

172692

T.C.

**YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**İŞLETME ANABİLİM DALI  
İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ BİLİM DALI**

**ÖZELLİKLER KURAMI ÇERÇEVESİNDE TÜRKİYE'DE KADIN  
GİRİŞİMCİLER VE BİR UYGULAMA**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Ash TUNÇ**

**Danışman: Doç. Dr. Yonca GURUL**

**İSTANBUL, 2006**

## İÇİNDEKİLER

Sayfa No.

|                    |     |
|--------------------|-----|
| ŞEKİL LİSTESİ..... | IV  |
| TABLO LİSTESİ..... | V   |
| ÖZET.....          | VI  |
| ABSTRACT.....      | VII |
| GİRİŞ.....         | 1   |

## BİRİNCİ BÖLÜM

### GİRİŞİMCİLİK VE KADIN GİRİŞİMCİLER

|                                                                  |    |
|------------------------------------------------------------------|----|
| 1.1. Girişimcilik ve Kadın Girişimci Kavramları.....             | 3  |
| 1.1.1. Girişimcilik Kavramları.....                              | 3  |
| 1.1.2. Kadın Girişimci Kavramları.....                           | 6  |
| 1.2. Girişimcilik ve Kadın Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi..... | 8  |
| 1.2.1. Girişimciliğin Dünya'daki Gelişimi.....                   | 9  |
| 1.2.1.1. İlk Çağlar.....                                         | 10 |
| 1.2.1.2. Orta Çağ.....                                           | 11 |
| 1.2.1.3. 17. Yüzyıl.....                                         | 11 |
| 1.2.1.4. 18. Yüzyıl.....                                         | 12 |
| 1.2.1.5. 19. ve 20. Yüzyıl.....                                  | 12 |
| 1.2.2. Girişimciliğin Türkiye'deki Gelişimi.....                 | 13 |
| 1.2.2.1. Osmanlı İmparatorluğu Dönemi.....                       | 14 |
| 1.2.2.2. Cumhuriyet Dönemi.....                                  | 15 |
| 1.2.2.3. 1970'li Yıllar.....                                     | 17 |
| 1.2.2.4. 1980'li Yıllar.....                                     | 17 |
| 1.2.2.5. 21. Yüzyıl ve Sonrası.....                              | 18 |
| 1.3. Girişimciliğin Önemi.....                                   | 19 |
| 1.3.1. Üretimde Artış Sağlanması.....                            | 21 |
| 1.3.2. İstihdam Yaratılması.....                                 | 21 |
| 1.3.3. Yeni Ekonomi ve Girişimcilik.....                         | 22 |
| 1.3.4. Girişimcilikte Teorik Gelişmeler.....                     | 23 |

## İKİNCİ BÖLÜM

### GİRİŞİMCİLİKTE ÖZELLİKLER KURAMI

|                                                                    |    |
|--------------------------------------------------------------------|----|
| 2.1. Bireylerin Girişimci Olma Nedenleri ve Özellikler Kuramı..... | 24 |
| 2.1.1. Kontrol Odağı.....                                          | 29 |
| 2.1.2. Bağımsızlık Hissi ve Başarı İhtiyacı.....                   | 33 |
| 2.1.3. Risk Alma Eğilimi.....                                      | 36 |
| 2.1.4. Yenilikçi Olma.....                                         | 40 |
| 2.1.5. Belirsizliğe Tolerans.....                                  | 47 |
| 2.1.6. Kendine Güven.....                                          | 48 |
| 2.1.7. Diğer Özellikler.....                                       | 49 |
| 2.1.7.1. İyi İletişim Kurma.....                                   | 50 |

|                                            |    |
|--------------------------------------------|----|
| 2.1.7.2. Proaktif Olma.....                | 50 |
| 2.1.7.3. Misyon ve Vizyon Sahibi Olma..... | 51 |

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### ÖZELLİKLER KURAMI ÇERÇEVESİNDE KADIN GİRİŞİMCİLER

|                                                                                       |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 3.1. Türkiye’de Kadın Girişimcilerin Yeri ve Önemi.....                               | 53 |
| 3.2. Kadınların Girişimci Olma Nedenlerinin Özellikler Kuramıyla Açıklanması.....     | 59 |
| 3.2.1. Kontrol Odağı.....                                                             | 62 |
| 3.2.2. Bağımsızlık Hissi ve Başarı İhtiyacı.....                                      | 64 |
| 3.2.3. Risk Alma Eğilimi.....                                                         | 67 |
| 3.2.4. Yenilikçi Olma.....                                                            | 69 |
| 3.2.5. Belirsizliğe Tolerans.....                                                     | 72 |
| 3.2.6. Kendine Güven.....                                                             | 72 |
| 3.2.7. Diğer Özellikler.....                                                          | 73 |
| 3.3. Kadın Girişimcilerin Farklı Özellikleri.....                                     | 76 |
| 3.3.1. Ailesel Çevre.....                                                             | 78 |
| 3.3.2. Eğitim.....                                                                    | 80 |
| 3.3.3. Kişisel Değerler.....                                                          | 82 |
| 3.3.4. Yaş.....                                                                       | 83 |
| 3.3.5. İş Geçmişi.....                                                                | 85 |
| 3.3.6. Sosyal Hayat.....                                                              | 87 |
| 3.3.7. Yönetim Stilleri.....                                                          | 88 |
| 3.4. Kadın Girişimcilerin Yöneldiği Sektörler ve Bu Sektörlere Yönelme Nedenleri..... | 90 |
| 3.5. Türkiye’de Kadın Girişimciliğinin Geleceği.....                                  | 92 |

## DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

### TÜRKİYE’DEKİ KADIN GİRİŞİMCİLERİN ÖZELLİKLER KURAMI ÇERÇEVESİNDE İNCELENMESİNE YÖNELİK UYGULAMA

|                                                                   |     |
|-------------------------------------------------------------------|-----|
| 4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi.....                             | 95  |
| 4.1.1. Araştırmanın Amacı.....                                    | 95  |
| 4.1.2. Araştırmanın Kapsamı.....                                  | 95  |
| 4.1.3. Araştırmanın Önemi.....                                    | 96  |
| 4.2. Araştırmanın Sınırlılıkları.....                             | 96  |
| 4.3. Araştırmanın Yöntembilimi.....                               | 97  |
| 4.3.1. Veri Toplama Aracı.....                                    | 97  |
| 4.3.2. Araştırmanın Yöntemi ve Örneklemi.....                     | 97  |
| 4.3.3. Verilerin Analizi (Uygulanan İstatistiksel Analizler)..... | 98  |
| 4.4. Bulgu ve Değerlendirmeler.....                               | 98  |
| SONUÇ.....                                                        | 114 |
| EK-1 KADIN GİRİŞİMCİLERE UYGULANAN ANKET SORULARI.....            | 118 |
| KAYNAKÇA.....                                                     | 121 |

## ŞEKİL LİSTESİ

Sayfa No.

Şekil 1. Güneş Yönetim Tarzı.....89



## TABLO LİSTESİ

|                                                                                                             | Sayfa No. |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| Tablo 1 Girişimciliğin Teorik Gelişimi ve Dönemleri.....                                                    | 10        |
| Tablo 2 Türk Toplumunun Girişimcide Olmasını Beklediği Özellikler.....                                      | 28        |
| Tablo 3 Bireylerin Kontrol Hakkındaki Düşünceleri.....                                                      | 32        |
| Tablo 4 Bireylerin Bağımsızlık Hakkındaki Düşünceleri.....                                                  | 34        |
| Tablo 5 Bireylerin Risk Alma Konusundaki Düşünceleri.....                                                   | 38        |
| Tablo 6 Kadın Girişimcilerin Kendi İşlerini Kurma Nedenleri.....                                            | 59        |
| Tablo 7 1986 ve 1996'daki Amerikalı Kadın Girişimcilerin Eğitim Durumu.....                                 | 82        |
| Tablo 8 Türkiye'de Yaş Grubu ve Cinsiyete Göre Girişimciler (2000).....                                     | 84        |
| Tablo 9 Kadın Girişimcilerin İş Kurdukları Sektörler.....                                                   | 99        |
| Tablo 10 Kadın Girişimcilere Ait Demografik Özellikler.....                                                 | 100       |
| Tablo 11 Kadın Girişimcilerin Anne ve Babalarının Meslekleri ve Eğitim Düzeyleri.....                       | 101       |
| Tablo 12 Kadın Girişimcilerin Kişilik Özelliklerinin Birbirleri İle Karşılaştırılması.....                  | 103       |
| Tablo 13 Kadın Girişimcilerin Toplam Çalışma ve Son İşlerindeki Çalışma Süreleri.....                       | 106       |
| Tablo 14 Kadın Girişimcilerin Toplam Çalışma Süreleri İle Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişki.....        | 106       |
| Tablo 15 Kadın Girişimcilerin Son İşlerinde Çalışma Süreleri İle Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişki..... | 108       |
| Tablo 16 Kadın Girişimcilerin Eğitim Düzeyleri İle Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişki.....               | 109       |
| Tablo 17 Kadın Girişimcilerin Yaşları İle Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişki.....                        | 110       |
| Tablo 18 Kadın Girişimcilerin Medeni Durumları İle Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişki.....               | 111       |
| Tablo 19 Kadın Girişimcilerin Annelerinin Eğitim Durumları İle Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişki.....   | 112       |
| Tablo 20 Kadın Girişimcilerin Babalarının Eğitim Düzeyleri İle Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişki.....   | 113       |

## ÖZET

Toplumların ekonomik kalkınmalarında önemli bir gösterge olan girişimcilik, aynı zamanda bilgi ekonomisinin en önemli özelliklerinden biridir. Bununla birlikte toplumların gelişmişliğinin ölçüldüğü önemli kaynaklardan biri de kadınlardır. Günümüzde gelişen teknoloji ve endüstrileşme ile birlikte her geçen gün çalışma hayatına katılan kadın sayısında artış olmakta ve Türkiye’de kendi işini yapan kadınlar gittikçe çoğalmaktadır. Bu artışla kadınlar hem toplumsal ekonomiye katkı sağlamakta, hem de başarıları ile hemcinslerine rol-model olmaktadır. Yaratıkları birçok olumlu etki nedeniyle kadın girişimcilere verilen önem de her geçen gün artmaktadır.

Kadınların girişimciliği tercih etme nedenleri; çalıştıkları işyerinde karşılaştıkları zorluklar, terfi engelleri, düşük maaş, çocuk sahibi olduktan sonra part-time çalışma isteği ve aile ekonomisine katkıda bulunma isteği şeklinde artırılabilir. Fakat kadınlar yaşadıkları bu zorluklardan ziyade kendileri istedikleri için girişimciliği tercih etmektedirler. Taşıdıkları kişisel özellikler onları girişimcilik yapmaları için teşvik etmektedir.

Kadınların ve diğer bireylerin girişimciliği seçmelerinde etkili olan kişisel özellikler; kontrol odağı, başarı ihtiyacı, risk alma eğilimi, yenilikçi olma, belirsizliğe tolerans ve kendine güvendir. Yapılan birçok araştırma kadın girişimcilerin, girişimcilik tercihlerinde bu özelliklerin etkili olduğunu göstermektedir. Bu nedenle kadın girişimcilerin kişisel özellikleri karakterlerine yansımaları, çalışmaya değer bir konudur. Bu çalışmanın araştırma kısmında da Türkiye’deki kadın girişimcilerin bu özelliklere sahip oldukları ve girişimciliği tercih etmelerinde bu özelliklerin etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

## ABSTRACT

Entrepreneurship, which is a significant indicator of societies' economic development, is at the same time, one of the most important characteristics of information economy. Additionally, one of the most important sources with which societies' development is measured is women. Together with today's developing technology and industrialization, each day there is an increase in the number of women participating in business life, and in Turkey women who start their own business increase more and more. With this increase women both contribute to social economy and become role-models to other women with their achievements. Due to various positive effects they create, the importance given to woman entrepreneurs grows day by day, as well.

We can enhance women's reasons for preferring entrepreneurship as the difficulties they face in their work environment, glass ceiling issues, low wage, the desire to work part-time after giving birth and the desire to contribute to family economics. However, rather than these difficulties they experience, women prefer entrepreneurship since they themselves want this. The personal characteristics they have urge them to start enterprise.

Personal characteristics that are effective in women's and other individuals' choosing entrepreneurship are; locus of control, need for achievement, propensity to take risk, innovativeness, tolerance of ambiguity and self-confidence. Many researches that have been made indicate that these characteristics have an impact on women entrepreneurs' entrepreneurship preference. For this reason, women entrepreneurs' reflecting personal characteristics to their characters is a topic that is worth studying. Also, in the research part of this study, it has been found that women entrepreneurs in Turkey possess these characteristics and these characteristics have an influence in their preferring entrepreneurship.

## GİRİŞ

Mal ve hizmetlerin elde edilmesinde kullanılan kaynaklara “üretim faktörleri” denilmektedir. Ekonomi biliminde emek, sermaye ve toprak olarak nitelendirilen temel üretim faktörlerine girişimci de eklenmektedir. Girişimcinin üretim faktörlerinden biri olarak sayılmasının nedeni, diğer üretim faktörlerini bir araya getirerek mal ve hizmet üreten bir birey olmasıdır. Ülkelerin kalkınması bu faktörlerin başarılı bir şekilde kullanılmasıyla mümkün olmakta ve bu nedenle girişimciler kalkınmada önemli bir rol oynamaktadır. Girişimciler yaptıkları işleri ile hem ekonomiye canlılık getirmekte hem de istihdam yaratmaktadırlar.

Yüzyıllar boyunca erkek mesleği olarak kabul edilen girişimcilik, günümüzde kadın mesleği olmaya aday bir durumdadır. Kadın girişimcilerin son yıllarda gösterdikleri artış eğilimine önümüzdeki yıllarda da aynı hızla devam etmeleri durumunda sayı olarak erkek girişimcileri aşmaları beklenmektedir. Kadınların kişisel özellikleri ile girişimcilerin taşımaları gereken özelliklerin birbirleriyle örtüşmesi, kadınların girişimciliği tercih etmelerindeki en önemli neden olarak gösterilebilir. Kadınlar, işyerinde veya aileleri içinde karşılaştıkları engelleri aşabilmek, bağımsız olabilmek, başarı ihtiyaçlarını karşılayabilmek, böylelikle kendine güvenlerini kazanabilmek, geliştirdikleri yenilikleri işlerinde uygulayabilmek ve işyerindeki tüm kontrolün kendilerinde olmasını sağlayabilmek için girişimciliği tercih etmektedirler.

Tez kapsamında, kadın girişimcilerin, girişimciliği bu özellikler çerçevesinde tercih ettikleri anlayışı incelenmektedir. Bu anlayış, kadınların girişimciliği tercih etmelerinde demografik ve sosyal faktörlerin etkisinden çok, taşıdıkları kişisel özelliklerinin etkili olduğunu savunmaktadır. Kadınların taşıdıkları yenilikçilik özellikleri, yarattıkları şeyleri normal iş yaşamlarında uygulayamamalarından dolayı onları girişimciliğe itmektedir. Bununla birlikte, aileleri veya işyerlerinde tatmin edemedikleri başarı ve güç ihtiyaçlarını giderebilmek için kendi işlerini kurmak isterler.

Bu çalışma dört bölümden oluşmaktadır.

Birinci bölümde; *Girişimcilik ve Kadın Girişimciler* incelenmektedir. Girişimciliğin ve kadın girişimcilerin kavramsal tanımları incelendikten sonra bu kavramların dünyada ve Türkiye’deki tarihsel gelişimleri değerlendirilmektedir. Ayrıca girişimcilerin ekonomik, sosyal ve toplumsal anlamda taşıdıkları önem ve faydaları da incelenmiştir.

İkinci bölümde; *Girişimcilikte Özellikler Kuramı* incelenmektedir. Kuram; kontrol odağı, bağımsızlık hissi ve başarı ihtiyacı, risk alma eğilimi, yenilikçi olma, belirsizliğe tolerans ve kendine güven özelliklerini içermektedir. Bireylerin girişimci olma nedenleri bu özellikler çerçevesinde ele alınmakta ve bu özelliklerin onların girişimcilik kararlarındaki etkileri değerlendirilmektedir.

Üçüncü bölümde; *Özellikler Kuramı Çerçevesinde Kadın Girişimciler* incelenmektedir. Türkiye’deki kadın girişimcilerin yeri ve önemi incelendikten sonra bu kadınların girişimciliği tercih etmelerindeki nedenler özellikler kuramı açısından değerlendirilmektedir. Kadın girişimcilerin, bu özelliklerin yanı sıra taşıdıkları farklılıkları ailesel, iş ve sosyal çevre yönünden de ele alınmaktadır. Bununla birlikte kadın girişimcilerin yöneldikleri sektörler ve bu sektörlerle yönelme nedenleri araştırma sonuçları ile incelenmektedir. Son olarak da Türkiye’deki kadın girişimciliğinin geleceği değerlendirilmektedir.

Dördüncü bölümde ise; *Türkiye’deki Kadın Girişimcilerin Özellikler Kuramı Çerçevesinde İncelenmesine Yönelik Bir Uygulama* yapılmaktadır. Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER)’ne üye kadın girişimcilerle yapılan bu çalışmada, 5’li Likert ölçeğine dayalı sorulardan oluşan bir anket çerçevesinde, kadın girişimciler taşıdıkları özellikler açısından incelenmektedir.

## BİRİNCİ BÖLÜM

### GİRİŞİMCİLİK VE KADIN GİRİŞİMCİLER

#### 1.1. GİRİŞİMCİLİK VE KADIN GİRİŞİMCİ KAVRAMLARI

Girişimciliğin ne olduğu, neden ortaya çıktığı, girişimcinin kim olduğu ve ekonomiyi nasıl etkilediği sıklıkla merak edilen konular arasındadır.

Tarihsel gelişimi boyunca girişimcilik ve girişimciler; sürekli merak uyandıran ve araştırılan bir konu olmuştur. Yapılan tüm araştırma süreçlerinin sonucunda girişimcilerin farklı yönleri keşfedilerek tanımlarına yeni özellikler eklenmiştir. Bu yoğun ilginin nedeni; girişimcilerin sıradan insanlardan farklı özelliklere ve becerilere sahip olmasından kaynaklandığı söylenebilir.

Bu özellikler cinsiyetler arasında da farklılıklar göstermiş ve kadın girişimciler için de farklı araştırmalar ve tanımlar geliştirilmiştir.

##### 1.1.1. Girişimcilik Kavramları

Türkçe'ye 'girişimci' olarak çevrilen 'entrepreneur' kelimesinin kökeni Fransızca 'entreprendre'den gelmektedir ve anlamı ise 'birşey yapmak'tır<sup>1</sup>.

Girişimciliğin temelinde; girişimcinin işine başlarken risk alması ve yeni birşeyler üretmesi yatmaktadır. Bu nedenle girişimcinin en temel tanımı; risk alan ve yeni şeyler üreten kişi, şeklindedir<sup>2</sup>. Başka bir deyişle, girişimci devamlı çevresindeki fırsatları gözleyen ve onları bulduğunda her tür riski alarak gerçekleştirmeye çalışandır<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> Dilek Çetindamar, *Türkiye'de Girişimcilik*, İstanbul: TÜSİAD Yayınları, 2002, s. 33.

<sup>2</sup> Robert D. Hisrich ve Michael P. Peters, *Entrepreneurship*, 5. b., ABD: McGraw-Hill, 2002, s. 7.

<sup>3</sup> Çetindamar, a.g.e., s. 17.

Bu tanımları gelişmiş -diğer bir deyişle ekonomik açıdan daha istikrarlı olan- ülkeler için söylemek daha anlamlı olacaktır. Keza, Türkiye gibi istikrarsızlığın oldukça yüksek olduğu ülkelerde girişimcilik tanımının büyük bir kısmını risk kavramı oluşturmaktadır.

Girişimci ve girişimcilik kavramları tarih boyunca farklı açılardan ele alınarak farklı şekillerde tanımlanmıştır. Genel olarak tanımlarsak; sürekli ve hızlı bir şekilde gelişen bilimsel ilerlemenin ve yeniliğin ışığında ortaya çıkan teknolojik fırsatları görebilen, bunların ekonomiye nasıl kazandırılabilceği konusunda projeler geliştiren ve bizzat gerçekleştirilmesi için uğraşan kişiler, girişimcilerdir<sup>4</sup>.

Bu tanıma karşılık girişimci, ilk kez 18. yüzyıl başlarında Richard Cantillon tarafından daha farklı bir şekilde tanımlanmıştır. İrlandalı ekonomiste göre girişimci; henüz belirginleşmemiş bir bedelle satmak üzere, üretimin girdilerini ve hizmetlerini bugünden satın alan ve üreten kişi olarak tanımlanmıştır<sup>5</sup>. Cantillon tanımında o dönemin girişimcilerinin hangi şartlarda faaliyet gösterdiklerini güzel bir şekilde özetlemiş ve girişimcilerin risk alma özelliğini ilk defa dile getirmiştir.

Joseph Schumpeter ise girişimcilerin yenilikçi yönlerinden bahsetmiştir. Schumpeter'in tanımına göre girişimci; yeni bir buluş yapan, yeni bir mal üreten ya da eskisini yeni bir yöntemle üretmek için denenmemiş teknoloji kullanan veya üretim sürecinde reform ya da devrim yapan kişidir. Bu özellikleri aracılığıyla girişimci, toplumun daha önce sahip olmadığı bir değeri topluma kazandıran kişidir.

Schumpeter, girişimcilik kavramına dinamizmi de ekleyerek girişimciliği iki boyutta tanımlamıştır. Schumpeter'e göre; dinamik girişimciler; az önceki tanımda da bahsedildiği gibi yeniliği yaratan ve uygulayan ve böylelikle ekonomik gelişmenin öncülüğünü üstlenen kişilerdir. Olağan girişimciler ise dinamik girişimcileri izleyerek, onların açtığı yoldan ilerleyerek, ekonomik gelişmenin boyutunu genişleten kişilerdir<sup>6</sup>.

---

<sup>4</sup> Çetindamar, a.g.e., s. 18.

<sup>5</sup> Canan Çetin, *Yeniden Yapılanma, Girişimcilik, Küçük ve Orta Boy İşletmeler ve Bunların Özendirilmesi*, İstanbul: Der Yayınları, 1996, s. 28.

<sup>6</sup> Çetin, a.g.e., s. 28.

Cantillon ve Schumpeter'in yaklaşımlarını ele alarak girişimciler iki şekilde açıklanabilir. Örneğin; bir lokanta ya da bakkal açan bir kişi, yeni bir işletme açar ve aslında risk alır, fakat yenilik yapmaz. Buna karşın, yüzyıllardır yapılıp satılan Kahramanmaraş dondurmasını bir marka haline getirmek bir yeniliktir. Mado firması, Kahramanmaraş dondurmasının üretimini standartlaştırmış, farklı ürünlere yaygınlaştırmış ve ürünleri özel dağıtım kanalı olan kendi dükkanları yoluyla satmıştır. Böylece sadece risk almamış, aynı zamanda yenilik yapmıştır.<sup>7</sup>

Bir başka tanıma göre girişimci; çevresine bakmasını, ihtiyaçları ve fırsatları görmesini bilen, bu ihtiyaç ve fırsatları bir iş fikrine çevirebilen, iş yapabilmek için gerekli kaynakları uyumlu bir şekilde bir araya getirmesini becerebilen, girişimlerinin sonucu doğabilecek tüm risklere katlanabilen, yaratıcı düşünebilen ve yeniliklere açık kişi olarak tanımlanmaktadır<sup>8</sup>. Girişimciler; sürekli olarak piyasaları gözleyip talep boşlukları yakalayan, yeni talepler oluşturan, kaynakları toplayıp yatırımları gerçekleştiren, rekabeti varlığının temel şartlarından biri olarak kabul eden kişilerdir. İş dünyasında kullanılan "Girişimci bir hacıyatmaz gibidir, sağa sola sallanabilir, yalpalayabilir ama asla düşmez." deyiimi girişimcilerin yenilikçilik ve risk alma özelliklerinin önemini en iyi şekilde vurgulamaktadır. Çünkü girişimci, gücünü yenilik yapma ve yaptığı yenilikleri iş dünyasında somut ticari ürünlere dönüştürebilme kapasitesinden almaktadır<sup>9</sup>.

Girişimcilerin mutlaka kişi olması gerekmemektedir, yaratıcı ve yenilikçi olduğu müddetçe örgütler de girişimci olarak tanımlanabilir. Örneğin; Sabancı Üniversitesi, eğitim alanında faaliyet göstermekte ve yeni bir eğitim anlayışı taşımaktadır. Kişilerden bağımsız, örgütsel anlamda bir girişimcidir ve eğitim dünyasına birçok yenilikler katmıştır (Örneğin; kürsü ve bölüm yapısının olmadığı, sadece fakülteye dayanan organizasyon yapısı).

<sup>7</sup> Çetindamar, a.g.e., s. 33.

<sup>8</sup> Nuray Girginer ve Nurullah Uçkun, "İşletmecilik Eğitimi Alan Lisans Öğrencilerinin Girişimciliğe Bakış Açıları: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İ.İ.B.F. İşletme Bölümü Öğrencilerine Yönelik Bir Uygulama", (2002), s. 784. (<http://iibf.ogu.edu.tr/kongre/bildiriler/18-02.pdf>)

<sup>9</sup> Tınaz Titiz, *Girişimcilik*, İstanbul: İnkılap Kitabevi, 1994, ss. 3-11.

Girişimcilerin risk alma, fırsatları kovalama, hayata geçirme ve yenilik yapma süreçlerinin tümüne ise girişimcilik denir. Dolayısıyla hem şirket ama hem de yenilikler yapma süreci girişimciliğın inceleme sürecidir.

Girişimcilik farklı uzmanlık dallarında değişik şekillerde tanımlanmaktadır. Örneğın; bir ekonomiste göre, girişimci, kaynakları, işgücünü ve materyalleri biraraya getiren ve öncekilerden daha fazla değer ve yenilik yaratan kişilerdir. Bir psikoloğa göre girişimciler, birşeylere ulaşmak, deneyim kazanmak, başarmak ve belki de diğer otoritelerden kaçmak için girişimciliğe soyunurlar. Bir işadamına göre, girişimci bir tehdit unsuru ve rakip olabileceği gibi; ortak, kaynak sağlayıcı, müşteri olabilir veya kaynaklardan yararlanmak için en iyi yolları bulan, atıl durumları azaltan ve istihdam yaratan kişiler olarak da ifade edilebilir.<sup>10</sup>

Girişimcilik tüm sosyal ve çalışma hayatını yakından etkilediği için herkes tarafından dikkatle izlenmekte ve farklı şekillerde tanımlanmaktadır. Bu tanımlar birbirinden ne kadar farklı da olsa hemen hemen hepsinde belli özellikler temel oluşturmaktadır<sup>11</sup>:

- Teşebbüste bulunma.
- Kaynak ve durumları uygulayabilmek için sosyal ve ekonomik mekanizmaları yeniden organize etme.
- Risk ya da başarısızlığın kabul.

Bu temel özelliklerin hepsi sadece girişimci kişiliklerde bulunmaktadır. Bunlardan birinin eksikliğinin bireyin girişimciliğini engellemeye yeterli olacağı söylenebilir.

### **1.1.2. Kadın Girişimci Kavramları**

Girişimciliğin son yıllarda önemi gittikçe artan konularının başında kadın girişimciliği gelmektedir. Kadın ve erkek farklılığı her alanda olduğu gibi bu alanda da görülmektedir. Bazı mesleklerin erkeklerin fiziksel ve yapısal özelliklerine uygun olduğunu düşünen

---

<sup>10</sup> Hisrich ve Peters, a.g.e., s. 10.

<sup>11</sup> Semra Arıkan, *Girişimcilik Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular*, Genişletilmiş 2. b., Ankara: Siyasal Kitabevi, 2004, s. 47.

kişiler, girişimciliği de erkeklere daha uygun bir meslek olarak belirtmektedirler. Fakat kadınların özellikle son yıllarda iş hayatında attıkları önemli adımlar bu düşünceleri yıkmakta; eğitim ve bilginin fiziksel özelliklerden daha önemli olduğunu göstermektedir.

Kadınlar, erkeklerin egemen olduğu girişimcilik alanında her geçen gün yeni başarılarla imza atarak bu kulvarda da bulunduklarını, hatta çok da başarılı olduklarını göstermektedirler. Türkiye’de kadınların girişimciliğe getirdikleri bu canlılık ve zenginleşme, kadınların ekonomide daha etkin kullanılmaları gereğini ortaya çıkarmıştır. Kadınlara eşit istihdam ve mesleki eğitimlerin sağlanması ile toplumda demokratik, özgürlükçü, katılımcı ve çoğulcu bir yapılanmanın geliştirilmesi sağlanmış olacaktır<sup>12</sup>.

Kadın girişimcilik kavramı, farklı kişiler tarafından farklı şekillerde yorumlanmaktadır. Bazıları işletme kurucuları olan kadınları, girişimci olarak nitelendirmektedirler. Fakat ülkemizde işletme kurucusu olarak görünen kadınların çoğu bu işyerlerini işletmemekte ve ailelerin erkek üyeleri için bir paravan görevi yürütmektedirler. Bu kadınlar girişimci grubuna girmeli midirler; ya da ev içi faaliyetlerle aile ekonomisine katkıda bulunan kişiler de girişimci sayılmazlar mı?

Özellikle ekonomik sıkıntılar yaşayan Türkiye’de, kadınlar ev ekonomisine farklı şekillerde katkı sağlamaktadırlar. Bu nedenle kadınların hangi koşullarda girişimci olarak kabul edileceği de yapılan tanımlara göre farklılıklar oluşturmaktadır. Kadın girişimciliğiyle ilgili tanımlarda aşağıdaki ortak noktalar sıralanabilir<sup>13</sup>:

- Ev dışı bir mekanda, kendi adına kurduğu bir işyeri olan.
- Bu iş yerinde tek başına veya istihdam ettiği diğer kişilerle birlikte çalışan veya işin sahibi olması sıfatı ile ortaklık kuran.
- Herhangi bir mal veya servisin üretilmesiyle ilgili faaliyetleri yürüten, bu mal veya servisin dağıtımını, pazarlama ve satışını yapan/yaptıran.
- İş ile ilgili olarak ilişkiye girilmesi gereken kişi, örgüt, kurum veya kuruluşlarla kendi adına ilişki kuran.

<sup>12</sup> Aykut Bedük, “Türkiye’de Çalışan Kadın ve Kadın Girişimciliği”, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 3.12. (2005), s. 110.

<sup>13</sup> Yıldız Ecevit, “Kadın Girişimciliğinin Yaygınlaşmasına Yönelik Bir Model Önerisi”, *Kadını Girişimciliğe Özendirme ve Destekleme Paneli*, (1993), ss. 19-20.

- İş sürecinin örgütlenmesi, mal ve hizmet üretiminin planlanması, işyerinin işletilmesi, kapatılması veya geliştirilmesine kendisi karar veren.
- İşinden elde ettiği kazancın yatırım ve kullanım alanları üzerinde söz sahibi olan.

Tüm bu maddeler göz önüne alınarak kadın girişimciler detaylı bir şekilde; piyasa ekonomisi içinde hesaplanmış riskleri göze alarak, doğrudan doğruya pazara yönelik, nakite dönüşebilen mal ve hizmet üretilip satan, kendi işinin sahibi olup, vergi kaydı, TESK'e, Esnaf Sanatkarlar Odası'na veya TOBB Odaları'na üye olan ve sosyal güvenlik kurumundan birinin şemsiyesi altında çalışan ya da yanında başka kişileri istihdam eden kadın şeklinde tanımlanabilir<sup>14</sup>.

Bir başka tanıma göre kadın girişimci; işveren, işyerinin idari ve hukuki sorumluluğunu üstlenmiş, bizzat işin başında bulunan ve işyerinde fiilen çalışan kadındır.

Kendi mesleğini icra eden kadınlar, girişimci olarak nitelendirilemez; onlar eğitimini gördükleri alanlarda çalışmaktadırlar<sup>15</sup>. Yani doktor, eczacı, avukat gibi kendi mesleğini yapan kadınlar girişimci olarak kabul edilmemektedirler. Çünkü bu kadınlar girişimcilikte olması gereken risk ve yenilikçiliği yerine getirmemektedirler. Girişimciler fırsatları gerçekleştirir, yenilik yapar; bu nedenle de girişimciler sadece yeni şirket kuranlar olmak zorunda değildirler.

## 1.2. GİRİŞİMCİLİK VE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİN TARİHSEL GELİŞİMİ

Girişimcilik çok uzun yıllardır süregelen bir olgudur. Tarihsel gelişim boyunca adı, amacı ve yapısı farklı şekillerde nitelendirilmiş, fakat temelde belli özellikleri taşıyarak geçmişten bugüne kadar önemini korumuştur.

Yapılan tüm çalışma ve araştırmalar, girişimciliğin ekonominin doğuşu ile var olduğunu ve ekonominin varlığının devam ettiği sürece girişimciliğin de devam edeceğini

<sup>14</sup> Arıkan, a.g.e., s. 273.

<sup>15</sup> Cemile Çelik ve Mahmut Özdevecioğlu, "Kadın Girişimcilerin Demografik Özellikleri ve Karşılaştıkları Sorunlara İlişkin Nevşehir İlinde Bir Araştırma", 1. Orta Anadolu Kongresi, (2000), s. 488.

göstermiştir. İşletme ve diğer sosyal bilimler alanında her ne kadar girişimcinin varlığı ilk olarak göz ardı edilmiş olsa da; ekonomi bilimi ve insanlık tarihi girişimciliğin önemini hep vurgulamış ve zamanla tüm bilim dalları girişimcinin ve girişimciliğin varlığını ve önemini anlamışlardır.

Girişimciliğin gelişimiyle birlikte girişimciler de diğer insanlardan ve birbirlerinden farklılıklarıyla araştırmalara konu olmuştur. Özellikle cinsiyet farklılıkları bu alanda da kendini göstermiş ve kadın girişimciliği ayrıca incelenmesi gereken başka bir kavram olmuştur. Kadın girişimcilerin tarihsel gelişimine bakıldığında; kadınların her alanda olduğu gibi girişimcilikte de farklılıklarını ortaya koyduğu görülmektedir.

### **1.2.1. Girişimciliğin Dünya'daki Gelişimi**

Girişimcilerin doğuşu çok eski çağlara kadar uzanmaktadır fakat etkinlikleri kapitalizmin başladığı dönemde artış göstermiştir<sup>16</sup>. Girişimcilik ise 1980 sonrasında popülerlik kazanmış ve birçok ülke, girişimci ekonomi oluşturmak için devlet programları hazırlayarak alt yapılarını güçlendirmeye ve girişimci sayılarını artırmaya çalışmışlardır<sup>17</sup>. ABD, girişimci ekonomiyi en başarılı şekilde uygulayan devlet olarak diğer devletlerin örnek aldığı bir model olmuştur.

Dünya'da girişimcilerin belli dönemlerde belli özellikleri ön plana çıkmış ve girişimcilik bu temel kavramlar ele alınarak farklı dönemlerde farklı şekillerde tanımlanmıştır. Bu tanımlamaların bir özeti Tablo 1'de görülebilir.

---

<sup>16</sup> Arıkan, a.g.e., s. 6.

<sup>17</sup> Çetindamar, a.g.e., s. 40.

Tablo 1. Girişimciliğin Teorik Gelişimi ve Dönemleri

|            |                                                                                                                                                                                                      |
|------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Orta ağ   | Girişimci, yüksek dereceli ürün projeleri ile yükümlü kişi, aktördür.                                                                                                                                |
| 17. yüzyıl | Girişimci, hkmetle sabitlenmiş fiyat üzerinden sözleşme imzalayarak kar ya da kayıp riski taşıyan kişidir.                                                                                         |
| 1725       | Richard Cantillon – Risk taşıyan kişi, sermaye sağlayıcıdan farklı kişidir.                                                                                                                          |
| 1803       | Jean Baptiste Say – Girişimcinin karı, sermaye karından ayrılır.                                                                                                                                     |
| 1876       | Francis Walker – Sermaye sağlayıcı ile yönetimsel kapasitesiyle kar getiren kişi, farklı kişilerdir.                                                                                                 |
| 1934       | Joseph Schumpeter – Girişimci, yaratıcı ve denenmemiş teknolojileri geliştiren kişidir.                                                                                                              |
| 1961       | David McClelland – Girişimci, enerjik ve risk alabilen kişidir.                                                                                                                                      |
| 1964       | Peter Drucker – Girişimci, fırsatları maksimize edebilen kişidir.                                                                                                                                    |
| 1975       | Albert Shapero – Girişimci, teşebbüs eder, bazı sosyal ve ekonomik mekanizmaları organize eder ve kaybetme riskini kabul eder.                                                                       |
| 1980       | Karl Vesper – Girişimci; ekonomist, psikolog, iş adamı ve politikacılar için farklı şekillerde tanımlanır.                                                                                           |
| 1983       | Gifford Pinchot – İ girişimci, hazır bir organizasyon içindeki girişimcidir.                                                                                                                        |
| 1985       | Robert Hisrich – Girişimcilik süreci; zaman ve çaba harcayarak farklı bir değer yaratma, finansal, psikolojik ve sosyal riskler üstlenme ve sonuçta parasal ödüller ile kişisel tatmin elde etmedir. |

Kaynak: Robert D. Hisrich ve Michael P. Peters, *Entrepreneurship*, USA: McGraw-Hill, 2002, s. 7.

#### 1.2.1.1. İlk ağlar

Bu dönemin, girişimciliğin ilk temellerinin atıldığı dönem olduğu söylenebilir. Bu dönemde girişimcilik ile ilgili iki kavramdan bahsedilmiştir; sermayedar (kapitalist) ve tüccar (girişimci). Girişimciliğin gerçekleşmesi için bu iki kişinin varlığı yeterli görülmüştür.

Marco Polo, Uzak Doğu'ya ticaret yolu tesis etmek için teşebbüste bulunmuş ve mallarını satmak için sermayedar (kapitalist) ile sözleşme imzalamıştır. Bu sözleşmede tüccara %22,5 oranında kredi sağlanmaktadır ve sigortayı da içermektedir. Sözleşmeye

göre tüccar (girişimci) malları başarıyla satarsa elde ettiği karın % 75'ini kapitaliste verecek, % 25'lik bakiyeyi de kendisi alacaktır. Burada kapitalist pasif risk taşıyıcısı iken, tüccar fiziksel ve psikolojik riskte aktif rol almaktadır.<sup>18</sup>

#### 1.2.1.2. Orta Çağ

Bu çağda girişimciler büyük projeleri yöneten kişilerdi. Bu büyük projelerde bireysel risk alınmaz genellikle hükümetlerin sağladığı kaynakların kullanıldığı projeler yönetilirdi. Orta Çağ'ın tipik girişimcileri rahiplerdi. Bunlar, kaleler, devlet binaları, manastır ve katedral gibi büyük mimari çalışmaları yönetirlerdi.<sup>19</sup>

#### 1.2.1.3. 17. Yüzyıl

17. yüzyılda girişimcilik süreci daha farklı bir şekil almıştır. Bu dönemde girişimciler, üretecekleri ürün ve hizmetler için taahhütte bulunmuş; bu taahhütlerini yerine getirebilmek için devletle sözleşme imzalamışlardır<sup>20</sup>. Sözleşmelerde fiyatlar sabitlenmiş, girişimcilerin kazanç ya da zararları düşünülmemiştir.

Girişimciler bu dönemde daha detaylı incelemelere konu olmuş ve risk alma özellikleri ilk olarak Richard Cantillon tarafından dile getirilmiştir. Cantillon, dönemin iflas eden girişimcilerini ve onların teorilerini incelemiştir. Tüccarları, çiftçileri, esnafları ve mal sahiplerini, yani risk alan girişimcileri dikkatlice incelemiş; bunların malları kesinleşmiş fiyatlarla satın aldığını ve kesin olmayan fiyatlarla sattığını; bu nedenle de büyük riskler aldıklarını görmüştür<sup>21</sup>. Cantillon'a göre girişimci, belirsizlik koşulları altında iş yapan kişidir ve kar elde etmek amacıyla mübadele eder; yani girişimci 'yenilikçi' değildir<sup>22</sup>.

---

<sup>18</sup> Hisrich ve Peters, a.g.e., ss. 7-8.

<sup>19</sup> Hisrich ve Peters, a.g.e., s. 8.

<sup>20</sup> Hisrich ve Peters, a.g.e., s. 8.

<sup>21</sup> Hisrich ve Peters, a.g.e., s. 8.

<sup>22</sup> Arıkan, a.g.e., s. 4.

#### 1.2.1.4. 18. Yüzyıl

18. yüzyılda girişimci ile sermaye sağlayıcı (kapitalist) birbirinden ayırt edilmiş ve sermaye sahibi ile sermayeye ihtiyaç duyan kişi arasındaki fark anlaşılmıştır. Bu dönemde değişen dünya ile birlikte birçok yeni icatlar geliştirilmiştir. Eli Whitney ve Thomas Edison bunlara en iyi örneklerdir. Whitney ve Edison yeni teknolojiler geliştirmişler, fakat bu icatlarını finanse edecek sermayeyi bulamamışlardır. Whitney pamuk makinesini (çırçır) İngiltere hükümeti ile kamulaştırarak finanse etmiş, Edison ise özel kaynaklardan yararlanmıştır. Dolayısıyla, Whitney ve Edison sermaye sağlayıcısı değil, sermaye kullanıcılarıdır (girişimcilerdir).<sup>23</sup>

Bu dönemde, girişimciliğin yaratıcı ve yenilikçi yönü daha ön planda tutulmuştur. Ekonomi bilimine göre; kritik kararlar ve riskler alan girişimciye ihtiyaç duyulmamıştır.

#### 1.2.1.5. 19. ve 20. Yüzyıl

19. yüzyıl başlarında ortaya çıkan neo-klasik ekonomi, Adam Smith'in 'girişimci ile kapitalist özdeşir' görüşünü devam ettirmiştir. Bu dönemde girişimci, işyeri yöneticisi olarak maaş alan ve ekonomik teoride özel bir yeri olmayan kişi olarak tasvir edilmiştir.<sup>24</sup>

19. yüzyıl sonları ve 20. yüzyıl başlarındaki girişimcilerde ise neo-klasik yaklaşımda bahsedilen yönetici kişiliğe işveren sıfatı da eklenmiştir. Bu dönemde girişimci, kişisel kazançları için teşebbüslerini organize etmiş ve hayata geçirmişlerdir. Teşebbüsünün planlama, organizasyon ve yönetimine; yetenekleri, yenilikleri ve yaratıcılıkları ile katkıda bulunmuşlardır. Beklenmedik ve kontrol dışı oluşabilecek olaylar karşısında yaşanacak kazanç ve kayıpları da hesaba katmışlar; tüm harcamaların sonucunda kalan bakiyeyi de kendilerine ayırmışlardır. Dolayısıyla girişimci; üretimi yönlendiren, iş riskini üstlenen, sermaye ve iş gücünü koordine eden ve tüm bunların yanı sıra, hem yönetici hem de işveren birey olmuştur<sup>25</sup>.

---

<sup>23</sup> Hisrich ve Peters, a.g.e., s. 8.

<sup>24</sup> Çetindamar, a.g.e., s. 35.

<sup>25</sup> Arıkan, a.g.e., s. 5.

20. yüzyıl ortalarında girişimcinin yenilikçi olduğu nosyonu oluşmuştur. Bu dönemde yenilikçilik, girişimciliğin ayrılmaz bir parçası şeklinde tanımlanmış; girişimcinin fonksiyonu ise, yenilikçiliği kullanarak varolan bir ürünü tamamen değiştirmek olarak belirlenmiştir<sup>26</sup>. Yenilikçilik sadece yaratma kabiliyeti değildir, girişimci aynı zamanda iş çevresindeki güçlükleri fark edebilmelidir. Yenilikçilik, yeni bir ürün üretiminden, yeni bir organizasyon süreci geliştirmeye kadar her şeyi içermektedir. Yenilikçilik kavramına özel bir önem veren Joseph Schumpeter, yeniliği iktisadi sistemin ana kuvveti olarak kabul etmiştir. Schumpeter'e göre girişimci, kar elde etmek için yenilikler yaratır ve ekonomide sürekli değişim sağlar. Bu değişimi sadece girişimcinin kendisi sağlayabilir ve girişimci sadece yenilik faaliyeti yapıyorsa girişimcidir yani girişimcilik sıfatı sürekli geçerli bir statü değildir<sup>27</sup>.

Schumpeter'in bu girişimcilik teorisi, yeni bir ekonomik modelin parçası olarak düşünülmüştür, ve onun görüşleri hala günümüzün girişimcilik çalışmalarının çıkış noktasıdır.

Kadınların işgücüne katılımları da ilk olarak bu dönemlerde I. Dünya Savaşı'nın başlaması ile olmuştur. Erkeklerin savaşa gitmeleriyle bıraktıkları boşlukları kadınlar doldurmuşlar; ancak savaşın sona ermesiyle evlerine geri dönmüşlerdir. II. Dünya Savaşı'nda tekrar sahneye çıkmışlar, fakat bu sefer ekonomik gereklilikler ve işgücü açığı nedeniyle özellikle hizmet ve katiplik ağırlıklı işlerde çalışmaya devam etmişlerdir<sup>28</sup>.

### 1.2.2. Girişimciliğin Türkiye'deki Gelişimi

Dünyadaki ekonomik ve sosyal gelişmelerden Türkiye de etkilenmiş ve bu hızlı değişime ayak uydurmaya çalışmıştır. Hatta özellikle kadın-erkek eşitliğine ve kadınların eğitim, çalışma yaşamı ve siyaset gibi alanlara katılımlarını özendirmiş ve desteklemiştir. 1930'lu ve 40'lı yıllarda Türkiye, dünyadaki en ileri kadın-erkek eşitliği standartlarını sağlayan ülke olmuştur.

---

<sup>26</sup> Hisrich ve Peters, a.g.e., s. 9.

<sup>27</sup> Çetindamar, a.g.e., s. 35.

<sup>28</sup> Mehmet Ali Gürol, *Türkiye'de Kadın Girişimci ve Küçük İşletmesi: Fırsatlar, Sorunlar, Beklentiler ve Öneriler*, Ankara: Atılım Üniversitesi Yayını, 2000, s. 211.

Türkiye ekonomik tarihi boyunca girişimciliği ve kadınların bu alanda yer almalarını destekleyen değişim ve gelişimler gerçekleştirmiştir. Girişimcilik ve kadın girişimciliği Türkiye ekonomisi için önemini hep korumuştur. Özellikle Cumhuriyet'in kurulmasından sonra önemi gittikçe artan girişimciliğin gelişimini dört dönem şeklinde incelemek mümkündür.

#### 1.2.2.1. Osmanlı İmparatorluğu Dönemi

Girişimcilik kavramı Osmanlı İmparatorluğu'nun son dönemlerinde ortaya çıkmaya başlamıştır. Bu dönemin girişimcileri Sanayi Devrimi'yle birlikte Batı ile yakın ilişkilerde bulunan; bilgi alışverişi içerisinde olan ve genellikle tüccar, banker ve ithalatçı olan, Yahudi, Rum ve İtalyan asıllı Türkler olmuştur<sup>29</sup>.

Bu dönemde yapılan bir başka girişimcilik tipi ise askeri amaçlarla yapılan işlerdir. Fakat bu işler yabancı uzmanlar tarafından yaptırıldığı için ülkemizde maalesef girişimciler oluşamamıştır.

Türk girişimciliğinin gelişmemesinin yanı sıra o dönemlerde kadınlara da ekonomik ve politik alanlarda özel bir destek sağlanmamıştır. Kadınların ev içinde yaptıkları çalışmalar, günümüzde olduğu gibi Osmanlı İmparatorluğu döneminde de ekonomik nitelik taşımamaktaydı. Toplumda varolan genel kanı erkeklerin üretici, kadınların ise tüketici olmalarıydı. Dönemin ünlü aydınlarından Namık Kemal, bir yazısında "Osmanlı İmparatorluğu'nun yarısını oluşturan erkeklerin üretici, diğer yarısını oluşturan kadınların ise tüketici" olmalarından yakınmıştır<sup>30</sup>.

Namık Kemal'in aksini düşünüp kadınların iş yaşamında yer almaları gerektiğini savunan kişiler de olmuştur. Zamanın iktisatçılarından Akyiğitoğlu Musa Bey, kadının çalışma yaşamında bulunmasının bir gereklilik olduğunu savunmuştur. Zaten bu dönemde

---

<sup>29</sup> Arıkan, a.g.e., s. 14.

<sup>30</sup> Gürol, a.g.e., s. 243.

kadınların çalışma ve girişimcilik alanlarındaki etki ve rolleri de azımsanmayacak derecede fazladır.

Dönemin en önemli ekonomi türü olan tarımda kadınların oldukça büyük rolü olmuştur. 1919 yılında Almanya’da doktora tezi olarak hazırlanan “İşçi Kadınları Açısından Osmanlı İmparatorluğu’nda Kadın Sorunu” adlı çalışmada Anadolu halkının % 81’ini kadın ve çocukların oluşturduğundan, bunların tarım ve hayvancılıkla uğraştıklarından, ve ekonomiye kadınların yön verdiğinden bahsedilmiştir<sup>31</sup>.

Osmanlı İmparatorluğu’nda kadın, ekonomik alanda önemli bir yere sahip olmuş; kadın girişimciler de azımsanmayacak kadar fazla sayıya ulaşmışlardır. Fakat o dönemlerde yapılan nüfus sayımlarında kadınlar nüfusa dahil edilmedikleri, kayıtlar ve raporlar yeteri derecede incelenmedikleri için yeterli istatistiki bilgiler elde edilememiş, ve kadınların ekonomideki rolleri yeteri kadar anlaşılamamıştır. Fermanlar, kadı kayıtları ve çeşitli konsolosluk raporları incelendiğinde ticaretle uğraşan ve ticarethane açan birçok Anadolu kadınına rastlanmıştır. Amasya’da kadın kumaşları imal eden Şerife Hatun, Ankara’da dükkanı bulunan Fatma isimli bir kadın ve değirmen sahibi Efendibula isimli kadın bunlara en güzel örneklerdir. Günümüzde de hala ihtişamını koruyan Mısır Çarşısı ise 17. yüzyıl sonlarında Hatice Turhan Sultan tarafından yaptırılmıştır.<sup>32</sup>

#### 1.2.2.2. Cumhuriyet Dönemi

Türkiye’de girişimcilik tarihi, Türkiye Cumhuriyeti’nin iş hayatı tarihi ile aynı zamanda gelişmektedir<sup>33</sup>. Cumhuriyet’in kurulmasıyla siyasal bağımsızlık kazanan Türkler, ekonomide de bağımsız olabilmek için atılımlarda bulunmuşlardır.

Bunlardan en önemlisi de İzmir İktisat Kongresi’dir<sup>34</sup>. Devlet, iktisadi gelişmede girişimci sınıfa sosyal bir rol yüklemiş, ve bu amaçla girişimci bir sınıf oluşturmaya

<sup>31</sup> Gürol, a.g.e., s. 244.

<sup>32</sup> Gürol, a.g.e., s. 245.

<sup>33</sup> Nihat Erdoğan, "Girişimci İşadamlarının Kariyer Gelişimi", (2005), s. 2.

(<http://www.insankaynaklari.com/cn/ContentBody.asp?BodyID=4678&ssp=2>)

<sup>34</sup> Arıkan, a.g.e., ss. 14-16.

çalışmıştır. Bu nedenle Türkiye’de ekonomi ile ilgili bütün grup ve kişiler, yani tarım ve endüstri işçileri ve tüccarlar, bu kongrede bir araya gelmişlerdir. Çiftçi, tüccar, sanayi ve işçi gruplarının temsil edildiği bu kongrede 12 maddelik “iktisat misakı” esasları kabul edilmiş; TBMM’ye ve hükümete verilmiştir. Bu maddelerin hepsi ülkenin ekonomisini yükseltmeyi içermektedir.

Cumhuriyet’in ilanından sonra yabancı şirketlerin elindeki imtiyazlar satın alınarak millileştirilmiş ve yollar belli bir plana göre yapılmaya başlanmıştır. Yine 1928 – 1938 yılları arasında, yaşanan mali güçlüklerle rağmen yabancı şirketler satın alınmaya devam edilmiştir.

Kırım, Makedonya, Arap Ülkeleri, Asya ve Kafkasya gibi bölgelerden gelen göçmen Türkler buralarda edindikleri üretim kültürünü Türkiye’ye getirmişlerdir. Örneğin, Tatar asıllı Türkler’in Kırım yöresinden getirdikleri pulluk ve atla çekilen orak makineleri, bugün ülkemizde tarım makineleri üretimini önemli ölçüde etkilemiştir.

1950’den sonra gelişen “her mahallede bir milyoner yaratma” özlemi Türk girişimcisini yaratma çabasının bir sonucu oluşmuştur. Marshall yardımı, ardından 1961’den itibaren Almanya’ya giden Türk işçilerinin gönderdikleri dövizler ve geri kalmışlığın yarattığı iç tepki, Türk insanında genel bir ‘Sanayi Histerisi’<sup>35</sup> yaratmıştır.

Cumhuriyet döneminde yapılan devrimlerin amaçlarından biri de; kadınların ekonomik, siyasal ve sosyal perspektiflerde erkeklerle eşit haklara sahip olmaları ve kalkınma sürecinde aktif rol almaları olmuştur. Kadınların ekonomik bağımsızlıkları, hem ev içi hem de kamusal alanda etkili olmalarını sağlayan temel faktörlerden birini oluşturmuştur. Ekonomik bağımsızlıklarının yanı sıra siyasal alanda da söz sahibi olmaları için gerekli çalışmalar yapılmış ve kadınlar lehine birçok kanun ve yasa çıkarılmıştır. Bunlardan ilki 3 Mart 1924 tarihinde Tevhid-i Tedrisat Kanunu’nun kabul edilmesinden sonra konulan yasalarla gerçekleşmiştir<sup>36</sup>. Bu yasalarla Türkiye’de kadınlar, kamu yönetiminde görev alma hakkını kazanmışlardır. Bunun yanı sıra 1930’da belediye seçimlerinde, 1934’te de

<sup>35</sup> Arıkan, a.g.e., ss. 15-16.

<sup>36</sup> A. Metin Dikici, “Kadın ve Erkek Liderler”, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 3.9. (2004), s. 99.

genel seçimlerde, kadınlara seçme ve seçilme hakkı verilerek Türk kadını batılı demokrasilere göre daha ileri düzeylere taşınmıştır.

#### **1.2.2.3. 1970’li Yıllar**

1970’li yıllarda Türkiye’de girişimcilik çalışmaları daha da hız kazanmıştır. Özellikle Eskişehir, Antep, Çorum ve Isparta’da girişimcilerin sayıları hızla çoğalmıştır. Temelde üretme isteği yatan ve geleneksel mal üretimini daha ileriye taşımak isteyen, yüksek öğrenim görmüş bireyler girişimciliğe soyunmakta ve başarılı olmaktadır. Fakat üretim dışındaki boyutları pek düşünmeyen bu başarılı girişimcilerin sonu biraz da hüsrana olmuştur. Gerçekçi fizibiliteler yapmadan; yatırımın diğer boyutları olan pazar, teknoloji ve diğer sorunları önceden planlamadan, ve profesyonel yönetim ilkeleri saptamadan, sadece üretime odaklandıkları için sanayicilikte ve işletmecilikte tıkanmalar yaşamışlardır.<sup>37</sup>

#### **1.2.2.4. 1980’li Yıllar**

Bu yıllarda, Türk ekonomi modeli revizyona tabi tutulmuş, eksik ve sorunlu alanlar düzeltilmeye çalışılmıştır<sup>38</sup>. Türkiye’deki girişimci sorunları, temel bir yönetim felsefesi olmuş ve bu sorunların çözülmesi noktasında odaklanılmıştır.

Türkiye’de girişimcilik konusu özellikle 1980’li yıllardan sonra önemli gelişmeler kaydetmeye başlamıştır. Bunlardan en önemlisi de 1980 kararlarıdır. Türkiye’de 24 Ocak 1980 kararlarıyla yürürlüğe konan ekonomik gelişmeler sonucunda, girişimciliği ve özellikle ihracata yönelik girişimciliği destekleme politikaları devreye sokulmuştur<sup>39</sup>. Bu kararlar Türkiye’deki ekonomik sorunlara ve bu sorunların çözüm yollarına yeni bir yaklaşım getiren bir dönemi başlatmıştır.

1994 yılında yaşanan ekonomik kriz, Türk girişimciler açısından büyük bir sınav olmuş, fakat Türk girişimciler özellikle ihracat alanında olmak üzere bu sınavı başarılı bir şekilde geçmişlerdir. 1996 yılında uygulamaya geçen Gümrük Birliği ile ilgili kötümser tablolar

<sup>37</sup> Arıkan, a.g.e., s. 16.

<sup>38</sup> Gürol, a.g.e., s. 168.

<sup>39</sup> Arıkan, a.g.e., s. 17.

çizilmiş, KOBİ'lerin büyük bir darbe yiyeceği yorumları yapılmış, fakat bu uygulama tahmin edilenin aksine KOBİ'leri olumsuz olarak etkilememiştir.

#### 1.2.2.5. 21. Yüzyıl ve Sonrası

21. yüzyıl sonrasında Türkiye'de girişimcilik, daha fazla önem kazanarak okullarda ders olarak okutulmaya başlanmıştır. Üniversitelerde ders olarak çok fazla karşımıza çıkmasa da doktora ve yüksek lisans tezleri arasında hatırı sayılı miktarda girişimcilik konulu çalışma bulunmaktadır. Bunların dışında 2002 yılında Anadolu Üniversitesi'nde Girişimcilik Eğitim ve Araştırma Merkezi kurulmuştur. Üniversiteler dışında girişimcilik konusunda yoğun çalışmaları olan ve bu konuda eğitimler veren kurumlar da bulunmaktadır. Bunlardan biri KOSGEB tarafından 1998 yılında kurulan Girişimcilik Enstitüsü'dür. Diğerleri ise TEGEV (Teknolojik Eğitimi Geliştirme Vakfı) ve Genç Başarı Vakfı'dır.<sup>40</sup>

Ayrıca kadınları girişimcilik konusunda eğiten, onlara her türlü desteği sağlayan ve girişimde bulundukları ilk andan başlayarak sonuna kadar yanlarında bulunan bir başka kurum ise KAGİDER (Kadın Girişimciler Derneği)'dir.

Ülkemizde her ne kadar krizler ve ekonomik istikrarsızlık nedeniyle zor koşullar oluşmuş olsa da girişimcilik gelişerek devam etmektedir. Bu da Türkiye'de girişimciliğin umut verici bir potansiyele sahip olduğunu göstermektedir.

2001 yılında yapılan bir araştırmada "Bugün aniden 250 milyar TL'niz olsaydı ne yapardınız?" sorusuna üniversite öğrencileri % 62 gibi bir oranla "kendi işimi kurardım" yanıtını vermektedir. Galatasaray Üniversitesi'nde yapılan bir başka ankete göre ise mezun olduktan sonra kendi işini kurmak isteyenlerin oranı % 56'dır. Bu sonuçlar ülkemizde girişimcilik potansiyelinin ne kadar büyük olduğunu ve girişimcileri aramamız gereken ilk yerlerin üniversiteler olduğunu göstermektedir.<sup>41</sup>

<sup>40</sup> Yonca Gürol ve Nuray Atsan, "Entrepreneurship Profile of Turkish University Students: Some Insights for Entrepreneurship Education", *Education & Training*, 48.1. (2006), ss. 26.

<sup>41</sup> Doğu Sipahioğlu, "Girişimcilik ve Eğitim", *Perspective Dergisi*, 9. (2005), s. 7.

### 1.3. GİRİŞİMCİLİĞİN ÖNEMİ

Girişimcilik işletme ve ekonomi dallarının en çok tartışılan konularından biri olmasına rağmen önemi gittikçe artan bir konudur. Bu durum girişimciliği daha popüler hale getirmektedir. Girişimcilik; hem gelişmiş ve gelişmekte olan ekonomilerde, hem de dönüşüm ekonomilerinde; ekonomik, sosyal, kültürel ve teknolojik değişimlerin en önemli tetikleyicilerinden biridir. Girişimcilik, ülke ekonomisinin gücünün artmasını ve daha iyi bir refah seviyesine ulaşılmasını sağlayan dürtülerden biri olmasından dolayı ülkeler için büyük önem taşımaktadır.

Girişimci, sadece kendi parasını değil başkalarının parasını da değerlendirerek ekonomiye katkıda bulunabilir<sup>42</sup>. Bu nedenle sağlıklı bir ekonomiye sahip olmak için parası olup da girişimcilik niteliğine sahip olmayanlardan parası olmayıp da girişimcilik niteliğine sahip olanlara bu fonları aktarabilen banka veya sermaye piyasaları gibi araçlar oluşturulmalıdır. Böylece eldeki sermayelerin etkin bir şekilde kullanılarak yatırıma dönüştürülmesi gerçekleşecek ve ekonomi sağlıklı bir büyüme sürecine girebilecektir.

Türkiye’de de girişimciliğin önemi ve popülaritesi gün geçtikçe artmaktadır. Bunun en önemli belirtileri; yeni kurulan şirket sayısındaki genel artış ve girişimciliğin ülkemiz ekonomisine sağladığı katkıların son yıllarda giderek artan bir şekilde fark edilmesidir. Ülkemizde kültürel değerler, inanç sistemleri ve ekonomideki değişiklikler sonucu, çok sayıda kişi iş yaşamına atılma, kendi işini kurma ve kendi kendinin patronu olma konusunda oldukça istekli görünmektedir.

Girişimciliği teşvik eden kültürleri saptamak amacıyla çeşitli ülkeler arasında yapılan bir araştırmada, ülkelere ait 21 masal kitabı incelenmiştir. Bu masal kitapları içerisinden girişimcilik ile ilgili kelimeler belirlenmiş ve girişimciliği en çok teşvik eden kültürün Türk kültürü olduğu görülmüştür. Türkiye, bireyleri girişimciliğe teşvik ederek ve önlerindeki engelleri kaldırarak, girişimci sayısının artmasına ve girişimciliğin gelişmesine elverişli bir

---

<sup>42</sup> Girginer ve Uçkun, a.g.m., s. 785.

ortam yaratmalıdır. Ancak bu şekilde kalkınma sürecinin hızlanmasına katkıda bulunacaktır.<sup>43</sup>

Ancak bazı araştırma sonuçları masal kitaplarının Türk girişimciliği için pek de faydalı olmadığını göstermektedir. Yapılan bir araştırmaya göre, Türkiye’de girişimciliğe yeteri kadar önem verilmemektedir. Ülkemizde her 100 yetişkin kişi arasından şirket kuran sayısı 4,6 iken; bu sayı Meksika’da 18,7; ABD’de 11,7; İrlanda’da 12 kişidir. Türkiye 4,6 kişi ile 30. sırada bulunmaktadır. OECD üye ülkelerinde yeni kurulan şirketlerin tüm işletmeler içinde oranı % 11-12 iken Türkiye’de bu oran sadece % 3,5’tir. Oysa ki özellikle Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde uzun vadeli başarı, büyük ölçüde küçük girişimcilerin artışına dayalıdır.

Ekonomide devamlı büyüme seyri gösteren ülkeler incelendiğinde, bu ülkelerde girişimcilere ve onların işletmelerine gereken önemin verildiği görülebilir. Bu ülkeler toplumun başarılı girişimcilerini kahraman olarak algılamakta; ihracata yönelenleri, istihdama katkı sağlayanları vatansever olarak görmekte ve ekonomilerinde “girişimcilik kültürü” oluşturmaktadırlar. Girişimcilik kültürü<sup>44</sup>; bir toplumda girişimcilerin birey olarak kendilerini kabul ettirmeleri, parasal zenginliklere ulaşmayı işletme açmakta aramaları veya mevcut bir işletmenin sürekli kendini yenilemeye çalışması, tüketiciye sürekli daha iyiyi sunmaya çalışması içinde olmaları olarak açıklanabilir.

Toplumun ihtiyaçlarını belirleyip buna göre yatırımlarda bulunan ve tüketicinin yaşamlarını kolaylaştıracak yenilikler geliştiren girişimcilere, Türkiye de gereken özeni ve önemi göstermelidir. Öyle ki girişimcilerin yaptıkları teşebbüsler sonucunda<sup>45</sup>;

- Milli gelirde artış sağlanır.
- Gizli ve açık işsizlik giderilir, iş olanakları sağlanır.
- Kalkınma ve sanayileşme yaygın hale getirilir.
- Yerli hammaddeler üretimde değerlendirilir.

---

<sup>43</sup> Gürol, a.g.e., s. 170.

<sup>44</sup> Girginer ve Uçkun, a.g.m., s. 785.

<sup>45</sup> Arıkan, a.g.e., ss. 62-63.

- Yeni ürün ve hizmetler sunulur.
- Rekabeti artırma yoluyla çeşitlilik ve kalite artırılır.

Görüldüğü gibi girişimciler, sadece bir alanda değil birçok alanda ülkelerine her yönden fayda sağlamaktadır. Bir ülkenin her zaman girişimci bireylere ve beyinlere ihtiyacı vardır. Neden girişimcilere ihtiyaç duyulduğu verilebilecek cevaplar; üretimde artış sağlamak, istihdam yaratmak, yeni ekonomi yaratmak ve teorik gelişmeler sağlamak olarak alınırsa, bir ülkedeki girişimcilerin o ülke üzerindeki etkisi yadsınamaz.

### **1.3.1. Üretimde Artış Sağlanması**

İnsanlar yaşamlarını idame ettirebilmek için değişik mal ve hizmetlere ihtiyaç duyarlar. Bu ihtiyaçların bir kısmını çevrelerindeki üretimlerden karşıladıkları gibi, bir kısmını da kendileri üretirler. Bu üretimleri tek başına yapamayacakları için; yeni bir firma kurma ya da mevcut bir firmayı yeniden yönlendirme yolunu seçerler. Bu nedenle girişimciler de bir üretim faktörü olarak kabul edilebilir. Yani girişimciler olmazsa, mal ve hizmet üretimi tam anlamıyla gerçekleşemez.

Girişimcilerin gerçekleştirdiği yeni girişimler; verimliliği yükseltir ve rekabet baskısını artırarak diğer firmaları, etkinliklerini iyileştirmeye ya da yeniliklere gitmeye zorlar. İşletmelerin getirdikleri yenilikler ve artırdıkları etkinlikler; ekonominin rekabet gücünü artırarak tüketicilere daha fazla seçenek sunmalarını sağlar. Üretimde meydana gelen bu artış fiyatların da düşmesini sağlayarak ekonomiye canlılık getirir.

### **1.3.2. İstihdam Yaratılması**

Girişimcilik, üretim faktörü olmasının yanısıra sürekli yenilik ve istihdam yaratması ile de oldukça büyük önem taşımaktadır. İşsizlik sorunlarını araştıran yetkililer, ABD'nin bu sorunu neden yaşamadığını araştırmış ve bunun nedeninin girişimciliğe sağlanan büyük katkılar olduğunu görmüşlerdir. Peter Drucker'ın 1985'te yapmış olduğu bir çalışmada ABD'de 1965-1985 döneminde nüfusta 51 milyonluk artışa karşın istihdamda 35 milyonluk

bir artış olmuştur<sup>46</sup>. Ve bu 35 milyonluk istihdamın 24 milyonu sadece 1974-1984 döneminde yaratılan yeni işlerdir. Drucker'a göre bu istihdam artışının en önemli nedeni girişimciliktir.

Görüldüğü gibi istihdam ve girişimcilik birbirine paralel iki kavramdır. Yeni işletmelerin kurulması hem bireysel hem de toplumsal açıdan büyük faydalar sağlamaktadır. Girişimciliğin artmasıyla yeni şirketler kurulmakta; yeni şirketler kuruldukça da yeni iş gücü olanakları yaratılmaktadır. Özellikle yeni kurulan ve büyümekte olan firmalar istihdamı daha da artırmaktadırlar. Yani girişimcilik oranlarında daha büyük artış gösteren ülkeler, işsizlik oranlarında da daha büyük düşüşler sağlama eğiliminde olmaktadır. Böylelikle hem işsizlik azalmakta, hem de ülkede ekonomik büyüme sağlanmaktadır. Girişimci hem iş hayatının hem de toplumun yapısını harekete geçirmekte ve değiştirmekte, bu da girişimciliğin önemini artırmaktadır.

### **1.3.3. Yeni Ekonomi ve Girişimcilik**

Yenilikçiliğin bir gereklilik olduğu çağımızda girişimcilik özel bir yere sahiptir ve özellikle girişimcilik koşullarının genellikle yetersiz olduğu yeni oluşmakta ve kalkınmakta olan ekonomilerde firma kurma dinamizmine yardımcı olacak bir ortamın yaratılması çok önemlidir. Çünkü girişimciler; farklı iş modelleri geliştirerek ve teknolojik değişimlerin oluşmasında öncü olarak yeni ekonomiyi doğrudan etkilemektedir. Yeni ekonomi de tüm sektör ve firmaları etkileyerek, yeni iş süreçleri ve yeni üretim tekniklerinin oluşmaya başlamasını sağlamaktadır. Girişimciler devamlı, oluşabilecek fırsatları kovalayarak yenilikler oluşturmakta ve bu yeniliklerle ekonomik kaynakları düşük üretkenlik alanlarını yükseltmektedirler.

Girişimciler, üretim kaynaklarını yeni tarzlarda birleştirerek atıl durumda olan üretim faktörlerinin kullanılmasını ya da hali hazırda olan üretim girdilerini değişik şekillerde kullanarak üretim artışını sağlamaktadırlar<sup>47</sup>. Kalkınmada geri kalmış bölgelerde toplumsal ve ekonomik uyumun güçlendirilmesine ve ekonomik faaliyetlerin canlanmasına katkıda

---

<sup>46</sup> Çetindamar, a.g.e., s. 40.

<sup>47</sup> Çetindamar, a.g.e., ss. 42-43.

bulunmaktadırlar. Günümüzde yeni işlerin çoğu, büyük firmalardan çok yeni ve küçük firmalar (girişimciler) tarafından yaratılmakta ve bu eğilim giderek güçlenmektedir.

#### **1.3.4. Girişimcilikte Teorik Gelişmeler**

Her toplum, girişimcileri farklı şekilde değerlendirmekte ve farklı derecede desteklemektedir. Bireylerin girişimci olup olmadığını ya da ne kadar olmak istediklerini, toplumların değer sistemlerindeki farklılıklar etkilemektedir. 1980'lerde fırsat eşitliği yaratılarak, insanların din, cinsiyet, sosyal sınıf, ulusal kimlik farkı gözetilmeksizin, yetenekleri ve performansları ölçülerinde mükafatlandırılmalarının girişimcilik sayesinde olacağı iddiaları girişimciliğin popüler bir durum haline gelmesini sağlamıştır.

Ayrıca eğitim alanlarında girişimciliğin ders olarak okutulmaya başlaması girişimciliğin daha da tanınmasına ve anlaşılmasına imkan vermiştir. Sadece okullarla yetinmeyip ayrıca girişimcilik merkezleri de açılmıştır. Bu sayede bireyler, girişimcilik konusunda bilinçlenmiş ve girişimciliğin önemini kavramışlardır. 2002 yılında ABD'de çeşitli üniversite, enstitü, vakıf ve kamu kuruluşunun desteklediği 123 staj ve eğitim programı ile 111 girişimcilik merkezi bulunmaktadır.

Genç Girişimciler Avrupa Konfederasyonu (European Confederation of Junior Entreprises) adlı sivil toplum örgütü de girişimcilik platformları düzenlemekte ve gençleri yönlendirmek adına birşeyler yapmaktadır. 1992 yılında kar amacı gütmeyerek kurulan organizasyon, öğrencilere öğrencilik yıllarında profesyonel danışmanlık yaparak, bir nevi geleceğin girişimcilerini hazırlamaktadır. Bunun gibi pek çok öğrenci organizasyonunun varlığı da bize girişimciliğin dünyada ne kadar önemsendiğini göstermektedir.

## İKİNCİ BÖLÜM

### GİRİŞİMCİLİKTE ÖZELLİKLER KURAMI

#### 2.1. BİREYLERİN GİRİŞİMCİ OLMA NEDENLERİ VE ÖZELLİKLER KURAMI

Bireylerin kendi işlerini yapmak istemeleri her zaman heyecan verici fakat aynı zamanda da endişe uyandıran bir durumdur. Çünkü okulda, evde, hatta çalışılan şirketteki rahat ve huzur bırakılmakta; büyük ve külfetli bir sorumluluğun altına girilmektedir. Bir şirkette, çalışan durumunda olduğunda şirketin yapacağı kar-zarar düşünülmemekte ve hakedilen maaş sistematik olarak her ay alınmaktadır.

Kişiler böyle düzenli (!) bir iş hayatına sahipken, birçok nedenden dolayı girişimci olmak istemektedir. Evet, normal bir çalışan olarak gelir açısından daha az risk taşınmakta, fakat diğer taraftan da kimseye bağımlı olunmamakta ve hayaller gerçekleştirilmektedir<sup>48</sup>. Çoğu kişi çalışmanın asıl amacının para olduğunu düşünmekteyken bir o kadar kişi de çalışmanın sadece para kazanmanın bir yolu olmadığını söylemektedir. İnsanların meslek ve iş tercihlerinde bağımsızlık, güvenlik, yapılan işlerin çeşitliliği ve işe ilgi, işini sevme gibi başka kriterler de rol oynamaktadır. Daha yüksek gelir düzeyleri, insanların girişimcilik yoluyla, kendilerini gerçekleştirme ve bağımsızlık gibi daha yüksek ihtiyaçlarını karşılamalarını sağlayabilmektedir<sup>49</sup>. Diğer taraftan, istedikleri gibi düzenli bir iş bulamayan çoğu insan için girişimci olma tercihi kısmen ya da tamamen ekonomik zorunluluklardan kaynaklanabilmektedir. Girişimci olmak bu kişilere, kendilerine daha iyi bir konum yaratma ve daha yüksek gelir sağlama olanağını verebilmektedir.

Tüm bu kriterler dikkatle incelendiğinde; bireylerin kişilik özellikleri, yaşadıkları ortamın ekonomik koşulları, çevresel faktörleri ve iş hayatındaki gereklilikler gibi birçok nedenden dolayı girişimci olmak istedikleri söylenebilir. Bu nedenler; araştırmacıların ve bilim adamlarının ilgisini çeken konulardır. Dolayısıyla, girişimciliğin ortaya çıkmasına

<sup>48</sup> Advancing Women, “*Entrepreneur: Starting Your Own Business*”, (2003). s. 1. ([http://www.advancingwomen.com/wk\\_entrstartbiz.html](http://www.advancingwomen.com/wk_entrstartbiz.html))

<sup>49</sup> Girginer ve Uçkun, a.g.m., s. 785.

neden olan temel güdülerin neler olabileceği önemli araştırma ve tartışma konularından birisi olmaktadır.

Örneğin; klasik iktisat anlayışına göre kişisel çıkarların en üst seviyeye çıkarılması, yani ekonomik fayda ve kar elde etme isteği girişimciliği ateşleyen en önemli güdüdür<sup>50</sup>. Diğer taraftan girişimciliğin ortaya çıkışıyla ilgili çevreyi ön plana çıkaran yaklaşımlar ise, pazar mekanizmaları ve devlet politikalarının girişimcilerin ortaya çıkmasında etkili olduğunu vurgulamışlardır. Gelişmiş ülkelerde pazar mekanizmaları girişimci sınıfın ortaya çıkışında etkili iken; gelişmemiş ülkelerde girişimciliğin gelişmesi, hükümet politikalarının belirlediği ekonomik güdülere bağlı olmaktadır<sup>51</sup>.

Girişimcilikle ilgili belirtilen bu yaklaşımlara karşılık birçok sosyal bilimci; girişimciler ve girişimcilik üzerine araştırmalar yapmış ve birbirinden farklı sonuçlar elde etmişlerdir. Girişimcilik üzerine önemli araştırmaları bulunan David McClelland'a göre, girişimciliğin gelişmesi, ekonomik güdülerden ziyade, psikolojik değişkenlere bağlıdır<sup>52</sup>. McClelland, girişimci ruha sahip kişilerin başarı arzusunun oldukça yüksek olduğunu; ayrıca bu kişilerin, emeklilikten hoşlanmadıklarını, uzun süreli çalışma saatlerine uyumlu olduklarını ve tekrara dayalı rutin işleri sevmediklerini saptamıştır<sup>53</sup>. Girişimcilerin bu yönleri onları klasik yöneticilerden ayıran en belirgin özellikleridir. Stewart ve arkadaşları da çalışmalarında bu farklılıkları belirten başlıkları başarı ihtiyacı, risk alma eğilimi ve yenilikçilik olarak tanımlamışlardır<sup>54</sup>. Mitton da girişimcileri, kendini amaçlarına tam olarak adanmış, tam kontrol ihtiyacı, neyin doğru olduğuna dair yararcı bir görüş, belirsizlik ve mücadeleden hoşlanma gibi belli psikolojik özelliklere sahip bireyler olarak betimlemiştir<sup>55</sup>. Buna karşın bir başka araştırmacı Kets De Vries ise, girişimcilerin özgüveni olan, bireylerarası ilişkilerinde ihmalkar görünebilen, kendi değer yargılarına sadık kişiler olduklarını söyleyerek girişimcilerin daha farklı özelliklerini vurgulamıştır<sup>56</sup>.

---

<sup>50</sup> Erdoğan, a.g.m., s. 1.

<sup>51</sup> Girginer ve Uçkun, a.g.m., s. 785.

<sup>52</sup> Erdoğan, a.g.m., s. 1.

<sup>53</sup> Çetin, a.g.e., s. 30.

<sup>54</sup> Gürol ve Atsan, a.g.m., s. 31.

<sup>55</sup> Hian Chye Koh, "Testing Hypotheses of Entrepreneurial Characteristics A Study of Hong Kong MBA Students", *Journal of Managerial Psychology*, 11.3. (1996), s. 13.

<sup>56</sup> Çetin, a.g.e., s. 30.

Yukarıda sayılan araştırma sonuçlarında görüldüğü ve çalışmanın birinci bölümünde de incelendiği gibi; girişimcilerin hepsinin aynı kişisel özellikleri taşıdıkları ve aynı nedenlerden dolayı girişimci oldukları söylenemez. Çünkü girişimciler homojen gruplar değildir; onlar her şekilde olabilirler, hepsinin ayrı karakteristik özellikleri vardır<sup>57</sup>. Temelde hepsi aynı özelliklere sahip olsalar da farklı kişilik yapılarına ve çevresel faktörlere sahip bireylerdir ve bu farklılıklar girişimciliğin ortaya çıkış şeklinde ve nedeninde etkili olmaktadır.

Tüm bu çevresel ve kişisel farklılıklardan dolayı araştırmacılar yıllardır, girişimci ve girişimci olmayanların arasındaki farkı bulmak için, girişimcilikle ilgili özellikler üzerinde çalışmaktadırlar. Girişimcilerin kişisel özelliklerine bakıldığı zaman bunların girişimci olmayanlarınkilerden farklı oldukları varsayılmaktadır. Bu konu hakkında McClelland ve Atkinson tarafından 1953 ve 1961 yıllarında yapılan bazı ilk dönem araştırmaları, girişimcilerin girişimci olmayanlara oranla başarı, katılım ve güç ihtiyacını incelemişlerdir<sup>58</sup>. Diğer ilk dönem araştırmacılarından bir kısmı ise risk almaya ve denetime odaklanmışlardır. Sonuçlar; girişimci olmayanlara oranla girişimcilerin başarıya daha fazla ihtiyaç duyduğunu, daha fazla kontrol pozisyonuna sahip olduğunu, daha yüksek risk alma eğilimleri olduğunu, belirsizliğe daha fazla tahammülleri olduğunu, daha fazla kendilerine güvenleri olduğunu ve daha yenilikçi olduklarını göstermektedir<sup>59</sup>. Yapılan bir başka araştırmaya göre ise; girişimciler, başarılı olmak ve verilecek kararlarda sorumluluk almak istemektedirler. Yaratıcı girişimciler azim ve hayal gücüne sahiptirler, isteklidirler. Girişimciler, organizasyonlarında bulaşıcı derecede gayret ve istek içinde bulunmakta, amaca ulaşma ve azimlerini her yere taşımakta; bunu yaparken etrafindakileri de bu duruma ikna etmektedirler<sup>60</sup>. Karizmatik, baştan çıkarıcıdır; organizasyona nasıl yol göstereceklerini, onları nasıl ateşleyeceklerini iyi bilmektedirler. En önemlisi ulusal karlılık ve işgücü yaratarak ülke ekonomisini olumlu etkilemektedirler. Bazıları coşkulu, bazıları sakin; bazıları dışa, bazıları içe dönük; bazıları işkolik, bazıları doğru kişiyi doğru yere atayarak gerekli zamanı harcamaktadırlar. Genel anlamda girişimciler, yenilikler peşinde

<sup>57</sup> Sue Birley ve Dan Muzyka, **Mastering Entrepreneurship**, Londra: Prentice Hall, 2000, s. 5.

<sup>58</sup> David E. Olson, "The Role of Entrepreneurial Personality Characteristics on Entry Decisions in a Simulated Market", **California State University at Bakersfield**, (2000), s. 4. ([www.usasbe.org/knowledge/proceedings/2001/057.pdf](http://www.usasbe.org/knowledge/proceedings/2001/057.pdf))

<sup>59</sup> Koh, a.g.m., s. 12.

<sup>60</sup> Birley ve Muzyka, a.g.e., s. 5.

koşan, kendini tanıyan, araştırmacı, risk almayı seven, oto kontrole sahip, belirsizlik içeren ortamlarda toleranslı, kendine güvenen, bilgi ve başarıma arzusuna sahip kişilerdir<sup>61</sup>.

Kişilik, girişimciliği etkileyen önemli bir faktördür fakat kişiliği etkileyen faktörler de gözardı edilmemelidir. Örneğin, farklı ülke girişimcileri bulundukları ülkenin ekonomik ve kültürel yapıları dolayısıyla diğer ülke girişimcilerinden farklılıklar göstermektedir. Alman girişimcileri inceleyen Klandt, bu ülke girişimcilerinin iş kurma aşamasında en önemli güdüleyici etkenlerinin başarıma arzusunu belirtmiştir. Klandt'a göre, Alman girişimciler; doğrudan getirisi olan işlere yoğunlaşmakta, orta düzeyde bir riski tercih etmekte, kontrol edilemeyen, dışsal etkenlere bağlı getiriler için risk almamaktadırlar<sup>62</sup>.

Muller ve Thomas tarafından 2001 yılında dokuz ülkede girişimcilik potansiyeli üzerine yapılan araştırmada ise, girişimciliğin temel özellikleri arasında kabul edilen kontrol odağı ve yenilikçilik düzeyleri, ülkeler arasında farklı derecelerde saptanmıştır. Düşük düzeyde belirsizlikten kaçınan bireyci kültürlerde iç kontrol odağı ve yenilikçi özelliklerin, yüksek düzeyde belirsizlikten kaçınan ortaklaşa davranışa sahip toplumlara göre daha güçlü olduğu yönünde farklılıklar tespit edilmiştir. Uzakdoğulu araştırmacılar girişimcilerin risk alma ve belirsizliğe tolerans özellikleri üzerine de çeşitli çalışmalar yapmışlardır. En dikkat çekicilerinden birinde Chew ve Kohn başarılı ve başarısız girişimcileri incelemişlerdir. Singapur'da 1993 yılında yapılan bu araştırmada, iki grup arasında belirsizliğe tolerans özellikleri arasında anlamlı bir fark saptanırken, risk eğilimleri arasında fark bulunamamıştır.<sup>63</sup>

Avrupa'ya göre henüz gelişmekte olan, Doğu ülkelerine göre ise daha gelişmiş bir ekonomik ve sosyal yapıya sahip olan Türkiye'de kişilerin girişimci olma nedenleri ve girişimcilerin taşıdıkları özellikler bu ülke girişimcilerine göre daha farklıdır. Taşıdıkları kişisel özelliklerinin yanında başarıya daha kolay ulaşım ve ulaştıktan sonra sürekliliğin sağlanması için gereken özellikler de mevcuttur. Platin Dergisi ve insankaynaklari.com,

<sup>61</sup> Nihat Erdoğan, *Aile İşletmeleri: İkinci Kuşağın Yetiştirilmesi*, İstanbul: İGİAD Yayınları, 2004, s. 30.

<sup>62</sup> Çetin, a.g.e., s. 30.

<sup>63</sup> Ferda Erdem, *"Girişimcilerde Risk Alma Eğilimi ve Belirsizliğe Tolerans İlişkisine Kültürel Yaklaşım"*, *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, 2. (2001), s. 49.

birlikte yaptıkları bir ankette Türk toplumunun bir girişimcide olmasını beklediği özellikleri sorgulamışlar ve Tablo 2’de yer alan sonuçlara ulaşmışlardır.

Tablo 2. Türk Toplumunun Girişimcide Olmasını Beklediği Özellikler

| Özellik                          | %     |
|----------------------------------|-------|
| Risk Alabilme                    | 10.80 |
| Özgüven                          | 09.43 |
| Yaratıcılık                      | 09.30 |
| Liderlik                         | 07.81 |
| İletişim Becerileri              | 07.67 |
| Organizasyon / Planlama Yeteneği | 07.61 |
| İkna Kabiliyeti                  | 07.44 |
| Doğru Ekibi Kurma                | 07.14 |
| İnisiyatif Alabilme              | 05.93 |
| Yöneticilik Becerileri           | 05.73 |
| Kişisel Bağlantılar              | 04.95 |
| Finans Bilgisi                   | 04.66 |
| Yeterli Sermaye                  | 04.33 |
| Sonuç Odaklılık                  | 04.05 |
| Profesyonel İş Deneyimi          | 03.13 |

Kaynak: Insankaynaklari.com İçerik Ekibi, *Türkiye’de Girişimcilik*,  
<http://www.kariyer.com/CN/ContentPrint.asp?BodyID=2867>, 2004, s. 1.

Araştırmacılar yaptıkları çalışmalarda, girişimcinin kendine yararı gibi psikolojik eğilimlere de sahip olduklarına dikkat çekmişlerdir. İş etiği, maddecilik, bireysencilik-ortaklaşacılık ve birçok değişkenin önemiyle ilgili çalışmalar ile değerler ve güdüler incelemişlerdir. Bunun yanında; doğum yeri, rol modelleri, ailesel durum ve göçmenlik statüsü gibi çeşitli sosyolojik değişkenler de keşfetmişlerdir. Araştırmacıların bir kısmı da, girişimcilerin farklı gruplarıyla ilgili sonuçlar bulmak için çalışmalar yapmaktadırlar. Bu

gruplar; azınlık girişimciler, kadın girişimciler ya da yüksek teknoloji girişimciler olarak belirtilebilir.<sup>64</sup>

Girişimcilik çok sayıda faktörün etkileşiminden oluşan davranışsal bir süreç olmasından dolayı birçok açıdan farklı şekillerde incelenebilmektedir. Kişilik özellikleri de girişimciliği, girişimcilik kararları ve şekillerini etkileyen en önemli faktör ve girişimcilik sürecinin en temel yönü olması nedeniyle bu çalışmada; girişimciler, sahip oldukları temel kişisel özellikleri yönünden ele alınmaktadır.

### 2.1.1. Kontrol Odağı

Kontrol odağı, bir bireyin hayatındaki ödül ve cezaları hakkındaki algılamalarını temsil etmektedir<sup>65</sup>. Rotter tarafından 1966 yılında geliştirilmiş olan kontrol odağı teorisi, girişimcilerin özelliklerine farklı bir boyut eklemiştir. Bu teoriye göre kişinin eyleminin sonucu, tesadüfi olarak kişinin yaptığı şeye (iç kontrol yönlendirmesi) veya kişinin kontrolü dışında gerçekleşen olaylara (dış kontrol yönlendirmesi) bağlı olması inancı ile ilgilidir<sup>66</sup>. Yani Rotter'a göre kontrol odağı, içsel ve dışsal olarak iki şekilde görülmektedir. İçsel kontrol pozisyonu olan bireyler hayattaki olayları kontrol edebileceklerine inanırlarken, dışsal kontrol pozisyonu olan bireyler hayattaki olayların şans, talih, kader gibi dışsal faktörlerin sonucu olduğuna inanmaktadırlar<sup>67</sup>.

Rotter'ın teorisine göre, içsel kontrol beklentisi öğrenmeyle alakalıdır ve bunun için çabayı desteklemekte ve motive etmektedir<sup>68</sup>. Dışsal kontrol beklentisi ise öğrenmeyi engellemekte ve pasif olmayı desteklemektedir. İç kontrol beklentisi, genellikle girişimsel karakteristik ile bağdaştırılmakta ve girişimcilerin içten gelen bir kontrol mevkileri olduğu savunulmaktadır. Bu nedenle girişimcilerin başarı ihtiyaçları onların kontrol mevkileriyle ilişkilendirilmektedir. McClelland yaptığı çalışmalarda bireylerin, eğer bu faaliyetler daha

---

<sup>64</sup> Michael H. Morris, "Revisiting 'Who' is the Entrepreneur", *Journal of Developmental Entrepreneurship*, (2002) s. 1. ([http://www.findarticles.com/p/articles/mi\\_qa3906/is\\_200204/ai\\_n9050858](http://www.findarticles.com/p/articles/mi_qa3906/is_200204/ai_n9050858))

<sup>65</sup> Koh, a.g.m., s. 15.

<sup>66</sup> Olson, a.g.m., s. 6.

<sup>67</sup> Koh, a.g.m., s. 15.

<sup>68</sup> Hannu Littunen, "Entrepreneurship and Characteristics of the Entrepreneurial Personality", *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 6.6. (2000), s. 297.

fazla kişisel başarı ile sonuçlanacaksa, daha fazla çaba gösterdiklerini ortaya çıkarmıştır. Bu nedenle, Rotter “içten gelen inançları olan bireylerin başarı için çabalamaları daha muhtemel olacaktır...” varsayımında bulunmuştur.<sup>69</sup> Yüksek iç kontrol yönlendirmesine sahip kişinin, kendi işletmesine sahip olma veya piyasaya girme konularında daha fazla kişisel sorumluluk aldığı yönünde genel bir düşünce bulunmaktadır. 1991 yılında Robinson ve çalışma arkadaşları girişimcilerin diğerlerine göre daha yüksek kişisel kontrol beklentileri olduğunu saptamışlardır<sup>70</sup>. Brockhaus ve Hortwitz daha ileri giderek kontrol pozisyonunun, başarılı olan girişimcilerden olmayanları ayırabileceğini ileri sürmüşlerdir<sup>71</sup>.

Kontrol odağı teorisinde içsel kontrol, güç ihtiyacı olarak adlandırılabilir. Güç ihtiyacı da içsel kontrol odağı gibi, elde etme ve başkaları üzerinde kontrol sağlama arzusunu temsil etmektedir. Amaç başkalarını etkilemek, yönetmek ve mümkün olduğunca hakimiyet altına almaktır. Genel olarak girişimcilerin, işlerin gidişatını dışsal faktörlere bırakmak yerine kumandayı ellerine almayı ve ellerinde tutmayı tercih ettiklerine inanılmaktadır<sup>72</sup>. McClelland'a göre güç ihtiyacı iki boyut kazanabilir. Bunlar, pozitif boyutlu yani ilham verici ve ikna edici güç; veya negatif boyutlu yani hakimiyete alıcı ve itaat ettirici güç olabilir<sup>73</sup>.

Bireyin içsel kontrole sahip olma ihtiyacı, çevresine egemen olma ve güçlü olma arzusunun bir sonucu olabilmektedir. Bu nedenle kişiler, çevresel ilişkilerinde etkinliklerini artıracak ve seslerini duyuracak her türlü araca başvurmaktan çekinmezler. Egemenlik sağlama, başkalarını denetleme veya kontrol altında tutmaya yarayan araçlara sahip olma, emir verme ve cezalandırma da başkaları üzerinde etki sağlama ve gücü elinde bulundurmanın bir göstergesi olarak görülebilmektedir. Güç güdüsüyle hareket eden girişimciler, çalışanlar tarafından sevilmekten çok, çalışanlara etki etmeyi, onları kontrol

<sup>69</sup> Jill Sigler Barr, “A Comparison of the Perceptions of Entrepreneurial Traits by Program and Gender Among Secondary At-Risk, Vocational, and College-Preparatory Students”. **University of Missouri-Columbia**, (2000), s. 27. (<http://opac.lib.ryukoku.ac.jp/cgi-bin/opac/books-query?smode=1&key=&code=21157896-5k-Ek>)

<sup>70</sup> Olson, a.g.m., s. 6.

<sup>71</sup> Koh, a.g.m., s. 15.

<sup>72</sup> Koh, a.g.m., s. 15.

<sup>73</sup> Adnan Ceylan ve Nigar Demircan, “Girişimcilerin Başarı, Güç ve Yakan İlişki İhtiyaçlarının Kişilik Özellikleri ile İlişkisi Üzerine Düzce Bölgesi'ndeki KOBİ'lerde Bir Araştırma”, **21. Yüzyılda Kobiler: Sorunlar, Fırsatlar ve Çözüm Önerileri**, Doğu Akdeniz Üniversitesi, (2002), s. 4. ([www.gyte.edu.tr/ISLETMEWEB/ceylan.htm-80k](http://www.gyte.edu.tr/ISLETMEWEB/ceylan.htm-80k))

altında tutmayı tercih etmektedirler. Bu bakımdan girişimciler, başkaları tarafından etkilenmek ve başkalarının altında çalışmak yerine, herşeyin kendi kontrolünde olmasını istemektedirler.<sup>74</sup>

Kontrol odağı davranışlarının yeni kavramı, içsel ve dışsal kontrolü iki bağımsız kontrol olarak ele almakta, bu nedenle iki boyut arasında farklılık oluşmaktadır. Levenson'a göre ise kontrol odağı; içsel kontrol, başkaları tarafından kontrol ve şans, kader tarafından kontrol olarak üçe ayrılmaktadır. Levenson dışsal kontrolü de iki farklı boyutta pozitif ya da negatif olarak yorumlamaktadır. Pozitif dışsal kontrol, başarı beklentisini artırarak kişisel kontrol ile desteklemekte; negatif dışsal kontrol ise, başarı beklentisini azaltarak kişisel kontrolü sınırlamakta ya da engellemektedir.<sup>75</sup>

Tablo 3'deki 10 soru cevaplandırılarak kişiler kendilerini değerlendirebilmekte; verilen cevaplar aşağıdaki sonuçlarla karşılaştırarak kişilerin içe veya dışa dönük olup olmadığı belirlenebilmektedir.

4, 5, 8, 9 ve 10. sorulara verilecek 'evet' yanıtı; girişimci olmak için iç kontrole sahip olduğunu göstermekteyken; 1, 2, 3, 6 ve 7'ye verilecek 'evet' yanıtı ise; girişimsel eğilim ve yeteneği bırakmayan bir dışsal kontrole sahip olduğunu göstermektedir. Bu sonuçlar ve iç-dış kontrol boyutu değerlendirilirken, bu testin girişimcilikte kontrol odağı hakkında kesin sonuç veremeyeceği unutulmamalıdır. Örneğin; Rotter'ın girişimciliğin içsel-dışsal boyutuyla ilgili dokuz çalışmasının sadece üçü onların hayatlarında içsel olarak tanımlanmıştır. Bu çalışma, girişimcilik amaçlarının içsellikle birleştirildiğini; bir diğeri ise kariyer başarısı ve içsellik arasında pozitif korelasyon olduğunu göstermiştir. Stres altındaki girişimcilerin iki çalışma sonuçları karşılaştırılmıştır. Stres altındaki girişimcilerin bazıları içsellığe doğru büyük bir değişim yaşarken, diğerleri dışsallığa doğru değişim göstermişlerdir. St. Lavis'de 31 girişimci üzerinde yapılan araştırmalar; başarılı girişimcilerin içsel karar verdiklerini ve girişimcilerin halktan daha içsel olduğunu fakat erkek yöneticiler kadar olmadıklarını göstermiştir. İçsel inançlar girişimcileri diğer

---

<sup>74</sup> Ceylan ve Demircan, a.g.m., ss. 4-5.

<sup>75</sup> Littunen, a.g.m., ss. 296-297.

insanlardan çok farklı göstermesine rağmen, onları yöneticilerden farklı göstermemektedir. İki tarafın da içsellğe doğru eğilimleri bulunmaktadır.<sup>76</sup>

Tablo 3. Bireylerin Kontrol Hakkındaki Düşünceleri

|                                                                                                                                                  |           |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|------------|
| 1. Sık sık 'Bu olabilecek tek yol ve benim yapabileceğim hiç bir şey yok.' diye hissediyor musunuz?                                              | _____Evet | _____Hayır |
| 2. İşler yolunda gittiğinde ve sizin için mükemmel olduğunda 'Bu büyük bir şans!' diyor musunuz?                                                 | _____Evet | _____Hayır |
| 3. Bugünlerde okuduğunuz her şey bunun gerekli olduğunu söylediği için bu işe girer misiniz, ya da para kazanmak adına mı bir şeyler yaparsınız? | _____Evet | _____Hayır |
| 4. Bir şey yapmaya karar verdiğinizde sizi kimsenin durduramayacağını ve onu yapacağınızı düşünüyor musunuz?                                     | _____Evet | _____Hayır |
| 5. Yeni bir şey denemek korkutucu da olsa, yeni şeyleri deneyenlerden misiniz?                                                                   | _____Evet | _____Hayır |
| 6. Arkadaşlarınız, eşiniz ve anneniz istediğiniz kariyerin saçma olduğunu söylüyor. Onları dinleyip yıllarca evde mi oturursunuz?                | _____Evet | _____Hayır |
| 7. Başkalarının sizi sevmesi önemli midir?                                                                                                       | _____Evet | _____Hayır |
| 8. İyi bir iş yaptığınızda, o işi yapmanın gururunu yeterince hisseder misiniz?                                                                  | _____Evet | _____Hayır |
| 9. Bir şey istediğinizde, birinin sizi fark edip vermesini beklemekten ziyade istemeyi mi tercih edersiniz?                                      | _____Evet | _____Hayır |
| 10. Diğer insanlar bir şeyin yapılamayacağını söylese bile, bunu kendiniz mi bulmak istersiniz?                                                  | _____Evet | _____Hayır |

Kaynak: Robert D. Hisrich ve Michael P. Peters, *Entrepreneurship*, USA: McGraw-Hill, 2002, s. 67.

Borland, Brockhaus, Mort ve Shapera tarafından da kontrolün konumu teorisi hakkında birçok çalışma yürütülmüştür. Bu çalışmaların hepsi, girişimcilerin kontrol konumlarında daha çok, içten olduğunu göstermiştir. Hatten ve Ruhland'a göre, Gasse de girişimcilerin içten gelen bir kontrol mevkinin olduğunu kabul etmiştir. Gasse bu özelliğin, başarı ihtiyacını saptamaktan ziyade potansiyel girişimcileri saptamada daha doğru olduğu sonucuna varmıştır.<sup>77</sup>

<sup>76</sup> Hisrich ve Peters, a.g.e., ss. 66-67.

<sup>77</sup> Barr, a.g.m., s. 27.

Kontrol odağı, psikolojik bir faktördür ve girişimcileri harekete geçirerek onları işletme amaçları doğrultusunda daha rahat hareket etmeye yönlendirebilir. Girişimcinin başarısı için kontrol güdüsü tek ve geçerli koşul değildir. Bu güdü başarı güdüsüyle birleştiğinde anlam kazanır; bir girişimci için başarıya ulaşmayı ve ulaştığı başarıyı açıklayan durumlar olarak belirtilebilir.

### 2.1.2. Bağımsızlık Hissi ve Başarı İhtiyacı

Girişimciler, kendi işlerinin patronu olmaktan hoşlanırlar. Bu en önemli karakteristik özellikleridir ve belki de girişimciliği tercih etmelerinin en belirgin nedeni bağımsızlık hissidir. Kimseye rapor vermeme, sadece kendilerine karşı sorumlu olma, hedefe ulaşma, kar elde etme ve iş yaşamında tanınma girişimcilerin istediği önemli şeylerdir<sup>78</sup>. Bağımsız çalışma arzusunun bu denli öncelikli olması, bu arzusun temelinde yer alan faktörlerden, “kendi işini yapma ve kararları kendi verme”nin öncelikli sırada yer alması, işletmecilerin modern girişimcilik anlayışı ile uyumlu bir düşünce tarzına sahip olduklarına işaret etmektedir<sup>79</sup>.

Bağımsızlık ihtiyacı, kontrol odağı ile yakından ilgilidir. Girişimcilerin, işlerini genellikle kendi yöntemleriyle yapmak istemeleri, başkalarıyla çalışmanın getirdiği güçlükler ve işlerindeki tüm kontrolün kendilerinde olmasını istemeleri, bağımsız olma isteklerinin göstergeleridir<sup>80</sup>.

Girişimci olmak isteyen bireyler Tablo 4’deki soruları cevaplayarak ne kadar bağımsız olduklarını değerlendirebilirler. 1, 4, 5, 8, 9 ve 10. sorulara ‘evet’ cevabının verilmesi, bireylerin bağımsızlık ihtiyacının çok güçlü olmadığını göstermektedir.<sup>81</sup>

<sup>78</sup> S. Kadri Mirze, *Introduction to Business*, İstanbul: Literatür Yayıncılık, 2002, ss. 39-40.

<sup>79</sup> Fatma Gündoğdu, “Doğu Anadolu Bölgesi’nde Faaliyette Bulunan Küçük ve Orta Boy İşletmelerde Girişimcilik-Yenilikçilik”, *Kentsel Ekonomik Araştırmalar Sempozyumu*, 1. (2004), s. 244.

<sup>80</sup> Hisrich ve Peters, a.g.e., s. 67.

<sup>81</sup> Hisrich ve Peters, a.g.e., s. 67.

Tablo 4. Bireylerin Bağımsızlık Hakkındaki Düşünceleri

|                                                                                          |           |            |
|------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|------------|
| 1. Yalnız alışveriş yapmaktan nefret ederim.                                             | _____Evet | _____Hayır |
| 2. Eğer arkadaşlarım benim görmek istediğim filme gitmezlerse tek başıma giderim.        | _____Evet | _____Hayır |
| 3. Finansal olarak bağımsız olmak isterim.                                               | _____Evet | _____Hayır |
| 4. Önemli kararlar vermeden önce diğer insanlara fikirlerini sorma ihtiyacı duyarım.     | _____Evet | _____Hayır |
| 5. Sosyal aktivitelerde gidilecek yerlere başkalarının karar vermelerini tercih ederim.  | _____Evet | _____Hayır |
| 6. Suçlu olduğumu bildiğim zamanlarda özür dilemem, sadece yapılmasını gerekeni yaparım. | _____Evet | _____Hayır |
| 7. Eğer inanıyorsam çok desteklenmeyen bir fikri de savunabilirim.                       | _____Evet | _____Hayır |
| 8. Farklı olmaktan korkarım.                                                             | _____Evet | _____Hayır |
| 9. Başkaları için uygun olmayı isterim.                                                  | _____Evet | _____Hayır |
| 10. Arkadaşlarıma davetsiz gitmektense onların beni çağırmasını isterim.                 | _____Evet | _____Hayır |

Kaynak: Robert D. Hisrich ve Michael P. Peters, *Entrepreneurship*, USA: McGraw-Hill, 2002, s. 68.

Girişimcilerde görülen bağımsız olma isteği McClelland'ın teorisine göre, güçlü bir başarı ihtiyacıdır; problemlerini kendileri çözmek isterler, hedef koyarlar ve bu hedeflere kendi çabalarıyla ulaşmaya gayret ederler<sup>82</sup>. McClelland'ın başarı ihtiyacının insan eyleminin arkasındaki güçlü bir psikolojik itici güç olduğu teorisi, uzun zamandır girişimci davranışını etkileyen faktörlerden biri olarak ileri sürülmektedir<sup>83</sup>. Yüksek başarı ihtiyacına sahip olan bireylerin başarılı olmak için güçlü bir istek duyduklarına ve sonuç olarak girişimci bir şekilde davranmalarının daha muhtemel olduğuna inanılmaktadır. Farklı şekilde açıklamak gerekirse, bireysellik ile güçlü başarı ihtiyacının girişimcilere yol gösterdiği ve teşebbüste bulunan bireylerin diğerlerinden daha başarılı oldukları söylenebilir<sup>84</sup>.

Girişimcilikle ilişkili olduğu varsayılan bütün psikolojik karakteristiklerden başarı ihtiyacının en uzun tarihe sahip olduğu düşünülmektedir. Dahası başarı ihtiyacı ile girişimciliğin arasında önemli bir ilişki bulunduğunu gösteren kanıtlar, literatürde geniş bir şekilde belgelenmiştir. Örneğin Johnson, yapılan çalışmaların örnekler ve başarı ihtiyacının işlenmesi bakımından çeşitliliğine rağmen, girişimcilik literatüründe 23 büyük çalışmadan

<sup>82</sup> Littunen, a.g.m., s. 296.

<sup>83</sup> Koh, a.g.m., s. 14.

<sup>84</sup> Littunen, a.g.m., s. 296.

20'sinde başarı ihtiyacı ve girişimcilik arasında oldukça tutarlı bir ilişki bulunabildiğini kaydetmiştir<sup>85</sup>. Stormer ve arkadaşları da, yüksek başarı güdüsünün yöneticiler ve üniversite öğrencilerine kıyasla girişimcilerde daha yüksek olduğunu bu yüzden başarı güdüsünün esasen bir girişimcilik özelliği olduğunu belirtmektedirler<sup>86</sup>. Bu araştırmaya göre girişimciler zorlukları aşma ve risk alma arzularına sahiptirler; durumları analiz eder, başarı olasılıklarını araştırır, olaylara daha fazla odaklanır ve olayları değişim potansiyeline göre değerlendirirler. Girişimciler, işlerinde mükemmel olmak için çok çalışırlar ve başarı ihtiyacı onları daha çalışkan, takipçi ve başarılı kılar<sup>87</sup>.

Girişimciler, kendilerini başarı ile özdeşleştirme ve başarı ihtiyaçlarını tatmin etme eğiliminde oldukları için yüksek iş başarısı güdüsü etkisindedirler<sup>88</sup>. Yaşadıkları veya yaşamaları muhtemel başarısızlıklara rağmen vazgeçmezler. 1980'de Hull'un çalışma grubu, ticaret ile ilgilenen kişilerin, araştırma sonuçlarına dayanan yüksek başarı ihtiyacını ticarete başlama sebebi olarak değerlendirdiklerini tespit etmişlerdir<sup>89</sup>.

Filistinli Müslüman ve Yahudi girişimciler üzerine, Yasin tarafından başarı ihtiyacına yönelik araştırma yapılmıştır. Bu araştırma sonucunda iki grup arasında fark bulunamamış ve bu durum, ortak kültürel değerlerin, dini değerlerden çok daha iyi bir belirleyici olduğu şeklinde yorumlanmıştır. Daha farklı bakış açısıyla Tiessen ise, bireyci ve ortaklaşa davranış gösteren toplumlarda girişimcilerin, kaynak temininde birbirlerine göre daha değişik stratejiler izlediklerini belirtmektedir.<sup>90</sup>

Çeşitli alanlarda tanımına rastlanan girişimcilik sosyolojide ise, sadece ekonomik bir faaliyet alanı olarak değil, başarı gereksinimine dayalı bir kişilik yapısı olarak tanımlanmıştır<sup>91</sup>. Japonların başarısının sırrının da ciddi ve sistemli çalışmakta yattığı birçok araştırmacı tarafından ortaya konulmuştur<sup>92</sup>. Japonlar; sistemli, düzenli, yılmadan, istekli ve her gün kişinin kendini aşmaya yönelik çalışması gerekliliğini benimsemişlerdir.

---

<sup>85</sup> Koh, a.g.m., s. 14.

<sup>86</sup> Ceylan ve Demircan, a.g.m., s. 4.

<sup>87</sup> Mirze, a.g.e., s. 41.

<sup>88</sup> Ceylan ve Demircan, a.g.m., s. 4.

<sup>89</sup> Olson, a.g.m., s. 5.

<sup>90</sup> Erdem, a.g.m., s. 48.

<sup>91</sup> Gürol, a.g.e., s. 224.

<sup>92</sup> Erdoğmuş, a.g.e., ss. 31-32.

Girişimci kişiliğe sahip kişilerin işletmeleri ile hayatları da işlerinde başarıyı yakalayabilmek için devamlı ve düzenli çalışma içindedirler.

### 2.1.3. Risk Alma Eğilimi

Risk, yeni başlanacak veya devam etmekte olan bir olayın sonucunun tam bir belirlilikle ifade edilememesi olarak tanımlanmaktadır<sup>93</sup>. Risk alma ise; bireyin bir karar alma durumunda riske girmeye yönelmesi anlamına gelmektedir<sup>94</sup>.

Risk, girişimcinin sürekli olarak belirsiz bir çevrede karar vermek durumunda olması nedeniyle girişimciliğin en temel özelliğidir. Richard Cantillon tarafından 18. yüzyıl başlarında tanımlanan girişimcinin risk alma özelliği günümüze kadar devam etmekte ve en temel özellik durumunu korumaktadır<sup>95</sup>.

Bir kişi girişimci olmayı gerçekten istiyorsa girişimcilik kariyeri için riski de göze almalıdır. Yeni bir şey yaratmak, yeni bir işe kalkışmak veya tamamen yapılmayan birşeyi denemek büyük bir riski de göze almak demektir. Yapılan alışma başarıyla da sonuçlanabilir, başarısızlıkla da... Girişimci tüm bunları göz önünde bulundurmalı ve teşebbüsünün sonucunda kaybedebileceğini de hesaplamalıdır. Girişimcilerin bu özellikleri para kazanmaktan daha önemli bir dürtüdür. Girişimci, risk alabilmelidir; fakat girişimci, bir kumarbaz olmadığını bilmeli ve uzun bir hesap ve planlama sürecinden sonra harekete geçmelidir<sup>96</sup>.

Ronstadt, girişimciliği “temel riskin hakkaniyet, zaman veya kariyer vaadi olduğunu varsayan bireyler tarafından zenginliği arttırmayı sağlayıcı dinamik bir süreç” olarak tanımlamış; Timmons ise “girişimcilik, şahsi ve finansal hesaplı risk almaya istekli olmayı gerektirir” diye belirtmiştir<sup>97</sup>. Risk konusunda yapılan çalışmaların bir kısmı girişimcilerin, girişimci olmayanlara göre daha fazla risk aldıklarıını savunmaktadır. Diğer taraftan, birçok

<sup>93</sup> Erdoğmuş, a.g.e., s. 30.

<sup>94</sup> Wayne H. Stewart ve Philip L. Roth, “*Risk Propensity Differences Between Entrepreneurs and Managers: A Meta-Analytic Review*”, Arthur M. Spiro Center for Entrepreneurial Leadership, (1999), s. 3.

<sup>95</sup> Hisrich ve Peters, a.g.e., s. 7.

<sup>96</sup> Sipahioğlu, a.g.m., s. 6.

<sup>97</sup> Olson, a.g.m., s. 6.

çalışma da girişimcinin aşırı risk üstlenmesinin bir mit olduğunu, girişimcinin aslında riski yönettiğini vurgulamaktadır.

Bazı araştırmacılara göre risk aslında bir karar özelliğidir ve alınan kararların uygulanmasının sonucunda elde edilecek çıktılara ilişkin belirsizliği anlatmaktadır. Bu belirsizlik, kararların sonuçlarının olumlu olabileceği gibi hayal kırıklığı da yaratabileceği anlamındadır. Potansiyel kayıplar, bu kayıpların anlamlılığı ve belirsizliği risk yapısının kritik unsurlarıdır; risk arttıkça, potansiyel kayıpların belirsizliği de artmaktadır. Girişimci risk, beklenen getirinin maksimum olacağına inanç ve akılcı karar verme yoluyla girişimi gerçekleştirmeyi içermektedir<sup>98</sup>. İş alanı hakkında deneyim, girişimci içgüdüleri de girişimcilerin üstlenmeyi göze aldığı risk miktarında önemli rol oynamaktadır. Bir iş kurmanın neleri gerektirdiği, daha da önemlisi riskin nasıl minimize edilebileceği ve başarı şansının nasıl artırılabilirliği de önemlidir. Belirsizliği bir macera gibi gören kişiler, onu hayatın sıradan işleyişine karşı bir tehdit olarak görenlere nazaran, risk almaya, yani girişimci olmaya daha yatkın olmaktadır<sup>99</sup>. Girişimcilerin genel risk eğiliminin, değişik riskli durumlar karşısında değişip değişmediği de incelenmiştir. Buna göre, girişimcilerin görece olarak en fazla risk üstlendikleri durum, ekonomik getirisi nedeniyle cazip, ancak siyasi istikrarsızlıklar nedeniyle riskli olan, yabancı bir ülkeye yatırım riskidir<sup>100</sup>. Bunu, müstakbel eş adayı ile yaşanan görüş ayrılıkları nedeniyle, riskli olabilecek evlilik kararı izlemektedir.

Bir kişinin risk alma eğilimi, onun belirsiz karar alma bağlamlarında şansını denemeye olan yönelimi olarak da tanımlanabilmektedir. Diğerlerinin engel olarak gördüğü bir durumu, fırsat olarak gören girişimciler bu duruma örnek olarak verilebilir. Girişimcilerin belli dereceye kadar kontrole ya da karlı bir işi fark etme yeteneğine sahip oldukları durumlarda, ılımlı riskler aldıklarına inanılmaktadır. Mill, risk taşımanın girişimcileri yöneticilerden ve diğer bireylerden ayıran anahtar faktör olduğunu; diğer araştırmacılar da girişimcilik fonksiyonunun esas olarak risk ölçümü ve risk alma olduğunu ileri

---

<sup>98</sup> Ceylan ve Demircan, a.g.m., s. 6.

<sup>99</sup> Ceylan ve Demircan, a.g.m., s. 6.

<sup>100</sup> Erdem, a.g.m., s. 53.

sürmüştür<sup>101</sup>. Tablo 5’deki sorular da girişimci olmak isteyen veya olan kişilerin risk alma kabiliyetlerini belirleyen bir tablodur.

Tablo 5. Bireylerin Risk Alma Konusundaki Düşünceleri

|                                                                                      |           |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------|-----------|------------|
| 1. Gelirinin ne olacağını bilmediğiniz bir yatırım için paranızı riske atar mısınız? | _____Evet | _____Hayır |
| 2. Yanınızda her zaman şemsiye taşıyor mısınız? Sıcak su torbası ya da termometre?   | _____Evet | _____Hayır |
| 3. Eğer bir şeyden korktuysanız, bu korkuyu yenmeyi dener misiniz?                   | _____Evet | _____Hayır |
| 4. Yeni yemekler, yeni yerler ve yeni deneyimler denemekten hoşlanır mısınız?        | _____Evet | _____Hayır |
| 5. Sizin için soruyu sormadan önce cevabı bilmeniz gerekli mi?                       | _____Evet | _____Hayır |
| 6. Son 6 ay içinde hiç riske girdiniz mi?                                            | _____Evet | _____Hayır |
| 7. Tanımadığınız biriyle diyaloga girebilir misiniz?                                 | _____Evet | _____Hayır |
| 8. Hiç kasti olarak bilinmedik bir yola gittiniz mi?                                 | _____Evet | _____Hayır |
| 9. Sizin için, bir şeyi siz denemeden önce yapıldığını bilmeniz gerekli mi?          | _____Evet | _____Hayır |
| 10. Hiç tanımadığınız biriyle buluştunuz mu?                                         | _____Evet | _____Hayır |

Kaynak: Robert D. Hisrich ve Michael P. Peters, *Entrepreneurship*, USA: McGraw-Hill, 2002, s. 69.

Tablo 5’deki 2, 5 ve 9. sorular ‘evet’ olarak cevaplandırılırsa kişinin risk alma konusunda daha büyük bir gelişime ihtiyacı olduğu söylenebilmektedir. Girişimcilikte risk alma çalışmalarının çoğu risk alma eğilimindeki genel unsurlar üzerinde yoğunlaşmıştır. Ray tarafından Singapur’lu girişimciler ile Singapur’da faaliyet gösteren Çinli girişimciler üzerine yapılan çalışmada, Çinli girişimcilerin riske daha fazla eğilimli oldukları, çünkü bu girişimcilerin, başarılı olmak için risk almanın gerekli olduğuna inandıkları bulunmuştur. Singapur’lu girişimcilerin ise, bu kültürde başarısızlığın kınanması nedeniyle, risk almaya teşvik edilmedikleri belirtilmiştir. Diğer taraftan Teoh ve Foo’nun yine Singapur’lu yetmiş girişimci üzerine yaptıkları çalışmanın bulgularına göre, yüksek risk alma eğilimine ve belirsizlik toleransına sahip olan girişimciler için bu özellikler, girişimcilik rolünün yol açtığı stresi en iyi dengeleyen unsurlar olarak kabul edilmiştir.<sup>102</sup>

<sup>101</sup> Koh, a.g.m., s. 14.

<sup>102</sup> Erdem, a.g.m., s. 49.

Hull tarafından 1980’de yapılan bir başka araştırmaya göre; işletme sahipleri ve kurucuları, diğerlerine göre risk alma eğilimi değerlendirmesinde daha yüksek bir orana sahiptir<sup>103</sup>. Bununla birlikte Terpstra v.d. tarafından yöneticileri hedefleyen çalışmada, ABD ve Hong Kong’lu yöneticiler arasında risk alma eğilimi farklı bulunmamıştır<sup>104</sup>. Brockhaus ise, yöneticiler ve girişimciler arasındaki risk alma eğiliminde önemli bir fark bulamamıştır. Belirsizlik ortaya çıktığında yeni piyasaya giren girişimci, risklere karşı genel halktan daha toleranslıdır<sup>105</sup>. Yapılan başka araştırmalara göre ise girişimci daha az düzenli, daha çok belirsiz bir dizi ihtimalle karşı karşıya kaldığından ve karar almada tüm sorumluluğu üstlendiğinden, girişimcilerin yöneticilere göre daha fazla risk aldığına inanılmaktadır<sup>106</sup>. Bundan dolayı, girişimciler fırsat peşinde koşarken risk almayı daha fazla kabul ederlerken, onlara nazaran risk almaktan hoşlanmayan bireyler önemli deneysel destekli bir girişim olan sözleşmeli işi tercih ederler.

Das ve Teng, risk eğiliminin sadece girişimci ve girişimci olmayanlar arasında değil, girişimcilerin kendi içinde de değiştiğini iddia etmiştir. Das ve Teng’e göre; esnaf girişimciler kısa dönemli riskler üstlenirken, fırsat kollayan girişimciler ise uzun dönemli riskler üstlenmektedirler. Diğer yandan, tek tip girişimci tipolojisine karşı çıkan ve girişimcileri kendi aralarında pragmatik ve karizmatik diye ayıran McCarthy ve Leavy, ilk grubu daha planlı, rasyonel ve riski azaltma eğilimine sahip olarak nitelerken; karizmatik grubu, vizyoner, yüksek inisiyatif üstlenen ve yüksek risk alan grup olarak açıklamaktadırlar.<sup>107</sup>

Girişimciler teşebbüslerinde çeşitli riskler üstlenmektedirler. Bird riski beş şekle ayırmaktadır<sup>108</sup>; bunlardan dördü potansiyel girişimci ile yakından alakalıdır. Bunlar; ekonomik risk, sosyal ilişkiler riski, kariyer gelişimi riski, psikolojik risk ve sağlık riskidir. Bu her türlü risk girişimcilik sürecinin bir parçasıdır. Hofstede’in, bireylerin “yüksek belirsizlik karşısında belirsizliği azaltmak için yüksek risk alabilirler” bulgusu; girişimcinin farklı özelliklere sahip riskli durumlara farklı tepkiler verebileceğini göstermektedir.

---

<sup>103</sup> Olson, a.g.m., s. 5.

<sup>104</sup> Erdem, a.g.m., s. 49.

<sup>105</sup> Olson, a.g.m., s. 5.

<sup>106</sup> Stewart ve Roth, a.g.m., ss. 3-4.

<sup>107</sup> Erdem, a.g.m., s. 47.

<sup>108</sup> Littunen, a.g.m., s. 296.

Örneğin girişimciler, sağlık konusunda yüksek riskten kaçınırken, yabancı bir ülkede yatırım kararı gerektiğinde, daha yüksek risk üstlenebilmektedirler. Diğer yandan, girişimcilerin riskli duruma yönelik herhangi bir öznel deneyime sahip olup olmadıkları bilinmediği için, neden her konuda aynı düzeyde risk almadıkları açık değildir.<sup>109</sup>

Bir başka teorik görüş ise; odağın risk almanın belirleyici etkenleri olarak başarı motivasyonu ve başaramama korkusu veya başarı arzusu olduğu klasik motivasyon teorisine dayanmaktadır. Yüksek başarı ihtiyacı, ortalama zorlukta hedefler koyma, bu hedeflere çaba ve yetenek yoluyla ulaşma ve kar için kişisel sorumluluğu alma ile sonuçlanır. Başarmaya çok fazla ihtiyaç duyan kişiler orta zorlukta uğraştırıcı hedefler belirlerler; ılımlı risk alıcılarıdır. Hem girişimcilerin hem de idarecilerin başarı motivasyonları yüksek olduğundan, motivasyon teorisinin ilkeleri, girişimcilerin risk alma eğilimleri yönünden idarecilerden farklı olmadığını ileri sürer ve bu deneysel desteği olan bir öneridir. Bundan dolayı, motivasyon teorisinin prensiplerine göre, girişimcilerin ve idarecilerin risk alma eğilimlerinde çok küçük ya da hiç farklılık yoktur.<sup>110</sup>

Risk tercihi bireysel bir özelliktir. Girişimci de daima yeni ve riskli fikirleri geliştirmeye ve fırsatları tamamen değerlendirmeye çalışan bir öncü olarak bu özelliğe fazlasıyla sahip bulunmaktadır<sup>111</sup>. Başarıya ulaşmak ve büyümek için gayret, sabır ve hırsa sahip olmak oldukça önemlidir. Gerekli niteliklere sahip olan girişimciler risk alma konusunda çok düşünmemekte ve risk almanın gerektirdiği mücadeleden hoşlanarak daha fazla riskli eylemler yüklenmektedirler. Sonuç olarak, risk algısı bireyin risk eğiliminden etkilenirken, risk eğilimi de karar alıcının risk tercihi ile belirlenmektedir.

#### **2.1.4. Yenilikçi Olma**

Yenilik; daha yeni, daha iyi ve daha fonksiyonel mal ve hizmetlerin yaratılması sürecidir. Dubrin yeniliği yeni bir ürün, hizmet veya sürecin yeni bir pazara girmesi; Starling ise müşteri için daha önce varolmayan bir değer veya tatmin yaratılması olarak

---

<sup>109</sup> Erdem, a.g.m., s. 53.

<sup>110</sup> Stewart ve Roth, a.g.m., ss. 3-4.

<sup>111</sup> Ceylan ve Demircan, a.g.m., ss. 6-7.

tanımlamaktadır<sup>112</sup>. Dolayısıyla yaratıcılık sonucu elde edilen fikirlerin uygulanmasına; temelinde yaratıcılık, risk alma, değişme, gelişme ve esnekliği taşıyan kavrama ‘yenilik’ denir.

Günümüzde çok fazla değişim ve belirsizlik ortamı oluşmaktadır; bu nedenle yenilikçi olma günümüzün vazgeçilmez bir unsurudur. Girişimciler de teşebbüslerinde istedikleri başarıyı elde edebilmek için bu değişimi yönlendirip yönetebilmeli, kendilerine hergün değişimi yaratacak sorular sormalı ve değişimi fırsat olarak görmelidir. Öyle ki girişimcinin önemli bir özelliği, yenilikçi olması ve bunu aktif hale getirebilmesidir<sup>113</sup>. Yenilikçilik, yeni ve beklenmedik durumlarda girişimcilerin çözüm üretebilmesidir. Bu durum girişimcinin yeteneğidir; deneyim ve eğitimle de kazanılabilir<sup>114</sup>. Bu faktörler girişimcinin tutum ve değerlerini gösterir; girişimcinin hayattan ne beklediğiyle yakından ilgilidir.

Schumpeter ve Mitton’a göre, yenilikçilik girişimciliğin merkez noktası ve başlıca girişimcilik karakteristiğidir. Girişimcilik literatüründe kaydedilen kanıtlar girişimcilerin, girişimci olmayanlardan kayda değer bir biçimde daha yenilikçi olduğunu göstermektedir<sup>115</sup>. Stewart ve arkadaşları da yeniliğin girişimciliğin rolünün doğasında olduğunu ve bunun girişimcileri idarecilerden ayırabileceğini ileri sürmektedirler<sup>116</sup>.

İhtiyaçlar, beklentiler, pazarda ve sektördeki değişimler, demografik özellikler, beklenmeyen olaylar ve algılama farklılıkları yeniliğin kaynaklarıdır<sup>117</sup>. Bu kaynaklar iyi kullanılmaz ve girişimci tarafından önemsenmezse girişimcinin başarısızlığına yol açar. Çünkü bir girişimci ve onun işletmesi, çevredeki olaylara ve değişimlere yenilikleriyle cevap vererek ve bu yenilikleri ekonomik olarak üreterek gerçekleştirebildiği ölçüde verimli olabilir. Ayrıca, yeni mal ve hizmet üreten firmaların, iç ve dış pazarlarda uzun dönemde diğer firmalarla rekabeti daha kolay olacaktır. Dolayısıyla, yenilikçiliğin vizyona ve liderlik yeteneğine sahip girişimciler tarafından stratejik bir hedef olarak belirlenmesi,

---

<sup>112</sup> Gürol, a.g.e., s. 39.

<sup>113</sup> Gündoğdu, a.g.m., s. 234.

<sup>114</sup> Littunen, a.g.m., s. 296.

<sup>115</sup> Koh, a.g.m., s. 15.

<sup>116</sup> Gürol ve Atsan, a.g.m., s. 31.

<sup>117</sup> Arıkan, a.g.e., s. 115.

giderek artan rekabet ortamında başarının yakalanması açısından önemli rol oynamaktadır<sup>118</sup>.

Yenilik, girişimcilerin fırsatları pazarlanabilir fikirlere dönüştürme sürecine de denmektedir. Fakat geliştirilen fikirler; farklı, yeni, araştırılmış, üzerinde düşünülmüş ve çalışılmış fikirler olmalıdır. Araştırmacılar yeniliğin çeşitli şekillerde olabileceğini belirtmektedirler. Örneğin Schumpeter'e göre yenilik, mevcut kaynakların yeni bir birleşimini ifade eder ve ona göre beş çeşit girişimci davranışı vardır<sup>119</sup>:

- Yeni bir malın ya da servisin üretimi,
- Yeni bir üretim metodunun geliştirilmesi,
- Yeni bir pazarın oluşturulması,
- Yeni bir hammadde kaynağının bulunması ve
- Endüstrinin yeniden yapılandırılması.

Schumpeter'in bu yorumuna ve çeşitlendirmesine karşılık yapılan diğer araştırmalara göre ise yenilik dört farklı şekilde olabilir<sup>120</sup>:

- Buluş: Daha önce var olmayan bir mal, hizmet ya da metodun yaratılmasıdır.
- Geliştirme: Var olan bir mal, hizmet ya da metodun geliştirilmesidir. Örneğin; Mc Donald's hamburgeri keşfetmemiştir fakat müşteriye fast-food kavramını, kaliteli hizmeti ve hijyenik bir ortam sunmuştur.
- Kopyalamak: Geliştirmeye benzer; burada da mal, hizmet veya metod kopyalanır, fakat girişimci kendi yeniliklerini bunlara katar.
- Sentez: Mevcut olan kavramları ve olayları birleştirerek yeniden formüle etmektir.

Yenilik getirmek, değişim yaratmak her ne şekilde olursa olsun her zaman zorluklar içeren bir olgudur. Girişimci daha önce sunulmamış bir ürünü sunabileceği gibi, yüzlerce kez üzerinden geçilmiş bir fikre yeni bir bakış açısı da getiriyor olabilir<sup>121</sup>. Girişimci, eskinin yerine yeniyi, bazı durumlarda bilinmeyen yepyeniği getirdiği için geleneksele

---

<sup>118</sup> Gündoğdu, a.g.m., s. 234.

<sup>119</sup> Çetindamar, a.g.e., s. 35.

<sup>120</sup> Arıkan, a.g.e., ss. 114-119.

<sup>121</sup> Sipahioğlu, a.g.m., s. 6.

bağlı olanların direncini kırmak durumundadır. Girişimci için değişim, olması gereken bir durumdur; Schumpeter'in belirttiği gibi girişimciler “yaratıcı yıkıcılık” (creative destruction) görevini üstlenmektedirler. Başka bir deyişle, geleneği yıkararak yeniyi yaratmaktadırlar. Bu zorlu görevi başarıyla yerine getirebilmek için girişimci hem üretim, hem de kullanım aşamasında karşılaşılabileceği dirençleri hesaplamak ve onları aşmaya yönelik çabalar göstermek zorundadır. Eskiye çok iyi tanımak ve bütünsel yaklaşım ile yeninin özelliklerini çok iyi aktarabilmek gerekir. Bu ise, çok yönlü düşünebilmeyi, yeninin kabul edilmesini sağlayacak ikna gücüne sahip olmayı ve iyi iletişim kurmayı gerektirir. Bunun ötesinde girişimci, bağımsız düşünebilen, esnek, yaratıcı, kendine güvenen, dayanıklı ve ısrarcı olmalıdır.<sup>122</sup>

Yeniliklerin oluşumunda önemli rol oynayan birçok etken mevcuttur ve bu etkenler gerçekleştirilen işin farklı alanlarını farklı derecelerde etkilemektedir. Bunlar şu şekilde özetlenebilir;

**Teknolojik Yenilik :** 2000’li yılların yenilikçiliği, iş etkinliklerinde yeni ve eşsiz yolları algılamak ve ona göre hareket etmekle ilişkilidir. Girişimcilerin günümüzde başarılı olabilmesi için; yeni teknolojiler geliştirmeye çalışmaları, iletişim ağlarını kuvvetlendirmeleri ve değişimleri önceden tahmin edebilecek kapasitede yapmaları gerekmektedir<sup>123</sup>. Yeniliğin özellikle teknolojik boyutu, son yılların vazgeçilmez bir unsurudur. Teknolojik yenilik, barındırdığı bazı özelliklerden dolayı örgütsel toplulukları derinden etkileyebilme gücüne sahip bulunmaktadır. Bu özellikleri, pazarların dengesini bozabilme, çeşitli kaynakların nisbi önemini değiştirebilme, örgütsel öğrenme potansiyeli için bir tehdit oluşturabilme ve rekabetin doğasını saptırabilme olarak sıralayabilmektedir<sup>124</sup>.

Yeni bir teknolojinin keşfi; deney yapmaya, teknik yönden eğitilmiş bireylerce yönlendirilen teknoloji transferleri gibi ihtimalleri araştırma üzerine yoğunlaşmaktadır. Bu nedenle, pazar ihtiyaçlarının belirlenmesi, farklı etkinlikler ve yeni teknolojinin

---

<sup>122</sup> Çetindamar, a.g.e., s. 37.

<sup>123</sup> Ceylan ve Demircan, a.g.m., s. 6.

<sup>124</sup> Gürol, a.g.e., s. 39.

gelişiminden gelen becerileri gerekli kılmaktadır. Buna rağmen, yeni teknoloji sadece var olan bir ihtiyacı karşılarsa veya yeni bir pazar oluşturmaya yatkınsa başarılı olacaktır.<sup>125</sup>

Teknolojik yenilik, çok sayıda farklı görevlerin sıkı koordinasyon ve kontrolünü gerektirdiğinden, büyük çaba gerektiren bir uğraş niteliğindedir. Teknoloji yönetimi konusunda açıklanması gereken üç önemli nokta bulunmaktadır<sup>126</sup>:

- Üretimde yeniliğin neden olabileceği riskler
- Teknolojik yeniliğin stratejik planlama ile ilişkisi
- Teknolojik projelerin seçiminde yararlanılabilecek yöntemler

Girişimciler, teknolojik yenilikler geliştirirken başarılı olabilmek için bu noktalara dikkat etmelidir.

**Verimlilik Artışı :** Girişimcilerin işlerine ve ürünlerine getirdikleri yenilikler verimliliği olumlu yönde etkilemektedir. Girişimlerde, üretim süreçlerinde ve ürünlerde yapılan her bir yenilik verimliliği de o derecede artırmaktadır. Günümüz teknolojisinin yarattığı yeni ürün ve süreçlerin verimlilik artışındaki rolleri gittikçe daha fazla farkedilir olmaktadır<sup>127</sup>.

**Kültürel Çeşitlilik :** Kültürel çeşitlilik, yeniliklerin oluşumunda önemli rol oynamaktadır. Büyük bir araştırma heyeti, Ar&Ge'nin çok uluslu firmalardaki farklı biçimlerini; konumunun elverişliliği ve pazarlara yakınlığı bakımından inceledikten sonra, kültürel çeşitliliğin yenilikçilik üzerine yararlarından söz etmektedir. İlginç bir şekilde, çok fazla temel araştırması olmayan bazı ülkeler bile, diğer ülkelerdeki temel araştırmalardan yararlanarak buluş geliştirmektedirler. Ulusal kültürlerin çok parçalı karakteri, bu kültürleri farklılıkları ve benzerlikleri üzerine geniş çalışmalara yönlendirmektedir. Ülkelerin icat patentlerini güç uzaklığı ve bireycilik değerleriyle karşılaştırdığı deneysel çalışmada Shane, bireyci ve hiyerarşik olmayan toplumların diğerlerine göre daha yaratıcı olduğunu bulmuştur. Daha sonra yeniliğin oranının, kararsızlığın kabulünün kültürel değeriyle çok

<sup>125</sup> B. Ricarda Bouncken, "Cultural Diversity in Entrepreneurial Teams: Findings of New Ventures in Germany", **Blackwell Publishing Ltd.**, 13.4. (2004), ss. 242-243.

<sup>126</sup> Gürol, a.g.e., s. 55.

<sup>127</sup> Gürol, a.g.e., s. 54.

yakından alakalı olduğunu saptamıştır. Bununla birlikte, güç uzaklığı ve bireycilikten yoksun olmanın büyük oranda yenilikle ilgili olduğunu ortaya çıkarmıştır.<sup>128</sup>

Yenilik sürecinde önemli role sahip olan durumlar şöyle ifade edilebilir:

**Yaratıcılık :** Yaratıcılık dışsal bir olay değil, yenilikçiliğin itici gücüdür; temelidir. Yaratıcılıkta temel unsur, iki veya daha fazla fikrin biraraya gelmesi sonucu, tamamen yeni bir fikre erişilmesidir<sup>129</sup>. Girişimciler, global rekabet ortamında değişimlerle baş edebilmek hatta kendileri değişimler yaratabilmek için problem çözme ve yaratıcılık kapasitelerini artırmalıdır. Girişimciliğin temelini bu problem çözme ve yaratıcılık özellikleri oluşturmaktadır. Taşıdığı bu özellikleri ile yaratıcılık yenilik sürecinde son derece önemli bir role sahiptir.

Girişimlerdeki yaratıcılık; yeni teknik çözümlerin, iş modellerinin, bir buluşa öncülük edecek kurumların prensiplerinin veya pazar ihtiyaçlarının saptanmasına veya gelişmesine hitap etmektedir. Çünkü yaratıcılıkta iki veya daha fazla bilinegelen fikir biraraya getirilerek sonuçta yeni ve yararlı bir fikir üretimi gerçekleştirilmektedir. Girişimcilerin sahip olduğu bu yetenek birçok zorluklara karşı girişimcilerin rekabet güçlerini koruyabilmelerini sağlamaktadır. Çünkü yaratıcılık kullanılmazsa, sahip olunan bilgiler, deneyimler ve değerlerde var olan potansiyelin büyük bölümü de kullanılmamış olur.

Yaratıcılığın doğası en çok bilmenin dinamik süreci, statik hatırlama ve bilginin yeniden üretimi üzerine odaklanmaktadır<sup>130</sup>. Çünkü birey bir eksiklik, ihtiyaç veya problem hissettiğinde yaratıcı düşünme şekli ortaya çıkmaktadır. Potansiyel girişimciler devamlı çevrelerindeki istek ve ihtiyaçtan kaynaklanan fırsatları tespit etme çabasındadır<sup>131</sup>. Bu eksiklik ve fırsatları sadece girişimciler görebildiği, bunların başkaları tarafından eksiklik veya fırsat olarak değerlendirilmediği söylenebilir. Girişimcilerin eksiklik ve fırsatları görme konusundaki becerilerini McCormick yaptığı buluşla çok güzel örneklemektedir<sup>132</sup>:

---

<sup>128</sup> Bouncken, a.g.m., ss. 243-244.

<sup>129</sup> Gürol, a.g.e., s. 40.

<sup>130</sup> Arıkan, a.g.e., s. 107.

<sup>131</sup> Arıkan, a.g.e., s. 110.

<sup>132</sup> Gürol, a.g.e., s. 41.

*Tarımın erken aşamalarında, insanlar ekin tarlalarına bakarak, ürünün daha kolaylıkla nasıl kaldırılabilirliğini düşünmüşlerdir. Yüzyıllar boyu süregelen bu sorun için kafa yoran Cyrus McCormick, 1834 yılında zihninde çok önemli bir sentezi gerçekleştirmiştir; saçlı bir kafa ile benzer olan bir ekin tarlasının, makasın saçı kestiği gibi mekanik bir düzenle biçilmemesi için bir neden bulunmadığını düşünen McCormick orakı bulmuştur.*

Yaratıcı her insanın girişimci olabileceği söylenemez; çünkü yaratıcı birey sahip olduğu birçok orijinal ve yaratıcı fikirleri hayata geçirmekte zorlanabilmektedir<sup>133</sup>. Bu da o kişilerin girişimcilik özelliklerinin olmayışından kaynaklanmaktadır. Bunun tam tersi de olabilir. Yani birey, girişimci ruhludur fakat yeni fikirler üretemez, yaratamaz; girişimde bulunacağı bir fikri olmadığından bu isteğini gerçekleştiremez<sup>134</sup>.

**Uyarlayıcılık :** Yenilikçilerin, ürünler ve yöntemler bakımından daha yüksek derecelerde yenilik aradıkları, ilerlettikleri ve uyguladıkları anlaşılmaktadır. Onlar çeşitli bilgiler toplama ve yaratıcı fikirler üretmek için hayal güçlerini kullanma üzerine yoğunlaşmaktadırlar. Uyarlayıcılar ise daha çok problemleri açıklığa kavuşturma ve çözümler üretmeyle uğraşmaktadırlar. Uyarlayıcılar yeni bir fikrin uygulanmasını geliştirme ya da fikre az da olsa bir incelik verme üstüne yoğunlaşmaktadırlar. Eğer uygulayıcılar sadece yenilikler üzerine çalışırsa, yenilik derecesinin düşük olması beklenecektir. Yenilikçi bir profile sahip girişimciler son derece yeni ve genelde teknolojik fikirlerin oluşumuna katkıda bulunmaktadırlar. Uyarlayıcılar ise, alternatifleri tutarlı ve pazar-odaklı sonuçlarla bütünleştirip pazardaki uygulamayı ayrıntıyla donatarak uygulamayı geliştirmektedirler. Yeniliğin idaresindeki farklı görevler uygun olarak, girişimsel takımdaki bireylerin yeni ürün veya hizmetle ilgili fikirler başarması üzerine yoğunlaşırken, diğerleri yeni fikirlerin değerlendirilmesi, seçilmesi ve uygulanması üzerine yoğunlaşabilmektedir. Buna ilaveten, teknik ve pazarla ilgili girişimsel odak noktalarının kaynaştırılması başarılı bir araç-sonuç ilişkisinin olasılığını arttırmaktadır.<sup>135</sup>

<sup>133</sup> Ceylan ve Demircan, a.g.m., s. 6.

<sup>134</sup> Arıkan, a.g.e., s. 107.

<sup>135</sup> Bouncken, a.g.m., s. 243.

### 2.1.5. Belirsizliğe Tolerans

Birey tarafından, yeterli veri olmaması nedeniyle tam olarak yapılandırılamayan veya kategorize edilemeyen durum “belirsiz durum” olarak adlandırılmaktadır<sup>136</sup>. Bir kişinin belirsiz durumu algılamadaki ve eldeki bilgileri organize etmedeki yaklaşımı onun belirsizliğe tahammülünü yansıtmaktadır. Böyle belirsiz durumlara olumlu tepki verebilme yeteneğine ise “belirsizlik toleransı” denilmektedir. Belirsizliğe tahammülü yüksek olan bir kişi, belirsiz durumları mücadele gerektirici bulan ve iyi bir performans göstermek için dengesiz ve önceden tahmin edilemeyen durumları aşmaya uğraşan kişidir<sup>137</sup>.

Girişimcilerin kararları, yenilikçi ve orijinal eylemlerle sonuçlandığından, risk ve kararsızlık girişimsel hareketin öğeleridir. Girişimciler, yeni bir işe başlarken birçok belirsizlikle, çevrede oluşabilecek birçok umulmadık değişimlerle karşı karşıya kalmaktadırlar. Bu nedenle girişimciler bir teşebbüste bulunurken kar-zararlarını dikkatlice hesaplamalı ve riskleri azaltmanın yollarını bulmalıdır<sup>138</sup>. Bunlara her ne kadar dikkat edilse de hiçbir zaman işler kesinlik içinde yürütülemez, hep bir belirsizlik durumu mevcuttur. Girişimciler bu durumda da hazır olmalıdırlar.

Girişimciler sadece belirsiz bir çevrede çalışmamaktadır. Mitton’a göre girişimciler, bilinmeyi hevesle ele almakta ve belirsizliği istekli bir şekilde aramakta ve yönetmektedir<sup>139</sup>. Bu belirsizlik içerisinde üstlendikleri risklerin başarı ile sonuçlanmasını veya başlangıçta hedefledikleri sonuçlara ulaşmayı beklemektedirler. Ancak, başarısızlık da muhtemeldir ve bu durumda riskler, girişimciliğin karanlık yüzüne dönüşebilmektedir. Bu nedenle belirsizliğe tahammül, girişimcinin üstlendiği temel rollerden biridir ve bunun girişimcilikle ilgili bir karakteristik olduğuna inanılmaktadır.

Girişimci kişiler genel olarak sorumluluk almayı seven kişilerdir<sup>140</sup>. Girişimlerinde yaşayabilecekleri zararı ve belirsizlikleri göze alan; bu belirsizlikler karşısında toleranslı

---

<sup>136</sup> Erdem, a.g.m., s. 44.

<sup>137</sup> Koh, a.g.m., ss. 15-16.

<sup>138</sup> Mirze, a.g.e., ss. 40-41.

<sup>139</sup> Koh, a.g.m., s. 16.

<sup>140</sup> Erdoğmuş, a.g.e., s. 31.

davranan kişilerdir. Birey, belirsiz bir çevrede aldığı karara, daha fazla bilgi aramaya kalkışmaksızın hala güvенеbiliyorsa, yüksek toleransa sahip demektir.

Girişimcilerin sayıları toplumsal bazda incelendiğinde çeşitli kültürlerin diğerlerine göre daha fazla girişimci yarattıkları görülmektedir. Busenitz ve Lau, bu konuda çeşitli araştırmalar yapmış ve kültürel değerlerin kavrayış üzerindeki etkisine, belirsizlikten kaçınma eğilimini örnek olarak vermişlerdir. Araştırma sonuçlarına göre toplumda belirsizlikten kaçma eğilimi yüksekse bireylerin daha düşük bir olasılıkla girişimcilik düşüncesini geliştireceği, düşük düzeyde belirsizlikten kaçınanların ise, pazar boşluğunu daha hızlı bir biçimde bir iş fırsatı olarak göreceği vurgulanmıştır. Bu durum, düşük belirsizlikten kaçınma eğilimi ile girişimcilik eğilimi arasında olumlu bir ilişkinin varlığını anlatmaktadır. Başka bir deyişle, kişi belirsizlikten korkmuyorsa, girişimciliğe daha eğilimlidir.<sup>141</sup>

Koh, Teoh&Foo, Mitton, Schere, Sexten, Cho ve arkadaşları, ve Bowman girişimcilerin belirsizliğe hoşgörölü olmada önemli oranda daha fazla kapasitelerinin olduğunu savunmuşlardır<sup>142</sup>. Zaten girişimciliğe eğilimi olanların da belirsizliğe diğerlerinden daha çok tahammül göstermeleri beklenmektedir.

#### **2.1.6. Kendine Güven**

Bir girişimciden iş meselelerinde algılanmış bir kendine saygı ve yetenek duygusu sahibi olması ve kafasına koyduğu herşeyi başarabileceğine inanması beklenmektedir<sup>143</sup>. Böyle bir beklentinin nedeni; girişimcilerin kendi işlerini yapmayı tercih eden kişiler olması ile açıklanabilir. Birey yeni bir işe başlayacağı ve büyük bir sorumluluk üstleneceği için önce kendine güvenmelidir. Sahip olduğu bilgi, beceri, yetenek ve fikre güvenmelidir ki yapacağı işte başarılı olsun. Kendine güveni eksik olan birinin iyi bir girişimci olması beklenemez<sup>144</sup>. Ho ve Koh, kendine güvenin zorunlu bir girişimci özelliği olduğunu ve

---

<sup>141</sup> Erdem, a.g.m., s. 48.

<sup>142</sup> Gürol ve Atsan, a.g.m., s. 33.

<sup>143</sup> Koh, a.g.m., s. 15.

<sup>144</sup> Mirze, a.g.e., s. 40.

onun içsel kontrol pozisyonu, risk alma eğilimi ve belirsizliğe tahammül gibi diğer psikolojik özelliklerle bağlantılı olduğunu ileri sürmektedirler.

Girişimcilik ile ilgili yapılan çalışmalar da girişimcilerin, girişimci olmayanlara göre daha yüksek bir kendine güven duygusuna sahip olduklarını göstermektedir<sup>145</sup>. Araştırmalar girişimci kişiliklerin kendilerine ve yeteneklerine inandıklarını belirtmektedirler.

### 2.1.7. Diğer Özellikler

Girişimcilerin temelde sahip oldukları karakteristikleri, yukarıda açıklanan 6 özellikle belirtilebilir. Girişimciler temelde bu özelliklere sahip olmakla birlikte bunların yanında girişimci olmayanlara göre daha farklı özelliklere de sahiptirler. Lambing ve Kuehl, girişimcilerde bulunan özellikleri şu şekilde belirtmektedir<sup>146</sup>:

- İş kurmaya hevesli olma
- Kararlılık
- Detaylara önem verme ve mükemmelliyetçilik

Girişimcilerin sahip oldukları özelliklerin yanında sahip olmaları gereken özellikler de birçok bilim adamının araştırma konusu olmuştur. Örneğin; Meredith girişimcide bulunması gereken özellikleri şöyle sıralamıştır<sup>147</sup>:

- İş fırsatlarını görüp değerlendirebilme
- Kaynakları bir fayda yaratmak üzere bir araya getirebilme
- Başarıyı sağlayacak uygun eylemleri başlatabilme

Tüm bunların yanında hırslı olma, motivasyon, akıl ve cesaretin de girişimcilerin belirleyici özellikleri oldukları söylenebilir. Baron'a göre ise başarılı girişimciler kendi

---

<sup>145</sup> Koh, a.g.m., s. 15.

<sup>146</sup> Arıkan, a.g.e., ss. 47-48.

<sup>147</sup> Arıkan, a.g.e., s. 47.

yargılarına fazlasıyla güvenen, diğer insanlarla başarılı bir biçimde etkileşimde bulunan, sosyal algıları yüksek ve yeni durumlara daha hızlı uyum sağlayan insanlardır<sup>148</sup>.

#### **2.1.7.1. İyi İletişim Kurma**

Girişimcilerin, öne çıkan bir özellikleri de iletişim kurma ve sürdürme becerileridir. Başarılı bir girişimci iyi iletişim kurma yeteneğine de sahiptir. Etrafındaki kişilerle, çalışanlarıyla, tedarikçileri veya müşterileriyle her zaman güzel diyaloglar içinde bulunmaktadır. Girişimci kişiler daha işe başlamadan önce çevrelerine yapmak istedikleri iş hakkında bilgiler vermekte ve burada iletişim kurma yeteneklerine göre insanları kendi fikirleri etrafına çekebilmektedirler<sup>149</sup>.

Devamlı pozitif düşünerek çevresindekileri de bu halkanın içine almakta, olumsuzlukları tersine çevirebilmektedirler. Yeni bir işe başlarken tehditleri değil fırsatları görebilmektedirler. Pozitif düşüncenin yanısıra yüksek bir enerjiye sahiptirler; taşıdıkları bu enerji çevresindekileri de olumlu etkilemektedir.<sup>150</sup>

#### **2.1.7.2. Proaktif Olma**

Girişimcilik, doğası itibariyle risk ve belirsizlik içerir; herşeyden önce girişimci olma kararı diğer alternatiflere göre risklidir. Thompson, girişimcilerin, çevrede varolan belirsizliklere, kendileri için güçlü bir stratejik pozisyon yaratarak tepki verdiklerini, inisiyatif sahibi, kendini koşullarla sınırlamama, yenilik getirme, katma değer yaratma, kaos ortamında fırsatları görme gibi proaktif eylemler ile aslında başkaları için belirsizlik yarattıklarını belirtmiştir<sup>151</sup>. Girişimcilik için bu denli önemli bir yere sahip olan proaktiflik, girişimcilerin sahip oldukları kişilik özelliklerinden biridir.

---

<sup>148</sup> Arıkan, a.g.e., s. 47.

<sup>149</sup> Erdoğan, a.g.e., ss. 31-32.

<sup>150</sup> Mirze, a.g.e., s. 40.

<sup>151</sup> Erdem, a.g.m., s. 47.

Girişimci kişiliğin belirgin özelliklerinden biri proaktif olmaları; olaylara, işlere, pazarlara vs. herkesten önce girmeye ya da kimsenin fark etmediği bir yöntemle girmeye çalışmalarıdır.

İnan Kırac'ın Vehbi Koç ile ilgili aktardığı girişimci kişiliği ile ilgili pek çok özelliği yansıtan küçük ama oldukça önemli bilgi aşağıdaki gibidir<sup>152</sup>:

*Vehbi Bey ilgilendiği bir konuya senelerini verdi. Çok sebatkardı, yılmadı. Buna en güzel örnek 'Tat Konserveleri'dir. Tat Fabrikasını kurmaya karar vermesi ile, kurması arasında yirmi sene vardır, Salça Türk mutfağında annelerimiz tarafından yapılan bir şeydi. Dolayısıyla damak tadı değişiktir. Üretimin kitlesel olabilmesi için büyük kitleler tarafından ürünün kabul edilmesi gerek. Bu noktaya gelebilmek için 20 yıl beklemiştir. Tat, şu anda, dünyanın en büyük beşinci salça fabrikasıdır. İlk dört üretici de ABD'dedir. Beşincisi ise Vehbi Bey'in kurmak için 20 yıl beklediği Tat'tır. Bu, çok uzun bir çalışmanın ürünüdür, Ama dikkat çekici olan, Vehbi Bey'in kafasına koyduğu işi eninde sonunda yapmasıdır.*

#### 2.1.7.3. Misyon ve Vizyon Sahibi Olma

Kişiler işe başlarken kendilerine çizdikleri ufuk kadarını yapabilirler. Bu nedenle ne kadar geniş bir ufuk belirlerlerse kendilerini de o kadar ilerletebilirler. Girişimci de yapacağı işle ve bu işi neden yapacağıyla ilgili olarak misyonunu ve vizyonunu belirlemelidir<sup>153</sup>. Misyon, varoluş nedeni “*ben niçin varım, bu işletme niçin var*”; vizyon da “*ben gelecekte ne olacağım, gelecekte bu işletmeyi nerede görmek istiyorum*” gibi soruların açık yanıtlarıdır. Belirledikleri misyon ve vizyonu takip etmek kişileri girişimci yapmaktadır<sup>154</sup>.

Girişimciler öncelikle kendilerine bir vizyon belirlemelidir, yapacağı işlerde nereye ulaşmak istediğini işe başlamadan önce saptamalıdır. Kendilerinin sahip olduğu vizyon yanında, işletmelerine de bir vizyon kazandırmadırlar. Dar kalıplara sıkışıp kalmış bir

<sup>152</sup> Erdoğmuş, a.g.e., s. 51.

<sup>153</sup> Erdoğmuş, a.g.e., ss. 32-33.

<sup>154</sup> Mirze, a.g.e., s. 40.

ortamdan kaçınılmalı ve yenilikçi bir ortam sağlanmalıdır. Amaçlarını belirlemeli, hedeflerini belirgin olarak tespit etmelidir. Çünkü nereye gidildiği bilinmiyorsa, sonunda hiçbir yere varılamaz; ve insanlar da, doğası itibariyle nereye doğru gittiğini bilen kişileri izlemektedirler.<sup>155</sup>

---

<sup>155</sup> Edoğmuş, a.g.e., ss. 32-33.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### ÖZELLİKLER KURAMI ÇERÇEVESİNDE KADIN GİRİŞİMCİLER

#### 3.1. TÜRKİYE'DE KADIN GİRİŞİMCİLERİN YERİ VE ÖNEMİ

İş hayatında yer alan kadınlar, erkek meslektaşlarına göre daha farklı sorumluluklara sahiptirler. Çünkü çalıştıkları işleri dışında evde de birçok yükümlülük taşımaktadırlar. Hemen hemen tüm kültürlerde, kadınların öncelikle anne ve eş oldukları görüşü hakimdir. Bu nedenle en uygun görüldükleri yer, evleridir. Özellikle Türk toplumunun yapısı ve kültürel değerleri nedeniyle kadın, eviyle ve çocuklarıyla ilgilenmeli; evin geçimini erkek sağlamalıdır. Zaman içinde cinsiyet rolleri tanım olarak değişse de, hiç değişmeyen yönü cinsiyet temelindeki, kadının erkeğe göre ikincil önemde olduğu anlayışıdır<sup>156</sup>. Bu durum tüm toplumlarda neredeyse aynıdır, fakat son yıllarda oluşan ekonomik zorunluluklar ve eğitilmiş bireylerin artması bu durumu daha farklı bir boyuta taşımaktadır. Artık kadınlar da çalışarak hem kendi masraflarını karşılamakta hem de evin bütçesine katkı sağlamaktadır. Özellikle Türkiye ekonomisinin bozulması, kişi ve hane başına düşen reel gelirlerin ve dolayısıyla yaşam standartlarının düşmesine ve özellikle düşük gelir grubundaki ailelerin yaşam standartlarını korumak için tek gelirin yetmemesine neden olmuştur<sup>157</sup>. Bundan dolayı kadınlar zorunlu olarak ailelerine ek gelir sağlamak için iş gücüne katılmaktadırlar.

Son 25 yıl içinde iş dünyasının yaşadığı belki de en büyük devrimi, kadınların çok yoğun bir biçimde iş yaşamına girmesi oluşturmaktadır. Eğitimleri ve uygun yetkinlikleri nedeniyle bilgi çağının yarattığı yeni mesleklerin pek çoğunu kadınlar ele geçirmiş durumdadır<sup>158</sup>. Teknolojik ve endüstriyel gelişmelerle birlikte sosyal değişiklikler giderek daha fazla kadını iş dünyasına katılmaya teşvik etmektedir. Böylelikle kendi ekonomik haklarını kazanan kadınlar, ülke ekonomisini canlandırmakta; bu onlara girişimsel pay içinde hem gelişmekte olan hem gelişmiş ülkelerde avantaj sağlamaktadır. 2001 yılı hane

<sup>156</sup> Rana Özen Kutanis ve Ayşegül Hancı, “Kadın Girişimcilerin Kişisel Özgürlük Algılamaları”, (2002), s. 458. (<http://iibf.ogu.edu.tr/kongre/bildiriler/11-02.pdf>)

<sup>157</sup> T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, *Türkiye’de Kadınlara Ait Girişimlerin Desteklenmesi*, Ankara: T.C. Başbakanlık KSSGM, 2000, s. 15.

<sup>158</sup> Hatun Ufuk ve Özlen Özgen, “The Profile of Women Entrepreneurs: A Sample from Turkey”, *International Journal of Consumer Studies*, 25.4. (2001), s. 299.

halkı işgücü anketi sonuçları; Türkiye'nin toplam nüfusunun 65 milyon, kadın nüfusunun ise 32.6 milyon olduğunu göstermektedir<sup>159</sup>. Toplam nüfus içinde kadınların oranına bakıldığında hiç de yadsınamayacak bir konumda oldukları belirtilebilir. Türkiye gibi gelişmekte olan bir ülke nüfusunun yaklaşık yarısını oluşturan kadınların iş hayatının dışında bulundukları varsayılırsa, ülke ekonomisinin ne kadar atıl işgücüne sahip olduğu da görülebilir.

Ülkemizde, Cumhuriyet'in kurulmasını takiben kadınlara bazı haklar verilmiştir. Ancak, toplumda gerekli altyapı hazırlanmadan ve bir anlamda tepeden inme bir tarzda bu haklar verildiğinden, istenen yönde değişimlerin hala gerçekleştirilememiş olduğu görülmektedir<sup>160</sup>. Bu nedenle Türkiye'de, kadınların iş hayatında aktif rol almaları ve aslında kendilerini belli meslek konumlarına yükseltmeleri uzun zaman almıştır<sup>161</sup>. Ülkemizde süregelen toplumsal güç paylaşımı veya rol dağılımlarının kadının ekonomik bağımsızlığını kısıtlaması sonucunda, siyasal katılım açısından "olmazsa olmaz" bir koşul olarak kabul edilen bu güçten kadınlar yoksun bırakılabilmektedir. Türk halkının kadın girişimcilere bakış açısı ve onları algılamaları, kadınların Türk toplumundaki yerinden etkilenmektedir. 1980'lerden bu yana gelişmeye başlayan, son yıllarda gözlenen teknolojik gelişmeler ve kültürel beklentilerdeki ilerlemelerle desteklenen 'girişimcilik kültürü', kadın girişimcilerin toplumdaki statülerini de yükseltmiştir<sup>162</sup>. Ülkemizde son 10-15 yıldır, yüksek meslek eğitimi görmüş ve iş yaşamına girmiş kadın girişimci sayısı hızlı bir artış göstermektedir. Bu artışla birlikte kadının artık serbest iş veya ticaret yaşamına girdiği görülmektedir. Rakamlar da Türkiye'deki kadın girişimciliğinde güzel yönde kıpırdanmalar olduğunu göstermektedir. 1998 yılında kendi hesabına çalışanlar içinde kadın girişimcilerin oranı % 8,8 iken, bu durum 2004 yılında % 10'lara kadar ulaşmıştır<sup>163</sup>. Bilinen o ki, geleneksel kimliğinden sıyrılan Türk kadını yalnızca 'eş' ya da 'anne' olma rolleriyle yetinmeyeceği bilincine vararak, iş yaşamına girmektedir.

<sup>159</sup> Aykut Bedük, "Türkiye'de Çalışan Kadın ve Kadın Girişimciliği", *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 3.12. (2005), s. 108.

<sup>160</sup> Mahmut Atay ve M. Cengiz Yıldız, "Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi Kadının Toplumsal Statüsü", *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 3.7. (2004), s. 17.

<sup>161</sup> Ufuk ve Özgen, a.g.m., s. 299.

<sup>162</sup> Rana Özen Kutunis, "Kadın ve Erkek Girişimcilerin Algılama Farklılıkları: Sakarya Örneği", (2005), s. 2. ([www.tdcif.org/sempozyum2005/?pg=kabul-49k](http://www.tdcif.org/sempozyum2005/?pg=kabul-49k))

<sup>163</sup> Bedük, a.g.m., s. 108.

Kadın girişimciliği, Türkiye'nin sosyal ve ekonomik statüsü açısından oldukça önemli bir yere sahiptir. Dünyada kadın girişimciliğinin desteklenmesinin nedeni yoksulluğun ve yarattığı olumsuzlukların önlenmesi iken Türkiye'de asıl amaç kadın girişimciliği olgusunu görünür ve talep edilir hale getirmektir<sup>164</sup>. Böyle olumlu bir yaklaşımın sonucu olarak da sadece son iki yıl içinde kadınlar tarafından kurulan işletmelerin toplam içindeki oranı %31,5 düzeyindedir; erkekler için bu oran % 16,6'dır<sup>165</sup>. Bu artış, Türk kadınına verilen desteğin yanında onların değişen profilleriyle de yakından ilgilidir. Kadının değişen profilini daha iyi anlayabilmek için bazı önemli değişimler dikkate alınmalıdır. Örneğin<sup>166</sup>;

- Çalışan kadınların önemli bir bölümü işlerini tatmin edici bulmakta, dışarıda çalışmanın kendilerine prestij sağladığını düşünmektedirler. Çalışan kadının öğrenim düzeyi yüksek olup, pazardaki etkinliği daha fazladır ve çalışmayan kadınlara göre daha fazla mal ve hizmete ihtiyacı vardır. Kadının aileye ek gelir sağlaması satın alma kararlarında önemli ölçüde bağımsız davranmasına neden olmaktadır.
- Yaşam maliyetinin sürekli artması, düşük ve orta gelir düzeyindeki ailelerde kadının ek gelir getirmesini gerekli kılmıştır. Enflasyon gerçek gelirlerle arzu edilen ürün ve hizmetler için gerekli gelir arasındaki farkın büyümesine neden olmuştur.
- Ev işlerinin yapılması, yiyeceklerin hazırlanmasında işgücü ve zamandan tasarruf sağlayan araçlar ve bunun yanı sıra pazarda birçok hizmetin varlığı ortalama olarak kadına önemli miktarda serbest zaman bırakmaktadır. Bugün çalışan kadın çocuk bakımı ve diğer işlerini, ücretli olarak yaptırabilmektedir.

Özellikle 1990'lı yıllarda gerek uluslararası duyarlılıklar ve getirilen önlemler, gerekse ulusal düzeyde kaydedilen gelişmeler açısından Türk kadını artık iş dünyasına girmiştir. Gerek kadın hareketi içinde örgütlenen gönüllü kuruluşlar, gerekse devlet destekli kuruluşlar kadının toplumsal statüsünün yükseltilmesi misyonuna; 'bir birey olarak kadının

<sup>164</sup> Feride Acar, Selma Acuner ve Nevin Şenol, "Pekin Eylem Platformunun Uygulanmasına Yönelik Soru Formuna Verilen Yanıt", **Başbakanlık Kadının Statüsü Ve Sorunları Genel Müdürlüğü**, (1999), s. 1. (<http://www.kssgm.gov.tr/raport.html>)

<sup>165</sup> T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, a.g.e., s. 39.

<sup>166</sup> Bedük, a.g.m., ss. 112-113.

kimliği', 'insan haklarının bir parçası olarak kadın hakları' ve 'kadın bilincinin yükseltilmesi' gibi çağdaş söylem ve politikalarla yaklaşmaktadırlar.<sup>167</sup>

Kadınların girişimci, hatta bu denli başarılı girişimci olabileceklerini düşünmeyen veya akıllarından geçirmeyen bilimciler belki de bu nedenle kadın girişimcilere gereken özeni göstermemişler ve onlar hakkında yeteri kadar araştırma yapmamışlardır. Türkiye’de kadın girişimciliği konusu ilk kez 1992 yılında kapsamlı bir şekilde ele alınmış ve kadın girişimciliğini özendirme, eğitim ve kredi, örgütlenme ve destek hizmetleri sorunları üzerinde durulmaya başlanmıştır<sup>168</sup>. Tüm bu gelişme ve ilerlemelerin sonucunda, kadının toplumdaki statüsünün geliştirilmesine yönelik duyarlılık hızla artmış ve bunun sonucu olarak da, kadınlar ekonomi hayatı içinde daha “görünür” hale gelmeye başlamıştır<sup>169</sup>.

Kadın girişimcilerin özellikle ekonomiye olan katkıları ve kadınların kurduğu işletmelerin giderek çoğalması nedeniyle diğer kadınların girişimciliğe duyduğu ilgi de artmaktadır. Bireysel iş kurma çabaları işsizliğe bir çözüm olarak da kullanılabilir. Kadının kendi işyerini açması yalnızca o kişi için fayda sağlamakla kalmamakta, toplum refahının artmasına da katkı sağlamaktadır. Kadın girişimciler kendi işlerini yürütür, vergi öder veya kendileri çalışır ya da başkalarını çalıştırlar ve bu sayede sosyal bir statü kazanırlar. Yapılan araştırmalardan birinde yönetici olan Julie R. Weeks’in de belirttiği gibi, kadınların çabaları birçok yönden engellense bile “kadınlar arasındaki girişimcilik uluslararası boyutta canlı ve büyüyen bir akım”dır<sup>170</sup>. Bugün kadın iş sahipleri dünyanın ekonomik sağlığına, milli rekabetçiliğine ve toplum ticaretine önemli katkılar yapmaktadırlar.

Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER) Başkanı Meltem Kurtsan, Türkiye’deki girişimciler arasında kadın girişimcilerin oranının % 7 civarında olduğunu belirterek şunları söylemiştir<sup>171</sup>:

---

<sup>167</sup> Bedük, a.g.m., ss. 107-110.

<sup>168</sup> Gürol, a.g.e., s. 263.

<sup>169</sup> Arıkan, a.g.e., s. 274.

<sup>170</sup> Susanne E. Jalbert, “*Women Entrepreneurs in the Global Economy*”, (2000), s. 24.

([www.cipe.org/pdf/programs/women/jalbert.pdf](http://www.cipe.org/pdf/programs/women/jalbert.pdf))

<sup>171</sup> Sunar, Lütfi ve Hakan Çopur, “*Niye Girişimciler Hep Erkek?*”, *Sivil Toplum Dergisi*, 8. (2004), s. 3.

([http://www.ucansupurge.org/index.php?option=com\\_content&task=view&id=1207&Itemid=76](http://www.ucansupurge.org/index.php?option=com_content&task=view&id=1207&Itemid=76))

*“Türkiye’deki mülkün, sermayenin yüzde 9’u kadınların üzerinde. Kadınların bir sermayesi yok ki girişim başlatsınlar. Erkek olsa işe başlayacaksa evini mülkünü satıyor, sermaye yapabiliyor. Kadınların işe başlayacak sermayesi yok, bankada ipotek ve kefil soruyorlar yok. Kadına kefil, ipotek istemeden kredi mekanizmasını harekete geçirmekte büyük önem var. Kadınlar bu yarışta biraz gerideler kadınları desteklemek lazım. Kadınların özellikle desteklenmesi lazım. Kadınların istihdamı sürekli olarak azalıyor.”*

Türkiye’de yaşanan bazı olumsuz engellemelere karşın gelişmiş toplumlarda kadının çalışması temel bir hak olarak kabul görmektedir. ABD, İngiltere ve diğer gelişmiş ülkelerde kadınlar iş gören, uzman ve girişimci olarak bilgi toplumunu egemenlikleri altına almaya başlamışlardır. Bu toplumlardaki kadın girişimciler, girişim, meslek ve servet yaratmada önemli oyuncular durumuna gelmişlerdir<sup>172</sup>. Kadınlar beşeri kaynaklara, yaşam kalitesine, yakın ilişkilere, aile ve çalışma yaşamı arasındaki uyuma ve kuşaklar arası dayanışmaya olumlu katkıda bulunmaktadır.

Dünyanın çeşitli ülkelerindeki kadın girişimci oranları aşağıdaki gibi özetlenebilir<sup>173</sup>:

- Gelişmiş piyasa ekonomilerinde kadınlar, tüm işlerin % 25’inden fazlasına sahiptirler.
- Japonya’da özel firmaların % 23’ü kadınlar tarafından kurulmuştur.
- Rusya’da 10 ve daha üstü çalışanı olan firmaların % 64’üne kadınlar sahiptir.
- Çin’de 1978’den beri işlerin % 25’i kadınlar tarafından kurulmaktadır.
- Avrupa’da iş sahiplerinin % 25’i kadındır.
- Almanya’da kadınlar 1990’dan bu yana kurulan şirketlerin üçte birinde girişimci olarak yer almakta, 1 milyon kişinin üzerinde ek istihdam yaratmaktadır<sup>174</sup>.
- Macaristan’da tüm işlerin % 40’ından fazlasını kadınlar kurmuşlardır.
- Polonya’da kadınlar şirketlerin % 38’ine sahiptir.
- Fransa’da 4 firmadan 1’inin başında kadın bulunmaktadır.

<sup>172</sup> Diane Chamberlin Starcher, “Women Entrepreneurs, Catalysts for Transformation”, (1996), s. 5. (<http://www.ebbf.org/woman.htm>)

<sup>173</sup> Jalbert, a.g.m., ss. 10-11.

<sup>174</sup> Murat Yeşildere, “Camdan Tavan”, (2003), s. 2.

(<http://www.insankaynaklari.com/cn/ContentBody008.asp?BodyID=1020>)

- ABD’de kadınlar şirketlerin % 38’ine sahiptirler (8 milyon firma), 27,5 milyon çalışan istihdam etmektedirler (yani her beş çalışandan birini) ve yıllık 3,6 trilyon\$ satış hacmine sahiptirler.
- İsveç’teki firmaların % 28’i ve Norveç’tekilerin % 29’u kadınlara aittir.
- Kanada’da ise bütün küçük işletmelerin 1/3’ü, kadınların kurup yönettikleri işletmelerdir.

Yukarıdaki göstergeler dünyanın farklı kısımlarındaki küçük işlerin, giderek büyüyen bir oranda bağımsız olarak kadın girişimcilerce sahip olunduğunu göstermektedir. Kadınlara ait işletmelerdeki hızlı artış dikkatin büyük bir kısmını kadın girişimcilere ve kadın organizasyonlarının kuruluşu ve gelişimine etkisi olan temel değişkenlere odaklamıştır<sup>175</sup>. Washington’daki Kadınların İş Araştırması Merkezi (Center for Women’s Business Research)’ne göre, şu ana kadar çoğu girişimcinin kadın olduğu birçok kişi tarafından bilinmektedir. 2004’te kadınlar % 50 ya da tahminen 10,6 milyonun üzerinde özel firmayı idare etmekte, ve bu kadınların yönettiği firmaların tümü ülkedeki bütün özel firmaların yaklaşık yarısını içine almaktaydı<sup>176</sup>. Avrupa Birliği, 2000 yılı Lizbon Avrupa Konseyi, (örneğin, 2010 yılına kadar kadınların çalışmasında % 60’a kadar artış) ve 2001 yılı Stockholm Avrupa Konseyi tarafından ana hatları belirlenen kadınlar için iş ve serbest meslek göstergelerini geliştirmek amacıyla kadın girişimciliğini desteklemekte ve geliştirmektedir<sup>177</sup>.

Küreselleşmeyle birlikte hem gelişmiş, hem de gelişmekte olan ülkelerde işgücünün kadınlaşmaya başladığı ve çalışan kadın sayısında artış olduğu dikkat çekmektedir<sup>178</sup>. Zaten bir ülkenin sosyal açıdan gelişmişliğinin bir göstergesi de kadın girişimci sayısının artmasıdır. Ülke olarak, kadın girişimcilerle hatta kadın yöneticilerle ilgili sorunlar çözülerek, girişimcilik özendirildiği takdirde, ekonomik gelişmenin de bu sosyal gelişmenin paralelinde geleceği söylenebilir.

<sup>175</sup> Lisa K Gundry ve Miriam Ben-Yoseph, “Women Entrepreneurs in Romania, Poland, and the United States: Cultural and Family Influences on Strategy and Growth”, DePaul University, (1998), ss. 62.

<sup>176</sup> Marianne Sullivan, “Female Entrepreneurs Win Notice for Taking Risk”, (2005), s. 1. (<http://www.womensenews.org/article.cfm/dyn/aid/2162/context/archive>)

<sup>177</sup> Katerina Sarri ve Anna Trihopoulou. “Female Entrepreneurs’ Personal Characteristics and Motivation: A Review of the Greek Situation”, Women in Management Review, 20.1. (2005), s. 25.

<sup>178</sup> Süleyman İlhan, “Bir Sosyo-Ekonomik Örgütlenme Biçimi Olarak Küçük ve Orta Boy İşletmeler”, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 3.7. (2004), s. 87.

### 3.2. KADINLARIN GİRİŞİMCİ OLMA NEDENLERİNİN ÖZELLİKLER KURAMIYLA AÇIKLANMASI

Girişimcilerin birbirlerinden farklı olmalarına rağmen temelde birçok ortak karakter özellikleri taşıdıkları bir önceki bölümde belirtilmişti. Bu özellikleri onları girişimci olma konusunda harekete geçirmektedir. Girişimci olabilmek için bu özellikleri taşımak gereklidir fakat başarılı bir girişimci olmak için de kişilerin belli özelliklere sahip olması gerekmektedir<sup>179</sup>:

- Doğru karar alabilme,
- Geleceği planlayabilme,
- Zamanı iyi değerlendirebilme,
- Rekabetçi ve aktif olabilme<sup>180</sup>.

Tüm bu özellikler girişimciler için söylenebilir; fakat kadın girişimciler ayrı bir alanda incelenirse, onların erkeklerden daha farklı oldukları görülebilir. 1993 yılında Dhillon ve Malhotra tarafından Delhi’de yapılan araştırma sonuçları aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 6. Kadın Girişimcilerin Kendi İşlerini Kurma Nedenleri

| GÜDÜ                      | %    |
|---------------------------|------|
| Hırs                      | 27,5 |
| Kendi ilgi alanı          | 27,5 |
| Bağımsızlık               | 12,5 |
| Finansal zorluklar        | 10   |
| Konforlu bir yaşam düzeyi | 10   |
| Meşgul olma arzusu        | 5    |
| Konforlu ikili bir rol    | 2,5  |
| Yatırım                   | 2,5  |
| İstihdam yaratma isteği   | 2,5  |

Kaynak: Semra Arıkan, *Girişimcilik Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular*, Ankara: Siyasal Kitabevi, 2004, s. 285.

<sup>179</sup> Arıkan, a.g.e., 284.

<sup>180</sup> Alina Zapalska, “A Profile of Woman Entrepreneurs and Enterprises in Poland”, *Journal of Small Business Management*, 35.4. (1997), s. 77.

Tabloda da görüldüğü gibi kadın girişimciler; ilk olarak hırsları ve kendi alanlarında çalışma isteği nedeniyle kendi işlerini kurmaktadırlar. Bunları takiben bağımsızlık üçüncü sırayı almaktadır. Hisrich tarafından yapılan bir başka araştırmada ise bağımsızlık ilk sırayı almaktadır<sup>181</sup>. Daha sonra iş tatminine ulaşma, kendini gerçekleştirme, fırsatları değerlendirme, para kazanma, statü ve prestij kazanma, güç kazanma, ekonomik gereklilikler ve kariyer güvenliği ihtiyacı takip etmiştir. Birçok araştırmacı başarılı kadın girişimcilerin karakteristiklerinde, kadınsı yönlerinden çok erkeksi yönlerinin ağır bastığını belirtmişlerdir<sup>182</sup>.

Birleşik Devletlerdeki kadınların girişimci olma konusundaki motivasyonları, Türk kadınlarından daha farklı bir önem sırasına sahiptir. ABD’li kadın girişimcilerin işe başlama konusundaki ilk sırayı alan motivasyonları bağımsızlık hissidir. Daha sonra iş tatmini, kendini gerçekleştirme, fırsatlar, para, statü/prestij, güç ve ekonomik gereklilik gelmektedir. Kariyer güvenliği ise en son sırada yer almaktadır.<sup>183</sup>

Her şeyden önce girişimcilik, kadınları bir iş kurmaya yönelten yaşamsal bir içgüdüdür. Dünyadaki kötü ekonomik durumlar, yüksek işsizlik oranları ve boşanma; kadınları girişimsel hareketlerin içine atmaktadır. Sosyo-kültürel altyapıdaki değişim sonucu günümüzde çok sayıda kadının çalışma hayatına girmesi, kadınların öğretim düzeylerinin yükselmesi, ve başarılı kadın girişimcilerin sayısının artması ile örnek alabilecekleri kimselerin çoğalması, kadınlara ait girişimlerin giderek artmakta olduğunu göstermektedir<sup>184</sup>. Küçük işletmelerin çekiciliği -bağımsız olma, belli amaçlar için uğraş verme, kişisel özgürlük- her kesim için olduğu kadar kadınlar için de geçerli olmaktadır.

Bunların yanında kadınlar kendi kararlarını almak ve hedeflere meydan okumak istemektedirler. Başkalarınınca tanınmak ve kendilerine karşı saygı kazanılmasını istemekte ve kendi kendilerinin patronu olmayı çok arzulamaktadırlar. Kadın ve erkeklerin

---

<sup>181</sup> Arıkan, a.g.e., s. 285.

<sup>182</sup> Zapalska, a.g.m., s. 77.

<sup>183</sup> Gürol, a.g.e., ss. 240-241.

<sup>184</sup> Arıkan, a.g.e., ss. 276-277.

kendilerine özgü girişimcilik hayalleri vardır ve işlerinde başarılı olmak istemektedirler<sup>185</sup>. Kadınların iş kurma sebepleri; daha fazla iş hayatı esnekliği istemeleri ya da sadece erkeklerin terfi etmesinin mümkün olduğu kurumsal sistemden kurtulmak gibi geniş bir alanı kapsamaktadır.

Kadın girişimciler, erkek girişimcilere göre daha yüksek girişimci özelliklerine sahip olduklarını düşünmektedirler<sup>186</sup>. Araştırmalar kadın girişimcilerin, genelde, dikkatli, mantıklı, kendi ilgi alanlarında deneyim ve uzmanlık sahibi, hevesli, sezgilerine güvenen, tutucu, risk alma konusunda ihtiyatlı, bireyci, yaratıcı, uyumlu ve uygulamada karşı karşıya bulundukları belirsizlik koşulları içerisinde, çoğu zaman ellerinde bulunan sınırlı nakit ve varlıklar ile, belli zaman aralıklarındaki ödemeleri gerçekleştirmek ve bu ödemeler nedeniyle ortaya çıkan sorunlarda alacaklıları sakinleştirmek, insanları işe almak ve işlerine son vermek gibi üstesinden gelinmesi oldukça güç ve vakit kaybedilmeden halledilmesi gereken problemlerle baş edilebilecek özellikte kişiler olduklarını ortaya koymaktadır<sup>187</sup>. Girişimin başarı ve karlılığı kendi çabalarına dayandığından, kadın girişimcinin mücadelecisi ve enerjik karakterde biri olması gerekmektedir. Hisrich ve Brush yaptıkları çalışmalarda kadın girişimcilerin enerjik, bağımsız, kendilerinden emin, rekabetçi ve çok amaçlı olduklarını saptamışlardır<sup>188</sup>.

Kadın girişimcilerin iş tatminleri ile ilgili olarak yapılan araştırmalarda ise, girişimcilikte maddi kazanç yanında kişinin yapmak istediği işle meşgul olma fırsatını bulabilmesi, belli bir işletmede çalışma yerine kendi işini kurması, esnek çalışma saatlerinde ve istediği koşullarda çalışabilmesi gibi avantajlar üzerinde durulmaktadır<sup>189</sup>. Son zamanlarda Goffee ve Scase tarafından yapılan bir çalışmada da, kadınların ev ve iş yaşamında ikinci planda kalmaktan kaçmak için girişimciliğe yöneldiklerinin ortaya çıktığı vurgulanmıştır<sup>190</sup>. Urfa'da bir çocuk bakımevi işleten bir kadın, sırf evde oturup hiç bir şey yapmamaktan kurtulmak için çalıştığını ve sade bir tüketici olmaya dayanamadığını

<sup>185</sup> Murielle Gelin, "The Importance of Gender in Starting and Managing a Small Business". (1998), s. 4. (<http://www.laurentian.ca/commerce/SBRG/98-3.htm>)

<sup>186</sup> Kutanis, a.g.m., s. 2.

<sup>187</sup> Gürol, a.g.e., s. 239.

<sup>188</sup> Ufuk ve Özgen, a.g.m., s. 300.

<sup>189</sup> Kutanis, a.g.m., s. 2.

<sup>190</sup> Arıkan, a.g.e., ss. 284-286.

belirtirken; bir başkası da sırf evde oturmamak için ve zevk aldığından dolayı çalıştığını ve bunun kendisi bakımından sosyal nedenlerle gerekli olduğunu açıklamaktadır.

Tütek, Adler ve Izraeli tarafından yaşam aşamaları ve motivasyonlarına göre sınıflandırmaları baz alınarak yapılan bir araştırma sonucunda beş tür kadın girişimci belirlenmiştir. İlk iki tür iş yaşamlarının ortalarında yeterince tecrübe kazandıktan sonra şirketlerinden ayrılanlardır. Bunlardan birincisi “cam tavan”dan dolayı yönetim kademelerinde yukarıya doğru hareketi engellendiği için girişimciliği tercih eden kadınlardır. İkincisi ise daha fazla esneklik isteğiyle güdülenenlerdir. Üçüncü tür kadın girişimciler, kendi işletmelerini kariyer yaşamlarının başında kuran kadınlardır. Örneğin; İsveç’te 25-44 yaş arasındaki kadın girişimcilerde büyük artış olmuştur. Dördüncü tür kadın girişimci, iş yaşamının sonunda hatta bitiminde iş kuran kadındır. Bu tür girişimci kadınlar İngiltere’de hızla çoğalmaktadır. Beşinci tür kadın girişimciler ise yaşamının herhangi bir aşamasında işsizlik korkusuyla girişimci olan kadınlardır.<sup>191</sup>

Kadınlar, sermaye ve güçlü ilişkiler bulamama gibi büyük engelleri yenerek başarılı olmaktadır. Kadın girişimciler ABD ekonomisinde hızla büyüyen bir sektör olmuş ve 7 yılda % 132 büyümeye göstermiştir<sup>192</sup>. Kadınlar, kariyerlerindeki cam tavanı kırmak, çocukları ve eviyle aradaki dengeyi kurmak ve daha esnek çalışma saatleri için genellikle girişimciliği seçmektedirler. Muğla, İstanbul, Gaziantep ve Denizli’de kadınları iş kurmaya iten başlıca neden daha yüksek gelir beklentisi iken, Urfa ve Ankara’da durum farklıdır. Aile işletmesinin devam ettirilmesi ise Gaziantep, Denizli ve Çorum’da diğer illere oranla daha çok sayıda katılımcı tarafından gerekçe olarak ifade edilmiştir.<sup>193</sup>

### 3.2.1. Kontrol Odağı

Kontrol odağı; kişinin geleceğini yaratmak için kendi yetenek ve kabiliyetine olan inancının derecesiyle yakından ilgilidir. Bu nedenle kadın girişimciler kontrol odağına

<sup>191</sup> Gürol, a.g.e., ss. 226-227.

<sup>192</sup> Advancing Women, “*Redefining Networking: Women, That Means Go Where The Men Are*”, (2004), s. 1. ([http://www.advancingwomen.com/bussec1\\_1.html](http://www.advancingwomen.com/bussec1_1.html))

<sup>193</sup> T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, a.g.e., ss. 46-47.

sahip olmalıdırlar<sup>194</sup>. Sorumluluk alabilmeli, yetenek, çaba ve yüksek performanslara güvenmelidirler.

Kontrol pozisyonu -2. bölümde de yer aldığı gibi- içsel ve dışsal kontrol pozisyonu olarak iki şekilde incelenebilir. Rotter, içsel kontrol pozisyonu olanların dışsal kontrol pozisyonu olanlarla karşılaştırıldığında başarı için daha çok mücadele edeceklerini savlamıştır<sup>195</sup>. Özet olarak Rotter'in teorisi, bir olayın sonucunun birey kontrolünde olduğunu ileri sürmüştür. Kadın girişimciler de yaptıkları işin sonucunun kendi kontrolleri dahilinde olduğuna ve istediklerinde her şeyi başarıyla sonuçlandırabileceklerine inanmalıdırlar. Yeni fırsatlar arayan ve yenilikçi bir tutum sergileyen girişimciler de hayatlarındaki olayları kontrol etme yeteneğine veya gücüne sahip olmalıdır<sup>196</sup>.

Kadın iş sahiplerinin, başarılarını anahtar olarak gösterdikleri özelliklerden biri yoğun bir şekilde odaklanma yeteneğidir. Örneğin, yazarlar Neff ve Citrin; dünyanın en büyük NGO'larından biri olan Kızılhaç'ın eski başkanı Elizabeth Dole'un, 1,3 milyon gönüllü ve 2,1 milyar dolar geliri idare ettiğini, her yıl 60.000'den daha fazla doğal ve insanlardan kaynaklanan felaketlerin kurbanlarına yardım sağladığını kaydetmişlerdir. Dole'a göre, odaklanma "iç kaynakların idaresi"nin anahtarıdır. Diğer kadın girişimciler de odaklanmayı başarıları arttıran ana özellik olarak görmektedir.<sup>197</sup>

Kontrol ihtiyacı girişimcilerin, özellikle kadın girişimcilerin kişiliklerinde ve yaşamlarında önemli bir konudur. Bazı girişimciler, kontrol konusunda oldukça kararsızlardır. Kontrollü olmayı severler fakat başkaları tarafından kontrol edilmekten hoşlanmazlar. Bazı girişimciler ise hakimiyet ve boyun eğme konularında ciddi problemler yaşarlar, otorite olan kişilere karşı şüphelidirler. Bu tutumları onları yöneticilerden ayırmaktadır. Yöneticiler otorite kişiliklere karşı pozitif bir tutum beslemelerine hatta onları kendilerine rol-model almalarına karşın, girişimciler bu duruma tamamen tezattırlar<sup>198</sup>.

---

<sup>194</sup> Mirze, a.g.e., s. 40.

<sup>195</sup> Koh, a.g.m., s. 14.

<sup>196</sup> Gürol ve Atsan, a.g.m., s. 32.

<sup>197</sup> Jalbert, a.g.m., ss. 31-32.

<sup>198</sup> Birley ve Muzyka, a.g.e., s. 5.

Yapılan birçok araştırma da kadınların başkalarının kontrolünde bulunmaktan hoşlanmadıklarını ve bu nedenle girişimciliği tercih ettiklerini göstermektedir.

### 3.2.2. Bağımsızlık Hissi ve Başarı İhtiyacı

Bireyler, zor amaçlara ulaşmak, rakiplerinden daha iyi işler ortaya koymak, karmaşık bir problemi çözmek veya herhangi bir işi en iyi şekilde yapabilmek için kendileri bir yol geliştirme ihtiyacı hissettiklerinde, kendi başlarına bir iş kurmak isterler. Bu istek, kadınlar için ekonomik ve sosyal bağımlılıktan kurtulmanın bir yolu olabilmekte ve ekonomik ihtiyaçlar kadınların kararlarını etkilese de, kendi işlerini yürütme ve başkaları için çalışmama dürtüsü önemli olmaktadır.

Kadınlar girişimciliği genellikle kendi kendilerinin patronu olmak için tercih etmektedirler. Çünkü yaptıkları kendi işleridir ve patronları da kendileridir, bu nedenle cam tavanla karşılaşmazlar. Ayrıca iş ve aile dengesi için saat ve seçeneklerini ayarlayabilmeleri en güçlü motivatörleridir<sup>199</sup>.

Kadın girişimcilerin tipik bir özelliği olan özgürlük aşkı kadınların eşlerine ve ailelerine karşı geleneksel rolleriyle çelişebilmektedir. Serbest çalışan rolleriyle çok mutlu olan kadınların, eşleri aktif olarak veya sadece olumlu bir ilgiyle bu iş içinde yer alan kadınlar olduğu ya da sürekli bir eşi olmadan yaşayan kadınlar olduğu gerçeği önemlidir. Kadın girişimcilerin karakterlerinde yoğun olarak taşıdıkları bağımsızlık hissi aşağıdaki şekilde özetlenebilir<sup>200</sup>:

- Kadın girişimciler, -geleneksel ve mali yönden- genellikle daha az büyüme, gelişme hedefindedirler ki büyük bir oranda aradıkları şey serbest çalışmadır. Bu yüzden, çok fazla sayıda kadın sadece sahibin çalıştığı girişimlere sahiplerdir; ve bu kasıtlı bir seçimdir. Çünkü bu, iş, boş vakit ve aile hayatını birleştirmek için gerekli özgürlüğü vermektedir. Araştırmalar, kadınların personel çalıştırdıklarında ise, her şeyden önce diğer kadınlara iş verdiklerini göstermektedir.

<sup>199</sup> Mary C. Mattis, "Women Entrepreneurs: Out from Under the Glass Ceiling", *Women in Management Review*, 19.3. (2004), s. 155.

<sup>200</sup> John Kjeldsen ve Kent Nielsen, *The Circumstances of Women Entrepreneurs*, Danish: Danish Agency for Trade and Industry, 2000, ss. 11-13.

- Kadın girişimciler, girişimlerinde aileleri ve işleri arasında çok bütünleşmiş ve bütünüyle yönlendirilmiş bir denge kurmayı amaçlamaktadırlar ve bunu ancak kendi girişimlerini başlatarak başarılacaklarına inanmaktadırlar. Bu, erkeklerden daha yüksek bir oranla kadınların aileyi bir danışman ve tartışan bir arkadaş olarak kullandığı ve kadınların işlerinde erkekler kadar uzun saatler çalışmadıkları anlamına gelmektedir. Fakat bir iş sahibi olarak hayat, daha önceki maaşlı görevinden çok daha fazla performans gerektirmektedir; bunun ödülü de kazançtan çok esnekliktir.
- D.P. Moore ve E.H. Buttner, kadınların kendi geleceklerini belirleme istekleri ve kariyer sorunu için kendi işlerini kurduklarını; hür ve meydan okumanın sağladığı uygun saygı, tanınma ve özsaygının ortaya çıkmasını umduklarını iddia etmektedirler<sup>201</sup>.
- Cinsiyete bakmaksızın, girişimcilerin çoğu bir iş kurmalarının arkasındaki temel sebep olarak daha fazla esneklik ve özgürlüğü göstermiştir. Bunlar; kendi kararlarını kendi verme isteği, kendi özgürlüklerinin olması ve bağımsız olma, hiç kimseye karşı sorumlu olmama, bir şeyin yaratımına katılma ve kişinin kendi çabasına göre mükâfatlandırılması isteği olarak sıralanabilir.

Kadın girişimcilere göre, bu kişisel özellikler ve tutumlar başarılı girişimciler için ön gereksinim duyulan şeylerdir ve onlar bu özelliklere sahip olduklarını düşünmektedirler. Bu durum, varlığını sürdürebilen bir girişim yaratabilmiş olmalarının sebeplerinden birisidir.

Girişimcilerin özellikleri ve davranışlarıyla ilgili yapılan araştırmalarda kadın ve erkek girişimcilerin bireyselci olduğu açıkça görülmektedir. Bu teori bir işin oluşum aşamasındaki faaliyetler için doğru olsa da, ileriki dönemlerdeki (belli bir düzeyde gelişmiş, olgunlaşmış) girişimler için çok kesin değildir. İstedğini yapma özgürlüğüne sahip, tamamıyla özgür bir girişimci (kadın veya erkek) teorisi; müşterilerine, maliyecilere, tedarikçilere ve alacaklılara cevap vermek zorunda olan girişimci gerçeğiyle tamamıyla zıt

---

<sup>201</sup> Jalbert, a.g.m., ss. 22-23.

olmaktadır. Foley ve Green tarafından görüşülen bir girişimci, “*Bu firmayı bağımsız olmak için kurdum, hayatım boyunca pek çok insana minnettar kaldım.*” şeklinde belirtmiştir.<sup>202</sup>

Kadın ve erkekler bağımsız olma konusunda hemfikir olsalar da iki tarafın da bu durumdaki gerekçeleri farklıdır. Erkekler daha çok kendi geleceklerini kontrolleri altında tutma güdüsüyle hareket ederler; ki bu güdü çoğunlukla patronlarıyla anlaşamadıkları veya işleri kendilerinin daha iyi yönetebileceklerine dair inançları nedeniyle ortaya çıkmaktadır. Kadınlar ise, özgür olma ve başarıma güduları ve daha çok da yetenekli olmalarına rağmen ilerleme ve daha üst yönetim kadrolarına getirilmemeleri sonucu iş hayatında yaşadıkları hayal kırıklıkları neticesinde girişimciliği tercih etmektedirler.<sup>203</sup>

Ayrıca kadınlar cesaret, bağımsızlık, güç ve korkusuzluğa erkeklerden daha fazla değer vermektedirler<sup>204</sup>.

Birçok bilim adamı bu konuda araştırmalar yapmış ve benzer sonuçlara ulaşmışlardır. Örneğin; Taylor özgürlük arzusunun, erkeklerden daha ziyade başarılı kadın girişimcilerin bir özelliği olduğunu bulmuştur. Manning ve Haddock, 1996 yılında başarılı kadın girişimcilerle röportaj yapmıştır ve onların pratik hayalperestler, açık sözlü konuşmacılar, yetenekli işbirlikçiler ve arabulucular, usta şebekeçiler, katılımcı liderler, ilişki yöneticileri ve destekleyici takım kurucuları olduğunu keşfetmiştir. Hisrich ve Brush da kadınların iş kurmalarındaki en güçlü nedenlerin özgürlük, iş memnuniyeti ve başarı ihtiyaçları olduğunu ifade etmiştir.<sup>205</sup>

McClelland’ın teorisi, bir şeyler başarmaya çok fazla ihtiyacı olan bireylerin genellikle istediklerini girişimcilikte bulduklarını ve girişimciler olarak diğerlerinden çok daha başarılı olduklarını ileri sürmüştür<sup>206</sup>. Kadın girişimciler de içten gelen yüksek kontrol ve başarı isteği göstermektedirler; yüksek motivasyonlu ve kendi kendilerini yönetme

---

<sup>202</sup> Linda Wilson, “*Women Entrepreneurs: Individualism Versus Collectivism*”, (1998), s. 5.  
(<http://www.laurentian.ca/commerce/SBRG/98-5b.htm>)

<sup>203</sup> Arıkan, a.g.e., s. 293.

<sup>204</sup> Cheskin Research, “*Women Entrepreneurs Study*”, The Center for New Futures, (2000), s. 2.  
(<http://www.centerfornewfutures.com/survey.shtml>)

<sup>205</sup> Barr, a.g.m., ss. 34-35.

<sup>206</sup> Sarri ve Trihopoulou, a.g.m., ss. 31-32.

eğilimindedir. Kadınlar, kendilerine ve en yakın çevrelerine başarılı olabildiklerini, yaratıcı yeteneklerini ve var olan sonsuz imkânları kullanabildiklerini gösterme isteği ve onların kendilerinin yaptığını bildikleri bir şeyin büyüdüğünü görme dileğince motive edilmektedirler. Kadınlar genellikle başarılarını maddi düzeyde değil de ruhsal ve zihinsel düzeylerde ölçerler. Bu kadın iş sahiplerinin başarı ölçütlerini, bir girişimin başarısı ölçüleceğinde hem teoride hem de pratikte kullanılan geleneksel amaçlardan ayırmaktadır. Kadınlar ayrıca, inatçı ve dik başlıdırlar ve her şeyden önce yapmayı amaçladıkları şeyi başarabileceklerini kendilerine kanıtlamak istemektedirler. Fakat kısmen bunu kuşkucu ailelerine ve sermaye kaynaklarına da kanıtlamak istemektedirler.<sup>207</sup>

### 3.2.3. Risk Alma Eğilimi

Dictionary.com girişimciyi; organize eden, yürüten ve işini kaybetme riskini göze alan kişi olarak tanımlamaktadır<sup>208</sup>. Girişimci, cesur ve risk alabilen bir yapıda olmalıdır. Korkak davranan bir kişi hiçbir zaman “iyi bir girişimci” olamaz. Bu durum tabi ki kişinin hiç araştırma yapmadan risk alması anlamına gelmemektedir. İyi bir girişimci, girişim fikrini hayata geçirmeden önce bilinçli olarak ön araştırmalarını yapmalı, yurt içi ve yurt dışı örneklerini incelemeli, konusunda deneyimli insanlarla fikirlerini paylaşmalı ve onların tecrübelerinden yararlanmalıdır.

Kadın girişimcilerin, genelde erkeklerin etkili bulunduğu faaliyet alanlarında çalışma, örnek alacağı hemcinslerinin (rol modellerinin) az sayıda olması ve fon sağlamada karşı cinsleri ile karşılaştırıldığında daha çok güçlüklerle yüz yüze gelme gibi nedenlerle, erkek girişimcilere oranla baş etmek durumunda oldukları sorunları daha fazladır<sup>209</sup>. Bu nedenle kadın girişimciler için risk unsuru daha yüksek olmaktadır. Bunun yanında kadınlar, doğaları gereği, belli durum ve koşullarda karşı cinsleri kadar kendine güven, kendinden emin ve ısrarcı olma ve kendi kendini güdüleyebilme gibi özelliklerden de yoksun bulunabilmektedirler. Ayrıca kadın girişimcilerin genellikle işletmelerin kuruluşunda

<sup>207</sup> Kjeldsen ve Nielsen, a.g.e., s. 28.

<sup>208</sup> Olson, a.g.m., s. 5.

<sup>209</sup> Gürol, a.g.e., s. 225.

hazırlıklı olamadıkları ve bu nedenlerle de erkeklere nazaran daha fazla risk üstlenmek zorunda kaldıkları da araştırma sonuçlarına dayanmaktadır<sup>210</sup>.

Bütün bu olumsuz etkenlere karşın gelişmeler, kadınların gün geçtikçe girişimcilik alanında daha büyük mesafeler aldıklarını ve hizmet sektörü gibi bazı alanlarda erkeklere oranla daha başarılı olduklarını göstermektedir. Ertubey'in araştırmasının bulguları; kadın girişimcilerin kendilerini girişimci hareketler bakımından bir aracı olarak gördüklerini, %33'ünün yüksek riskler aldıklarını, kar değil de statülerine daha fazla önem verdiklerini ve toplumdaki olumlu imajlarını kaybetmek istemediklerini ortaya koymaktadır<sup>211</sup>. Gate Elektronik'in kurucusu Nuray Karalar, kadın girişimcilerin risk alma konusundaki yaklaşımını şöyle özetlemektedir<sup>212</sup>:

*“Girişimcilik, risk almaktır, taşın altına elinizi koyarak yenilik getirmek, istihdam yaratmaktır. Cesaretli, azimli, sabırlı, disiplinli, sorumluluk sahibi olmak gerekiyor. Yolun başında hedefi belirlemek ve hedefinizi gerçekleştirmek için sürekli çalışmak, çaba göstermek gerekiyor. Buradaki anahtar “Ben başarılı olacağım” demek, bunu kafanıza yerleştirmek ve kendine güvenmektir.”*

Girişimcilerin risk alma durumlarında genellikle ekonomik alanlardaki risklerden bahsedilmektedir. Bu nedenle Harwood girişimciyi “varlık riskinde payı olan, belirsiz bir parasal karda payı olan” kişi olarak tanımlamaktadır. Fakat kadın girişimciler üzerine yapılan araştırmalar farklı risk çeşitlerinin olduğunu da göstermektedir. Bunlar kişisel ve psikolojik risklerdir. Araştırmalar kadınların, özellikle işlerinin ilk günlerinde yoğun eleştiriye maruz kaldıklarını göstermektedir<sup>213</sup>. Kişisel ve profesyonel yönden bu maruz kalma duygusu kadın girişimcilerin hemen hemen hepsinde ortaya çıkmaktadır. Çoğu için bu, serbest mesleğin temel (zorlayan ve genellikle acı veren) bir yönüdür. Watkins&Watkins sonuç olarak, kadın girişimcilerin erkek girişimcilerden daha çok risk

<sup>210</sup> Kutanis, a.g.m., s. 2.

<sup>211</sup> Ufuk ve Özgen, a.g.m., s. 301.

<sup>212</sup> Insankaynaklari.com İçerik Ekibi, “Girişimcilerden Girişimcilere Tavsiyeler”, (2004), s. 2. (<http://www.kariyer.com/CN/ContentPrint.asp?BodyID=3390>)

<sup>213</sup> Eileen Green ve Laurie Cohen, “Women’s Business: Are Women Entrepreneurs Breaking New Ground or Simply Balancing the Demands of ‘Women’s Work’ in a New Way?”, *Journal of Gender Studies*, 4.3. (1995), s. 300.

aldığı karara varmıştır<sup>214</sup>. Watkins&Watkins'in bu yaklaşımına karşın farklı bir araştırmacı da kadınların çoğunluğunun en fazla kompetan oldukları alanlarda girişimde bulunduklarından, üstlenecekleri psikolojik, sosyal ve finansal risklerin de nispeten daha az olacağını belirtmiştir<sup>215</sup>.

Ekonomik Araştırma gazetesinde yayımlanan, Colorado Devlet Üniversitesi profesörleri Nancy Ammon Jianakoplos ve Alexandra Bernasek tarafından yapılan 1998 tarihli bir çalışmaya göre; bekâr kadınlar, bekâr erkeklere oranla mali kararlarda risk almayı çok fazla sevmemektedirler. Buna karşın Federal Rezerv tarafından yürütülen 2001 tarihli Tüketici Mali Durumu İncelemesi'ne katılan tüm kadınların % 14'ü, tüm erkeklerin %26'sıyla karşılaştırıldığında ortalamanın üstünde ya da önemli miktarda mali risk almaya razı olduklarını belirtmişlerdir.<sup>216</sup>

Masters ve Mein, özel bir durumda riski neyin ortaya çıkardığına katılımcıların verdiği şahsi anlamları göz önüne almalarına rağmen, kadınların girişimsel risk alma oranının yaklaşık erkeklerinki kadar yüksek bir oranda olduğunu ortaya çıkarmıştır. Sexton ve Bowman-Upton erkeklerle karşılaştırıldığında daha az enerjileri ve risk alma eğilimleri olsa da kadınların değişimi kabullenmeye daha istekli olduklarını ve bağımsızlığa daha fazla ihtiyaçları olduğunu bulmuştur.<sup>217</sup>

### 3.2.4. Yenilikçi Olma

İş kuran her birey girişimci değildir. Bakkal açan bir kişi risk alıp yeni bir işletme açmasına rağmen bir yenilik yapmamıştır. Girişimci, kendisinin veya başkasının yarattığı yenilikleri ekonomiye kazandırır<sup>218</sup>. En küçük bir yenilik dahi, üretim sürecinde iyileştirmeler ve üretkenlik artışları sağlayabilmektedir. Yeniliğin düzeyi arttıkça ekonomiye katkısı da büyümekte ve bir girişimcinin yaptıkları sonucu elde edilen başarı ya

<sup>214</sup> Green ve Cohen, a.g.m., s. 302.

<sup>215</sup> Gürol, a.g.e., ss. 240-241.

<sup>216</sup> Sullivan, a.g.m., ss. 1-2.

<sup>217</sup> Sara Carter, Susan Anderson ve Eleanor Shaw, "Women's Business Ownership: A Review of the Academic, Popular and Internet Literature", London: Report to the Small Business Service, (2001), s. 44. (<http://business.kingston.ac.uk/research/kbsbs/wombsbus.pdf>)

<sup>218</sup> Çetindamar, a.g.e., s. 18.

da başarısızlıklar diğer girişimcilere örnek olmakta, yol göstermektedir. Yenilikleri tasarlamak, farklılıkları yenmek ya da yeni risklere başlamak için yeni bir ürün ya da serviste, yeni yönetim biçimlerinden, yeni satış tekniklerine, yeni operasyonlarda ve yeni teknikler oluşturmada yaratıcı fikirler çok önemlidir<sup>219</sup>. Her tür yenilik, örgütün fonksiyonlarını ve kaynak dağılımlarını etkileyeceği ve iyileştireceği için önemlidir. Bununla birlikte, doğal olarak radikal yenilikler potansiyel olarak daha çok kazanç ya da toplumsal fayda getirecekleri için bu tür girişimcilik daha cazip olacaktır.

Girişimcilikte yenilikçi olma bu kadar önemli rol oynarken kadınlar girişimlerinde ne kadar yenilikçi olmaktadır? Yapılan çalışmalar kadınların küçük iş alanına girmesinin en belirgin nedeninin, karşılanmayan ihtiyaçların varlığını keşfetmeleri olduğunu ortaya koymaktadır. Varolan bir soruna çözüm bulurlar ve onu bir işe dönüştürürler. Bu durum, kadın girişimcilerin yenilik sergilemesini sağlamaktadır. Kadınların sahip olduğu işlerin erkeklerin sahip olduklarına göre daha çok yenilikçi olduğu söylenmektedir. Mulholland ve arkadaşlarına göre, kadınların sahip olduğu işlerin % 12'si şimdiki sahibi tarafından kurulmuştur, sadece % 27'si satın alınmıştır. Bu nedenle onlara oldukça sevimsiz gelen endüstriyel çevre içinde yeni ürünlerle küçük işler kurabilmeleri onlar için değerli bir şeydir. Bu durumda, kadınların çalışmak için fikirleri, araçları ve kaynakları vardır.<sup>220</sup>

Yenilikçi kadın girişimcilerin idolü sayılabilecek Feryal Menemenli'nin girişimciliği tercih etmesinin nedeni zengin olmak değil; yeni bir şeyler deneyerek, bir sektör yaratmaktır. “*Bitkisel*” yaşamı seçti ve 9 yıl boyunca gece gündüz bitkileri araştırdı. Anadolu'dan gelen insanların bir şeye iyi geldiğini söyleyerek getirdiği otları ve çiçekleri araştırırken “*Doğa*”nın temellerini de atmış oldu. O dönemde bitkisel ilaç ruhsatı olmadığından bir ayağı hep Ankara'daydı ve sonunda ruhsatı almayı başardı. Şimdi ilaçlar, çaylar, reçeller, müsliler, şekerler üretiyor. 100 kişinin çalıştığı şirket her yıl % 100 büyüyor; Almanya, Belçika, Hollanda ve Japonya'ya ihracat yapıyor. “*Başarı farklılık yaratmaktır*” diyor. O nedenle değişime ayak uydurmanın, trendleri takip etmenin ve farklılık yaratmanın şart olduğunu söylüyor.<sup>221</sup>

<sup>219</sup> Mirze, a.g.e., s. 40.

<sup>220</sup> Gelin, a.g.m., s. 4.

<sup>221</sup> Sonat Canıdar ve İnci Döndaş, “*Ojeli Patronlar*”, *Sabah*'la *Günaydın*, (2 Mayıs 2005), s. 4.

Schumpeter'in modeline göre yenilik, yeni üretim araçlarının yaratılmasıdır. Diğer araştırma bulguları, "yenilik"ın kadın girişimcilerin bağlamında aslında çok farklı bir anlamı olduğunu ortaya çıkarmaktadır. Onlar, böyle kadınların sadece genelden farklı kariyer seçimi yaptıkları için kadın girişimciler olduklarından, yenilikçi olduklarını iddia etmişlerdir. Kendi işlerini kurmada ve yürütmeye, geleneksel olarak kadınlara ayrılmış alanların dışına çıkmaktadırlar. Yeniliğin bu anlamı belki de en açık şekilde geleneksel olmayan iş sektörlerinde çalışan kadın iş sahiplerinin hikâyeleriyle örneklendirilebilir. Örneğin; bir mühendislik firmasının kontrol müdürü, karlı bir seyahat işinin sahibi ve işçi seçmek için mühendislik alanında çok az ihtisas yapan bir işçi alma danışmanı. Bu kadınlar, ürünleri veya çalışma alışkanlıkları açısından kendilerini yenilikçi olarak görmeseler de, açıkça gelenek yıkıcıdır. Geleneksel olarak erkeklere özgü sektörde iş sahibi olarak, geleneklere meydan okumakta, var olan normların dışına çıkmakta ve yeni fırsatlar keşfetmektedirler.<sup>222</sup>

Yenilik, girişimciler açısından işletmenin ekonomik ve sosyal potansiyelinde belirli amaçlara odaklanmış değişimler yaratma faaliyetlerini kapsamaktadır. Girişimci kadınlar da, her türlü yeniliğe ve öğrenmeye açık, meraklı ve güçlü insanlardır; her zaman yeni fırsatlar aramaktadırlar<sup>223</sup>. Araştırmacılar kadın iş sahiplerini; yaratıcılıklarını arttıran, yeni fikirler ve bir şeyler yapma yolları üreten ve belli başlı kendilerine özgü özelliklere sahip kişiler olarak tanımlamaktadırlar<sup>224</sup>.

Kendi girişimlerini yaratmak söz konusu olunca, kadınların başka amaçları ve fikirleri vardır. Bu fikirlerini yaşamlarının her alanında büyük bir ustalıkla kullanmaktadırlar. Hangi sosyal sınıftan olursa olsun, kadınlar geleneksel olarak en temel "işletme" olan evlerinin idaresini üstlenen ve çoğu durumda kısıtlanarak ailenin günden güne idamesini sağlayan türlü yeniliklerin yaratıcısıdır<sup>225</sup>. Bunlar ekonomik değeri olmayan, kadınların "doğal" görevlerindendir.

<sup>222</sup> Green ve Cohen, a.g.m., ss. 299-300.

<sup>223</sup> Arıkan, a.g.e., ss. 49-50.

<sup>224</sup> Jalbert, a.g.m., s. 31.

<sup>225</sup> Gürol, a.g.e., ss. 224-225.

### 3.2.5. Belirsizliğe Tolerans

Girişimcilik, yeni ve bilinmeyen bilginin yaratılması sürecidir<sup>226</sup>. Girişimcinin izleyeceği değişmez bir kurallar dizisi yoktur, o her zaman detaylı düşünmek ve belirsizlik ortamında hızlı kararlar alarak uygulamaya geçmek zorundadır. Çünkü onun yaptığı temel olarak yenidir ve yeni yapılan şeylerin sonuçları da daima belirsizdir.

Girişimcilere göre başarı, başarısızlığın; kar da, zararın kardeşidir. Yapılan girişimin sonucu olumlu da olabilir, olumsuz da; önemli olan kişinin yaptığı işe güvenmesi ve oluşabilecek belirsizliklere tahammül gösterebilmesidir. Eğer kadın girişimciler de; fikirlerine ve yeniliklerine inanıyorsa, kayıplara ve aksiliklere karşı toleranslı olmalı; bir kaybedişle karşılaştığında hayal kırıklığına uğramamalıdır. Bisikletin pedalını devamlı çevirmelidir, bazen yavaşça yukarıya doğru, fakat pedalları devamlı çevirmelidir<sup>227</sup>.

Yeni bir işe başlamak risklidir ve çoğunlukla başarısızlıkla sonuçlanabilir. Şirketlerin başarısız olması girişimcilerin de başarısız olduğu anlamına gelmemektedir. Birçok yenilik uzun süren birden fazla deneme sonunda başarıya ulaşmaktadır. Ayrıca, başarısızlıklar, yenilgiler girişimciler için öğrenme olanağıdır, bu yolla yeteneklerini ve fikirlerini geliştirebilirler.<sup>228</sup>

### 3.2.6. Kendine Güven

Bireyler yeni bir girişime kalkışırken yapacakları işten ziyade kendilerine de güvenmelidirler. Kişinin kendine güveni diğer insanları da pozitif etkilemekte ve teşebbüsleri başarıyla sonuçlanabilmektedir. Yapılan araştırmalar, kadınların cesur bir adım atmaktan ve bunun yapılabileceğini; kendilerine ve en yakın ailelerine kanıtlamaktan çok gurur duyduklarını ortaya çıkarmıştır<sup>229</sup>. Bunun yanında kadın girişimcilerin özellikle firma sahipliği ile tatmin düzeylerinin ve kendine güvenlerinin arttığı saptanmıştır<sup>230</sup>.

<sup>226</sup> Hisrich ve Peters, a.g.e., s. 67.

<sup>227</sup> Mirze, a.g.e., ss. 40-41.

<sup>228</sup> Çetindamar, a.g.e., ss. 38-39.

<sup>229</sup> Kjeldsen ve Nielsen, a.g.e., s. 19.

<sup>230</sup> Kutanis, a.g.m., s. 2.

Girişim konusunda kadınları motive eden temel unsur, genelde iş yerlerinde karşılaştıkları “cam tavan” etkisinden kaynaklanan kendini gerçekleştirme duygusudur<sup>231</sup>. Kadınlar cam tavanla karşılaştıklarında kendilerine olan güvenlerini yitirmekte ve kişisel tatminlerini sağlayamamaktadırlar. Kendini tatmin etme ve güvenlerini geri kazanma gibi sebepler ve aile üzerine odaklanmış kişisel amaçları gerçekleştirmenin bir yolu olarak girişimci olmaya karar vermektedirler.

Dhillon ve Mahlotra tarafından yapılan çalışma sonuçlarına göre kadın girişimcilerin problemleriyle başa çıkma konusunda kendine güvendiği görülmüştür. Ayrıca kadınların kendi girişimlerini başlatmaları oldukça olasıdır; çünkü artık girişimci fikirleri uygulama veya çalışanları için yaptıkları şeyleri kendileri için de yapma fırsatları olduğunun farkına varmışlardır.<sup>232</sup>

### 3.2.7. Diğer Özellikler

Kadın girişimciler tarafından kurulan işletmelerin sayısındaki belirgin artış, özellikler kuramı dışında gelişen farklı nedenlere de bağlı olmaktadır. Bunlar kısaca aşağıdaki şekilde özetlenebilir:

**Sosyo-Kültürel Değişim :** Sosyo-kültürel altyapıdaki değişim sonucu günümüzde çok sayıda kadının işgücüne katılmış olması ve öğrenim düzeylerindeki belirgin artış; kadınların girişimciliği tercih etmelerinde önemli rol oynamaktadır<sup>233</sup>.

**İşten Çıkarılma Korkusu :** Orta yönetim kadrolarında bulunan kadınların çalıştıkları şirketlerde personel azaltma politikası izlemesi endişesi taşımaları ve bir gün işlerini kaybedebilecekleri düşüncesi, onları kendi kendilerinin patronu olmayı arzulamalarına neden olmaktadır.<sup>234</sup>

<sup>231</sup> Gürol, a.g.e., s. 241.

<sup>232</sup> Advancing Women, “Entrepreneurial Ideas Motivate Women to Start Business”, (1998), s. 1. ([http://www.advancingwomen.com/wk\\_entrepath.html](http://www.advancingwomen.com/wk_entrepath.html))

<sup>233</sup> Gürol, a.g.e., s. 242.

<sup>234</sup> Arıkan, a.g.e., ss. 276-277.

**Rol-Model :** Kadınların girişimciliği tercih etmesindeki nedenlerden biri de başarılı kadın girişimci sayısının artması ile kadınları bu konuda motive eden rol modellerinin çoğalması gösterilebilir. Hisrich ve Peters, Amerika Birleşik Devletleri örneğinde, kendi işini kuran bir erkeğe karşılık aynı başarıyı gösteren üç kadının bulunduğunu belirtmektedir<sup>235</sup>. Afrikalı ve Amerikalı kadınlar girişimci olmak için rol modellerini örnek almaktadırlar<sup>236</sup>. Çünkü girişimcilik yetkinliği deneyim ile öğrenilebilir ve geliştirilebilir. Canlı bir örneğin, rol modelin varlığı girişimciliğin gelişmesinde önemlidir. İş, rol ve kişilerle ilgili deneyimler girişimciye, bir işe nasıl başlanacağı, yönetileceği ve büyütüleceğini öğrenme fırsatı vermektedir.

**Cam Tavan :** Literatürde “cam tavan” (glass ceiling) olarak adlandırılan durum; kadınların işletmelerde ancak belli bir yere kadar yükselebilecekleri düşüncesinin geçerli olması, yani iş dünyasının hala erkeklerin egemenliği altında bulunmasıdır<sup>237</sup>. Kadınlar bir erkek ortamında çalışırken “erkek değerleriyle” rahat edemediklerinden, sadece erkeklerin terfi etmesinden kaynaklanan öfke, kariyer yönünden yavaş ilerlemeleri ve kariyer yönündeki beklentilerinin karşılanmamasından kaynaklanan memnuniyetsizlikten dolayı küçük bir iş kurmaktadırlar<sup>238</sup>. Çalıştıkları şirketlerde görünmeyen engeller yüzünden yükselemeyen kadınlar ki –bu % 23’lük bir paya sahip- kendi işlerini kurmayı tercih etmektedirler<sup>239</sup>.

**Cinsiyete Dayalı Ayrımcılık :** Kadınların hem işe girerken, hem de çalışırken karşılaştıkları cinsiyete dayalı ayrımcılık, kadının çalışma yaşamında önemli bir engel olmaktadır. Belli iş ve mesleklere kadınların kabul edilmemesi, görev dağılımında adil davranılmaması, yönetici düzeyindeki kadın sayısının azlığı, ekonomik kriz dönemlerinde kadınların öncelikle işten çıkartılmaları, kadın çalışan ücretlerinin düşük tutulması başlıca ayrımcılık örnekleridir. Kadının İstihdam ve girişimcilik konularında karşısına çıkan başlıca engellerden birisi de, kağıt üzerinde olmamakla birlikte uygulamada

<sup>235</sup> Gürol, a.g.e., s. 230.

<sup>236</sup> T. Shawn Taylor, “Leaps of Faith”, *Academic Search Premier*, 35.11. (2005), s. 1.

<sup>237</sup> Arıkan, a.g.e., ss. 276-277.

<sup>238</sup> Gelin, a.g.m., s. 8.

<sup>239</sup> Kisiselbasari.com İçerik Ekibi, “İş Dünyasının Yükselen Yıldızları ‘Kadınlar’”, (2004), s. 1. (<http://www.kisiselbasari.com/news.asp?action=Read&hid=39>)

gerçekleşmemiş bulunan kadın-erkek eşitliğidir<sup>240</sup>. Cinsel taciz de kadınların işlerini bırakma nedenlerinden birisidir<sup>241</sup>.

**Çocuk Bakımı :** Çocuk bakımı masrafı düşüncesi ve ebeveyn katılımının eksikliğinin üstesinden gelmek için küçük çocuğu olan kadınlar genellikle serbest işlerde çalışmayı tercih etmektedirler. Çocuk bakımı masrafı annenin olası maaşına göre ne kadar büyük olursa, kadının ev dışında iş arama ihtimali o kadar az olmaktadır. Serbest çalışma birçok kadına çalışma saatlerinde, çocuk bakımında ve ev işlerinde esneklik sağlamaktadır. Bir çok araştırma küçük çocuk sahibi olmayla serbest çalışma arasında pozitif bir ilişki olduğunu ortaya koymaktadır.

Esnek çalışma saatleri ve yeri ile serbest çalışmanın, çocuk bakımı ihtiyaçlarını daha kolay karşılamayı sağlayacağı iddia edilmektedir. Bu nedenle eğer serbest çalışmadan beklenen kazanç, normal çalışmayla kazanılan maaşı geçerek çocuk bakımı masraflarını azaltırsa, kadınlar muhtemelen serbest çalışmayı tercih edeceklerdir. Diğer yazarların iddiası ise girişimcilik değeri gibi serbest çalışıyor olmanın verdiği bağımsızlıktan gelen, maddi olmayan faydalar da vardır ve bu da serbest iş arama kararını etkilemektedir. Özellikle çocukları yüzünden esnek bir çalışma programına sahip olmak isteyen kadınlar (% 46) çareyi kendi işlerini kurmakta bulurlar.<sup>242</sup>

**İyi İletişim Kurma :** Kadınlar işlerine güçlü insan ilişkileri getirmektedirler. Bu nedenle kadın girişimcilerin en önemli özelliklerinden biri de iyi iletişim kurma yetenekleridir. Empati kapasitesi, yani, bir duruma bir diğer insanın bakış açısından bakabilme yeteneğine sahiptirler<sup>243</sup>. Ne söylendiğinin yanında ne söylenmediğini de algılayabilecek yetenekte aktif ve dikkatli birer dinleyicidirler. Kadın girişimcilerin müşterileri ve çalışanları ile iyi

<sup>240</sup> Muriel Orhan ve Don Scott, "Why Women Enter into Entrepreneurship: An Explanatory Model", **Women in Management Review**, 16.5. (2001), s. 233.

<sup>241</sup> İpek İlkaran, "Kentli Kadınlar ve Çalışma Yaşamı", **Bilanço 98: 75 Yılda Kadınlar ve Erkekler**, (1998), ss. 3-4.

<sup>242</sup> Femida Handy ve Shree Ranade, "Entrepreneurs in the Nonprofit Sector: A Study of Women Entrepreneurs of NGOs in India", (2000), s. 5. ([www.istr.org/conferences/dublin/workingpapers/handy.pdf](http://www.istr.org/conferences/dublin/workingpapers/handy.pdf))

<sup>243</sup> Starcher, a.g.m., s. 6.

bir etkileşim içinde oldukları için firmalarının performansının yüksekliğini sağlayabilme ihtimallerinin yüksek olabileceği de düşünülmektedir<sup>244</sup>.

### 3.3. KADIN GİRİŞİMCİLERİN FARKLI ÖZELLİKLERİ

Girişimcileri belli bir profile sokmak pek mümkün olmamaktadır. Çünkü hepsi çeşitli eğitim geçmişine, çeşitli aile yapılarına ve iş tecrübelerine sahiptir. Bir hemşire, sekreter, pazarlamacı, makinist, mimar, mühendis ve yönetici, potansiyel birer girişimcidir<sup>245</sup>. Bunlar erkek ya da kadın olabilir. Tipik girişimci karakteristiklerinin ve geçmişlerinin farklı olmasına rağmen, girişimcilerin genel profillerine bakıldığında aralarında çok önemli farklılıklar olmadığını görülmektedir<sup>246</sup>. Gerçek, olması gereken girişimci profili şöyledir denemez.

Yapılan bir çalışmada yaş, eğitim ve medeni durumlardaki benzerliklere rağmen, ekonomik gereksinim ve tanınmanın kadınlar için erkeklere oranla kayda değer bir şekilde daha önemli olduğu vurgulanmaktadır. Kadınlar ayrıca kendilerini insan ilişkilerinde, sözlü sunum ve motivasyonda daha iyi olarak değerlendirmişlerdir. Bunun yanında, kadınlar erkeklere oranla borçlanmaya daha az uygun olduklarını belirtmişlerdir.<sup>247</sup>

Kalleberg ve Leicht, yaptıkları çalışmada değişik endüstrilerde bulunan küçük işletmelerin başarılarını, yöneticilerinin kadın ve erkek oluşuna göre karşılaştırmışlardır. Kadın girişimcilerin sahip olduğu işletmelerin literatürde birçok dezavantajının olduğuna (örneğin; tecrübe eksikliği, aile rolleri, zayıf iş bağlantıları vs nedeniyle) inancın yüksek olmasına rağmen, bu işletmelerin erkeklerin sahip olduğu işletmelere göre daha az başarılı olmadıkları ortaya çıkmıştır<sup>248</sup>. OECD'nin 1993'deki araştırmasına göre ise bazı eski Doğu

<sup>244</sup> Kutanis, a.g.m., s. 2.

<sup>245</sup> Hisrich ve Peters, a.g.e., s. 66.

<sup>246</sup> Vladimir Pavlov, "Characteristics of Entrepreneurs", (2000), s. 1.

([http://archive.1september.ru/eng/2000/no23\\_1.htm](http://archive.1september.ru/eng/2000/no23_1.htm))

<sup>247</sup> Richard DeMartino ve Robert Barbato, "Gender Differences Among MBA Entrepreneurs", (2001), s. 3.

([www.usasbe.org/knowledge/proceedings/2001/018.pdf](http://www.usasbe.org/knowledge/proceedings/2001/018.pdf))

<sup>248</sup> Arkan, a.g.e., ss. 286-287.

Avrupa ülkelerinde kadınların düşük eğitim seviyesine ve az teknik bilgiye sahip olmaları; onların girişimcilik çabalarında başarılı olmalarını engellemektedir<sup>249</sup>.

Erkekler genelde girişimciliği bir iş kararı olarak görürken, birçok kadın ailesine ve kariyer ihtiyaçlarına entegre bir yaşam seçimi olarak görmektedirler. Barbara Noble, 1986'da kadın girişimciler ile ilgili raporunda bu durumu şöyle özetlemiştir<sup>250</sup>: "Girişimci olmak, bir erkek için bir iş stratejisi fakat bir kadın için hayat stratejisidir.". Dolayısıyla kadın girişimciler, girişimlerinde kişisel beklentileri, erkek girişimciler ise ekonomik beklentileri ön planda tutmaktadır. Kadınların öncelikle özgürlük ihtiyacı, daha sonra esneklik ihtiyacı ve üçüncü olarak da para gelmektedir<sup>251</sup>. Kadınlardan hala işte olduğu gibi aileleri için de anne sorumluluğu üstlenmeleri beklenmektedir. Bu sebeple, kadınların zamanla yarışarak sürekli kendilerini adapte etmeye ve her iki şeyi de birlikte başarıyla idare etmek için çok düzenli olmaya ihtiyaçları vardır.

Birçok araştırma, girişimcilikte kadın ve erkeğin motivasyonlarının, yönetim stillerinin, performans tanımlarının, iş memnuniyetlerinin ve destek kullanımlarının farklı olduğunu göstermektedir. Buna karşılık kadın ve erkek girişimcilerin temel demografik özellikleri benzer niteliktedir. Örneğin, her iki grup da ailelerinin ilk çocuklarıdır ve yüksek öğrenim sahibidirler. Ancak bunların yanı sıra, ilk işlerini kuran kadın girişimciler erkeklere göre biraz daha yaşlıdır (35-45'e karşı 25-35). Her iki grup da yüksek öğrenim mezunu olmalarına karşın kadınlar daha çok edebiyatla ilgili alanlardan mezunken, erkekler daha çok işletme ve mühendislik mezunlarıdır.<sup>252</sup>

Bowen ve Hisrich, kadın girişimcilerin özelliklerini araştırmış ve onların;

1. İşletme konusunda olmasa da genel olarak iyi bir eğitime sahip olduklarını,
2. Kontrol alanlarının yüksek olduğunu,
3. Diğer kadınlara göre daha erkeksi veya değerlerinde daha kararlı olduklarını,
4. Büyük olasılıkla girişimci bir babaya sahip olduklarını,

<sup>249</sup> Robert D. Hisrich ve Gyula Fülöp, "Women Entrepreneurs in Family Business: The Hungarian Case", *Family Business Review*, 10.3. (1997), s. 283.

<sup>250</sup> E. Holly Buttner, "Female Entrepreneurs: How Far Have They Come?", *Business Horizons*, 36.2. (1993), s. 60.

<sup>251</sup> Gelin, a.g.m., s. 9.

<sup>252</sup> Arıkan, a.g.e., ss. 293-294.

5. Büyük olasılıkla ailenin ilk veya tek çocuğu olduklarını,
  6. Erkek egemenliğinin olduğu alanlara daha az rağbet ettiklerini,
  7. Çoğunlukla evli olduklarını,
  8. Nadiren büyük bir işletmeye sahip olduklarını ve
  9. İş konusunda eğitime ihtiyaç duyduklarını
- ortaya koymuşlardır<sup>253</sup>.

### 3.3.1. Ailesel Çevre

Girişimcilerin aile ortamını ele alan başlıca araştırma konuları; doğum sırası, ebeveynin işleri ve sosyal statüleri, ve ebeveynlerle ilişkileri içermektedir. Kadın girişimcilerin “aile geçmişleri” birçok yönden benzer nitelikler göstermektedir. Bu grubun çoğunluğu, babanın serbest meslek sahibi olduğu orta veya orta-üstü ailelerin ilk çocukları olup, genelde kişilik olarak babaları ile özdeşleşmiş, ancak anneleri ile de yakın ilişkiler içinde bulunmuş kişilerdir.<sup>254</sup>

Birçok araştırmada ilk doğan çocukların erken yaşlarda iddiacı ve bağımsız olma özellikleri kazanmaları sonucu, serbest meslek sahibi olmaya daha yatkın oldukları bulunmuştur. Örneğin, 408 kadın girişimcinin yer aldığı ulusal bir örnekte, Hisrich ve Brush %50'lik dilimin ilk çocuk olduğunu bulmuştur<sup>255</sup>. Bu karakteristikler, genelde, kadın ve erkek girişimciler için benzer ve değişmez niteliklerdir<sup>256</sup>.

Girişimcilik kültürünün oluşmasında aile yapısının ve ebeveynlerin mesleklerinin de etkisi büyüktür. Aile ortamında ortaya çıkan bireyin sosyalleşme yolu, sosyal normların aktarımına, dille ve eğitimle ilgili gayelere ve kariyer tercihinin şekillenmesine, gözleme dayalı öğrenme ve modelleme yoluyla olanak vermektedir<sup>257</sup>. Çocuğun aile içinde aldığı eğitim ve görgü onu yaşamı boyunca etkileyebilmektedir. Yapılan araştırmalar, kişilerin doğumundan itibaren en çok babasından ve aile bireylerinden etkilendiğini ortaya

<sup>253</sup> Arıkan, a.g.e., ss. 284-286.

<sup>254</sup> Gürol, a.g.e., s. 229.

<sup>255</sup> Hisrich ve Peters, a.g.e. s. 69.

<sup>256</sup> Gürol, a.g.e., s. 229.

<sup>257</sup> Hisrich ve Fülöp, a.g.m., s. 287.

koymaktadır<sup>258</sup>. Serbest mesleği olan bir babaya sahip olmak, girişimci için güçlü bir esin kaynağıdır. Baba tarafından örnek olan serbest mesleğin bağımsız yapısı, esnekliliği ve güçlülük duygusu kişinin geçmişinde köklenmeye başlamaktadır. Bir girişimci bu etkiyi “Babam başladığı tehlikeli girişime öylesine kapılmıştı ve güçlü bir örnek oluşturunuyordu ki hiçbir zaman başkası için çalışmadım.” şeklinde ifade etmiştir<sup>259</sup>. Ailede girişimci ruha sahip bir kişinin olması dolayısıyla çocuğun da girişimci olması yolunda etkili olmaktadır.

Scherer’in çalışma grubu tarafından 1989 yılında yapılan araştırma; girişimcilerin ebeveynlerinin örnek alınması yoluyla gözleme dayalı öğrenmeyi, girişimcilik eğitimi arzusunu ve girişimcilik kariyeri yönündeki beklentiyi arttırdığını saptamıştır. Bu çalışma bunun yanında bireylerin ebeveynlerinin girişimcilik rolünü üstlenmesinin bazen fazla etkili olduğunu ve örnek kişiler olmadan bireylerin dikkat çekici farklılıkları olmadığını tespit etmiştir. Benzer olarak Kanada’da yapılan çalışmalar da kadın girişimcilerin % 33’ünün babalarının da girişimci olduklarını ortaya koymaktadır.<sup>260</sup>

Ebeveynin, çocukla olan etrafıca ilişkisi bir bireyin girişimci olma isteğinin oluşmasında önemli etkenlerden biridir. Girişimcilerin ebeveynleri destek olmalı; bağımsızlık, başarı ve sorumluluk alma konularında onları cesaretlendirmelidir. Ebeveynin (özellikle babanın) bu destek veren ilişkisi kadın girişimciler için en önemli etkidir. Kadın girişimciler, genelde çocuk odaklı bir ailede yetişen ve kişilik olarak babalarına benzer olma eğiliminde olan, orta ve yüksek sınıf bir çevrede yetişmiş kişilerdir<sup>261</sup>. Yani ailenin sosyal yapı içindeki yeri, çocuklarının kariyerlerinin seçiminde etkili olmaktadır. Sosyal yapı içindeki yer, ailenin çocuklarını yetiştirmeleri ve onları geleceğe hazırlamaları için gerekli finansal kaynaklara ulaşma derecelerini belirlemektedir. Ayrıca ailenin değer yönelimi, çocuk yetiştirme tarzı, çocuk sayısı, ebeveynlerin otoriter veya eşitlikçi olmaları gibi öğeler de çocukların sosyalleşme sürecini, buna bağlı olarak da sonraki hayatlarını etkilemektedir<sup>262</sup>.

<sup>258</sup> Girginer ve Uçkun, a.g.m., ss. 785-786.

<sup>259</sup> Hisrich ve Peters, a.g.e. s. 69.

<sup>260</sup> Hisrich ve Fülöp, a.g.m., s. 284.

<sup>261</sup> Hisrich ve Peters, a.g.e. s. 69.

<sup>262</sup> Erdoğmuş, a.g.m., s. 4.

Kadın girişimcileri sadece yetiştikleri aile ortamı ve sosyal çevre değil, yetişkin iken yaşadığı çevre de etkilemektedir. Örneğin, evli olma ve bir aile ortamı içerisinde bulunmanın gerek finansal ve gerekse duygusal yönden verdiği güven duygusu onları girişimcilik yönünde tetiklemektedir<sup>263</sup>. 2004 yılında Kagider üyesi kadın girişimciler ile yapılan bir röportajda Türkiye'deki kadın girişimcilerin % 69'unun evli, % 4'ünün boşanmış ve % 21'inin de hiç evlenmemiş olduğu belirtilmektedir<sup>264</sup>. % 69 ile büyük bir orana sahip olan evli kadın girişimciler, aile içindeki rolleri gereği işlerinde, hem toplum hem de aileleri tarafından sınırlanmaktadırlar. Kadınların büyük çoğunluğundan ev halkını idare etmeleri ve aile içinde başrolü üstlenmeleri beklenmektedir. İsveç'te kadınlar girişimlerinde diğer aile üyelerinden erkeklerinkiyle aynı derecede destek almamaktayken, Avustralya'da iş faaliyetleriyle uğraşmaya bakmaksızın, kadınların ev içi geçim ve bakım görevlerini yerine getirmeleri çok daha muhtemeldir<sup>265</sup>.

Kadınlar ve onların aile içindeki rolü yönündeki beklentiler zaman bölünmelerine, kariyerlerine ara vermeye ve girişimsel çabalarında genellikle daha düşük başarı beklentilerine maruz kalarak, kendilerini tüm gün işlerine adanmalarına daha az fırsatları olduğu anlamına gelmektedir. Bu nedenle kadın girişimciler genellikle eşleriyle ortak girişimlerde bulunmakta veya aile şirketlerinde çalışmaktadırlar<sup>266</sup>.

### 3.3.2. Eğitim

Eğitim, her kuşağa, geçmişin bilgi ve deneyimlerini düzenli bir şekilde aktarma ya da kazandırma işidir. Geliştirme ise, insanın toplum içindeki yerini, rolünü daha iyi görebilmesi ve yapabilmesi için kendini yetiştirmesi ve eğitim almasıdır. Her ne kadar kişilerin kendi işlerini kurmaları için formal bir eğitim almış olmaları gerekmemekte ise de, özellikle girişimcilik ve yönetim bilimleri alanlarında eğitim görülmüş olunması büyük bir avantaj niteliğindedir<sup>267</sup>.

<sup>263</sup> Gürol, a.g.e., s. 229.

<sup>264</sup> Eylem Türk, “‘Ben Bilmem, Kocam Bilir’ Demeyen Kadınların Derneği”, (2004), s. 2. (<http://www.milliyet.com/2004/06/14/business/abus.html>)

<sup>265</sup> Birley ve Muzyka, a.g.e., s. 16.

<sup>266</sup> Kutanis, a.g.m., s. 2.

<sup>267</sup> Gürol, a.g.e., ss. 229-230.

Eğitim, kişilere sadece teknik bilgi sağlamada değil, girişimcilerin karşılaştığı zorluklarla baş etmelerinde de yardımcı bir role sahip olmasından dolayı girişimcinin yetiştirilmesinde çok önemli bir role sahiptir. Örneğin girişimcilerin eğitim düzeyi onların belirsizliğe toleransları ve risk alma oranlarında etkili olmaktadır. Yapılan bir araştırma sonucuna göre lise ve altı düzeyde eğitime sahip girişimcilerin ikili rekabet durumunda belirsizliğe toleransları azalırken, risk alma eğilimleri güçlenmektedir<sup>268</sup>.

Eğitim özellikle kadınların iş hayatına atılmalarında büyük bir öneme sahiptir. Eğitim düzeyleri yükselen kadınlar daha bilinçlenmekte ve kendilerine ve ailelerine daha faydalı olmak istemektedirler. Doğramacı yaptığı çalışmalarında, kadının öğrenim düzeyinin yükseldikçe ücretli ve nitelikli işlerde çalışması olasılığının da arttığını belirtmektedir<sup>269</sup>. Türkiye’de 1930’lu yılların başlarında gittikçe artan sayıda kadın, büyüyen işgücünün önemli bir bölümünü oluşturmuştur.

Son yıllarda yapılan birçok araştırma, günümüz kadın girişimcilerinin %70’inin üniversite mezunu ve en popüler üniversite alanlarının ise İngilizce, psikoloji, eğitim ve sosyoloji olduğunu göstermektedir<sup>270</sup>. Çok azı mühendislik, bilim ve matematikte dereceye sahiptir. Yani erkeklerin daha çok teknik veya işletmecilik ile ilgili alanlarda öğrenim almış olmalarına karşın, kadınlar genelde liberal sanatlar alanında öğrenim görmüşlerdir<sup>271</sup>. Fakat değişen ekonomik ve sosyal koşullar karşısında hem erkek hem kadın girişimciler finans, stratejik planlama, pazarlama (özellikle dağıtım) ve yönetim alanlarında eğitim alma gereği duymaktadırlar<sup>272</sup>. Çünkü insanlarla ilgilenme ile yazılı ve sözlü anlatımda tam olarak iletişim kurabilme yeteneği, herhangi bir girişimcilik faaliyeti için önemlidir.

Gelişmiş olan ülkelerin çoğunda kadın girişimciler genelde üst öğrenim görmüş kişilerdir ve içlerinde lisansüstü derecesine sahip olanların sayısı da azımsanamayacak düzeydedir. Bunun yanında bu kişilerin başta babaları olmak üzere ebeveyn ve eşleri de iyi eğitim almış kişilerdir.<sup>273</sup> 2000 yılında Mattis tarafından Amerika Birleşik Devletleri’nde

<sup>268</sup> Erdem, a.g.m., s. 55.

<sup>269</sup> Gürol, ss. 229-230.

<sup>270</sup> Hisrich ve Peters, a.g.e. s. 70.

<sup>271</sup> Gürol, a.g.e., s. 242.

<sup>272</sup> Hisrich ve Peters, a.g.e. s. 70.

<sup>273</sup> Gürol, a.g.e., ss. 229-230.

yapılan en son çalışmanın neticesi olan Tablo 7, girişimciliğe başlayan kadınların gittikçe daha nitelikli olduklarını göstermektedir.

Tablo 7. 1986 ve 1996’da Amerikalı Kadın Girişimcilerin Eğitim Durumu

|                                                                        |
|------------------------------------------------------------------------|
| <b>1986’daki Kadın Girişimciler</b>                                    |
| %22’si lise eğitimi almış                                              |
| %59’u 4 yıla kadar yüksek okul ya da mesleki yetiştirme eğitimi almış  |
| %19’u üniversiteden mezun olmuş                                        |
| %7’si MBA’e sahip                                                      |
|                                                                        |
| <b>1996’daki Kadın Girişimciler</b>                                    |
| %36’sı 4 yıla kadar yüksek okul ya da mesleki yetiştirme eğitimi almış |
| %31’inin MBA’i var                                                     |
| %33’ü mastır ya da doktora yapmış                                      |

Kaynak: J. A. Dawe ve diğerleri, *Women’s Economic Growth in Heywood, Middleton and Rochdale*, UMIST Working Paper, 1999, ss. 11-12. <http://info.sm.umist.ac.uk/wp/Papers/wp0104.htm>

Girişimcilik, doğuştan gelen bazı özellikler ile bunların aile veya çevre faktörleriyle şekillenmesi sonucu oluşmaktadır<sup>274</sup>. Bunun anlamı girişimciliğin eğitim yoluyla geliştirilebilmesi demektir. Girişimci olmayı düşünen kişi önce kendini değerlendirerek sahip olduğu özellikleri belirlemeli, sonra da bu özelliklerin girişimciliğe uygun olup olmadığına bakmalıdır. Elde ettiği sonuca göre nasıl bir eğitim alacağını belirlemelidir. Sonrasında girişimciler aldıkları erle kendilerini ne kadar geliştirebildiklerini, yeni beceriler kazanıp kazanmadıklarını, gerçekten değişmek ve öğrenmek isteyip istemediklerini sorgulamalıdır<sup>275</sup>. Sadece yeni beceriler elde etmeyi isteyen, yeniliklere meydan okuyan girişimciler, işletmesini ilerilere taşıyabilirler.

### 3.3.3. Kişisel Değerler

Kadın girişimcilerin genellikle olağanüstü enerjileri vardır. Çoğunlukla etkinlik odaklıdırlar ve bir şeyleri başarma duygusundan çok büyük haz almaktadırlar. Bu,

<sup>274</sup> Erdoğan, a.g.e., s. 24.

<sup>275</sup> Erdoğan, a.g.e., s. 32.

girişimcilerin yüksek enerjilerinin bir şeyi önceden yapıldığından daha iyi, son derece iyi yapma gibi manevi zorunluluğundan kaynaklanmaktadır. Problem çözme kadın girişimci için manevi bir zorunluluk; yeni hayatının bir nedenidir. Eğer bu durum, haftada yüz saat çalışmayı gerektiriyorsa, kadın ya da erkek girişimci yüz saat harcayacaktır.<sup>276</sup>

Erkek girişimciler iş hayatında işin getirisi ve maddi çıkarlara ağırlık vermelerine karşın, kadın girişimci için, kar faktörü birincil öneme sahip olmamaktadır. Onlar kar yerine problem çözmeye ve derman olmaya çabalamaktadırlar. Büyük bir sosyal, tıbbi veya endüstriyel problemi çözerek özgürlük ve haz kazanırlar. Bu konuda hazırlanan Avon raporunda, kadınların işlerini kurmalarındaki esas amacın kendilerini gerçekleştirmek olduğu, para kazanma unsuruna çok daha geri planda yer verildiği şeklinde benzer sonuçlara varılmıştır. Raporda, konu hakkında görüşleri alınan 319 kadından sadece 12'si kar amacını ön planda tutmuşlardır<sup>277</sup>.

Toplumsal değerlerden kaynaklanan “evin geçimini erkeklerin sağlaması” olgusu kadının değer yargılarında doğal olarak farklılık yaratmaktadır. 35 erkek ve 34 kadın girişimci üzerinde yapılan araştırma sonuçları, kadınların daha çok işle beraber annelik rollerini daha iyi gerçekleştirmek için girişimci olduklarını göstermiştir. Buna karşılık, erkekler para kazanma arzusu nedeniyle girişimci olmaktadır. Cromie bu sonuçların ortaya çıkmasını, kadın ve erkeklerin toplumdaki farklı sosyal sorumluluklarına bağlamıştır<sup>278</sup>. Ailelerine duygusal destek verme yükünü taşımalarından dolayı kadınlar, kendileri için özel yaşam ve iş arasında zamanı dengeli kullanmanın daha zor olduğunu düşünmektedirler<sup>279</sup>.

### 3.3.4. Yaş

Zamansal yaş bakımından, girişimcilerin çoğu girişimcilik kariyerlerine 22 ve 45 yaşları arasında başlamaktadırlar. Girişimcilik kariyeri bu yıllardan önce veya sonra

<sup>276</sup> A. David Silver, *The Entrepreneurial Life, How To Go For It and Get It*, New York: A Ronald Press Publication, 1986, s. 230.

<sup>277</sup> Gürol, a.g.e., s. 238.

<sup>278</sup> Arıkan, a.g.e., ss. 284-286.

<sup>279</sup> Cheskin Research, a.g.m., s. 1.

başlatılabilmesine rağmen bu durum pek muhtemel değildir. Çünkü bir girişimci; yeni bir girişime başlamak ve başarıyla yönetebilmek için yüksek enerji düzeyine, tecrübeye ve finansal desteğe ihtiyaç duymaktadır. Bununla birlikte, her beş yılda bir (25–30–35–40 ve 45), bireyin girişimcilik kariyerine başlamak için daha eğilimli olduğu dönüm noktası yılları vardır. “30'uma yaklaştığımda yeni bir girişime başlamak için ya şimdi ya da hiç diye hissettim.” diyen bir girişimci, durumu öz bir şekilde ifade etmektedir.<sup>280</sup>

Girişimciliğe karar verme yaşı erkekler ve kadınlar arasında farklılıklar göstermektedir. Türk kadın girişimcileri erkek meslektaşlarına göre daha genç yaşlarda girişimci olmaktadır. 35 yaş altındaki kadınlar, % 48,8'lik bir oranla girişimci kadınların neredeyse yarısını oluşturmaktadır; ve bu oran aynı yaş grubundaki erkeklerin 1,8 katına (% 27,6) eşittir. Benzer şekilde erkek girişimcilerin % 10,8'i 50 yaşın üstündeyken bu oran kadınlarda sadece % 5'dir. Tablo 8'de görüldüğü gibi, kadın girişimcilerin dörtte biri 30-34 yaşlarındadır. Ayrıca tüm girişimciler içinde kadınların oranı yaş grubu ilerledikçe azalmaktadır.<sup>281</sup>

Tablo 8. Türkiye’de Yaş Grubu ve Cinsiyete Göre Girişimciler (2000)

| Yaş grubu     | Toplam girişimciler (bin) | Erkek girişimciler (bin) | Erkek girişimcilerin toplam erkekler içinde oranı, (%) | Kadın girişimciler (bin) | Kadın girişimcilerin toplam kadınlar içinde oranı, (%) |
|---------------|---------------------------|--------------------------|--------------------------------------------------------|--------------------------|--------------------------------------------------------|
| 15-19         | 2                         | 2                        | 0,4                                                    | 0                        | 0                                                      |
| 20-24         | 13                        | 10                       | 2,2                                                    | 3                        | 7,3                                                    |
| 25-29         | 45                        | 38                       | 8,5                                                    | 7                        | 17,1                                                   |
| 30-34         | 83                        | 73                       | 16,4                                                   | 10                       | 24,4                                                   |
| 35-39         | 86                        | 78                       | 17,5                                                   | 8                        | 19,5                                                   |
| 40-44         | 90                        | 84                       | 18,9                                                   | 6                        | 14,6                                                   |
| 45-49         | 71                        | 66                       | 14,8                                                   | 5                        | 12,2                                                   |
| 50-54         | 48                        | 46                       | 10,3                                                   | 2                        | 4,9                                                    |
| 55-59         | 28                        | 28                       | 6,3                                                    | 0                        | 0                                                      |
| 60-64         | 15                        | 15                       | 3,4                                                    | 0                        | 0                                                      |
| 65 +          | 7                         | 7                        | 1,6                                                    | 0                        | 0                                                      |
| <b>Toplam</b> | <b>488</b>                | <b>447</b>               | <b>% 91,6*</b>                                         | <b>41</b>                | <b>% 8,4*</b>                                          |

Kaynak: Dilek Çetindamar, *Türkiye’de Girişimcilik*, İstanbul: TÜSİAD Yayınları, 2002, s. 77.

\* Tüm meslekler değil sadece toplam girişimciler içinde kadın veya erkeklerin oranını ifade eder.

<sup>280</sup> Hisrich ve Peters, a.g.e. ss. 71-72.

<sup>281</sup> Çetindamar, a.g.e., ss. 76-77.

Watkins&Watkins'in çalışmaları, Amerika'daki kadın girişimcilerin de erkek girişimcilere göre önemli derecede daha genç olma eğiliminde olduğunu ortaya çıkarmıştır. Erkeklerin ortalama yaşı 39.2 iken kadınların ortalama yaşı 32.07, yani ortalama 32'dir. Mattis ise araştırmalarında, tüm bunların aksini iddia ederek kadın iş sahiplerinin büyük çoğunluğunun yaşlarının 40 ile 50 arasında değiştiğini bulmuştur. Bunun yanında, kadın iş sahipleri için en yaygın yaş 49'dur ki bu, yirminci yüzyılın son yirmi yılında kadın girişimcilerin ortalama yaşında artış olduğunu göstermektedir.<sup>282</sup>

### 3.3.5. İş Geçmişi

İş geçmişi, yeni bir girişimin gelişimi ve nihai başarısında önemli bir rol oynamaktadır. Hisrich, yeni bir iş kurulmasında gerek erkek gerekse kadınların başlangıç (çıkış) noktaları ve nedenlerinin aynı olduğunu ve her iki grubun da girişim konularında genelde güçlü bir deneyim ve ilgi sahibi olduklarını ifade etmektedir<sup>283</sup>. Bununla birlikte, erkekler atıldıkları konuya karşı büyük ilgi duymakta ve tecrübe sahibi oldukları alanları tercih etmekte; bu nedenle geçiş evresi nispeten zahmetsiz hale gelmektedir<sup>284</sup>. Diğer taraftan kadınların eski işlerini bırakmalarında, işe karşı soğuma veya yabancılaşma ve yeni girişimleri için hevesli olma nedenleri ağırlıklı olurken, yeni işlerine ilişkin deneyimleri yetersiz kaldığından geçiş evresi erkeklere oranla nispeten daha külfetli hale gelmektedir.

Her ülkede kadınların iş gücüne katılımı belli başlı endüstriyel sektörlerle sınırlı olmakta, kadınlar mesleki ayrımcılıkla karşı karşıya kalmakta, daha az maaş almakta ve yüksek-seviye idari mevkilerinde değerlerinin altında temsil edilmektedirler. Yaşadıkları bu olumsuz koşullar karşısında kadınların çoğu, iş yaşamlarına girişimcilik ile devam etmeye karar vermektedirler. Mesleki ayrımın etkisi kadınların ileri teknoloji, üretim, maliye veya kamu hizmet kuruluşları gibi hızla büyüyen sektörlerde iş kurma fırsatlarını sınırlayabilmekte ama bu, hizmet, iletişim ve eğitim gibi diğer sektörlerde bir güç olabilmektedir. Maaş farklılıkları kadınların bir girişimi başlatabilmek için yeterli miktarda parayı elde etmesini etkileyebilmektedir. İdari seviyedeki tecrübe azlığı, girişimin başlangıç

<sup>282</sup> J. A. Dawe ve diğerleri, "Women's Economic Growth in Heywood, Middleton and Rochdale", UMIST Working Paper, Series 9906. (1999), (<http://info.sm.umist.ac.uk/wp/Papers/wp0104.htm>)

<sup>283</sup> Gürol, a.g.e., s. 241.

<sup>284</sup> Arıkan, a.g.e., s. 293.

aşamasında kadınların liderlik yeteneklerini sınırlayabilmekte fakat daha fazla idari tecrübe onların insanları ve kurumsal sistemleri yönetme yeteneklerini olumlu yönde etkileyebilmektedir. Deneyim özellikle finans, ürün ve servis gelişimi, imalat, dağıtım kanallarının gelişimi ve bir pazar planının hazırlanması alanlarında önemlidir.<sup>285</sup>

Girişim kurulurken ve gelişmeye başlarken yönetsel tecrübe ve yetenekler gittikçe önem kazanmaktadır. Çoğu girişim, kişinin kendisinin ve birkaç kısmi veya tüm zaman çalışan işçinin faaliyetlerini idare etmesiyle başlasa da, işçilerin sayısı, işin büyüklüğü, karmaşıklığı ve coğrafi çeşitliliği arttıkça, girişimcinin yönetsel yetenekleri giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Yönetsel deneyime ek olarak, girişimcilik işinin karmaşıklığı arttıkça girişimcinin deneyimi giderek önem kazanmaktadır. Birçok girişimci en önemli girişim maceralarının ilk işleri olmadığını söylemektedirler. Girişimcilik kariyerleri boyunca farklı kariyer alanlarında olan bireylerden daha fazla yeni olanaklara sahip olmaktadır.<sup>286</sup>

Diğer araştırmacılar gibi Mattis de, kadınların kendi işlerini kurmaya veya almaya karar verdikleri zaman, seçimlerini geçmiş tecrübeleriyle sınırlamadıklarını ve bir önceki işleriyle tamamen ilgisiz olan bir iş kurmalarının olası olduğunu belirtmiştir. Ayrıca Mattis 2000 yılında yaptığı araştırmada, kadınların % 58'inin hizmet sektörü tecrübesinin olduğunu ve ilginç bir şekilde, %83'ünün küçük ya da orta halli girişimcilerce çalıştırılmış olduğunu bulmuştur<sup>287</sup>. Öte yandan Hisrich ve Brush, araştırmalarındaki 468 kadın girişimcinin büyük bir bölümünün (%64) daha önce tecrübeleri olan bir alanda işe başlama eğilimleri olduğunu bulmuşlardır. Bu örnek araştırmadan 5 yıl sonra, Hisrich ve Brush 172 işletme sahibi kadının daha önceki iş tecrübesinin, işletmenin büyümesine olumlu etki ettiğini söylediklerini belirtmiştir. Bunun neticesi olarak kadın girişimcilerin geçmişten etkilenmelerinin işletmenin yaşamını devam ettirmesi ve büyümesini etkilediği sonucuna varmışlardır.<sup>288</sup>

---

<sup>285</sup> Birley ve Muzyka, a.g.e., s. 16.

<sup>286</sup> Hisrich ve Peters, a.g.e. s. 72.

<sup>287</sup> Dawe ve diğerleri, a.g.m., s. 13.

<sup>288</sup> Hisrich ve Fülöp, a.g.m., s. 286.

### 3.3.6. Sosyal Hayat

Kadınların düzenli sosyal hayat içindeki rolleri erkeklerinkinden farklıdır. Dünyada kadınların şebekeleri resmileştirilmiş ve cinsiyet esaslı olmaya eğilimli iken, iş faaliyetlerinin bir parçası olarak sosyalleşmeyi içeren resmi olmayan şebekeler genellikle erkek egemendir. Araştırmalar, kadın şebekelerinin daha geniş ve cinsi ve ırksal yönden daha çok çeşitliken, erkek şebekelerinin daha az çeşitli olduğunu ortaya koymaktadır. Birçok kadın birliğinin ve destek ve bilgi kanalı sağlayan kadın iş sahibi şebeke gruplarının olduğu Amerika'da, kadınlar hala büyük kuruluşların yüksek mevki yöneticilerini içine alan "erkekler birliği"nin dışında bırakılmaktadırlar. Bunun yanında, olumlu yöne gelince, kadınlar aralarındaki bilgi alışverişini arttırmak için tasarlanan ve bilgi ve kaynaklara ulaşımı sağlayabilecek resmi şebeke gruplarını geliştirmede daha iyi olabilmektedirler.<sup>289</sup>

Girişimciler rollerini yerine getirirken, yeni işlerinin başlatılmasında sosyal ilişkilerinin gelişmiş olması gerekmektedir. Çünkü sosyal ilişkiler ve temâsların yoğunluğu girişimci davranışında en temel belirleyicilerdendir. Girişimcinin başarısında bulunduğu role uygun davranışların sergilenmesi önemli bir etkiye sahiptir. Erkekler bu duruma kadınlardan daha fazla değer verir ve iş hedeflerini daha ileriye taşıyabilmek için kadınlara nazaran daha fazla kişiler arası iletişimi kullanırlar. Bu da illa kadınların daha az sosyal olduğunu göstermemektedir. Kadınlar aslında ilişki geliştirme yeteneğine değer verirler; fakat erkekler işi, sosyal hayatlarının içine kadınlardan daha fazla dahil etmektedirler.

Erkeklerin sosyal sorumluluk bağlamındaki faaliyetleri başlatmalarında iki ana güdü öne çıkmaktadır. Bunlardan birincisi, işadamlarının toplumsal meşruiyet zemini aramalarıdır. Bu bağlamda, toplumdan aldıklarını yine topluma verme adına bazı sosyal alanlarda faaliyetlere girişildiği görülmektedir. Sosyal sorumluluk çerçevesinde girişilen sosyal faaliyetlerin bir diğer sürükleyicisi, aile isminin devamını sağlamaktır. Aile isminin devamı girişimci işadamlarının önem verdiği konular arasındadır. Bu amaçla ailenin adını taşıyan vakıflar kurmaktadır. Bu vakıflar, genellikle eğitim, sağlık, spor ve kültürel

---

<sup>289</sup> Birley ve Muzyka, a.g.e., s. 17.

alanlarda faaliyet göstermektedir. Sabancı ve Yaşar diğer işadamlarından daha fazla, aile ve aile bağlarının güçlülüğü konusunu vurgulamaktadır.<sup>290</sup>

### 3.3.7. Yönetim Stilleri

Katılımı cesaretlendiren, güç ve bilgiyi paylaşan, işi heyecanlı ve zevkli bir hale getiren kadın girişimciler, 2000'li yılların yeni yönetim anlayışını belirlemektedir. Amacı her şeyi kontrol etmek olan, emir komutaya dayalı, hiyerarşik yapı içinde katı kurallar uygulayan, çalışanların otomatik maaş artışları ile yetindiği, liderin rolünün emir vermek ve her şeyi bilmek olduğu, bilginin kontrol altında tutulduğu geleneksel yönetim anlayışı yerini kadınların liderliğindeki yeni insancıl yönetim anlayışına bırakmaktadır.

Kadınların girişimcilik alanında başarılı olma nedenlerinin başında, yönetim stillerinde daha demokratik ve hümanistik, ve insan ilişkilerinde daha katılımcı olmaları gelmektedir<sup>291</sup>. Kadınlar işbirliği ve açıklığa, cesaretlendirilmiş katılıma, paylaşılan güç ve bilgiye değer verir, diğerlerinin değerini artırır, daha çok takıma dayalı yaklaşımları vardır<sup>292</sup>. Kadınlar karşı cinslerine göre çalışanların yetiştirilmesine ve kaliteye daha çok önem verirler ve daha çok kişisel güç kullanırlar. Yavaş büyümeyi destekleme eğilimindedirler ve risk alma ve sermayeyi tehlikeye atmaya istekli değildirler.

Kadın girişimciler, bir şeyleri bağlam içinde görmeye, anlamaya eğilimli, “bütüncül” insanlardır. Hem evde hem de işte sorumluluk taşıdıklarından, yaşamlarının yönünü perspektif içinde tutma ve her iki tarafta da aynı nitelik ve tipik özellikleri gösterme eğilimindedirler. Ayrıca yardım veya bilgi istemekten çekinmezler. “Kadınlar için Megatrendler” kitabının yazarları Patricia Aburdene ve John Naisbitt; kadın liderlerin genellikle başarılı olduklarını çünkü yardıma ihtiyaçları olduğunda iyi insanlarla kuşatılmayı kabul ettiklerini belirtmişlerdir<sup>293</sup>.

---

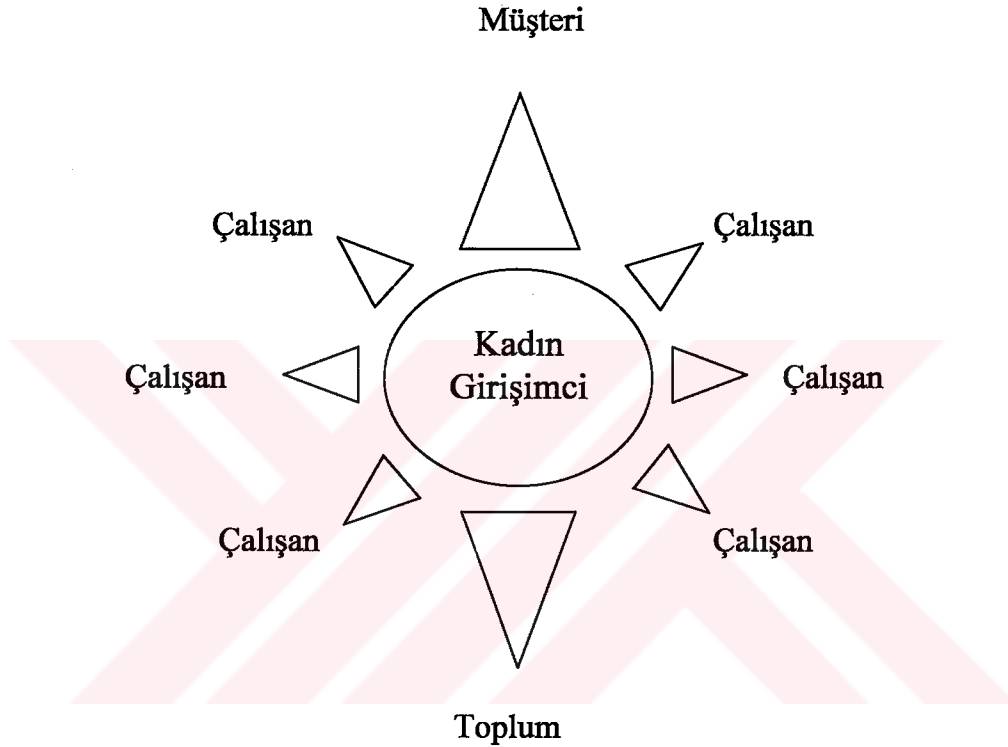
<sup>290</sup> Erdoğan, a.g.m., s. 9.

<sup>291</sup> Jalbert, a.g.m., s. 32.

<sup>292</sup> Gelin, a.g.m., s. 7.

<sup>293</sup> Dawe ve diğerleri, a.g.m., s. 15.

Merkezde olan ve her bir çalışanla ilgili olan kadın, her bir çalışana yardım etmek, onu güçlendirmek ve kendi bilgisini onunla paylaşmak istediğini göstermektedir. Şekil 1’de yer alan “Güneş yönetim tarzı” tüm personelin bir takım olarak çalıştığı ve hiyerarşinin seviyesinin azaltıldığı bir tarzdır. Bu, kadın iş sahiplerinin her bir çalışanın iş hayatının içinde yer almasını sağlamaktadır. Kadınlar, geleneksel emir-kontrol raporu tutan hiyerarşilerin yerine ağa benzeyen bir yapı koymuştur.<sup>294</sup>



Şekil 1. Güneş Yönetim Tarzı

Kaynak: Murielle Gelin, *The Importance of Gender in Starting and Managing a Small Business*, <http://www.laurentian.ca/commerce/SBRG/98-3.htm>, 1998, s. 6.

İşletmelerde kadınların katılımıyla beraber farklı yönetim sistemleri ortaya çıkmaktadır. Smith tarafından San Francisco’da 76 kadın girişimci üzerinde yapılan çalışmanın sonuçlarına göre, kadınlar daha iyimser ve şartlara daha iyi uyum sağlayan bir karaktere sahiptirler<sup>295</sup>. Taşıdıkları özelliklere bakıldığında önümüzdeki yüzyılda, yönetim sistemlerinde aranan özelliklerin kadınların doğasında olduğu görülmektedir. Zaten Bernstein de, araştırma sonuçlarının kadınların yönetim stillerinin, duygusal bağlılık ve

<sup>294</sup> Gelin, a.g.m., ss. 6-7.

<sup>295</sup> Arkan, a.g.e., ss. 293-294.

yakınlaşma duygularının güçlü olması nedeniyle, daha etkili olduğunu gösterdiğini ve yönetimde daha başarılı olunmak isteniliyorsa, benimsenmesini önermektedir<sup>296</sup>.

### 3.4. KADIN GİRİŞİMCİLERİN YÖNELDİĞİ SEKTÖRLER VE BU SEKTÖRLERE YÖNELME NEDENLERİ

Erkek girişimcilerin çok çeşitli sektörlerde faaliyet göstermesine karşın kadın girişimcilerin kurdukları işletmeler sınırlı sektörlerde yoğunlaşmakta, görece daha küçük ve büyüme eğilimleri düşük olan işletmelerdir. Kadın girişimcilerin sınırlı sayıda faaliyet göstermelerinin bir nedeni olarak, başarılı kadın girişimcilerin daha çok diğer kadınlara hizmet vermeye çalışan ve onların sorunlarını çözmelerinde rol modelliğini üstlenen kadınlar oldukları belirlenmiştir<sup>297</sup>.

Eski medeniyetlerde kasaba ve şehirlerdeki kadınlar çamaşırcı, terzi, hizmetçi, dükkan sahibi ve ebe olarak çalışmışlar, köylerde ise buğday ve hayvanların yetiştirilmesinden yünlerin iğrilmesi ve gıdaların konserve halinde saklanmasına kadar çiftçiliğin her aşamasında yer almışlardır. Endüstri devrimiyle birlikte tarımsal ekonomiler endüstrinin hakim olduğu ekonomilere dönüştürülmüştür. Fakat bu dönemde de ancak evli bir kadın, o da ihtiyaç duyulduğunda ve erkeklerle aynı endüstrilerde olmamakla birlikte fabrikalarda çalışabilirlerdi. Onlar da genellikle tekstil üretimi gibi düşük ücretle işçi istihdam edilen hafif endüstrilerde çalışırken, erkekler demir ve çelik üretimi gibi, ücret düzeyi yüksek ağır endüstrilerde görev almışlardır. Geçmişten gelen bu durum günümüzde de geçerliliğini koruyarak kadınların ancak belli sektörlerde yoğunlaşmasına neden olmuştur.

Schrieir ve Schwartz'ın kadın iş sahipleri üzerindeki çalışmalarında, kadın girişimcilerin genellikle perakende satış ticaretini ya da hizmet sektörünü seçtiklerini çünkü bunların sınırlı tecrübe ve bilginin daha uygun olduğu alanlar olduğunu saptamışlardır<sup>298</sup>. Bazen de kadınların yarım gün çalışma ihtiyacının kararları üzerinde etkisi vardır. Buna rağmen, bu sektörler içinde başlamanın ana sebebi kaynaklarının sınırlı olmasıdır. Çelebi

<sup>296</sup> Gürol, a.g.e., ss. 209-213.

<sup>297</sup> Kutanis, a.g.m., s. 2.

<sup>298</sup> Carter, Anderson ve Shaw, a.g.m., s. 42.

ve arkadaşlarının bağımsız kadın iş sahipleri üzerine araştırmalarında<sup>299</sup> iş etkinliklerinin oranını dikkate almışlar; ticarete %56, hizmette %23, üretim ve ticarete %14 ve üretimde %8 bulmuşlardır. Bu kadınların ailelerinin %62'si onların kendi işlerini yürütmelerine karşı çıkmamış ve bu yüzden %74'ü işlerini büyötmeye karar vermişlerdir. İş çevresiyle ilişkilerini incelediklerinde, kadın girişimcilerin %56'sının kendi hammaddelerini kendilerinin sağladıklarını ve %50'sinin iş seyahatlerine yalnız gittiklerini belirlemişlerdir.

Watkins&Watkins kadınların iş tecrübesi eksikliğinin onların varlığını sürdürebilecek işler kurma seçimlerini geleneksel olarak kadın iş sektörünün içine girmeye zorlayarak etkilediği sonucuna ulaşmıştır. Kadınların serbest çalışma için iş sektörü seçimi büyük bir oranda hangi alanların, başarılarına en az engel koyduğu göz önünde tutularak saptanmıştır. Bunların, iş girişimi için teknik ve mali engellerin az ve idari tecrübenin başarı için gerekli olmadığı alanlarda olduğu anlaşılmıştır. Watkins&Watkins'in de vurguladığı gibi iş seçimine; kadınlara uygun işleri yapmak için bilinçli bir istek tarafından değil de ekonomik makullökle güç kazanan hemen özgürlük elde etmeye yarayan yüksek motivasyon açısından bakılabilir.<sup>300</sup>

Türkiye'de kadın girişimcilerin yatırım alanlarının yöresel olarak değıştiğı gözlenmektedir. Genel olarak ise kadınların daha ziyade, gıda, konfeksiyon, turizm, sigortacılık, sağlık, eğitim, temizlik sektörlerinde yoğunlaştıkları görölmektedir. Kadın girişimcilerin erkek mesleğı olarak kabul edilen mesleklerde yaygın görölmemesinin belki de en önemli nedeni bazı mesleklerin girişlerinin kadınlara açık olmamasıdır. Kadınların bazı mesleklerde sınırlı sayıda temsil edilmesinin bir diğer nedeni ise Türkiye gibi ölkelerde sosyo-ekonomik düzeyi düşük ailelerin, çocuk okutma tercihlerini erkek çocuklardan yana kullanma eğilimi, belki de mecburiyettir. Her ne kadar bu eğilim son yıllarda kısmen de olsa değışmeye yüz tuttuysa da, kadınlar yeterli eğitime sahip olmadıklarından bazı prestijli mesleklerde yüksek oranda temsil edilememektedirler.<sup>301</sup>

Türkiye'de kadın girişimciler ağırlıklı olarak tekstil ve finans sektörlerinde yoğunlaşırken dünyada ise hizmet sektöründe faaliyet göstermektedirler. Geçen 12 yılda,

<sup>299</sup> Ufuk ve Özgen, a.g.m., s. 301.

<sup>300</sup> Carter, Anderson ve Shaw, a.g.m., s. 40.

<sup>301</sup> Arıkan, a.g.e., s. 276.

dünya kadınlarının sahip olduğu işletme sayısı ikiye katlanmış, istihdam dört kat artmış ve satışlar beş kat büyümüştür<sup>302</sup>. Kadınlarının sahip olduğu işletmelerin en büyük payı hizmet sektöründe, fakat en büyük büyüme inşaat, toptan satış ticareti, nakliye/iletişim, tarım ve imalat gibi endüstrilerde gerçekleşmiştir. Kadınlar doğrudan hizmet sektöründe (eğitim, sağlık, sosyal hizmetler) ya da diğer işlerde çalışsa da hizmet ilişkisi fikri kadın-hâkimiyetli mesleklerde çok önemlidir<sup>303</sup>.

Kadının çalışması ve dolayısıyla iş ve toplum yaşamına daha aktif olarak katılması, kendi kişiliğini geliştirmek ve başarı ihtiyacını karşılamak açısından da önemlidir. Kadın girişimciler başarılarını rakamlarla daha net ifade edebilmektedirler. 1987’de 2 milyon kadın-sahipli işyeri 25 milyar \$ satış gerçekleştirmiş; 1 yıl sonra 5 milyon kadın-sahipli işyeri 83 milyar \$ satış yapmıştır. Günümüzde kadınlar; İsviçre’de saat, Almanya’da oyuncak, Hindistan ve Çin’de değişik iş kollarındaki üretimle birlikte anılmaktadır<sup>304</sup>. Ayrıca kadınlar Aşağı Sahara Afrika için %80’den fazla, Asya için %30-%60 arası, Karayip için %26, Kuzey Afrika ve Orta Doğu için %34 ve Latin Amerika için %30’dan fazla yiyecek üretmektedir<sup>305</sup>. Kadın girişimciler yerli, bölgesel ve dünya çapında tüm alanlarda aktiftirler. Birçok durumda, kadınlar sadece gıda maddesi üretmemekte, ayrıca onları iyi gelişmiş yerli pazarlara ve tüketicilere vererek pazarlamaktadırlar.

### 3.5. TÜRKİYE’DE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNİN GELECEĞİ

Girişimcilik, tarih boyunca erkeklerce korunan bir alan olmuştur ama bu durum hızla değişmektedir. Birçok ülkede kadınlar hala girişimlerini başlatıp geliştirmede önemli sorunlarla karşılaşsalar da, artan toplumsal tanınma, teknolojinin etkisi ve yardım amaçlı programlar girişimci olmayı kadınlar için daha kolay bir hale getirmektedir. Fakat sosyal yapılar, kişisel başlangıç yeteneklerinin, kaynak elde edilebilirliğini ve neyin mümkün olduğunun idrakini etkilemektedir. Kadınlar, endüstri seçimiyle birlikte başarının farklı yollarını beraberinde getiren geleneksel ya da bütünüleyici yaklaşımları izleyebilirler.

<sup>302</sup> Wilma G. Anderson, “To Reach Women Entrepreneurs, Talk About LTC”, *National Underwriter*, 109.7. (2005), s. 29.

<sup>303</sup> Organisation For Economic Co-Operation and Development, *The Future of Female-Dominated Occupations*, Paris: OECD Publications, 1998, s. 6.

<sup>304</sup> Atay ve Yıldız, a.g.m., s. 16.

<sup>305</sup> Jalbert, a.g.m., s. 10.

Gelecek yüzyılda kadın girişimcilerin sayısının ve gücünün artacağı beklenmektedir ki bu da kadınların iş ve toplumdaki tüm etkilerinin büyümeye devam edeceği anlamına gelmektedir.

Son yirmi beş yıl içerisinde, yaşanan sosyal, politik ve ekonomik değişimler kadınlar için birçok fırsatlar yaratmakta; iş dünyasında daha fazla sayıda kadın, işletmecilik, hukuk, mühendislik ve bilgisayar bilimleri konusunda öğrenim görmektedir. Bu da ileride daha fazla kadının kendi işlerini kurma konusunda gerekli beceri ve kişisel güveni kazanacaklarını göstermektedir. Ayrıca gittikçe artan sayıda boşanmalar, tek ebeveynli aileler, daha geç yaşta evlenmeler, çocuk sahibi olma yaşının ertelenmesi türünden sosyal eğilimler, toplumun kadına ve kadının kendisine bakış açısını büyük çapta değiştirmektedir. Bu değişim iş dünyasına da çarpıcı şekillerde yansımaktadır.<sup>306</sup>

Bu sosyal değişimlerin yanı sıra, önümüzdeki dönemlerde hoşgörü, uzlaşma, şefkat, sabır ve paylaşmaya hazır olma gibi kadınların ön plana çıkan özellikleri, kadın girişimcilerin daha güçlü ve başarılı olmalarını sağlayacak temel unsurlar olacaktır<sup>307</sup>. Bu unsurların kadın girişimcilerin başarılarını artıracığına sonsuz inanan araştırmacılar, 2010 yılında Amerikan ekonomisine ortalama 4-5 milyon kadın iş sahibi ekleneceği belirtmektedirler<sup>308</sup>. 1999 yılındaki 8,5 milyon kadın da bu tahmine eklenirse toplamda ABD'nin, 12-13 milyon kadın girişimciye sahip olacağı söylenebilir.

Bu sonuçlara elbette temeli olmayan tahminlerle ulaşılmamaktadır. Kadınlar girişimcilik alanında gözle görülür bir etki yaratmışlar; eğitimleri ve uygun yetkinlikleri nedeniyle bilgi çağının yarattığı yeni mesleklerin pek çoğunu ele geçirmişlerdir. 1990'lı yılların başlarında yaklaşık 5,4 milyon işin (toplamın %28'i) başında kadınlar yer almaktayken; yeni risklerin yaklaşık %36'sı kadınlar tarafından kurulmuştur<sup>309</sup>.

<sup>306</sup> Gürol, a.g.e., ss. 209-213.

<sup>307</sup> Kahraman Arslan, "Üniversiteli Gençlerde Mesleki Tercihler ve Girişimcilik Eğilimleri", *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 6. (2002), s. 7.

<sup>308</sup> Jack Davis, "A Career Advising Analysis of the Motivations and Personalities of Highly Successful Women Business Owners", *Advancing Women in Leadership*, (2001), s. 3.  
(<http://www.advancingwomen.com/awl/winter2001/davis/davis.html>)

<sup>309</sup> Lisa K. Gundry ve Harold P. Welsch, "Differences in Familial Influence Among Women-Owned Businesses", *Family Business Review*, 7.3. (1994), ss. 283.

‘High Tech High Touch’ (Yüksek Teknoloji-Yüksek Dokunuş) adlı kitabında, John Naisbitt 21. yüzyılın ‘kadınların yüzyılı’ olacağını söylemiştir. Naisbitt’in öngörüsüne göre kadınlar 21. yüzyılda; sezgileri, yönetme ve teşvik etme yetenekleri ile öne geçecekler. Yönetme değil ‘yönlendirme’ önem kazanacak ve kadınlar bunu erkeklerden daha iyi başaracaktır.<sup>310</sup>

---

<sup>310</sup> Cüneyt Uzunogulları, “Kadınların Yüzyılı”, *Hürriyet İnsan Kaynakları Gazetesi*, (2004), s. 25.

## DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

### TÜRKİYE'DEKİ KADIN GİRİŞİMCİLERİN ÖZELLİKLER KURAMI ÇERÇEVESİNDE İNCELENMESİNE YÖNELİK UYGULAMA

#### 4.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

##### 4.1.1. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmada Türkiye’de 2002 yılından bu yana faaliyet göstermekte olan Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER)’ne üye Türk kadın girişimcilerin, girişimci olmalarında etkili olan özellikleri belirlenmeye çalışılmıştır. Ayrıca bu özellikler üzerinde belirleyici rol oynayan yaş, eğitim durumu, medeni durum, iş geçmişi ve aile gibi çeşitli unsurların ne derecede etkin olduğunun ortaya çıkarılması amaçlanmıştır.

##### 4.1.2. Araştırmanın Kapsamı

Tüm Türkiye’deki kadın girişimcilere hatta isimlerine ulaşımında yaşanabilecek zorluklar ve KAGİDER’in yaptığı başarılı çalışmalar nedeniyle araştırmanın kapsamı, KAGİDER’e üye kadın girişimciler ile sınırlı tutulmuştur.

**KAGİDER :** Girişimcilikteki başarıları nedeniyle yurtdışına ödül almak için giden bir grup kadın girişimci, orada birçok ülkenin kadın girişimcilerinin dernek kurduklarını ve Türkiye’de böyle bir derneğin var olmadığını fark etmişlerdir. Türkiye’ye döndüklerinde ilk olarak bu işe girişmişler ve KAGİDER’i kurmuşlardır. KAGİDER, Eylül 2002’de sadece 37 kadın girişimci ile kurulmuş, 2003 yılının başında üye sayısı 50’yi geçmiş ve bugün toplam 107 üyeye ulaşmıştır.

Dernek üyeleri vizyonlarını “geleceğin iş dünyasında etkin kadın girişimciler yaratmak”, misyonlarını ise “ekonomik değer yaratan kadın girişimci sayısını artırarak ekonomiye katkıda bulunmak” olarak belirlemişlerdir.

Dernek, mevcut küçük girişimleri büyütmek için kadınlara ortam ve onların dünya ile ilişkilerini sağlamaktadır. Kadın girişimcilere ve girişimci adaylarına ulaşmak için birçok projeler geliştirmektedirler. Su Damlası Projesi, KAGİDER (Kadın Girişimciler İş Geliştirme Merkezi) Projesi, Kadından Kadına Köprü Projesi ve Avrupa Birliği Yolunda Kadın Projesi bunlara örnek olarak gösterilebilir.

#### **4.1.3. Araştırmanın Önemi**

Ekonomik kalkınmada önemli bir gösterge olan girişimcilik günümüzde özellikle kadınların, ülke nüfusunun yaklaşık yarısını oluşturduğu ülkemizde; kadınların bağımsız girişimci olma nedenlerinin araştırılması önemli hale gelmektedir.

Bu bağlamda günümüz ekonomisinin önemli bir kısmını teşkil eden kadın girişimcilerin, girişimciliğe karar vermelerinde etkili olan kişisel özelliklerinin belirlenmesi; rol-model oluşturdukları birçok kadının ekonomik özgürlük kazanımlarını girişimcilik ile planlamalarında önemlidir. Girişimcilik kavramının içeriği, kişilik özelliklerinin incelenmesiyle farklılaşmaktadır.

#### **4.2. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI**

Araştırmanın en önemli kısıtı, araştırma evreninin yalnızca KAGİDER'e üye olan kadın girişimcilerle sınırlı tutulmasıdır. Türkiye'de faaliyette bulunan tüm kadın girişimcilere ulaşılmaya çalışılması amaçlansa da, bunun neredeyse imkansız olduğu kuşku götürmezdir. Dolayısıyla anket, KAGİDER'e üye 107 kadın girişimcinin katılımıyla gerçekleşmiştir. Öte yandan KAGİDER aracılığıyla pek çok farklı iş kolundan kadın girişimcilere ulaşılabilmiş olmasının, bu kısıtı bir nebze telafi etmekte olduğu düşünülebilir.\*

---

\* KAGİDER Başkanı Sayın Meltem Kurtan'ın araştırma konusunda sağladığı kolaylıklar ve yardım yadsınmaz.

### 4.3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMBİLİMİ

#### 4.3.1. Veri Toplama Aracı

Verilerin toplanması aşamasında; kadın girişimcilerin kişilik özelliklerinin belirlenmesinde Yıldız Teknik Üniversitesi'nden Doç. Dr. Yonca Gürol ve Akdeniz Üniversitesi'nden Ar. Gör. Nuray Atsan'ın bir makale çalışmalarında geliştirdikleri bir anket formu kullanılmıştır. Anket formu iki bölümden oluşmaktadır: Birinci bölümde bazı demografik özelliklerle ilişkili (yaş, eğitim durumu, medeni durum, iş geçmişi, anne-babanın eğitimi ve iş geçmişi) sorular yer almaktadır. Anket formunun ikinci bölümünde 5'li Likert tipinde hazırlanmış, kadınların kontrol odağı, başarı ihtiyacı, risk alma eğilimi, yenilikçi olma, belirsizliğe tolerans ve kendine güven özelliklerinin ölçülmesine yönelik 40 ifade yer almaktadır. Her bir cümle için “tamamen katılıyorum”, “katılıyorum”, “kararsızım”, “katılmıyorum”, “kesinlikle katılmıyorum” seçeneklerinden birini seçmeleri istenmiştir. Ölçek puanı; bu cevaplara sırasıyla 5, 4, 3, 2 ve 1 puan verilmesiyle hesaplanmıştır.

#### 4.3.2. Araştırmanın Yöntemi Ve Örneklemi

Nicel bir özelliği olan araştırma kısmında, ülkemizin içinde bulunduğu ekonomik durum, istihdam sorunları ve bunlara bağlı olarak gelişen sosyal sorunlar göz önüne alındığında, bu sorunların çözümünde önemli ölçüde yer alan kadın girişimcilerden KAGİDER'e üye kadın girişimciler ana kütleyi oluşturmuştur.

Araştırma kapsamında yer alan kadın girişimcilerin isimlerine KAGİDER'in internet adresi [www.kagider.org](http://www.kagider.org) dan ulaşılmıştır. İnternet adresinden edinilen bilgilerle, telefon rehberlerinden ve internetten kişilerin önce telefon numaraları, o numaralardan da e-mail adresleri elde edilmiştir.

Buna göre Ocak-Nisan 2006 tarihlerinde toplam 107 kadın girişimciye e-mail ile anket gönderilmiş, 39'undan (% 36) yanıt gelmiş ve bu anket formlarından 38 adedinin değerlendirmeye alınması uygun bulunmuştur.

Girişimcilik ile ilgili soruların güvenilirlik katsayısı ( $\alpha=0.750$ ) olarak bulunmuştur. Bu değer, çok yüksek olmasa da kabul edilebilir düzeyde bir değerdir.

#### **4.3.3. Verilerin Analizi (Uygulanan İstatistiksel Analizler)**

Elde edilen veriler SPSS 14.00 programında analize tabi tutulmuş ve analiz sonuçları tablolaştırılarak yorumlanmıştır.

Öncelikle kadın girişimcilerin yaş, eğitim, medeni durumları ve anne-babalarının eğitimlerine ait frekans dağılımlarına bakılmış, daha sonra KAGİDER yesi kadın girişimcilerin girişimcilik özellikleri; yaş, eğitim durumu, medeni durum ve anne ve babanın eğitim durumuna göre incelenirken Kruskal-Wallis testi uygulanmıştır.

Ayrıca kadın girişimcilerin şimdiki işlerindeki ve toplamdaki çalışma süreleri ile başarı ihtiyaı, yenilikçilik, risk alma eğilimi, kendine güven, kontrol odağı ve belirsizliğe tolerans arasında bir ilişki olup olmadığının belirlenmesinde korelasyon yöntemi kullanılmıştır. Bunun yanında altı kişilik özelliklerinin birbirini etkileme düzeyinin anlaşılması nedeniyle de korelasyon yöntemi uygulanmıştır.

#### **4.4. BULGU VE DEğERLENDİRMELER**

Aşağıdaki tabloda araştırmanın ana kütlesini oluşturan 107 kadın girişimcinin kurduğu işletmelerin sektör dağılımı yer almaktadır.

Çalışmanın literatür kısmında bahsedildiği üzere kadın girişimciler teşebbüslerini çoğunlukla hizmet sektöründe kurmaktadırlar. Tabloda da görüldüğü gibi KAGİDER yesi kadın girişimciler tarafından kurulan işletmelerin %90'ından fazlası hizmet sektörüyle ilgilidir. Bunların içinde % 18.7'lik (20 kişi) oranla danışmanlık firmaları başı çekmektedir. Daha sonra % 13.1'lik (14 kişi) oranla tekstil sektörü ikinci sırayı almaktadır. En az oran ise % 0.9'la (1 kişi) ticaret sektöründe bulunmaktadır.

Tablo 9. Kadın Girişimcilerin İş Kurdukları Sektörler

| SEKTÖRLER           | ORANLAR (%) | KİŞİ SAYISI |
|---------------------|-------------|-------------|
| BİLİŞİM             | %1.9        | 2           |
| DANIŞMANLIK         | %18.7       | 20          |
| EĞİTİM              | %2.8        | 3           |
| FİNANS              | %1.9        | 2           |
| GIDA                | %5.6        | 6           |
| HUKUK               | %4.7        | 5           |
| İLETİŞİM            | %3.7        | 4           |
| İNŞAAT              | %7.5        | 8           |
| LOJİSTİK            | %2.8        | 3           |
| MOBİLYA             | %1.9        | 2           |
| REKLAM              | %5.6        | 6           |
| SAĞLIK              | %4.7        | 5           |
| SİGORTA             | %2.8        | 3           |
| TEKSTİL             | %13.1       | 14          |
| DIŞ TİCARET         | %0.9        | 1           |
| TURİZM&ORGANİZASYON | %4.7        | 5           |
| ÜRETİM              | %1.9        | 2           |
| YAYINCILIK          | %2.8        | 3           |
| ÇEŞİTLİ             | %12.1       | 13          |

Aşağıdaki tabloda ise araştırma sonuçlarına göre kadın girişimcilere ait bilgilerin genel dağılımı toplu halde gösterilmektedir:

Ankete yanıt veren kadın girişimcilerin % 16'sı (6 kişi) 31 ile 35 yaş arasında, % 24'ü (9 kişi) 36 ile 40 yaş arasında ve % 60'ı (23 kişi) ise 41 yaşından büyüktür. Görüldüğü gibi kadın girişimcilerin büyük bir çoğunluğu 40 yaşın üzerindedir ve 30 yaş altı kadın girişimci hiç bulunmamaktadır. Literatür çalışmasına aksi yönde çıkan bu sonucun nedeni, ankete 30 yaş altındaki kadın girişimcilerin yanıt vermemesi olarak açıklanabilir.

Tablo 10. Kadın Girişimcilere Ait Demografik Özellikler

| KRİTERLER     |               | ORANLAR (%) | KİŞİ SAYISI |
|---------------|---------------|-------------|-------------|
| YAŞ           | 31-35         | %16         | 6           |
|               | 36-40         | %24         | 9           |
|               | 41 ve üzeri   | %60         | 23          |
| MEDENİ DURUM  | Bekar         | %8          | 3           |
|               | Evli          | %66         | 25          |
|               | Boşanmış/Dul  | %26         | 10          |
| EĞİTİM DURUMU | Lise          | %5          | 2           |
|               | Lisans        | %42         | 16          |
|               | Yüksek Lisans | %53         | 20          |

Ayrıca araştırmaya katılan kadın girişimcilerin çoğu düşünülenin aksine evlidir. Genelde kadın girişimcilerin bekar ya da dul olduklarını belirten açıklamalar bu araştırmada kabul edilemez sonuçlar vermiştir. Çünkü girişimcilerin sadece % 8'i (3 kişi) bekar ve % 26'sı (10 kişi) dul iken % 66'sı (25 kişi) evlidir.

Araştırmaya katılanların neredeyse hepsinin yüksek öğretim mezunu oldukları görülmektedir. Anketi cevaplayan 38 kadın girişimciden sadece % 5'i (2 kişi) lise mezunuyken, % 42'si (16 kişi) lisans ve % 53'ü (20 kişi) yüksek lisans mezunudur. Bu da Türkiye'deki kadın girişimcilerin, eğitimleri doğrultusunda daha bilinçli ve daha başarılı girişimler gerçekleştirdiklerini göstermektedir.

Bu veriler ışığında araştırmadaki kadın girişimcilerin evli, eğitimli ve orta üstü yaşta oldukları söylenebilir.

Araştırmaya konu olan kadın girişimcilerin anne ve babalarının, onların girişimciliği tercih etmelerinde oynadıkları rolleri tespit etmek amacıyla ankette anne ve babalarının da eğitimleri ve meslekleri sorulmuştur. Alınan cevapların sonuçları Tablo 11'de özetlenmiştir:

Tablo 11. Kadın Girişimcilerin Anne ve Babalarının Meslekleri ve Eğitim Düzeyleri

| KRİTERLER |                                  | KADIN GİRİŞİMCİNİN<br>ANNESİ (%) | KADIN GİRİŞİMCİNİN<br>BABASI (%) |
|-----------|----------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| MESLEK    | Kamu Çalışanı                    | %11                              | %27                              |
|           | Özel Sektör Çalışanı             | %5                               | %22                              |
|           | Kendi Nam ve Hesabına Çalışanlar | %13                              | %51                              |
|           | Çalışmayanlar                    | %71                              | %0                               |
|           |                                  |                                  |                                  |
| EĞİTİM    | İlkokul                          | %39                              | %18                              |
|           | Ortaokul                         | %16                              | %18                              |
|           | Lise                             | %29                              | %16                              |
|           | Üniversite                       | %13                              | %40                              |
|           | Yüksek Lisans/Doktora            | %3                               | %8                               |

Girişimciliğin oluşmasında önemli unsurlardan biri de baba mesleğini sürdürme, yani mesleğin bir bakıma babadan miras olarak devir alınmasıdır. Bu nedenle babanın kendi nam ve hesabına çalışması ile kamu veya özel sektörde ücretli olarak çalışıyor olması halinde ankete katılan kadın girişimcilerin girişimcilik ya da kendi işini kurma nedenleri arasındaki ilişkinin farklı olacağı düşünülmüştür.

Toplam örnek kitle içinde babası ücretle çalışanların oranı % 49, babasının kendi işinde kendi nam ve hesabına çalıştığını beyan edenlerin oranı ise % 51'dir. Dolayısıyla, kendi işini kurma ya da girişimcilik nedenleri, beklendiği gibi babanın bağımsız olarak kendi nam ve hesabına çalışması ile yakından ilişkilidir. Bu durum, babalarının kendi işlerinde çalışırken yaşadıkları bağımsızlık hissi, kendine güven ve yenilikçiliğin kadın girişimcilerin, girişimciliği tercih etmelerinde önemli rol oynadığı şeklinde açıklanabilir.

Buna karşın annelerinin %71'inin ev hanımı olduğu ve çalışmadıkları; ve bunu günümüzün eğitilmiş ve bilgili kadınlarının tercih etmedikleri de görülmektedir. Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin çoğunun annesinin ev hanımı oluşu onları etkilememiş ve onlar Türk aile yapısı gereği babalarının rol-modelliği eşliğinde girişimciliği tercih etmişlerdir.

Anne ve baba mesleğinin yanı sıra, onların eğitim seviyeleri ile cevaplayıcıların girişimciliği tercih etmeleri arasındaki ilişki düzeyi de incelenmiştir. Zira, girişimcilik özelliklerinin oluşması ve gelişmesinde, babanın eğitim durumunun etkili olduğu görülmektedir.

Tablo 11’de de yer aldığı gibi babalarının eğitim seviyesi lise ve altı düzeyde olan kadın girişimcilerin toplam örnek kitle içindeki oranı %52, üniversite ve üzeri mezun olanların oranı ise %48’dir. Anlaşılacağı üzere eğitim seviyesi lise ve altında olanlarla üniversite ve üzeri olanların sayısı hemen hemen aynı seviyededir.

Annelerinin eğitimlerine bakıldığında ise % 16’sının üniversite ve üzerinde; geri kalan % 84’ünün ise lise ve altı düzeyde eğitime sahip oldukları görülmektedir. Yine meslekler de olduğu gibi annenin eğitim düzeyinin de kadın girişimcilerin, girişim tercihlerinde bir rol oynamadığı görülmektedir. Bu durum, kadın girişimcilerin iş hayatında yaptıkları girişim tercihlerinde annelerinden hiç etkilenmediklerini göstermektedir.

Ankete katılan kadın girişimcilerin altı kişilik özelliklerinin birbirleri arasındaki korelasyonları incelediğinde Tablo 12 ortaya çıkmıştır.

Tabloda da görüldüğü gibi kadın girişimcilerin altı kişilik özelliği birbirlerinden bağımsız değildirler. Örneğin risk alma özelliği ile başarı motivasyonu arasında anlamlı bir etkileşim görülmektedir. Kadın girişimcilerin başarı motivasyonlarını artırabilmek için girişimlerinde risk aldıkları söylenebilir. Girişimciliğin temellerinden birini oluşturan risk alma özelliği, girişimciliğin diğer bir temeli olan başarı ihtiyacını karşılayabilmek için girişimcinin başvurduğu en önemli özelliğidir. Bireyler zor amaçlara ulaşmak, karmaşık bir sorunu çözmek ve herhangi bir işi en iyi şekilde yapabilmek için kendi işlerini kurmak istemektedirler. Kendi işlerini kurarken de çeşitli riskler üstlenirler, bu risklerden biri de başarı riskidir. Kadın girişimciler kurdukları işte başarılı olacaklarını düşünerek o işi kurmaya karar verirler fakat başaramama gibi bir riskleri olduğunu da bilmelidirler. Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin böyle bir riskin farkında oldukları, verdikleri cevap sonuçlarından da görülebilmektedir.

Tablo 12. Kadın Girişimcilerin Kişilik Özelliklerinin Birbirleri İle Karşılaştırılması

|                                  |                                           | <b>Başarı<br/>Motivasyonu</b> | <b>Yenilikçilik</b> | <b>Risk<br/>Alma</b> | <b>Kendine<br/>Güven</b> | <b>Kontrol<br/>Odağı</b> | <b>Belirsizliğe<br/>Tolerans</b> |
|----------------------------------|-------------------------------------------|-------------------------------|---------------------|----------------------|--------------------------|--------------------------|----------------------------------|
| <b>Başarı<br/>Motivasyonu</b>    | Pearson<br>Correlation<br>Sig. (2-tailed) | 1                             | ,270<br>,101        | ,368(*)<br>,023      | ,087<br>,602             | ,536(**)<br>,001         | ,358(*)<br>,027                  |
| <b>Yenilikçilik</b>              | Pearson<br>Correlation<br>Sig. (2-tailed) | ,270<br>,101                  | 1                   | ,412(*)<br>,010      | ,655(**)<br>,000         | ,369(*)<br>,023          | ,203<br>,221                     |
| <b>Risk Alma</b>                 | Pearson<br>Correlation<br>Sig. (2-tailed) | ,368(*)<br>,023               | ,412(*)<br>,010     | 1                    | ,343(*)<br>,035          | ,301<br>,066             | ,398(*)<br>,013                  |
| <b>Kendine<br/>Güven</b>         | Pearson<br>Correlation<br>Sig. (2-tailed) | ,087<br>,602                  | ,655(**)<br>,000    | ,343(*)<br>,035      | 1                        | ,374(*)<br>,021          | ,480(**)<br>,002                 |
| <b>Kontrol<br/>Odağı</b>         | Pearson<br>Correlation<br>Sig. (2-tailed) | ,536(**)<br>,001              | ,369(*)<br>,023     | ,301<br>,066         | ,374(*)<br>,021          | 1                        | ,295<br>,072                     |
| <b>Belirsizliğe<br/>Tolerans</b> | Pearson<br>Correlation<br>Sig. (2-tailed) | ,358(*)<br>,027               | ,203<br>,221        | ,398(*)<br>,013      | ,480(**)<br>,002         | ,295<br>,072             | 1                                |

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Kadın girişimcilerin risk alma özellikleri ile yenilikçilik arasında da anlamlı bir ilişki olduğu tabloda görülmektedir. Bir iş kurmanın girişimcilik sayılabilmesi için o işin yepyeni, denenmemiş bir iş olması temel önceliktir. Denenmemiş bir işi kurmak da sonuçlarının belirsizliği nedeniyle büyük bir risk taşımaktadır. Fakat araştırmadaki kadın girişimcilerin verdiği yanıtlar, belirtilen bu riskleri göze alarak yenilikler yarattıklarını göstermektedir.

Toplam örnek kitle içinde yer alan kadın girişimcilerin başarı motivasyonun risk alma özelliği ile olan ilişkisinin yanı sıra kontrol odağı ve belirsizliğe tolerans özellikleri ile de ilişkisi bulunmaktadır. Kontrol odağının; “kişinin geleceğini yaratmak için kendi yetenek ve kabiliyetine olan inancının derecesiyle yakından ilgilidir” tanımı, yapılan araştırma sonuçlarıyla aynı yönde bir durum ifade etmektedir. Kadın girişimciler teşebbüste bulunabilmek için yeteneklerine güvenmeli, teşebbüslerinin başarıyla sonuçlanacağına inanmalı ve bu nedenle kontrol odağına sahip olmalıdırlar. Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin de verdikleri yanıtlarla; başkalarının kontrolünde olmaktan hoşlanmadıkları ve kendi kontrollerine odaklanmak için girişimciliği tercih ettikleri söylenebilir.

Ankete yanıt veren kadın girişimcilerin başarı motivasyonları onların girişimlerinde karşılaşacakları belirsizliklere karşı toleranslarını da artırmaktadır. Kurdukları işlerine karşı inançlarının yüksek olması ve sonucunda kazanacakları başarının motivasyonu onları işlerinin kurulumu aşamasında karşılaşacakları belirsizliklere karşı toleranslı olmalarını sağlamaktadır. Yeni bir iş deneyecekleri için belirsizliklerin de var olmasının normal olduğunu ve bunun başarı ihtiyaçlarını hiçbir şekilde olumsuz etkilemeyeceğini göstermektedirler. Bunun da başarılı kadın girişimcilerin oluşmasında olması gereken bir özellik olduğu söylenebilir.

Tablo 12’de görüldüğü gibi kadın girişimcilerin yenilikçilik özellikleri ile kendine güven arasında yüksek derecede anlamlı bir ilişki görülmektedir. Daha önce de belirtildiği gibi kadın girişimciler yeni bir şey üretmek, yeni bir iş kurmak için öncelikle kendilerine güvenmelidirler. Teşebbüste bulundukları yeniliklerin başarıyla sonuçlanacağına inanmalıdırlar. Kendilerine güven duymamaları yaptıkları işe de güven duymamalarına neden olmaktadır. Fakat araştırmaya katılan kadın girişimciler, girişimlerinde yarattıkları yenilikler konusunda kendilerine güvenmektedirler.

Yenilikçilik konusunda kendine güvenen kadın girişimciler, aynı zamanda teşebbüslerinde risk alırken de kendine güvenmektedirler. Yeni bir iş kurmanın tamamen bir risk unsuru olduğu düşünüldüğünde kadın girişimcilerin kendine güvenmedikleri bir durumda böyle bir riski üstlenecekleri de düşünülemez. Bu nedenle literatür kısmında da değinildiği gibi kadın girişimcilerin kendilerine duydukları güven, onların yeni bir iş kurma ve kendi işinin patronu olma gibi büyük risklerden kaçınmadıklarını göstermektedirler.

Anketi yanıtlayan kadın girişimciler, yenilikçilik konusunda kontrollü olmayı tercih etmektedirler. Yeni bir şeyler üretmek girişimcilik için olmazsa olmaz özelliklerden biridir. Fakat hiçbir araştırma yapmadan da yeni bir şey üretmek anlamlı bir durum değildir. Bireylerin yarattıkları şey, ne kendilerinin ne de başka insanların ihtiyaç duyacağı, işlerini kolaylaştıracağı bir şey değilse bunu satamayacaklardır. Dolayısıyla yapılan tüm yatırımlar ve teşebbüs, kişiye boşa harcanan zamandan başka hiçbir şey vermeyecektir. Bu durumun farkında olan kadın girişimciler de yeni bir şeyler yaratırken kontrollü olmayı tercih etmektedirler.

Yapılan tüm analizlerde kontrol odağı yüksek çıkan, girişimlerinde kontrolü elinden bırakmayan kadın girişimcilerin, olaylara hakimiyeti nedeniyle kendilerine olan güvenleri artmaktadır(Tablo 12). Girişimlerinin kuruluş ve büyüme evrelerinde işin tek patronu olma ve her aşamada işin sadece kendi kontrollerinde gelişmesiyle birlikte hem yaptıkları işlere hem de kendilerine güvenmektedirler.

Kontrollü olmanın yarattığı güven sonucunda girişimlerinin de başarıyla sonuçlanacağına olumlu gözle bakan kadın girişimciler, girişimleri sırasında oluşabilecek belirsizliklere karşı da toleranslı olmaktadırlar. Kendilerine güvenleri yüksek olan kadın girişimciler bu güven sayesinde teşebbüslerinde karşılaştıkları belirsizliklere karşı yüksek toleransa sahiptirler. Çünkü herhangi bir başarısızlık sonucunda pes etmeyecekler ve tekrar aynı ya da farklı bir teşebbüsle girişimlerini yineleyeceklerdir.

Yine Tablo 12’de yer aldığı gibi belirsizliğe toleransları yüksek olan kadın girişimcilerin risk alma oranları da yüksek olmaktadır. Yaşadıkları ya da yaşayacakları belirsizliklere karşı yüksek tolerans gösteren kadın girişimciler risk almaktan çekinmezler ve hatta risk almanın gerekliliğine inanırlar.

Ankete katılan kadın girişimcilerin taşıdıkları altı kişilik özelliklerinden hemen hemen hepsinin birbirleriyle etkileşim içinde oldukları belirtilmişti. Fakat ankete yanıt veren kadın girişimcilerin birbirine herhangi bir etkisi olmayan özellikleri de bulunmaktadır. Örneğin; çalışmada yer alan kadın girişimcilerin, yenilikçilik özellikleri ile başarı motivasyonları arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Buradan kadın girişimcilerin başarı motivasyonlarını, yenilikçilik ile tatmin edemedikleri sonucu çıkarılabilir. Kadın girişimcilerin başarı motivasyonları ile kendine güven özellikleri arasında da anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

Araştırmanın bir başka sonucuna göre, kadın girişimcilerin kontrol odağı ile risk alma özellikleri arasında anlamlı bir ilişki yoktur. Kontrol odağına sahip ve işlerinde devamlı kontrolün kendilerinde olmasını isteyen kadın girişimcilerin risk alma konusunda da kontrollü oldukları görülmektedir.

Tablo 13’de yer aldığı gibi kadın girişimcilerin son işlerindeki çalışma süreleri ortalama 11 yıl iken toplam çalışma süreleri ise ortalama 19 yıldır.

Tablo 13. Kadın Girişimcilerin Toplam Çalışma ve Son İşlerindeki Çalışma Süreleri

|                         | Minimum | Maximum | Mean    | Std. Deviation |
|-------------------------|---------|---------|---------|----------------|
| Toplam Çalışma Süresi   | 8,00    | 32,00   | 19,2895 | 5,83516        |
| Son İşte Çalışma Süresi | 1,00    | 25,00   | 10,9459 | 5,82593        |

Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin toplam çalışma hayatı içinde bulundukları sürenin, altı kişilik özelliğinden hangileri ile anlamlı ilişkisinin olup olmadığı incelediğinde Tablo 14’deki sonuçlar ortaya çıkmaktadır. Yapılan analiz sonucu, toplam çalışma süresi ile kendine güven ve belirsizliğe tolerans arasında anlamlı ilişki bulunmuştur.

Tablo 14. Kadın Girişimcilerin Toplam Çalışma Süreleri İle Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişki

|                             |                        | Başarı<br>Motivasyonu | Yenilikçilik | Risk<br>Alma | Kendine<br>Güven | Kontrol<br>Odağı | Belirsizliğe<br>Tolerans |
|-----------------------------|------------------------|-----------------------|--------------|--------------|------------------|------------------|--------------------------|
| Toplam<br>Çalışma<br>Süresi | Pearson<br>Correlation | ,254                  | ,262         | ,207         | ,355(*)          | ,256             | ,509(**)                 |
|                             | Sig. (2-tailed)        | ,123                  | ,111         | ,213         | ,029             | ,120             | ,001                     |

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tablo 14’de da görüldüğü gibi araştırmaya katılan kadın girişimcilerin çalıştıkça kendine güvenlerinin arttığı, çalışma hayatının onları kendilerine güven konusunda olumlu etkiledikleri sonucu çıkarılabilir. Ayrıca çalışma hayatında yaşadıkları güçlükler, karşılaştıkları engeller onları daha da kuvvetlendirmekte ve kendi işlerini kurma konusunda cesaretlendirmektedir. Genel iş hayatında kendine güven önemlidir fakat özellikle girişimcilik kararında hayati bir rol oynamaktadır. Çünkü kendine güvenemeyen bir kişi kuracağı işe de güvenemez ve sonucunda başarısızlıkla karşılaşır. Araştırmadaki kadın girişimciler de bu konuda aynı düşünceye sahip olduklarını, verdikleri cevapları ile göstermişlerdir.

Bununla birlikte araştırmadaki kadın girişimcilerin toplam çalışma süreleri ile belirsizliğe tolerans özellikleri arasında önemli düzeyde anlamlılığa rastlanmıştır. Dolayısıyla kadın girişimcilerin, girişimlerinde belirsizliğe karşı yüksek bir tolerans taşıdıkları söylenebilir. Girişimciliğin yeni ve bilinmeyen bir süreç olduğunu ve bu bilinmezliğin işin sonucuna da yansıyacağını doğrular nitelikte bir sonuca ulaşılabilir. Kadın girişimcilerin verdiği yanıtlar, belirsizliğe toleransın çalışma süresiyle yakından ilgili olduğunu, çalışma hayatı içinde ne kadar çok bulunurlarsa belirsiz durumlara karşı da o derecede toleranslı olduklarını Tablo 14’de göstermektedir.

Kadın girişimcilerin çalışma hayatında geçirdikleri süre ile kendine güven ve belirsizliğe tolerans özellikleri arasında anlamlı ilişki olmasına karşın; başarı motivasyonu, yenilikçilik, risk alma ve kontrol odağı özellikleri ile anlamlı ilişkinin olmadığı yapılan korelasyon testleri ile saptanmıştır. Çalışma süresi kadın girişimcilerin örneğin risk alma özelliği ile ilişkili değildir. Bu durum, kadın girişimcilerin uzun uğraşlar sonrasında elde ettikleri patronluğu ve işlerini riske atmak istemediklerini göstermektedir. Yenilikçilik ile ilişki bulunamaması ise uzun çalışma hayatı sonrasında yeni bir şeyler denemektense kadın girişimciler, bildikleri işlerini devam ettirecek bir iş kurmak istemektedirler, şeklinde açıklanabilir.

Bununla birlikte, kadın girişimcilerin iş yaşamında geçirdikleri toplam süre ile başarı motivasyonları arasında da anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. İş yaşamında karşılaştıkları zorluklar nedeniyle girişimciliği tercih eden kadınların başarı motivasyonları da bu zorluklar nedeniyle olumsuz etkilenmektedir. Ayrıca kadın girişimciler iş yaşamlarında geçirdikleri toplam süre içerisinde kontrolün kendilerinden çok dışsal faktörlerde olduğunu belirtmişlerdir.

Bunların yanında kadın girişimcilerin son işlerindeki çalışma sürelerinin kişilik özellikleri ile arasında nasıl bir ilişki olduğu incelediğinde ise yenilikçilik ve kendine güven ile anlamlı ilişki sonuçları çıkmıştır (Tablo 15). Burada toplam çalışma süresi ile son işte geçen çalışma sresinin yenilikçiliği farklı etkilediği görülmektedir. Yenilikçiliğin toplam çalışma süresi ile arasında anlamsız bir ilişki mevcutken, kadın girişimcilerin son işlerindeki çalışma süresi ile anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Literatür araştırmalarında

belirtildiği gibi yenilikçilik kadınların girişimcilik tercihinde çok önemli bir rol oynamaktadır. Buradan da araştırmaya konu olan kadın girişimcilerin son işleri olarak girişimcilikteki sürelerinden bahsettikleri anlaşılabılır. Girişimciliğin sadece kendi işini kurmak olmadığını, girişimcilerin teşebbüste bulunurken farklı şeyler yaratmalarının, yeni bir şeyler üretmelerinin asıl farklılıkları olduğunu araştırma sonuçları da bir kez daha göstermektedir.

Tablo 15. Kadın Girişimcilerin Son İşlerinde Çalışma Süreleri İle Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişki

|                               |                        | Başarı<br>Motivasyonu | Yenilikçilik | Risk<br>Alma | Kendine<br>Güven | Kontrol<br>Odağı | Belirsizliğe<br>Tolerans |
|-------------------------------|------------------------|-----------------------|--------------|--------------|------------------|------------------|--------------------------|
| Son İşte<br>Çalışma<br>Süresi | Pearson<br>Correlation | ,024                  | ,486(**)     | ,157         | ,497(**)         | ,152             | ,199                     |
|                               | Sig. (2-tailed)        | ,886                  | ,002         | ,354         | ,002             | ,370             | ,238                     |

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Kadın girişimcilerin toplam iş yaşamının girişimcilik tercihinde kendine güvenlerini etkilemesi özelliği son iş yaşamlarında da devam etmektedir. Tablo 15’de de yer aldığı gibi araştırmaya katılan kadın girişimcilerin verdiği yanıtlar onların son işlerinde kendine güvenlerinin yüksek olduğunu göstermektedir. Kadın girişimciler problemlerle başa çıkma konusunda kendilerine güvenmektedirler. Bunu yapabileceklerini yakın çevrelerine ve ailelerine kanıtlayarak kendine güvenleri daha da artmaktadır.

Bununla birlikte kadın girişimcilerin son işlerindeki çalışma süreleri ile başarı motivasyonu, risk alma, kontrol odağı ve belirsizliğe tolerans özellikleri arasında anlamlı ilişkiye rastlanmamıştır. Kadın girişimcilerin toplam iş sürelerinde olduğu gibi son işlerinde de başarı motivasyonları ile ilişkili olmadığı görülmektedir. Buradan da kadınların başarı motivasyonlarının kendiliğinden mevcut olduğu, çalışma süreleri ile ilgili olmadığı sonucuna ulaşılabilir.

Kadın girişimcilerin risk alma konusunda erkek meslektaşlarına göre daha ihtiyatlı olduklarına literatür kısmında değinilmişti. Araştırmada da hem son işlerinde hem de

toplam çalışma süreleri içinde risk almaktan kaçındıkları görülmektedir. Buradan kadın girişimcilerin, girişimlerinde risk almayı pek tercih etmedikleri anlaşılabılır.

Kruskal Wallis yöntemiyle yapılan kadın girişimcilerin eğitim düzeyleri ile kişilik özellikleri arasındaki ilişkinin analizleri Tablo 16’da yer almaktadır.

Tablo 16. Kadın Girişimcilerin Eğitim Düzeyleri İle Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişki

|        | Mean Rank            | Başarı Motivasyonu | Yenilikçilik | Risk Alma | Kendine Güven | Kontrol Odağı | Belirsizliğe Tolerans |
|--------|----------------------|--------------------|--------------|-----------|---------------|---------------|-----------------------|
| Eğitim | Lise                 | 5,50               | 13,25        | 11,00     | 8,25          | 19,25         | 7,00                  |
|        | Lisans               | 21,44              | 15,66        | 18,53     | 17,06         | 18,19         | 21,41                 |
|        | Y.Lisans/<br>Doktora | 19,35              | 23,20        | 21,13     | 22,58         | 20,58         | 19,23                 |

|             | Başarı Motivasyonu | Yenilikçilik | Risk Alma | Kendine Güven | Kontrol Odağı | Belirsizliğe Tolerans |
|-------------|--------------------|--------------|-----------|---------------|---------------|-----------------------|
| Chi-Square  | 3,738              | 4,887        | 1,757     | 4,410         | ,424          | 3,065                 |
| df          | 2                  | 2            | 2         | 2             | 2             | 2                     |
| Asymp. Sig. | ,154               | ,087         | ,415      | ,110          | ,809          | ,216                  |

a Kruskal Wallis Test

b Grouping Variable: egitim

Tablo 16’da da görüldüğü gibi kadın girişimcilerin eğitim düzeyleri onların kişilik özelliklerini etkilememektedir. Dolayısıyla eğitimleri ne olursa olsun kadınların eğer girişimci olmak istiyorlarsa, girişimci oldukları söylenebilir. Birey girişimcilik özelliklerini taşımıyorsa o kişinin sadece eğitilmesi onu girişimci yapmayacaktır.

Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin kişilik özellikleri ile yaşları arasındaki ilişki de incelenmiş ve buradan sadece belirsizliğe tolerans özellikleri arasında anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Tablo 17’de yer aldığı gibi özellikle 41 ve üzeri yaştaki kadın girişimciler 23,15 ortalamayla belirsizliğe karşı yüksek toleransa sahiptirler. Bu durum, yaşla beraber gelen yüksek tecrübeye bağlanabilir. Kadın girişimciler yaşları ilerledikçe çoğu durumda olduğu gibi belirsizliğe karşı da daha toleranslı olabilmektedirler. Onları 17,28 ortalamayla

36-40 yaş arasındaki kadın girişimciler ve 8,83 ortalamayla 31-35 yaş arasındaki kadın girişimciler takip etmektedirler.

Tablo 17. Kadın Girişimcilerin Yaşları İle Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişki

|     | Mean Rank   | Başarı Motivasyonu | Yenilikçilik | Risk Alma | Kendine Güven | Kontrol Odağı | Belirsizliğe Tolerans |
|-----|-------------|--------------------|--------------|-----------|---------------|---------------|-----------------------|
| Yaş | 31-35       | 11,33              | 15,83        | 10,17     | 17,17         | 18,50         | 8,83                  |
|     | 36-40       | 19,78              | 20,22        | 21,61     | 12,94         | 15,72         | 17,28                 |
|     | 41 ve üzeri | 21,52              | 20,17        | 21,11     | 22,67         | 21,24         | 23,15                 |

|             | Başarı Motivasyonu | Yenilikçilik | Risk Alma | Kendine Güven | Kontrol Odağı | Belirsizliğe Tolerans |
|-------------|--------------------|--------------|-----------|---------------|---------------|-----------------------|
| Chi-Square  | 4,088              | ,796         | 5,149     | 5,344         | 1,701         | 8,515                 |
| Df          | 2                  | 2            | 2         | 2             | 2             | 2                     |
| Asymp. Sig. | ,130               | ,672         | ,076      | ,069          | ,427          | ,014                  |

a Kruskal Wallis Test

b Grouping Variable: yas

Kadın girişimcilerin yaşları, belirsizliğe tolerans dışındaki diğer kişisel özellikler üzerinde etkili olmamaktadır. Buradan kadın girişimcilerin yaşlarının, onların kişilik özellikleri üzerinde etkili olmadığı sonucuna ulaşılabilir.

Anket formunun birinci bölümünde yer alan kişisel sorularla birinci derecede öncelikli olma bakımından faktör seçimi arasında bir ilişkinin var olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan kruskal wallis analizlerine göre kadın girişimcilerin medeni durumları, onların kişilik özelliklerini etkilememektedir (Tablo 18).

Tablo 18. Kadın Girişimcilerin Medeni Durumları İle Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişki

|              | Mean Rank          | Başarı Motivasyonu | Yenilikçilik | Risk Alma     | Kendine Güven | Kontrol Odağı         | Belirsizliğe Tolerans |
|--------------|--------------------|--------------------|--------------|---------------|---------------|-----------------------|-----------------------|
| Medeni Durum | Bekar              | 17,67              | 12,00        | 13,00         | 21,50         | 20,00                 | 20,67                 |
|              | Evli               | 18,98              | 21,12        | 21,16         | 20,26         | 19,20                 | 19,74                 |
|              | Dul                | 21,35              | 17,70        | 17,30         | 17,00         | 20,10                 | 18,55                 |
|              | Başarı Motivasyonu | Yenilikçilik       | Risk Alma    | Kendine Güven | Kontrol Odağı | Belirsizliğe Tolerans |                       |
| Chi-Square   | ,422               | 2,216              | 2,019        | ,730          | ,055          | ,120                  |                       |
| df           | 2                  | 2                  | 2            | 2             | 2             | 2                     |                       |
| Asymp. Sig.  | ,810               | ,330               | ,364         | ,694          | ,973          | ,942                  |                       |

a Kruskal Wallis Test

b Grouping Variable: medeni

Genellikle kadınların iş yaşamında ve özellikle girişimcilikte başarılı olması için çok çalışmasının gerekliliğine, çok çalışmanın bedelini de eşlerinden ayrılarak veya hiç evlenmeyerek ödediklerine inanılmaktadır. Fakat araştırma sonuçları göstermektedir ki kadın girişimcilerin medeni durumları onların girişimcilik özelliklerini etkilememektedir. Araştırmaya katılan kadın girişimciler, girişimciliği tercih etmelerinin nedeninin, evli, bekar veya dul olmalarıyla ilgili olmadığını göstermişlerdir.

Kadın girişimcilerin anne ve babalarının eğitim düzeylerinin, onların kişilik özellikleri üzerinde ne kadar etkili olduklarının analizi Tablo 19 ve Tablo 20’de yer almaktadır. Öncelikle Tablo 19’a bakıldığında kadın girişimcilerin kişilik özelliklerinin, annelerinin eğitim düzeylerinden etkilenmedikleri görülmektedir. Hiçbir kişilik özelliği anlamlı sonuçlar içerisinde çıkmamıştır. Daha önce Tablo 11’de belirtilen kadın girişimcilerin annelerinin eğitim seviyelerinin, girişimcilik kararlarını etkilemediği durumu girişimcilik özellikleri için de aynı şekildedir. Dolayısıyla ankete katılan kadın girişimcilerin, kendilerine annelerini rol-model almadıkları söylenebilir.

Tablo 19. Kadın Girişimcilerin Annelerinin Eğitim Durumları İle Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişki

|                     | Mean Rank            | Başarı Motivasyonu | Yenilikçilik | Risk Alma | Kendine Güven | Kontrol Odağı | Belirsizliğe Tolerans |
|---------------------|----------------------|--------------------|--------------|-----------|---------------|---------------|-----------------------|
| Annelerinin Eğitimi | İlkokul              | 19,60              | 19,20        | 20,27     | 21,37         | 19,97         | 20,20                 |
|                     | Ortaokul             | 29,25              | 21,92        | 17,00     | 18,58         | 25,75         | 22,42                 |
|                     | Lise                 | 18,36              | 20,59        | 22,32     | 19,45         | 14,86         | 22,50                 |
|                     | Üniversite           | 10,00              | 18,30        | 11,50     | 16,90         | 21,90         | 10,50                 |
|                     | Y.Lisans/<br>Doktora | 19,50              | 3,50         | 32,00     | 10,50         | 14,00         | 3,50                  |

|             | Başarı Motivasyonu | Yenilikçilik | Risk Alma | Kendine Güven | Kontrol Odağı | Belirsizliğe Tolerans |
|-------------|--------------------|--------------|-----------|---------------|---------------|-----------------------|
| Chi-Square  | 8,558              | 2,597        | 5,047     | 1,413         | 4,445         | 6,740                 |
| Df          | 4                  | 4            | 4         | 4             | 4             | 4                     |
| Asymp. Sig. | ,073               | ,627         | ,283      | ,842          | ,349          | ,150                  |

a Kruskal Wallis Test

b Grouping Variable: anne.egt

Girişimcilik kararlarında annelerinin eğitim düzeylerinden etkilenmeyen kadın girişimciler, babalarının eğitimlerinden etkilenmektedirler. Fakat bu durum kişisel özelliklerinde kendini göstermemiştir. Kadın girişimcilerin kişilik özellikleri ile babalarının eğitim düzeyleri incelendiğinde arada anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Kadın girişimcilerin babalarının eğitimleri, onların girişimcilik kararlarında etkili olurken, kişisel özelliklerine bir etkisi bulunmamaktadır.

Tablo 20. Kadın Girişimcilerin Babalarının Eğitim Durumları İle Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişki

|                     | Mean Rank            | Başarı Motivasyonu | Yenilikçilik | Risk Alma | Kendine Güven | Kontrol Odağı | Belirsizliğe Tolerans |
|---------------------|----------------------|--------------------|--------------|-----------|---------------|---------------|-----------------------|
| Babalarının Eğitimi | İlkokul              | 13,07              | 18,50        | 23,86     | 21,29         | 22,29         | 16,21                 |
|                     | Ortaokul             | 25,00              | 23,57        | 18,29     | 22,00         | 23,93         | 24,57                 |
|                     | Lise                 | 18,25              | 16,42        | 16,00     | 16,58         | 14,17         | 16,33                 |
|                     | Üniversite           | 19,43              | 18,93        | 19,23     | 18,33         | 16,23         | 19,50                 |
|                     | Y.Lisans/<br>Doktora | 24,50              | 21,33        | 20,50     | 21,17         | 29,67         | 21,67                 |

|             | Başarı Motivasyonu | Yenilikçilik | Risk Alma | Kendine Güven | Kontrol Odağı | Belirsizliğe Tolerans |
|-------------|--------------------|--------------|-----------|---------------|---------------|-----------------------|
| Chi-Square  | 4,836              | 1,620        | 1,827     | 1,197         | 6,940         | 2,717                 |
| df          | 4                  | 4            | 4         | 4             | 4             | 4                     |
| Asymp. Sig. | ,304               | ,805         | ,768      | ,879          | ,139          | ,606                  |

a Kruskal Wallis Test

b Grouping Variable: baba.egt

Kadın girişimcilerin kişisel özelliklerini etkileyebilecek tüm demografik özellikleri ile ilgili yapılan analizlerin sonuçlarına göre; kadın girişimcilerin demografik özelliklerinin aslında onların kişisel özellikleri üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığı görülmüştür. Buradan da kadın girişimcilerin çevrelerinden çok fazla etkilenmedikleri ve girişimsel özellikleri aslında kendi içlerinde barındırdıkları sonucuna ulaşılabilir.

## SONUÇ

Girişimciler, lke ekonomisine olumlu etkilerde bulunan, yenilikler yaratan, risk almaktan korkmayan, diğerklerinin gremediğı fırsatları gören veya yaratan ve bu özellikleri ile sıradan insanlardan farklı olan kişilerdir. Toplumlar ekonomik ve sosyal gelişimleri için bu kişilere fazlasıyla ihtiyaç duymaktadırlar. Çünkü bir ülkenin gelişimi; ekonomik değer yaratan, büyümeye ivme kazandıran, hızla değişen koşullara uyum sağlayabilme dinamizmine sahip girişimciler yetiştirebilmesine bağlıdır. Gelişmiş lkeler, bireyleri ve özellikle kadınları girişimcilik sürecine dahil edebilmek için çaba sarf etmektedir. Türkiye’de de ülke nüfusunun yarısını oluşturan kadınların iş yaşamına girişimci olarak kazandırılmaları, ülkenin kalkınması açısından büyük önem taşımaktadır.

Günümüz kadınları birçok nedenden dolayı girişimciliği tercih etmektedir. İş hayatında karşılaştıkları sorunlar (cam tavan, cinsel taciz, maaş vb.), aile ekonomisine katkıda bulunmak istemeleri veya yaşadıkları çevreden etkilenmeleri bu nedenler arasında sayılabilir. Fakat kadınların girişimciliği tercih etmelerindeki temel neden taşıdıkları kişisel özellikleridir. Bu zellikler; kontrol odağı, başarı ihtiyacı, risk alma eğilimi, yenilikçi olma, belirsizliğe tolerans ve kendine güven olarak belirtilebilir. Yapılan literatür çalışmasında dünyada ve Türkiye’deki kadın girişimcilerin bu özelliklere sahip oldukları ve bu özelliklerin girişimcilikteki başarılarını arttırdığı anlaşılmıştır.

Çalışmanın araştırma kısmında ise, Türkiye’deki kadın girişimcileri bir araya getiren ilk dernek olan KAGİDER’e ye kadın girişimcilerin, girişimci olma nedenleri özellikler kuramı çerçevesinde incelenmiştir.

zellikler kuramından önce KAGİDER’e ye 107 kadın girişimcinin yöneldikleri sektörler incelenmiş ve % 90’dan fazlasının hizmet sektöründe faaliyet göstermekte olduğu bilgisine ulaşılmıştır. Yaş, medeni durum ve eğitim gibi demografik özellikler incelendiğinde ise araştırmaya katılan 38 kadın girişimcinin özellikle evli, yüksek eğitimli ve orta üstü yaşta oldukları elde edilen bulgular arasındadır.

Ayrıca kadın girişimcilerin anne ve babalarının da eğitim ve meslekleri incelenmiş ve bu durumun kadın girişimcilerin, girişimcilik kararlarında etkili olup olmadığı sorgulanmıştır. Türk aile yapısı gereği kadın girişimcilerin, girişimcilik planlarında babalarından etkilendikleri ve annelerini kendilerine rol-model almadıkları sonucuna ulaşılmıştır. Annelerinin neredeyse hepsinin ev hanımı ve eğitimlerinin de lise ve altı düzeyde olduğu göz önünde bulundurulsa bu durumun kaçınılmaz olduğu açıkça ortadadır. Annelerinin aksine babalarının yarısının üniversite ve üzerinde eğitime sahip ve yine yarısının kendi nam ve hesabına çalışıyor olması kadın girişimcilerin tercihlerinde babalarının etkisini göstermektedir. Yapılan literatür çalışmasında da kadın girişimcilerin, girişimcilik tercihlerinde en çok babalarından etkilendikleri birçok kez belirtilmişti.

Kadın girişimcilerin son işleri, girişimcilik yaşamları olarak ele alınırsa ortalama 11 yıllık bir girişimcilik tecrübesine sahip oldukları söylenebilir. Bu durum da onların girişimciliğe orta yaşlarda karar verdiklerini ve girişimcilik hayatlarında da yadsınamayacak bir tecrübeye sahip olduklarını göstermektedir. Kadın girişimciler, girişimcilikten önce de ortalama 8 yıllık bir iş tecrübesine sahiptirler.

Toplam çalışma süreleri ve girişimcilikte geçirdikleri sürelerin kişilik özelliklerinden; kendine güven, belirsizlik toleransı ve yenilikçilik özelliklerini etkiledikleri ise başka bir analiz sonucudur. Kadın girişimcilerin kendine güvenleri hem toplam iş süresinden hem de girişimcilik süresinden olumlu yönde etkilenmekte; ve iş yaşamlarındaki süre arttıkça kendine güvenleri de artmaktadır. Diğer taraftan başkasının işinde çalışırken belirsizliğe yüksek tolerans gösteren kadın girişimciler, kendi işlerini yürütürken belirsizliğe daha az toleranslı olmaktadır. Başka işte çalışırken yenilikçilik özelliği taşımazlarken, kendi girişimlerinde yenilikçilik özellikleri ortaya çıkmaktadır.

Özellikler kuramını oluşturan başarı motivasyonu, yenilikçilik, risk alma, kendine güven, kontrol odağı ve belirsizliğe tolerans özelliklerinin kadınların girişimcilik kararlarında ve sürecinde birbirlerini ne derecede etkiledikleri korelasyon yöntemi ile analiz edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre; başarı ihtiyacını gidermek için girişimciliğe soyunan kadınlar aynı zamanda büyük riskler aldıklarını da bilmektedirler. Aynı zamanda yeni bir işe atılarak, yeni bir şeyler deneyerek de risk almayı kabul etmektedirler. Fakat hem

yenilikçi olmanın hem de risk üstlenmenin girişimciliğin vazgeçilmez unsurları olduğunu da belirtmektedirler.

Kadın girişimcilerin başarı motivasyonlarının kontrol odağı ve belirsizliğe tolerans ile de yakın ilişkisi bulunmuştur. Kadın girişimciler, girişimlerinin başarıyla sonuçlanabilmesi için kontrollü olmanın ve işin her sürecinde kontrolü kendilerinde bulundurmanın gerekliliğine inanmaktadırlar. Fakat ne kadar kontrollü olursa da yapılan çalışmaların sonucunun belirsiz olduğunu ve bu belirsizliklere karşı da her zaman toleranslı olunması gerektiğini; ancak bu şekilde başarıya ulaşabileceklerini bilmektedirler.

Kadın girişimcilerin ankete verdikleri yanıtların analizinde, kendilerine çok güvendikleri sonucu ortaya çıkmıştır. Kendilerine duydukları güven nedeniyle yaptıkları işe de güvenmekte ve yeni şeyler denemekten çekinmemektedirler. Yarattıkları yeniliklerin başarıyla sonuçlanmasıyla kendilerine güvenleri daha da artmakta; böylelikle yeni iş ve düşünceleriyle risk almaktan da kaçınmamaktadırlar. Risk almanın girişimciliğin temeli olduğuna inanarak, risk almadan yeni bir işin yaratılamayacağını ve kişinin kendine güvenini kazanamayacağını belirtmektedirler.

Yenilikçilik özellikleri fazla olan kadın girişimciler, yenilikleri hiç plan yapmadan hayata geçirmezler ve bu konuda kontrollü olmayı severler. Yeniliği, yapmak için değil, gerçekten yeni bir şeyler üretmek ve faydalı olabilmek için yaparlar. Bu nedenle yeniliğin yaratılış aşamasından uygulama aşamasına kadar kontrollü gitmeyi isterler. Kontrolü ellerinde bulundurdukları sürece kendilerine olan güvenleri daha da artar ve belirsizliklere karşı daha toleranslı olurlar. Belirsizliğe karşı toleransları yüksek olunca risk almaktan da kaçınmazlar.

Görüldüğü gibi girişimcilikte temel oluşturan bu altı kişisel özelliği birbirinden ve girişimcilerden ayırmak neredeyse imkansızdır. Kadın ya da erkek tüm bireyler, girişimci olmaya karar verdiklerinde bu özellikleri taşıyıp taşımadıklarını kendilerine sormalıdır.

Özellikle son yıllarda adlarından ve başarılarından sıklıkla söz ettiren kadın girişimcileri desteklemek; toplumun refah düzeyini artırmak ve dünyadaki değişime ayak

uydurmak için gereklidir. Girişimciliğin desteklenmesi; hem potansiyel kadın girişimcilere fırsat ve kaynak yaratılması, hem de girişimcilik ruhunun geliştirilmeye çalışılması demektir. Kadın girişimcilerin kişilik özelliklerini bilmek ve bu özelliklerini geliştirebilmeleri için uygun ortamlar yaratmak; kadın girişimciliğinin ve dolayısıyla ekonominin gelişmesi için önemli bir adımdır.



## EK 1 - KADIN GİRİŞİMCİLERE UYGULANAN ANKET SORULARI

Bu anket kadın girişimcilik özelliklerinin anlaşılmasına yönelik olarak hazırlanmıştır. Kendinizi en iyi yansıtan önermeleri seçmeye özen göstermenizi rica ederiz.

Yaşınız :

- ☐ 20-25                      ☐ 26-30                      ☐ 31-35  
☐ 36-40                      ☐ 41 ve üzeri

Eğitim Durumunuz:

- ☐ İlköğretim                      ☐ Lise Mezunu  
☐ Lisans Mezunu                      ☐ Yüksek Lisans Mezunu                      ☐ .....

Medeni durumunuz :

- ☐ Bekar                      ☐ Evli                      ☐ Boşanmış / Dul

Çalışma hayatı içerisinde bulunduğunuz süre (yıl olarak)? .....

Şu anda çalışmakta olduğunuz kurumda kaç yıldır görev yapmaktasınız? .....

Annenizin eğitim durumu?

- ☐ İlkokul mezunu                      ☐ Ortaokul mezunu                      ☐ Lise mezunu  
☐ Üniversite mezunu                      ☐ Yüksek lisans veya doktora yapmış

Babanızın eğitim durumu?

- ☐ İlkokul mezunu                      ☐ Ortaokul mezunu                      ☐ Lise mezunu  
☐ Üniversite mezunu                      ☐ Yüksek lisans veya doktora yapmış

Annenizin mesleği? Belirtiniz.....

Babanızın mesleği? Belirtiniz.....

|                                                                                                                          | Tamamen katılıyorum | Katılıyorum | Kararsızım | Katılmıyorum | Kesinlikle katılmıyorum |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|-------------|------------|--------------|-------------------------|
| 1. Kendi iş alanımda veya sınıfta en iyiler arasında olmak için her zaman sıkı çalışırım.                                |                     |             |            |              |                         |
| 2. Genellikle orijinal fikirlerimle insanları şaşırtırım.                                                                |                     |             |            |              |                         |
| 3. Yüksek kazanç sağlayacaksam yüksek risk almaya gönüllü olurum.                                                        |                     |             |            |              |                         |
| 4. Herhangi birinin doğrudan denetimi olmadan, kendi başıma daha başarılıyım.                                            |                     |             |            |              |                         |
| 5. Başarılı olmam, doğru zamanda doğru yerde olmak konusunda yeterince şanslı olmama bağlıdır.                           |                     |             |            |              |                         |
| 6. Neyin, nasıl yapılacağını açık olduğu bir işi iyi bir iştir.                                                          |                     |             |            |              |                         |
| 7. Diğer kişilerin benden daha başarılı olması beni rahatsız etmez.                                                      |                     |             |            |              |                         |
| 8. Benim için mevcut bir yeteneği kullanmak yeni bir fikir geliştirmekten çok daha tatmin edicidir.                      |                     |             |            |              |                         |
| 9. Garantili ve devamlı ise karın küçük olmasını umursamam.                                                              |                     |             |            |              |                         |
| 10. Başarılı olma konusunda kabiliyetime/yeteneğime güvenirim.                                                           |                     |             |            |              |                         |
| 11. İstedikimi elde etmem genellikle şanslı olmamdan kaynaklanır.                                                        |                     |             |            |              |                         |
| 12. Karmaşık bir problemle uğraşmak basit bir problemi çözmekten daha zevklidir.                                         |                     |             |            |              |                         |
| 13. Yüksek düzeyde yetenek gerektiren durumlarda çalışmayı tercih ederim.                                                |                     |             |            |              |                         |
| 14. Orijinal düşünmeyi gerektiren işi tercih ederim.                                                                     |                     |             |            |              |                         |
| 15. Makul bir kazanç sağlama ihtimali olduğu müddetçe belirsizlik koşulları altında çalışmaktan rahatsız olmam.          |                     |             |            |              |                         |
| 16. Çözülmesi zor zayıflıklarım ve korkularım var.                                                                       |                     |             |            |              |                         |
| 17. Başıma gelenlerin hepsi kendi davranışlarımdan kaynaklanır.                                                          |                     |             |            |              |                         |
| 18. Genellikle en ilginç ve stimulating (heyecan verici/yaratıcı) insanlar farklı ve orijinal olmaktan çekinmeyenlerdir. |                     |             |            |              |                         |
| 19. Geçmiş performansımı geliştirmek, herhangi bir şeyi yaparken aldığım zevkin önemli bir kısmını oluşturur.            |                     |             |            |              |                         |
| 20. Yeni bir işi yapmaya aynen bana önceden öğretildiği gibi devam ederim.                                               |                     |             |            |              |                         |
| 21. Kar paylarını hesapladığım bir girişime yatırım yapmaktan korkmam.                                                   |                     |             |            |              |                         |
| 22. Yeni ve denenmemiş koşullarla başa çıkabileceğimden şüpheliyim.                                                      |                     |             |            |              |                         |

|                                                                                                                 | Tamamen katılıyorum. | Katılıyorum | Kararsızım | Katılmıyorum | Kesinlikle katılmıyorum |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|-------------|------------|--------------|-------------------------|
| 23. İstediğimi elde etmem genellikle çok sıkı çalıştığım için olur.                                             |                      |             |            |              |                         |
| 24. Alışık olduğumuz şeyleri alışılmadık (bilinmedik) şeylere tercih ederiz.                                    |                      |             |            |              |                         |
| 25. Herhangi bir işi üstlendiğimde sebat ederim.                                                                |                      |             |            |              |                         |
| 26. Yaratıcılıktan çok yetenek ve uygulama becerisi gerektiren işi severim.                                     |                      |             |            |              |                         |
| 27. Ancak başarı şansı %60 veya üstü olan durumlarda riski almaya değer bulurum.                                |                      |             |            |              |                         |
| 28. Çoğunluğun fikirleri karşısında kendimi savunmakta güçlük çekerim.                                          |                      |             |            |              |                         |
| 29. Benim için uzun vadeli planlar yapmak akıllıca değil, çünkü planlarım kötü şansa bağlı olarak değişebilir.  |                      |             |            |              |                         |
| 30. Herhangi bir sınavdan önce kaç soru sorulacağını bilmek stresimi azaltır.                                   |                      |             |            |              |                         |
| 31. Çok sıkı çalışmak gerektiği durumlarda keyfimden vazgeçemem.                                                |                      |             |            |              |                         |
| 32. Çok yaratıcı bir insan değilim.                                                                             |                      |             |            |              |                         |
| 33. Hakkında hiç bir şey bilmediğim yeni bir işe (girişime) girmeye/soyunmaya korkarım.                         |                      |             |            |              |                         |
| 34. Yetenekli, çalışkan ve hırslı olsam da, param yoksa yeni bir iş kuramam.                                    |                      |             |            |              |                         |
| 35. Hayatta başarılı olup olmamam daha çok benim becerilerimle ilgilidir.                                       |                      |             |            |              |                         |
| 36. Kesin bir çözüm bulma olasılığı olmadığı sürece herhangi bir sorun üzerinde çalışmaktan hoşlanmam.          |                      |             |            |              |                         |
| 37. Bazen yaşamımın gidişatı üzerinde yeterli kontrolümün olmadığı hissine kapılıyorum.                         |                      |             |            |              |                         |
| 38. Sürekli değişen koşullar altında çalışmaktan daha ilginç bir şey olamaz.                                    |                      |             |            |              |                         |
| 39. İş yaşamında başarı kazanmak genelde şanslı olmakla ilgilidir.                                              |                      |             |            |              |                         |
| 40. Çıkacağımız tatilden gerçekten zevk almak istiyorsak, tatilimizi önceden detaylı bir şekilde planlamalıyız. |                      |             |            |              |                         |

**ANKETİMİZE KATILDIĞINIZ İÇİN TEŞEKKÜR EDERİZ.**

## KAYNAKÇA

### Makaleler:

Academic Search Premier. (1997). "*Women-trepreneurs*". **Christian Science Monitor**. Vol: 90. No: 14. s. 16.

Acar, Feride, Selma Acuner ve Nevin Şenol. (1999). "*Pekin Eylem Platformunun Uygulanmasına Yönelik Soru Formuna Verilen Yanıt*". **Başbakanlık Kadının Statüsü Ve Sorunları Genel Müdürlüğü**.  
<http://www.kssgm.gov.tr/raport.html>

Advancing Women. (2003). "*Entrepreneur: Starting Your Own Business*".  
[http://www.advancingwomen.com/wk\\_entrstartbiz.html](http://www.advancingwomen.com/wk_entrstartbiz.html)

Advancing Women. (2004). "*Redefining Networking: Women, That Means Go Where The Men Are*". [http://www.advancingwomen.com/bussec1\\_1.html](http://www.advancingwomen.com/bussec1_1.html)

Advancing Women. (1998). "*Entrepreneurial Ideas Motivate Women to Start Business*".  
[http://www.advancingwomen.com/wk\\_entrepath.html](http://www.advancingwomen.com/wk_entrepath.html)

Anderson, Wilma G. (2005). "*To Reach Women Entrepreneurs, Talk About LTC*". **National Underwriter**. Vol: 109. No: 7. s. 29.

Arslan, Kahraman. (2002). "*Üniversiteli Gençlerde Mesleki Tercihler ve Girişimcilik Eğilimleri*". **Doğuş Üniversitesi Dergisi**. No: 6. ss. 1-11.

Atay, Mahmut ve M. Cengiz Yıldız. (2004). "*Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi Kadının Toplumsal Statüsü*". **Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi**. Vol: 3. No: 7. ss. 1-22.

Barr, Jill Sigler. (2000). "*A Comparison of the Perceptions of Entrepreneurial Traits by Program and Gender Among Secondary At-Risk, Vocational, and College-Preparatory Students*". Basılmamış Doktora Tezi. **University of Missouri-Columbia**. <http://opac.lib.ryukoku.ac.jp/cgi-bin/opac/books-query?smode=1&key=&code=21157896-5k-Ek>

- Barutçugil, İsmet. (2003). "21. Yüzyılda Yönetim ve Kadın Yönetici". **Kişisel Gelişim Dergisi**. No: 3. <http://www.rcbadoor.com/kadnyntci.htm>
- Bedük, Aykut. (2005). "Türkiye 'de Çalışan Kadın ve Kadın Girişimciliği". **Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi**. Vol: 3. No: 12. ss. 106-117.
- Birley, Sue. (1989). "Female Entrepreneurs: Are They Really Any Different?". **Journal of Small Business Management**. Vol: 27. No: 1. ss. 32-37.
- Bouncken, B. Ricarda. (2004). "Cultural Diversity in Entrepreneurial Teams: Findings of New Ventures in Germany". **Blackwell Publishing Ltd**. Vol: 13. No: 4. ss. 240-253.
- Buttner, E. Holly. (1993). "Female Entrepreneurs: How Far Have They Come?". **Business Horizons**. Vol: 36. No: 2. ss. 59-65.
- Canıdar, Sonat ve İnci Döndaş. (2 Mayıs 2005). Ojeli Patronlar. *Sabah'la Günaydın*, s. 4.
- Carter, Sara, Susan Anderson ve Eleanor Shaw. (2001). "Women's Business Ownership: A Review of the Academic, Popular and Internet Literature". **London: Report to the Small Business Service**. <http://business.kingston.ac.uk/research/kbssbs/wombsbus.pdf>
- Ceylan, Adnan ve Nigar Demircan. (2002). "Girişimcilerin Başarı, Güç ve Yakın İlişki İhtiyaçlarının Kişilik Özellikleri ile İlişkisi Üzerine Düzce Bölgesi'ndeki KOBİ'lerde Bir Araştırma". **21. Yüzyılda Kobiler: Sorunlar, Fırsatlar ve Çözüm Önerileri, Doğu Akdeniz Üniversitesi**. [www.gyte.edu.tr/ISLETMEWEB/ceylan.htm](http://www.gyte.edu.tr/ISLETMEWEB/ceylan.htm)-80k
- Cheskin Research. (2000). "Women Entrepreneurs Study". **The Center for New Futures**. <http://www.centerfornewfutures.com/survey.shtml>
- Çelik, Cemile ve Mahmut Özdevecioğlu. (2000). "Kadın Girişimcilerin Demografik Özellikleri ve Karşılaştıkları Sorunlara İlişkin Nevşehir İlinde Bir Araştırma". **1. Orta Anadolu Kongresi**. ss. 487-498.
- Dawe, J. A. ve diğerleri. (1999). "Women's Economic Growth in Heywood, Middleton and Rochdale". **UMIST Working Paper**. Series 9906. <http://info.sm.umist.ac.uk/wp/Papers/wp0104.htm>

Davis, Jack. (2001). "A Career Advising Analysis of the Motivations and Personalities of Highly Successful Women Business Owners". *Advancing Women in Leadership*. <http://www.advancingwomen.com/awl/winter2001/davis/davis.html>

DeMartino, Richard ve Robert Barbato. (2001). "Gender Differences Among MBA Entrepreneurs". [www.usasbe.org/knowledge/proceedings/2001/018.pdf](http://www.usasbe.org/knowledge/proceedings/2001/018.pdf)

Dikici, A. Metin. (2004). "Kadın ve Erkek Liderler". *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*. Vol: 3. No: 9. ss. 95-103.

Ecevit, Yıldız. (1993). "Kadın Girişimciliğinin Yaygınlaşmasına Yönelik Bir Model Önerisi". *Kadını Girişimciliğe Özendirme ve Destekleme Paneli*. Alpar Altınal (ed.) içinde. Devlet Bakanlığı Kadın ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü. Eğitim Serisi Yayın No: 74. Ankara.

Erdem, Ferda. (2001). "Girişimcilerde Risk Alma Eğilimi ve Belirsizliğe Tolerans İlişkisine Kültürel Yaklaşım". *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*. No: 2. ss. 43-61.

Erdoğan, Nihat. (2005). "Girişimci İşadamlarının Kariyer Gelişimi". <http://www.insankaynaklari.com/cn/ContentBody.asp?BodyID=4678&ssp=2>

Fenwick, Tara J. (2002). "Lady, Inc.: Women Learning, Negotiating Subjectivity in Entrepreneurial Discourses". *Int. J. Of Lifelong Education*. Vol: 21. No: 2. ss. 162-177.

Gelin, Murielle. (1998). "The Importance of Gender in Starting and Managing a Small Business". <http://www.laurentian.ca/commerce/SBRG/98-3.htm>

Girginer, Nuray ve Nurullah Uçkun. (2002). "İşletmecilik Eğitimi Alan Lisans Öğrencilerinin Girişimciliğe Bakış Açıları: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İ.İ.B.F. İşletme Bölümü Öğrencilerine Yönelik Bir Uygulama". ss. 783-795. <http://iibf.ogu.edu.tr/kongre/bildiriler/18-02.pdf>

Green, Eileen ve Laurie Cohen. (1995). "Women's Business: Are Women Entrepreneurs Breaking New Ground or Simply Balancing the Demands of 'Women's Work' in a New Way?". *Journal of Gender Studies*. Vol: 4. No: 3. ss. 297-314.

Gundry, Lisa K. ve Harold P. Welsch. (1994). “*Differences in Familial Influence Among Women-Owned Businesses*”. **Family Business Review**. Vol: 7. No:3. ss. 273-286.

Gundry, Lisa K. ve Miriam Ben-Yoseph. (1998). “*Women Entrepreneurs in Romania, Poland, and the United States: Cultural and Family Influences on Strategy and Growth*”. **DePaul University**. ss. 61-73.

Gündoğdu, Fatma. (2004). “*Doğu Anadolu Bölgesi’nde Faaliyette Bulunan Küçük ve Orta Boy İşletmelerde Girişimcilik-Yenilikçilik*”. **Kentsel Ekonomik Araştırmalar Sempozyumu**. Cilt: 1. ss. 233-246.

Gürol, Yonca ve Nuray Atsan. (2006). “*Entrepreneurship Profile of Turkish University Students: Some Insights for Entrepreneurship Education*”. **Education & Training**. Vol: 48. No: 1. ss. 25-38.

Handy, Femida ve Shree Ranade. (2000). “*Entrepreneurs in the Nonprofit Sector: A Study of Women Entrepreneurs of NGOs in India*”.  
[www.istr.org/conferences/dublin/workingpapers/handy.pdf](http://www.istr.org/conferences/dublin/workingpapers/handy.pdf)

Hisrich, Robert D. ve Gyala Fülop. (1997) “*Women Entrepreneurs in Family Business: The Hungarian Case*”. **Family Business Review**. Vol: 10. No: 3. ss. 281-302.

İlhan, Süleyman. (2004). “*Bir Sosyo-Ekonomik Örgütlenme Biçimi Olarak Küçük ve Orta Boy İşletmeler*”. **Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi**. Vol: 3. No: 7. ss. 82-91.

İlkkaracan, İpek. (1998). “*Kentli Kadınlar ve Çalışma Yaşamı*”. **Bilanço 98: 75 Yılda Kadınlar ve Erkekler**. ss. 285-302.

İnsankaynaklari.com İçerik Ekibi. (2004). “*Türkiye’de Girişimcilik*”.  
<http://www.kariyer.com/CN/ContentPrint.asp?BodyID=2867>

İnsankaynaklari.com İçerik Ekibi. (2004). “*Girişimcilerden Girişimcilere Tavsiyeler*”.  
<http://www.kariyer.com/CN/ContentPrint.asp?BodyID=3390>

Jalbert, Susanne E. (1999). “*The Global Growth of Women in Business*”. **Economic Reform Today, Women: The Emerging Economic Force**. No: 3.

Jalbert, Susanne E. (2000). *"Women Entrepreneurs in the Global Economy"*.  
[www.cipe.org/pdf/programs/women/jalbert.pdf](http://www.cipe.org/pdf/programs/women/jalbert.pdf)

Kisiselbasari.com İçerik Ekibi. (2004). *"İş Dünyasının Yükselen Yıldızları 'Kadınlar'"*.  
<http://www.kisiselbasari.com/news.asp?action=Read&hid=39>

Koh, Hian Chye. (1996). *"Testing Hypotheses of Entrepreneurial Characteristics A Study of Hong Kong MBA Students"*. **Journal of Managerial Psychology**. Vol: 11. No: 3. ss. 12-25.

Kutunis, Rana Özen. (2005). *"Kadın ve Erkek Girişimcilerin Algılama Farklılıkları: Sakarya Örneği"*. [www.tdcif.org/sempozyum2005/?pg=kabul-49k](http://www.tdcif.org/sempozyum2005/?pg=kabul-49k)

Kutunis, Rana Özen ve Ayşegül Hancı. (2002). *"Kadın Girişimcilerin Kişisel Özgürlük Algılamaları"*. ss. 457-464. <http://iibf.ogu.edu.tr/kongre/bildiriler/11-02.pdf>

Littunen, Hannu. (2000). *"Entrepreneurship and Characteristics of the Entrepreneurial Personality"*. **International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research**. Vol: 6. No: 6. ss. 295-310.

Mattis, Mary C. (2004). *"Women Entrepreneurs: Out from Under the Glass Ceiling"*. **Women in Management Review**. Vol: 19. No: 3. ss. 154-163.

McCammon, Valeria. (2004). *"The New Faces of Entrepreneurialism"*. **Business People**. Vol: 17. No: 9. s. 76.

Morris, Michael H. (2002). *"Revisiting 'Who' is the Entrepreneur"*. **Journal of Developmental Entrepreneurship**.  
[http://www.findarticles.com/p/articles/mi\\_qa3906/is\\_200204/ai\\_n9050858](http://www.findarticles.com/p/articles/mi_qa3906/is_200204/ai_n9050858)

Morrison, Alison. (2001). *"Entrepreneurs Transcend Time: A Biographical Analysis"*. **Management Decision**. Vol: 39. No: 9. ss. 784-790.

Olson, David E. (2000). *"The Role of Entrepreneurial Personality Characteristics on Entry Decisions in a Simulated Market"*. **California State University at Bakersfield**.  
[www.usasbe.org/knowledge/proceedings/2001/057.pdf](http://www.usasbe.org/knowledge/proceedings/2001/057.pdf)

Orhan, Muriel ve Don Scott. (2001). "*Why Women Enter into Entrepreneurship: An Explanatory Model*". **Women in Management Review**. Vol: 16. No: 5. ss. 232-243.

Özbey, Funda Rana. (2004). "*Kadın Hakları ve Ekonomiye Yansımaları*". **18 Mart Üniversitesi Biga İİBF, I. Ulusal Sivil Toplum Kuruluşları Kongresi**. ss:369-383.

Pavlov, Vladimir. (2000). "*Characteristics of Entrepreneurs*".  
[http://archive.1september.ru/eng/2000/no23\\_1.htm](http://archive.1september.ru/eng/2000/no23_1.htm)

Sarri, Katerina ve Anna Trihopoulou. (2005). "*Female Entrepreneurs' Personal Characteristics and Motivation: A Review of the Greek Situation*". **Women in Management Review**. Vol: 20. No: 1. ss. 24-36.

Schmelzkopf, Karen ve Donald Moliver. (2002). "*Perceptions of Gender Differences in the Real Estate Profession*". **Advancing Women in Leadership**.  
<http://www.advancingwomen.com/awl/winter2002/schmelzkoph.html>

Sipahioğlu, Doğuş. (2005). "*Girişimcilik ve Eğitim*". **Perspective Dergisi**. No: 9. ss. 6-8.

Sitterly, Connie. (2001). "*Not a Glass Ceiling for the Female Entrepreneur*".  
<http://www.sittcom.com/women/glass.htm>

Starcher, Diane Chamberlin. (1996). "*Women Entrepreneurs, Catalysts for Transformation*". <http://www.ebbf.org/woman.htm>

Stewart, Wayne H. ve Philip L. Roth. (1999). "*Risk Propensity Differences Between Entrepreneurs and Managers: A Meta-Analytic Review*". **Arthur M. Spiro Center for Entrepreneurial Leadership**. ss. 1-28.

Sullivan, Marianne. (2005). "*Female Entrepreneurs Win Notice for Taking Risk*".  
<http://www.womensenews.org/article.cfm/dyn/aid/2162/context/archive>

Sunar, Lütfi ve Hakan Çopur. (2004). "*Niye Girişimciler Hep Erkek?*". **Sivil Toplum Dergisi**. No: 8.  
[http://www.ucansupurge.org/index.php?option=com\\_content&task=view&id=1207&Itemid=76](http://www.ucansupurge.org/index.php?option=com_content&task=view&id=1207&Itemid=76)

Taylor, T. Shawn. (2005). “*Leaps of Faith*”. **Academic Search Premier**. Vol: 35. No: 11.

Türk, Eylem. (2004). “‘*Ben Bilmem, Kocam Bilir*’ Demeyen Kadınların Derneği”.  
<http://www.milliyet.com/2004/06/14/business/abus.html>

Ufuk, Hatun ve Özlen Özgen. (2001). “*The Profile of Women Entrepreneurs: A Sample from Turkey*”. **International Journal of Consumer Studies**. Vol: 25. No: 4. ss. 299-308.

Uzunogulları, Cüneyt. (2004). “*Kadınların Yüzyılı*”. **Hürriyet İnsan Kaynakları Gazetesi**. s. 25.

Wilson, Linda. (1998). “*Women Entrepereneurs: Individualism Versus Collectivism*”. ss. 1-17. <http://www.laurentian.ca/commerce/SBRG/98-5b.htm>

Yeşildere, Murat. (2003). “*Camdan Tavan*”.  
<http://www.insankaynaklari.com/cn/ContentBody008.asp?BodyID=1020>

Zapalska, Alina. (1997). “*A Profile of Woman Entrepreneurs and Enterprises in Poland*”. **Journal of Small Business Management**. Vol: 35. No: 4. ss. 76-82.

## **Kitaplar:**

Arıkan, Semra. **Girişimcilik Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular**. Genişletilmiş İkinci Baskı. Siyasal Kitabevi: Ankara, 2004.

Birley, Sue ve Dan Muzyka. **Mastering Entrepreneurship**. Prentice Hall: London, 2000.

Çetin, Canan. **Yeniden Yapılanma, Girişimcilik, Küçük ve Orta Boy İşletmeler ve Bunların Özendirilmesi**. Der Yayınları: İstanbul, 1996.

Çetindamar, Dilek. **Türkiye’de Girişimcilik**. TÜSİAD Yayınları: İstanbul, 2002.

Erdoğan, Nihat. **Aile İşletmeleri: İkinci Kuşağın Yetiştirilmesi**. İGİAD Yayınları: İstanbul, 2004.

Gürol, Mehmet Ali. **Türkiye’de Kadın Girişimci ve Küçük İşletmesi: Fırsatlar, Sorunlar, Beklentiler ve Öneriler**. Atılım Üniversitesi Yayını: Ankara, 2000.

Hisrich, Robert D. ve Michael P. Peters. **Entrepreneurship**. Fifth Edition. McGraw-Hill: USA, 2002.

Kjeldsen, John ve Kent Nielsen. **The Circumstances of Women Entrepreneurs**. Danish Agency for Trade and Industry: Danish, 2000.

Mirze, S. Kadri. **Introduction to Business**. Literatür Yayıncılık: İstanbul, 2002.

Organisation For Economic Co-Operation and Development. **The Future of Female-Dominated Occupations**. OECD Publications: Paris, 1998.

Silver, A. David. **The Entrepreneurial Life, How To Go For It and Get It**. A Ronald Press Publication: New York, 1986.

T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü. **Türkiye’de Kadınlara Ait Girişimlerin Desteklenmesi**. T.C. Başbakanlık KSSGM: Ankara, 2000.

Titiz, Tınaz. **Girişimcilik**. İnkilap Kitabevi: İstanbul, 1994.

