalingam Viswesvaran, Sage Publication, İstanbul.
- Dökmen, Zehra Y.  
2004 *Toplumsal Cinsiyet-Sosyal Psikolojik Açıklamalar*, Sistem Yayıncılık, İstanbul.

- Drucker, Peter F.  
2001 *Management: Tasks, Responsibilities, Practises*, Butterworth – Heinemann Publications, Great Britain.
- Drucker, Peter F.  
2007 *Innovation and Entrepreneurship*, Butterworth – Heinemann Publications, Great Britain.
- Durkin, Kevin  
1995 *Developmental Social Psychology: From Infancy to Old Age*, Blackwell Publishing, USA.
- Ecevit, Yıldız  
2003 "Toplumsal Cinsiyetle Yoksulluk İlişkisi Nasıl Kurulabilir? Bu İlişki Nasıl çalışılabilir?" *Cumhuriyet Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi*, sy.25, nu. 4, Özel Eki, ss. 83-88.
- Ecevit, Yıldız  
1993 "Kadın Girişimciliğinin Yaygınlaşmasına Yönelik Bir Model Önerisi", *Kadını Girişimciliğe Özendirme ve Destekleme Paneli*, Ed. Aypar Altınel, Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Ecevit, Yıldız  
2007 *Türkiye'de Kadın Girişimciliğine Eleştirel Bir Yaklaşım*, Uluslar Arası Çalışma Ofisi, Ankara.
- Eğrican, Nilüfer – Karadeniz, Esra  
2008 *Entrepreneurship in Turkey: The Turkish Annual Report*, GEM Publishing, İstanbul.
- Elitaş, Cemal – Aydemir, Oğuzhan  
2008 "Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler İçin Tekdüzen Hesap Planı Uygulamaları: İsviçre Örneği", *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, sy. 39, ss. 92-100.
- Erdoğan, İrfan  
2000 *Okul Yönetimi ve Öğretim Liderliği*, Sistem Yayıncılık, İstanbul.
- Erdoğan, Türkan  
2008 "Toplumsal Sistemin Düzen Sağlayıcı Unsuru Olarak Cinsiyet Rolü Farklılaşması", *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, yıl 12, sy. 3, ss. 123-145.
- Eurostat  
2009 *Science, Technology and Innovation in Europe*, Eurostat Publication, Luxembourg.
- Faltin, Günter  
2001 "Creating a Culture of Innovative Entrepreneurship", *Journal of International Business and Economy*, sy. Fall, c. II, nu. 1, ss. 123-140.

- Gatewood, Elizabeth – Brush, Candida – Carter, Nancy – Greene, Patricia – Hart, Myra  
2009 "Diana: A Symbol of Women Entrepreneurs' Hunt for Knowledge, Money, and the Rewards of Entrepreneurship", *Small Business Economy*, sy. 32, ss. 129-144.
- GEM - Global Entrepreneurship Monitor  
2007 *Global Report on High – Growth Entrepreneurship*, Erkkö Autio, UK.
- Georgas, James  
2006 "Families and Family Change", *Families Across Cultures: A 30-Nation Psychological Study*, Ed. James Georgas, John W. Berry, Fons J. R. van de Vijver, Cigdem Kagıtcıbası, Ype H. Poortinga, ss. 3-50, Cambridge University Press, UK.
- Georgas, James – Berry, John W. – Kagıtcıbası, Cigdem  
2006 "Synthesis: How Similar and How Different are Families Across Cultures?", *Families Across Cultures: A 30-Nation Psychological Study*, Ed. James Georgas, John W. Berry, Fons J. R. van de Vijver, Cigdem Kagıtcıbası, Ype H. Poortinga, ss. 186-240, Cambridge University Press, UK.
- Giddens, Anthony  
2005 *Sosyoloji, Kısa Fakat Eleştirel Bir Giriş*, Phoenix Yayınevi, Ankara.
- Grad, Hector  
2006 "Spain: Tradition and Modernity in Family Structure and Values", *Families Across Cultures: A 30-Nation Psychological Study*, Ed. James Georgas, John W. Berry, Fons J. R. van de Vijver, Cigdem Kagıtcıbası, Ype H. Poortinga, ss. 458-466, Cambridge University Press, UK.
- Griffin, Natalie Shope  
2005 "Yönetim Geliştirme Çabalarınızı Kişiselleştirin", *Harvard Business Review - Lider Geliştirme*, çev. Barış Özçorlu, Mess Yayınlar, No:456, İstanbul.
- Griffiths, Alan – Wall, Stuart – Zimmerman, Carsten – Klingebiel, Ronald  
2007 "Doing Business: The Nature of Global Trading", *Trading Places Smes in the Global Economy*, Ed. Lester Lloyd Reason – Leigh Sear, Edward Elgar Publishing, UK, ss. 11-38.
- Gundry, Lisa K. – Welsch, Harold P.  
2001 "The Ambitious Entrepreneur: High Growth Strategies of Women Owned Enterprises" *Journal of Business Venturing*, sy. 16, ss. 453–470.
- Gürol, M. Ali – Marşap, Akın  
2007 "Geçmişte ve Günümüz Yaşamında Ücretsiz ve Ücretli İşgücü Olarak Kadın", *Bilgi*, sy. 42, ss. 95-109.
- Gürol, Mehmet Ali  
2000 *Türkiye'de Kadın Girişimci ve Küçük İşletmesi: Fırsatlar, Sorunlar, Beklentiler ve Öneriler*, Atılım Üniversitesi Yayınları No:2, Ankara.
- Henry, Colette – Hill, Frances – Leitch, Claire  
2003 *Entrepreneurship Education and Training*, Ashgate, England.

- Hirsch, Paul  
1972 "Processing Fads and Fashions: An organization-Set Analysis of Cultural Industry Systems" *American Journal of Sociology*, sy. 77, ss. 639-659.
- Hofstede, Geert  
2001 *Culture's Consequence: Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations Across Nations*, Sage Publications, United Kingdom.
- Hofstede, Geert – Hofstede, Gert J.  
2005 *Cultures and Organizations: Software of the Mind*, McGraw-Hill, USA.
- İlhan, Süleyman  
2005 "Bazı Değişkenler Açısından Elazığ'da Girişimci Profili", *Firat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, c. 15, sy. 1, ss. 217-248.
- İlter, Berfu  
2008 Girişimcilik Sürecinde Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunların Analizi: Kagider Örneği, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Afyonkarahisar.
- Johnson, Miriam M.  
1993 "Functionalism and Feminism: Is Estrangement Necessary", *Theory on Gender: Feminism on Theory*, Ed. Paula England, Walter de Gruyter Inc, New York, ss. 115-130.
- Jung, Dong I. – Ehrlich, Sanford B. – DeNoble, Alex F. – Baik, Ki Bok  
2001 "Entrepreneurial Self-Efficacy and Its Relationship to Entrepreneurial Action", *Management International*, c.6, sy.1, ss. 41-56.
- Kağıtçıbaşı, Çiğdem  
2000 *Yeni İnsan ve İnsanlar*, Evrim Yayınevi, İstanbul.
- Karagöz, Melahat  
2009 Girişimcilik Profili Araştırması: Isparta İli Örneği, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Isparta.
- Karancı, Nuray – Dirik, Gülay – Yorulmaz, Orçun  
2007 "Reliability and Validity Studies of Turkish Translation of Eysenck Personality Questionnaire Revised-Abbreviated", *Turkish Journal of Psychiatry*, sy. 18-3, ss. 1-7.
- Karateke, Gün  
2006 Kadınları Girişimciliğe İten Faktörler, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul.
- Kaya, Canan  
2009 Çalışma Yaşamında Kadın Sorunları ve Örgütlenme Eğilimleri, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İzmir.
- Kayalar, Murat  
2007 "Girişimci Adaylarının Risk Almaya Yatkınlık Özelliğinin Cinsiyet Bağlamında İncelenmesi", *Atatürk Üniversitesi İİBF Dergisi*, c.21, sy.1, ss. 185-200.

- Kepenek, Yakup – Yentürk, Nurhan  
2007 *Türkiye Ekonomisi*, Remzi Kitabevi, İstanbul.
- Kızilkaya, Ertuğrul  
2005 "Joseph A. Schumpeter'in Girişimcilik Fikrine Daie Bir Not", *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, sy. 10, ss. 26-45.
- Kickul, J. – D'Intino, R. S.  
2005 "Measure for Measure: Modeling Entrepreneurial Self-Efficacy onto Instrumental Tasks Within the New Venture Creation Process", *New England Journal of Entrepreneurship*, sy. 8-2, ss. 39-47.
- Kisfalvi, Veronika  
2002 "The Entrepreneur's Character, Life Issues, and Strategy Making, a Field Study", *Journal of Business Venturing*, sy. 17, ss. 489-518.
- Koontz, Harold – Wehrich, Heinz  
2008 *Essentials of Management: An International Perspective*, Tata McGraw Hill Publishing, New Delhi.
- Krueger, N.F.  
1999 *The Cognitive Infrastructure of Opportunity Emergence*. Working Paper, National Council of Independent Scholars, Bozeman, MT.
- Kutanis, R. Özen – Alpaslan, Sümeyra  
2006 "Girişimci ve Yönetici Kadınların Profili Farklı mıdır?", *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, c. VIII, sy.2, ss. 139-153.
- Kutanis, Rana Ö. – Alpaslan, Sümeyra  
2007 "Bir Doğu Liderliğinin Metaforik Analizi: Konusoke Matsushita", *15. Yönetim ve Organizasyon Kongresi*, 25-27 Mayıs, Sakarya.
- Kutanis, Rana Ö. – Hancı, Ayşegül  
2004 "Kadın Girişimcilerin Kişisel Özgürlük Algılamaları", *3.Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi*, 25-27 Mayıs, Eskişehir.
- Lee, S. Youl – Florida, Richard – Acs, Zoltan J.  
2004 "Creativity and Entrepreneurship: A Regional Analysis of New Firm Formation", *Regional Studies*, sy. 38.8, ss. 879-891.
- Lundström, Anders – Stevenson, Lois A.  
2005 *Entrepreneurship Policy: Theory and Practice*, Springer Science and Business Media, New York.
- Maslow, Abraham H.  
1943 "A Theory of Human Motivation", *Psychological Review*, sy. 50, ss. 370-396.
- McClelland, David C.  
1961 *The Achieving Society*, D. Van Nostrand Company, New Jersey.  
1987 *Human Motivation*, Cambridge University Press, USA.
- McClelland, David C. – Winter, David G.  
1971 *Motivating Economic Achievement*, The MacMillan Company, USA.

- Meek, William R. – Pacheco, Desirée F. – York, Jeffrey G.  
2009 "The Impact of Social Norms on Entrepreneurial Action: Evidence from the Environmental Entrepreneurship Context", *Journal of Business Venturing*, doi:10.1016/j.jbusvent.2009.09.007.
- Miner, John B.  
2005 *Essential Theories of Motivation and Leadership*, M.E Sharpe Publication, USA.
- Morrison, Alison  
2000 "Entrepreneurship: What Triggers It?", *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, sy. 6-2, ss. 59-71.
- Naktiyok, Atilhan – Karabey, Canan Nur – Güllüce, Ali Çağlar  
2009 "Entrepreneurial Self-Efficacy and Entrepreneurial Intention: the Turkish Case", *International Entrepreneurship and Management Journal*, DOI: 10.1007/s11365-009-0123-6.
- Odabaşı, Yavuz  
2005 *Girişimcilik*, T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No:1567, Eskişehir.
- OECD  
2005 *Türkiye'deki Dinamik Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Geliştirilmesine ve Finansmanına Yönelik Çerçeve*, OECD Publication, İstanbul.
- OECD  
2004 *Small and Medium-Sized Enterprises in Turkey: Issues and Policies*, OECD Publication, France.
- Oosterbeek, Hessel – Praag, Mirjam van – Ljsselstein, Auke  
2009 "The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurship Skills and Motivations", *European Economic Review*, sy. doi:10.1016/j.eurocorev.2009.08.002.
- Öğüt, Adem – Kocabacak, Ayşe  
2008 "Küreselleşme Sürecinde Türk İş Kültüründe Yaşanan Dönüşümün Boyuları", *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmalar Dergisi*, sy. 23, ss. 145-170.
- Özal, Harun  
2009 Türkiye'de Girişimcilik Teşvikleri ve Yeterliliği Ankara'da Bir Araştırma, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Kütahya.
- Özkalp, Enver – Arıcı, Hüsni – Bayraktar, Rüveyde – Aydın, Orhan – Erkal, Buket – Uzunöz, Ali  
2002 *Davranış Bilimlerine Giriş*, T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 1355, Eskişehir.
- Öztürk, Hüseyin  
2002 *Sosyolojik Yansımalar*, Nobel Yayınevi, Ankara.
- Öztürk, İbrahim  
2008 *Girişimcilik Raporu*, İktisadi Girişim ve İş Ahlakı Derneği Yayınları, Yayın No: 8.

- Palaz, Serap – Turgut, Berna  
2009 "Kadın Girişimcilerin Kişisel ve İş Yaşamına İlişkin Özellikleri, Motivasyonları ve Beklentileri Üzerine Bir Araştırma: Bandırma Örneği", *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, c.4, sy.1, ss. 99-115.
- Panda, Tapan K.  
2001 "Entrepreneurial Success: Key Indicator Analysis in Indian Context", *Scholarly Article*, Online adres:  
<http://dspace.iimk.ac.in/bitstream/2259/199/1/ENTREPRENEURIAL+SUCCESS.pdf>  
Online Erişim Tarihi: 05.05.2010
- Parlak, Bekir  
2005 "Girişimcilik", *TCHayat Dergisi*, sy. Aralık 2004. On-line erişim adresi:  
<http://www.tchayat.org/modules.php?name=News&file=article&sid=58> On-line erişim tarihi: 07.05.2010.
- Peterson, Richard A. – Anand N.  
2004 "The Production of Culture Perspective", *Annual Review of Sociology*, sy. 30, ss. 311-334.
- Rauch, Andreas – Frese, Michael  
2007 "Born To Be an Entrepreneur? Revisiting the Personality Approach to Entrepreneurship", *The Psychology of Entrepreneurship*, Ed. J. Robert Baum, Michael Frese, Robert Baron, ss. 41-66, Lawrence Erlbaum Associates, New Jersey.
- Rudman, Laurie A. – Phelan, Julie E.  
2008 "Backlash Effects for Disconfirming Gender Stereotypes in Organizations", *Research in Organizational Behavior*, sy. 28, ss. 61-79.
- Ruef, Martin – Lounsbury, Michael  
2007 "Introduction: The Sociology of Entrepreneurship", *Research in the Sociology of Organizations*, Sy. 25, ss. 1-29.
- Sambasivan, Murali – Abdul, Mohani – Yusop, Yuzliani  
2009 "Impact of Personal Qualities and Management Skills of Entrepreneurs on Venture Performance in Malaysia: Opportunity Recognition Skills as a Mediating Factor", *Technovation*, sy. 29, ss. 798-805.
- Sargut, A. Selami  
2001 *Kültürler Arası Farklılaşma ve Yönetim*, İmge Kitabevi, Ankara.
- Sarı, Bilgehan  
2009 KOBİ'lerde Büyüme Stratejileri: Çaycuma Bölgesindeki KOBİ'lere Bir Anket Çalışması, Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Zonguldak.
- Schmiemann, Manfred  
2008 *Enterprises by Size Class - Overview of SMEs in the EU*, Eurostat Publication, Luxembourg.



- Schnall, Peter L – Dobson, Marnie – Roskam, Ellen – Landsbergis, Paul  
2009 "Conclusion: Curing Unhealthy Work", *Unhealthy Work: Causes, Consequences, Cures*, Ed. Peter L.Schnall, Dobson Marnie, Ellen Roskam, Baywook Publishing Company, New York, ss. 331-349.
- Schopenhauer, Arthur  
2008 *Okumak, Yazmak ve Yaşamak Üstüne*, çev. Ahmet Aydoğan, Say Yayınları, İstanbul.
- Sipahi, Ebru  
1997 Türkiye'de Girişimcilik ve Kadın Girişimciler Üzerine Bir Araştırma, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul.
- Sondakh, Danny F. – Rajah, Kanes K.  
2006 "Developing an Entrepreneurship Culture, The Greenwich Experience", *Entrepreneurship and Innovation*, sy. 7, nu.4, ss. 231-241.
- Swedberg, Richard  
2000 *Entrepreneurship: Social Science View*, Oxford University Press, New York.
- Şahin, Esen  
2006 Kadın Girişimcilik ve Konya İlinde Kadın Girişimcilik Profili Üzerine Bir Uygulama, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Konya.
- Şekerler, Hülya  
2006 Kadın Girişimciler, Karşılaştıkları Sorunlar ve Bu Sorunlara Yönelik Çözüm Önerileri, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Kütahya.
- Tağraf, Hasan – Halis, Muhsin  
2008 "Üniversitelerdeki Girişimcilik Eğitiminin Girişimsel Öz Yetkinlik Algısı Üzerindeki Etkisi: Bir Araştırma", *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, c.3, sy.2, ss. 91-112.
- T.C. Başbakanlık Kadın Statüsü Genel Müdürlüğü  
2008 a *Yetki ve Karar Alma Sürecinde Kadın*, Fersa Ofset, Ankara.  
2008 b *Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Ulusal Eylem Planı 2008 – 2013*, Fersa Ofset, Ankara.  
2008 c *Politika Dokümanı: Kadın ve Eğitim*, Fersa Ofset, Ankara.  
2008 d *Politika Dokümanı: Kadın ve Ekonomi*, Fersa Ofset, Ankara.  
2008 e *Politika Dokümanı: Kadın ve Yoksulluk*, Fersa Ofset, Ankara.
- Taylor, Sherrill R. – Newcomer, Julia D.  
2005 "Characteristics of Woman Small Business Owners", *International Handbook of Woman and Small Business Entrepreneurship*, Ed. Sandra L. Fierdman, Marilyn J. Davidson, Edward Eldar Publishing, UK.
- Tiryaki, Ahmet  
2005 "Theories of Entrepreneurship: A Critical Overview", *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, sy. 13, ss. 31-42.

- TOBB  
2005 *Küçük ve Orta Boy İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelik*,  
[http://www.tobb.org.tr/organizasyon/sanayi/kobi/kobi\\_tanimi\\_yonetmelik.doc](http://www.tobb.org.tr/organizasyon/sanayi/kobi/kobi_tanimi_yonetmelik.doc)  
Erişim Tarihi: 17.12.2009.
- Tözün, Mustafa  
2007 "Tarihsel Süreçte Toplumsal Cinsiyet: Küresel Bir Yaklaşım", *Actual Medicine*, c. 15, sy. 11 ss. 60-65.
- TÜİK  
2010 Online Erişim Adresi: <http://www.tuik.gov.tr/jsp/duyuru/upload/vt/vt.htm>  
Online Erişim Tarihi: 06.05.2010
- Türk, Eylem  
2006 Online Erişim Adresi: <http://kariyerim.milliyet.com.tr/detay.asp?id=1393>  
Online Erişim Tarihi: 06.05.2010
- TÜSİAD  
2002 *Türkiye'de Girişimcilik*, Yayın No. TÜSİAD-T/2002-12/340, İstanbul.
- Uçar, Gümran  
2006 "Yöneticilerde Değer Yargıları", *Akademik Bakış Dergisi*, sy. 9, Kırgızistan, ss. 1-28.
- UÇÖ – Uluslararası Çalışma Örgütü  
2007 *Örgütlenme Özgürlüğü*, Genel-İş Matbaası, Ankara.
- United Nations  
2009 *Human Development Report, Overcoming Barriers: Human Mobility and Development*, Palgrave Macmillan, New York.
- Üzel, Esra  
2006 *Feminizm ve Doğa Ekseninde Ekofeminizm*, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ankara.
- Weber, Max  
2003 *The Protestant Ethic and The Spirit of Capitalism*, Dover Publications, New York.
- Wennekers, Sander – Stel, Andre van – Thurik, Roy – Reynolds, Paul  
2005 "Nascent Entrepreneurship and the Level of Economic Development", *Small Business Economics*, sy. 24, ss. 293 – 309.
- Westhead, Paul – Wright, Mike  
2000 *Advance in Entrepreneurship*, Edward Elgar Publishing, UK.
- White, Roderick E. – Thornhill, Stewart – Hampson, Elizabeth  
2006 "Entrepreneurs and Evolutionary Biology: The Relationship Between Testosterone and New Venture Creation", *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, sy. 100, ss. 21-34.
- Wikipedia  
<http://tr.wikipedia.org/wiki/Esnaf> Erişim Tarihi, 30.11.2009.

- Wilke, Marieke – Rutte, Christel G. – Knippenberg, Ad Van  
2000 "The Resentful Sucker: Do Rewards Ease the Pain?", *European Journal of Work and Organizational Psychology*, c.9, sy. 3, ss.307-320.
- Yalkikalan, Nazan  
2006 "Başarılı Girişimcilikte Cinsiyetin Rolü: Kadın Girişimciler" , *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, c.1, sy.1, ss. 45-54.
- Yamanoğlu, Asiye  
2008 Toplumsal Cinsiyet Analizi, Tokat İli Örneği, Gazi Osmanpaşa Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Tokat.
- Yogev, Şermin P.  
2006 Ergenlerde Toplumsal Cinsiyetin Kazanılması: Aile, Okul ve Arkadaş Etkisi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ankara.
- Yurttadur, Mustafa  
2009 KOBİ'lerde Sermaye Yapısı ve Kar Dağıtım Politikasının Büyüme Üzerine Etkileri, Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmamış Doktora Tezi), İstanbul.

## EKLER

### Ek 1: Anket Formu

Bu çalışmada toplanan veriler Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi için yalnızca bilimsel amaçlar doğrultusunda kullanılacaktır.  
KATILIMCILARIN KİMLİKLERİ VE YANITLAR TAMAMEN GİZLİ KALACAKTIR  
LÜTFEN İSİM-SOY İSİM YA DA FİRMA İSMİNİ YAZMAYINIZ

1: Kesinlikle Katılmıyorum

2: Katılmıyorum

3: Kararsızım,

4: Katılıyorum

5: Kesinlikle Katılıyorum

No	Girişimci Öz Yeterlilik Ölçeği	1	2	3	4	5
1	Yeni ürün ve hizmetlere yönelik yeni pazar fırsatlarını görebilirim.	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]
2	Mevcut ürünleri geliştirmek için yeni yollar bulabilirim.	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]
3	Potansiyel büyümeye yönelik yeni alanlar tanımlayabilirim.	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]
4	Mevcut problemleri çözen ürünler tasarlayabilirim.	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]
5	Müşterilerin tatmin edilmemiş ihtiyaçlarını karşılayan ürünler geliştirebilirim.	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]
6	Yeni geliştirilen ürünleri pazara zamanında sunabilirim.	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]
7	İşletmenin gelecekte nasıl olacağını tahmin edebilirim.	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]
8	İş fırsatlarının avantajlarından yararlanmak için çabucak harekete geçebilirim.	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]
9	Yeni üretim, pazarlama ve yönetim yöntemleri bulabilirim.	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]
10	Yeni fikirler ve ürünler geliştirebilirim.	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]
11	İnsanların daha fazla kendi kendilerinin patronu olmalarına izin veren bir iş ortamı yaratabilirim.	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]
12	İnsanların yeni bir şeyler denemelerini teşvik eden bir iş ortamı oluşturabilirim.	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]
13	İnsanları, sonuç ne olursa olsun, düşünceleri ve kararları için inisiyatif ve sorumluluk almaya teşvik edebilirim.	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]
14	Başka insanlarla ortaklık veya işbirliği ilişkileri geliştirebilirim.	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]
15	Etkileşimli (İnteraktif) bir iş ortamının oluşumunu teşvik edebilirim.	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]
16	Yatırım yapmak isteyen kişilerle olumlu ilişkiler kurabilir ve bu ilişkileri sürdürebilirim.	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]
17	Sermaye kaynaklarıyla bağlantısı olan kilit konumdaki kişilerle ilişkiler kurabilirim.	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]
18	Yatırım için kullanılacak fon kaynakları belirleyebilirim.	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]
19	Çalıştığım işletmenin vizyonunu ve değerlerini aktarabilirim.	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]
20	Diğerlerine işletmenin vizyonunu ve değerlerini benimsemeleri için ilham verebilirim.	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]
21	Fırsatları takip etmek için neler yapılması gerektiğini belirleyebilirim.	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]
22	Vizyonumun peşinden gitmek üzere bana katılmaları için başkalarını ikna edebilirim.	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]
23	Benim bakış açımı kabul etmeleri için başkalarını ikna edebilirim.	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]
24	Benim için olumlu sonuçlar elde etmek amacıyla görüşme sürecini yönetebilirim.	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]
25	Sürekli stres, baskı ve çatışma altında üretken biçimde çalışabilirim.	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]
26	İş koşullarındaki beklenmedik değişikliklere tolerans gösterebilirim.	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]
27	Sıkıntılı durumlarda kararlılığımı sürdürebilirim.	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]

28	Engellere ve karşı çıkanların olumsuz geribildirimine rağmen olumlu bakış açımı koruyabilirim.	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]
29	Belirsizliklere tolerans gösterebilirim.	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]
30	Beklenmedik değişiklik ve başarısızlıklara çabucak tepki verebilirim.	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]
31	Önemli konumdaki çalışanları işe alabilir ve eğitebilirim.	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]
32	Önemli konumdaki teknik kadroyu desteklemek için alternatif planlar geliştirebilirim.	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]
33	Yönetim takımları belirleyebilir ve oluşturabilirim.	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]
34	Diğer insanların uzmanlıklarından faydalanmayı bilirim.	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]
35	Bireyin kişisel ve profesyonel hayatı arasındaki kaçınılmaz çatışmaya rağmen işletmenin taleplerine odaklanabilirim.	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]	[ ]

- Cinsiyetinizi belirtiniz  Kadın  Erkek
- Eğitim durumunuzu belirtiniz.  
 İlköğretim  Lise  Yüksekokul  
 Üniversite  Yüksek Lisans ve Üstü
- Yaşınızı belirtiniz.....
- İçinde bulunduğunuz sektörü belirtiniz.....
- Kaç yıldır kendi işinizi yürütüyorsunuz.....
- Sizce aşağıdakilerden hangisi kişinin kendi işini kurması için gerekli şartlardan en önemlisidir?  
 Risk üstlenmek  Yenilikçi uygulamalara sahip olmak  
 Sermaye sahibi olmak  İletişim becerilerine sahip olmak  
 Girişimci bir aileden gelmek  Diğer.....
- Kendi işinizi kurabilmek için kendinizde bulduğunuz en önemli özelliği belirtiniz.  
 Sermaye  Tecrübe  Girişimci ruh  
 İş fikri  Cesaret  Aile ve çevre desteği
- Aşağıdakilerden hangisi kendi işinizi kurmanızda en önemli motivasyon kaynağınızdır?  
 Kendi kendimin patronu olmak  Daha fazla para kazanmak  
 Yeteneklerimi serbestçe kullanmak  İstedğim gibi bir iş bulamama  
 Ailemin kurulu bir işletmesinin olması  Risk almak hoşuma gidiyor  
 Esnek çalışma saatleri  Diğer.....
- İşinizi kurabilmek için gerekli olan sermayenin en büyük bölümünü hangi kaynaktan karşıladınız?  
 Şahsi birikimlerimden  Çevremden-Arkadaşlarımdan  
 Ailemden-Akrabalarımın  Kredi aldım
- Türkiye’de kendi işini kurmanın önünden büyük engel olarak hangi unsuru görüyorsunuz?  
 Bürokratik engeller  Sermaye yetersizlikleri  
 Vergiler  Bilgi yetersizlikler  
 Kişisel yetersizlikler  Diğer.....
- Babanız hayatının her hangi bir safhasında kendi işini yürüttü mü?  
 Evet  Hayır
- Anneniz hayatının her hangi bir safhasında kendi işini yürüttü mü?  
 Evet  Hayır

13. Oğlunuza (ya da yetişkin bir birey olduğunda) kendi işini kurmasını tavsiye eder misiniz?  
 Evet  Hayır
14. Kızınıza (ya da yetişkin bir birey olduğunda) kendi işini kurmasını tavsiye eder misiniz?  
 Evet  Hayır
15. Sizce kadınlar toplumsal yaşamda girişimci olarak yer alabilir mi?  
 Evet  Hayır
16. Eşinizin kendi işini kurmak istemesi durumunda tutumunuz ne olurdu?  
 Eşimin kendi işi yok, eğer kurmak isteseydi engellemeye çalışırdım.  
 Eşimin kendi işi var ve destek oluyorum.  
 Eşimin hali hazırda kendi işi var ancak onu bu işten vazgeçirmek istiyorum.  
 Eşimin kendi işi yok, eğer kendi işini kurmak isteseydi ona destek olurdum.
17. Sizce girişimciliğın kazanımı nasıl gerçekleşir?  
 Girişimcilik doğuştan gelen bir yetenektir, sonradan öğrenilmez  
 Gerekli eğitim alınarak sonradan öğrenilebilir
18. Kendi işini kurmuş ancak başarılı olamamış bir girişimciye ne tavsiye edersiniz?  
 Ücretli bir iş aramasını  Yeniden kendi işini kurmayı denemesini
19. Geçmiş iş hayatında başarısız olmuş bir girişimcinin, yeni girişimine yatırım yapar mısınız?  
 Yapabilirim, eski başarısızlıklar bir ölçü değildir.  
 Hayır, kesinlikle yatırım yapmam
20. Herhangi bir grupta liderlik yaptınız mı?  
 Evet  Hayır
21. Ülkemizde ekonomik ortamın sizi kendi işinizi kurmaya teşvik ettiğini düşünüyor musunuz?  
 Evet  Hayır
22. Girişimcilere verilen devlet desteğini yeterli buluyor musunuz?  
 Evet yeterli buluyorum  Hayır yetersiz buluyorum  
 Devlet desteğini gereksiz buluyorum
23. Sizce başarı nasıl tanımlanır?  
.....
24. İşinizden memnun musunuz?  
 Evet  Kısmen  Hayır
25. Sizce aile reisi kimdir?  
 Erkek  Kadın  Ortak karar alınır
26. İşinizden para kazanmak sizce başarının tek ölçütü müdür?  
 Evet  Hayır

## ÖZGEÇMİŞ

**Doğum Yeri ve Yılı** Bursa – 14.06.1985

<b>Öğrenim Gördüğü Kurumlar</b>	<b>Başlama Yılı</b>	<b>Bitirme Yılı</b>	<b>Kurum Adı</b>
<b>Lise</b>	1999	2003	Süleyman Çelebi Lisesi
<b>Lisans</b> (Ekonometri)	2003	2008	Çukurova Üniversitesi
<b>Yüksek Lisans</b> (Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri)	2008	.....	Uludağ Üniversitesi

**Medeni Durum** Bekar

<b>Yabancı Dil Bilgisi</b>	<b>Dil</b>	<b>Düzeyi</b>
	İngilizce	İleri Düzey
	Portekizce	Başlangıç Düzeyi

<b>Çalıştığı Kurumlar</b>	<b>Başlama Tarihi</b>	<b>Bitiş Tarihi</b>
Ekole Açık Öğretim Dershanesi	Aralık 2009	Mayıs 2010

<b>Kullandığı Burslar</b>	<b>Başlangıç Tarihi</b>	<b>Bitiş Tarihi</b>
Erasmus Öğrenim Hareketliliği University of Minho – Braga – Portugal	Eylül 2005	Haziran 2006
Summer School of Aristotle University – Thessaloniki - Greece	Temmuz 2009	Ağustos 2009
Erasmus Staj Hareketliliği Programı TARKI Social Research Center Budapest - Hungary	Haziran 2010	Eylül 2010
Milli Eğitim Bakanlığı Bilimsel Araştırma Bursu – Jagiellonian University Krakow – Poland	Ekim 2010	Mayıs 2011

### **Aldığı Ödüller**

Çukurova Üniversitesi Ekonometri Bölümü Bölüm Birinciliği 2008

### **Katıldığı Yurtiçi ve Yurtdışı Bilimsel Toplantılar**

- Uluslararası Kadın Kongresi Sakarya, Türkiye 5-7 Mart 2009
- 4. Disiplinler Arası Sosyal Bilimler Kongresi Atina, Yunanistan 8-11 Temmuz 2009
- Uluslararası Kadın Çalışmaları Kongresi İzmir, Türkiye 13-16 Kasım 2009
- 15. Ulusal Ergonomi Kongresi Konya, Türkiye 22-24 Kasım 2009

### **Yayınlanan Bilimsel Çalışmalar**

- S.Aytaç, M. Aytaç, O. Başol, J. Bondy. (2009) "Sexual Harassment on Campus", *Journal of the World Universities Forum*, V.2, N.4, ISSN: 1835-2030. On-line Adres: <http://wuj.cgpublisher.com/product/pub.173/prod.163>
- S. Aytaç, O. Başol (2010) "Unhealthy Work: Causes, Consequences, Cures By Ellen Roskam" (Book Review), *International Journal of Social Inquiry*, V.3, N.1. On-line Adres: <http://www.socialinquiry.org/articles/IJSI-V3N12010%20-%20009.pdf>

### **Diğer**

- Fotoğrafçılık Lisansı 2007 Adana Fotoğraf Amatörleri Derneği
- Karma Fotoğraf Sergisi 2007 Adana Fotoğraf Amatörleri Derneği
- Kişisel Fotoğraf Sergisi 2008 Çukurova Üniversitesi

**Oğuz BAŞOL**