

Erkek ve Kadın Girişimcilerin Algılama Farklılıkları Üzerine Bir Araştırma: Konya İli Örneği (A Research on Perception Differences of Female and Male Entrepreneurs: The Case of Konya Province)

Aykut BEDÜK^a Namık ATA^b

^a Selçuk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Konya, Türkiye. abeduk@selcuk.edu.tr

^b Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya, Türkiye. ata.namik@gmail.com

MAKALE BİLGİSİ	ÖZET
<p>Anahtar Kelimeler: Girişimci Girişimcilik Öz Yeterlilik Kadın Erkek Algılama</p> <p>Gönderilme Tarihi 6 Kasım 2019 Revizyon Tarihi 9 Ocak 2020 Kabul Tarihi 7 Şubat 2020</p> <p>Makale Kategorisi: Araştırma Makalesi</p>	<p>Amaç – Bu çalışmanın amacı erkek ve kadın girişimcilerin girişimcilik konusundaki düşünce ve algı farklılıklarının nasıl olduğunu incelemektir.</p> <p>Yöntem – Araştırma Konya Ticaret Odası (KTO) Kadın ve Genç Girişimci Kurullarına kayıtlı kadın ve erkek girişimci arasında icra edilmiştir. Literatürde bu konuda yapılan çalışma eksikliğini doldurması ümit edilmektedir. Araştırmanın evrenini KTO Kadın ve Genç Girişimci Kurulları oluşturmaktadır. Yapılan çalışmalar sonucunda toplam 165 geçerli ankete ulaşılmıştır. Ankette demografik bilgilere ait 23 ve Girişimci Öz Yeterlilik ölçeğine ait 33 soru yer almaktadır. Analizlerde Shaphiro Wilk testi, normal dağılan verilerin karşılaştırılması için Student t testi, normal dağılmayanlar için Mann Whitney U testi, basit istatistikler, tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ve LSD çoklu karşılaştırma testleri, normal dağılmayan özellikler için ise Kruskal Wallis testi ve All Pairwise çoklu karşılaştırma testi, korelasyon ve regresyon analizleri kullanılmıştır.</p> <p>Bulgular – Analiz sonucunda erkek ve kadın girişimcilerin algılamaları arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır. Kadın girişimcilerin temel amacı tanımlama ve beklenmedik zorluklarla mücadele etme becerilerinin erkek girişimcilerden farklı olduğu bulunmuştur. Girişimcilik yaşı ile girişimcilik öz yeterliliği arasında da anlamlı bir ilişki bulunmuştur.</p> <p>Tartışma – Girişimcilik algısı açısından erkek girişimciler ile kadın girişimci arasında bir farklılık bulunmamaktadır. Kadınların erkek girişimcilere göre temel amacı tanımlama, beklenmedik zorluklarla mücadele etme ve temel insan kaynaklarını geliştirme becerileri konularında daha yüksek puanlar aldıkları görülmektedir. Bu durum kadınların daha sosyal, daha dayanıklı ve daha belirleyici olduğunu işaret etmektedir. Araştırma belli kurullara üye olan personel arasında yapılmıştır. Girişimcilik eğitimi alan ve devlet desteği için başvuran deneyimsiz personel arasında da yapılması sonuçların karşılaştırılması açısından değerli olabilir.</p>
ARTICLE INFO	ABSTRACT
<p>Keywords: Entrepreneur Entrepreneurship Self-Sufficiency Woman Man Perception</p> <p>Received 6 November 2019 Revised 9 January 2020 Accepted 7 February 2020</p> <p>Article Classification: Research Article</p>	<p>Purpose – The aim of this study is to examine how gender differences between male and female entrepreneurs are different in their thinking and perception about entrepreneurship.</p> <p>Design/methodology/approach – The research was conducted on women and men entrepreneurs registered to the Women Entrepreneur Board and Young Entrepreneurs Council of Konya Chamber of Commerce (KTO). It is hoped that it will fill the deficiency in the studies on this subject. The universe of the research consists of KTO Women and Young Entrepreneur Boards. As a result, a total of 165 valid questionnaires were applied as valid. The questionnaire includes 23 questions on demographic information and 33 questions on the Entrepreneurial Self-Efficacy scale. Shaphiro Wilk test, Student t test for comparison of normal distributed data, Mann Whitney u test for non-normal distribution, simple statistics, one-way analysis of variance (ANOVA) and LSD multiple comparison tests, Kruskal Wallis test and All pairwise multiple comparison test, correlation and regression were used in the analysis. Cronbach's Alpha value for reliability analysis for Entrepreneurial Self-Efficacy scale is 0,918 and it is high.</p> <p>Findings – As a result of the analysis, it has been found that there was no significant difference between the perceptions of male and female entrepreneurs. It was found that the skills of women entrepreneurs in defining the main purpose and combating unexpected difficulties were different from those of male entrepreneurs. A significant relationship was found between entrepreneurial age and entrepreneurial self-efficacy.</p>

Önerilen Atf/ Suggested Citation

Bedük, A., Ata, N. (2020). Erkek ve Kadın Girişimcilerin Algılama Farklılıkları Üzerine Bir Araştırma: Konya İli Örneği, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12 (1), 202-214.

Discussion – There is no difference between male entrepreneurs and female entrepreneurs in terms of entrepreneurial perception. It is seen that women have higher scores than male entrepreneurs in terms of defining the main purpose, combating unexpected difficulties and developing basic human resources skills. This indicates that women are more social, more resilient and more decisive. The research was conducted among the staff members of certain boards. This research can also be carried out among inexperienced personnel who are trained in Entrepreneurship and apply for state support. The results which will find could be valuable for comparing the two studies.

1. Giriş

Girişimcilik bir ekonominin başarısının kilit unsurlarından biridir ve ekonomilerin büyümelerine etkileri inkâr edilemez. Girişimciler yeni işler yaratmak, yeni işletmeler oluşturmak, ihracatı artırmak ve ithalatı azaltmak gibi birçok konuda ülke ekonomisine katkıda bulunurlar. Ekonomilerin yenilenmesi ve gelişmesi için gerekli olan işleri yaparlar. Girişimciler risk alabilir, yenilik yapabilir, değişime ayak uydurabilir ve rekabet gücü yüksek bir ortamda çalışabilirler. Kararsız ve dönüşümsel bir ekonomide bunlar çok önemlidirler (Shmailan, 2016:1).

“Bardağın yarısını dolu” veya “bardağın yarısını boş görmek” aynı bardağa bakıp söylenen sözlerdir, ama çok farklı anlamlara sahiptirler. Bir kişinin bardak algısını yarısı doludan, yarısı boş olarak değiştirmesi kendisine büyük yenilik fırsatları açar (P. F. Drucker, 1998:8). İşte girişimci bardağın boş olan tarafını görüp fırsatları kollayan kişidir. Herkesin göremediğini gören ve algılayan kişidir. Bu algılama farklılıklarının kadın ve erkek girişimciler açısından farklı olup olmadığı konusunda daha önce de Başol (2010), Bedük ve arkadaşları (2016) ile Kutanis (2005) tarafından çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Bu çalışmada ise Konya ilindeki erkek ve kadın girişimcilerin algılama farklılıkları incelenmektedir.

2.Kavramsal Çerçeve

Fırsatları görmek, anlamak, yorumlamak ve riske girerek yeni ürün, hizmet, kaynak ve pazarlar bularak yenilik yapma yeteneğine ve tüm bunları hayata geçirme sürecine girişimcilik denmektedir (Balaban ve Özdemir, 2008:135; Ö. Bozkurt ve Erdurur, 2013:59; İraz, 2010:137). Girişimcilik faaliyetinde girişimci ve girişim iki ana unsurdur. Girişimci; başkalarının ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla mal ve hizmet üreterek doğabilecek riski, kar ve zararı üstlenen, doğal kaynak, sermaye, emek gibi üretim unsurlarını bir araya getirip faaliyete geçiren kişi olarak tanımlanabilir (Kaur ve Bains, 2013:32; Tekin, 2016:2). Girişim ise insanların ihtiyaçlarını karşılama amacı ile girişimci tarafından oluşturulan ve üretim faaliyetinde bulunan ekonomik bir birimdir (Bedük, 2012:80). Girişimci davranış faydacı, değer yönelimli, değer katan, risk yüklenen davranışlardan oluşur. Yenilikçi faaliyetler aracılığı ile organizasyonları oluşturur, geliştirir ve dönüştürür (Çetinkaya ve Kezban, 2017:21).

Birçok tanımı bulunan girişimcilik kelimesi aslında Fransızca “entreprendre” sözcüğünden gelmektedir ve anlamı “bir şey yapmak” tır. Orta Çağda aktif olan, işleri yapan bir “kişi” manasında kullanılmıştır. Bu terim ilk olarak 1755 yılında Richard Cantillon’un “Ticaretin Doğası (The Nature of Commerce)” adlı eserinde yer almıştır (Kaur ve Bains, 2013:32). Schumpeter ise “Ekonomik Kalkınma Teorisi (The Theory of Economic Development)” adlı eseri ile 1934 yılında girişimciyi işletme sahipleri ve yöneticilerden ayıran ve çalışmaya değer bir kavram olarak tanımlayan ilk kişiler arasındadır (Carland vd., 2007:354).

Küçük veya büyük işletmeler genellikle girişimciler tarafından yaratılan ekonomik birer varlık olarak kabul edilir. Bu bağlamda, literatür girişimci ile iş sahibi arasındaki farkı belirtmektedir (Carland vd., 2007; Henry vd., 2005:99). Çoğu araştırmacı girişimcilik ile ilgili olarak, süreç ve içerik üzerine odaklanmıştır. Örneğin, Low ve McMillan (1988:133) girişimciliği yeni işletmelerin kurulması olarak kavramsallaştırır, Churchill ve Bygrave (1990:11) bunu “bir varlık hali değil, oluşma süreci” olarak ifade eder. Bruyat ve Julien (2001:169) girişimciliğin bir değişim, ortaya çıkma ve yeni değer yaratma süreçlerini gözlemlemekle birlikte, girişimci için de bir değişim ve oluşum süreci olduğunda hemfikirdirler. Dolayısıyla girişimcilik farklı bir şey yaratma süreci olup, yeni bir ürün veya hizmete odaklanarak pazarda sunulan ürün veya hizmetlerden önemli ölçüde farklı olan yeni bir ekonomik varlık oluşturmaktır (Henry vd., 2005:99).

Girişimciliğe neden olan hususların neler olduğu konusu önemli tartışma konularından birisidir. Klasik iktisadi görüşe göre; ekonomik kazanç ve fayda elde etme amacı girişimciliği ortaya çıkarmaktadır (Gül ve Gül, 2018:84). Girişimcilik niyetinin bağımsız çalışma isteği, itibar kazanma, daha çok para kazanma, ülke

ekonomisine katkıda sağlama, vb. gibi birçok nedene bağlı olduğu söylenebilir (Canbolat ve Darıcı, 2018 :10). Diğer bir görüşe göre ise girişimcilik anlayışının ortaya çıkmasında kişisel özellikler yani psikolojik faktörler etkilidir (Ö. Ç. Bozkurt vd., 2012:233). Bu psikolojik faktörler konusunda birçok görüş vardır. Bunları Chye Koh (1996:17) başarı ihtiyacı, kontrol odağı, risk alma isteği, belirsizliğe dayanma, kendine güven ve yenilik olarak sıralamıştır. Ayrıca diğer bir yandan girişimciliğin ortaya çıkmasında devlet, piyasa ve dış sosyal çevre koşulları da etkili olmaktadır (Aytaç, 2006:146).

Girişimcilik uygulamaları ülkeden ülkeye ve ülkelerin gelişmişlik düzeyine göre farklılık gösterebilmektedir. Geri kalmış ülkelerde, gelişmekte ve gelişmiş ülkelerde farklı olabilmektedir. Mesela, geri kalmış ülkeler için ekonominin yeniden organize edilmesinin, Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde kalkınmanın, gelişen ekonomilerde ise refahın ve yeni zenginliklerin önemli unsurlarından biridir. Çünkü yeni işletmeler, sosyal iyileşmeler ve yeni işler yaratarak gayri safi milli hasılaya katkıda bulunan, ekonomik değer yaratan sürükleyici bir güçtür. Bu bağlamda iktisadi değer oluşturanın kaynağı da girişimciliktir (Aslan ve Atabey, 2007:182; Kurt vd., 2006:103). Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde girişimcilik hükümetin teşvikleri ve ekonomik politikaları ile ortaya çıkarken, gelişmiş ülkelerde durum farklıdır. Gelişmiş ülkelerde serbest piyasa koşulları ve mekanizmaları etkilidir (Gül ve Gül, 2018:84).

Görüldüğü üzere bir ülkenin ekonomik ve sosyal kalkınma düzeyinin yükseltilmesinde girişimciler önemli rol oynamaktadırlar. Girişimciler ekonomik büyümeye büyük katkı sağlayan, ülkede istihdamı yaratan önemli aktörlerdendir. Çünkü kaynakları en optimal kullanırlar, düşük üretim alanlarından yüksek verimlilik sağlayan alanlara yönelirler. Yeni fikirlerin, yenilik ve yeni teknolojilerin ülkeye kazandırılmasında ise önemli rol oynarlar (Aslan ve Atabey, 2007:182). P. Drucker (2014:5)'a göre yenilik girişimciliğin bir özelliğidir. Bu özelliğe mevcut bir girişimci işletmede, kamu hizmetlerinde veya yeni kurulmakta olan bir girişimde rastlayabiliriz. Çağımızda mevcut girişimlerin ayakta kalmaları etkin yönetilmeleri kadar yenilikçi davranışlarına da bağlıdır (Çiftçi vd., 2014:76).

Cinsiyet genel olarak iki farklı şekilde algılanmaktadır. Birincisi biyolojik cinsiyet, ikincisi ise toplumsal cinsiyettir. Biyolojik cinsiyet üreme, doğurganlık gibi insan vücuduna ait farklılıkları temsil ederken, toplumsal cinsiyet toplumun kişilere yüklediği rolleri gösterir (Popescu, 2012:1944). Toplumsal cinsiyet kavramında erkeğe yüklenen para kazanma, baba olma, eş olma, saldırgan, kavgacı ve aktif olma gibi davranışlardır. Fakat toplumun erkeğe yüklediği en temel görev ise para kazanmak ve ailesinin geçimini sağlaması şeklindedir (Erus ve Gürkan, 2012:208; Moya vd., 2000:825). Ataerkin düzenin veya toplumun kadına yüklediği roller ise çocuk bakımı, temizlik, ütü, yemek yapma ve aile hayatında fedakâr olmaları gibi davranışlardır (Powell ve Greenhaus, 2010:1012). Çalışma hayatında statüsü ve ücreti düşük olan işlerde çalışmaları, kazandıkları gelirlerinin yönetimini eşlerine bırakmaları ve çalışmak için eşlerinden izin almaları gibi davranışlar kadınlardan beklenmektedir (Zöhre Türkmenoğlu ve Vefikuluçay Yılmaz, 2018:125). Pembe yakalı meslekler denilen öğretmenlik, hemşirelik ve sekreterlik gibi işler (Öğüt, 2006:59) kadınlara uygun işler olarak karşımıza çıkmaktadır.

Toplumun kadına verdiği rollerde son yıllarda bazı değişiklikler meydana gelmeye başlamıştır. Dünya'da özellikle altmışlı yıllardan itibaren erkek egemen çalışma hayatı profili değişmektedir. Ailedeki kadının da çalışması ve kadın işgörenlerin karar verici pozisyonlara dahil olması gibi bazı değişiklikler ortaya çıkmıştır. Sanayi devrimi esnasında ücretli iş gücü olarak çalışan kadının, ilerleyen dönemlerde eğitim seviyesi yükselmiştir. Kadınlar feminist hareketler gibi bazı eşitlik isteyen mücadeleler sonucunda sosyal ve siyasal alanda ilerlemeler ve haklar elde etmişlerdir. Bu gelişmeler sonucunda kadınlar artık hem yönetici hem de girişimci olarak iş yaşamında görülmektedir (Nayır, 2008:632). Türkiye'de de benzer gelişmelerin etkisiyle kadınlar artık serbest iş ve ticaret yaşamına doksanlı yıllardan itibaren girmeye başlamışlar ve kadın girişimci sayısında hızlı bir artış görülmüştür (Bedük, 2005:113). Günümüzde Türk kadını toplumun kendisine verdiği "eş" ve "anne" rolünün dışına çıkarak iş hayatında girişimci olarak yerini almaya devam etmektedir.

Dünyanın her yerinde başarılı kadın ve erkek girişimciler vardır. Yapılan araştırmalar kadın ve erkek girişimcilik özelliklerinde bazı farklılıklar olduğunu göstermektedir. Bu farklılıklar karar verme stilleri, risk toleransı, işletme hedefleri, işletme finansmanı, yönetim stilleri, ağ kurma yeteneği, motivasyon gibi konularda toplanabilir (Shmailan, 2016:3). Kadın ve erkek girişimcilerin arasındaki farkların kadınlar ve erkekler arasındaki farklardan daha büyük ve daha önemli olduğunu iddia edenler de vardır (Popescu, 2012:1940). Tablo 1'de erkek ve kadın girişimcilerin genel özellikleri açıklanmaktadır.

Tablo 1: Erkek ve Kadın Girişimcilerin Genel Özellikleri

Erkek Girişimci	Kadın Girişimci
Kolay karar alır	Zor karar alır
Ekonomi ve maliyet odaklı işler	Sosyal katkı ve kalite odaklı işler
Finansal risk almak isteği	Finansal risk konusunda daha korumacı
Görev odaklı yöneticilik	Çalışanlarla iyi ilişkilere odaklanma
İmalat ve inşaata yönelik işletmeler	Küçük perakende ve hizmete yönelik işletmeler

Kaynak:(Shmailan, 2016:3)

Kadınlar girişimlerinde kendi şahsi beklentilerini, erkekler ise ekonomik yani parasal beklentileri ön planda tutmakta (Kutaniş, 2005:2), kadın girişimciler işlerini yürütürken daha çok sosyal yönden destek arayışı içerisine girmektedirler. Kadın girişimciler kendilerinin, erkek girişimcilere nazaran daha fazla girişimci özelliklere sahip olduklarını düşünmektedirler (Ljunggren ve Kolvereid, 1996:9). Kadınların girişimci olma sebepleri kültürlere ve ülkelere göre de değişiklik göstermektedir. Türkiye’deki kadın girişimci ailesine ek gelir sağlamak için veya geçinecek bir iş bulamaz ise girişimci olmaktadır. Fakat ABD’deki kadın girişimci bağımsızlığını elde etmek veya çalışma hayatında kontrolü elde etmek için girişimci olmayı tercih etmektedir (Yetim, 2002:81). Bununla beraber cam tavan sendromu da dünyada ve Türkiye’de kadınların girişimci olma sebeplerinden biridir. Görünürde kadın çalışanların mesleklerinde ilerlemelerinde herhangi bir engel olmamasına rağmen, “cam tavan sendromu” denilen görünmez bir engelin, kadınların üst yönetim kademelerine terfilerine mani olan bir olgu olarak ortaya çıktığı bilinmektedir (Güney, 2006:30). Böyle bir durumdaki kadınların da başvurduğu çözümlerden biri de girişimcilik yani kendi işini kurmaktır.

Malach Pines ve arkadaşları (2010) Küresel Girişimcilik İzleme (GEM) çalışmalarına odaklanarak 2007 ve 2008 yıllarında 43 ülkede girişimcilik oranlarını inceleyen bir çalışma yapmışlardır. Elde edilen veriler 43 ülkede, kadın girişimcilik oranlarının erkeklerden daha düşük olduğunu göstermektedir. Ayrıca, kadın girişimcilerin yüzdesi, kişi başına düşen genel gelirin küçük olduğu ve kadınların geçim için başka seçeneği olmadığı ülkelerde daha yüksek çıkmıştır. Türkiye’de erkeklerin kadınlardan daha fazla iş kurduğu ve kadınların iş kurmada ve girişimcilik konularında erkeklerden daha farklı roller üstlendiği bilinmektedir. Yapılan gözlemler göstermiştir ki; kadın girişimcilerin kurdukları işletmeler sınırlı sayıda sektörde yoğunlaşan, daha küçük ve büyüme eğilimleri düşük olan işletmelerdir (Kutaniş, 2005:2).

Kadınlar girişimcilik faaliyetlerine eskiye göre artık daha fazla katılmaktadır. Ekonomik hayatta kalite her alanda aranan bir unsur olmaktadır. Kadın veya erkek cinsiyet farkına bakılmaksızın nitelikli kişilerin iş hayatına girmesi rekabet ve başarı açısından hayati önem taşımaktadır. Son yıllarda kadınların toplam girişimcilik faaliyetlerindeki payının yüzde yirmi civarında olduğu tahmin edilmektedir (Popescu, 2012:1939). Gerek ailesinin işletme sahibi olması sebebiyle, gerek işsizlik ortamında iş yaratarak ailesini geçindirme sebebiyle veya sadece girişimci ruha sahip olmaları sebebiyle kadınlar şimdilerde birçok alanda girişimcilik yapmaktadırlar.

3. Erkek ve Kadın Algı Girişimcilerin Algılama Farklılıklarını İnceleyen Çalışmalar

Sakarya ve Kocaeli çevresinde Kutaniş (2005) tarafından bir çalışmada kadın ve erkek girişimcilerin girişimleri ve birbirlerini nasıl algıladıkları, girişimcilikteki cinsiyet faktörüne bakış açıları ve algılama farklılıkları araştırılmıştır. Ulaşılan sonuçlara göre kadın ve erkek girişimciler gerek girişimlerine gerekse girişimciliğe ve ekonomik şartlara bakış açılarından birbirlerine çok benzer yaklaşımlara sahiptirler.

Başol (2010) tarafından Bursa TSO’da kayıtlı kadın ve erkek girişimciler arasında yapılan bir çalışmada kadın girişimcileri girişimciliğe yönelten sebebin; kendi işinin patronu olmak ve esnek çalışma saatlerinden faydalanmak olduğu tespit edilmiştir. Erkek girişimcileri girişimcilik için motive eden unsurlar ise yine kendi

işlerinin patronu olma, yeteneklerini serbestçe kullanma ve para kazanma olarak görülmektedir. Ulaşılan sonuçlara göre; girişimcilik faaliyetine ait birçok unsur cinsiyetten bağımsız gerçekleşmektedir. Başka bir ifadeyle erkek ve kadın girişimciler arasında başarıyı elde etmek için yapılan seçimlerde bir farklılık bulunmamaktadır (Başol, 2010:126).

Bedük ve arkadaşları (2016) tarafından Konya’da gerçekleştirilen bir araştırmada öz yeterliliğin cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermediği, kadın girişimcilerin erkek girişimcilere oranla daha cesaretli oldukları tespit edilmiştir. Aynı zamanda hem kadın hem de erkek girişimciler iş kurmalarının önündeki en büyük engel olarak sermaye teminindeki güçlüğü göstermişlerdir.

4. Araştırma Yöntemi

Dünyadaki ekonomik krizler, değişen piyasa koşulları işsizliği artırmaktadır. Hükümet programları ile de desteklenen girişimcilik, artan istihdam sorunu için bir çözüm olarak karşımıza çıkmaktadır. Hem aile bütçesine katkı için hem de kendi işinin patronu olmak gibi birçok sebeplerden dolayı; son yıllarda kadınlar da erkekler gibi girişimci olmakta, değişik işkollarında faaliyet göstermektedirler. Araştırma kapsamında çeşitli alanlarda faaliyet gösteren kadın ve erkek girişimcilerin algılama farklılıklarının tespit edilmesi ve girişimcilikte cinsiyet faktörüne bakış açılarının belirlenmesi hedeflenmiş ve aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur:

H₁: Girişimcilerin cinsiyetleri ile öz yeterlilikleri arasında anlamlı bir fark vardır.

H₂: Girişimcilerin yaşları ile girişimcilik öz yeterlilikleri arasında anlamlı bir fark vardır.

H₃: Kadın girişimcilerin temel amacı tanımlama becerileri erkek girişimcilerin temel amacı tanımlama becerilerinden farklıdır.

H₄: Girişimcilerin cinsiyetleri ile zorlukla mücadele etme becerileri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H₅: Girişimcilerin kadın girişimciliğine bakış açıları arasında öğrenim düzeyine göre anlamlı bir farklılık vardır.

4.1 Araştırmanın Konusu, Amacı ve Önemi

Araştırmanın konusu erkek ve kadın girişimcilerin algı farklılıklarını incelemektir. Türkiye’de girişimcilerin algılama farklılıkları üzerine yeterli sayıda çalışma bulunmamaktadır. Bundan dolayı alanyazına katkı sağlayabileceği değerlendirilmektedir.

Bu araştırmanın amacı, cinsiyet farklılıklarının girişimcilik konusundaki algı farklılıklarının nasıl olduğunu incelemek ve girişimcilerin cinsiyet açısından hangi konulara ağırlık verdiklerini ortaya koymaktır. Ayrıca araştırma kadın ve erkeklerin girişimciliğe bakış açılarını tespit etmek, girişimcilik konusunda farklı düşündükleri alanları ve yaşadıkları farklılıkları belirlemek açısından önem arz etmektedir.

4.2. Araştırmanın Evreni-Örneklem-Sınırlılıklar

Araştırmanın evreni Konya il merkezindeki (Selçuklu, Karatay ve Meram merkez ilçelerindeki) KTO kadın ve genç girişimci kurullarına kayıtlı kadın ve erkek girişimcilerdir. Bu kapsamda merkezde TOBB Konya İli Kadın Girişimciler Kuruluna üye 119 kadın girişimci ve TOBB Konya İli Genç Girişimcilerine üye 164 erkek girişimci bulunmaktadır. Toplamda araştırmanın evreni 283 kişi olmaktadır. Örneklem miktarı ise %95 güvenirliliğe göre 163 kişidir (Calculator, 2019). KTO’da, Kadın ve Genç Girişimci kurul toplantılarında yapılan anketler ile, internet üzerinden mail ile yapılan anketler, ilgili işyerleri ve işletmelere dağıtılan ve toplananlarla birlikte 165 anket sayısına ulaşılmıştır. Anket sayısı örneklem için yeterli olmaktadır (Gürbüz ve Şahin, 2018:72).

4.3 Veri Toplama Aracı ve Ölçekler

Veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Anketin birinci bölümünde demografik bilgiler ve Başol (2010:145)’un çalışmasından uyarlanmış toplam 23 soru yer almaktadır. İkinci bölümünde ise Girişimci Öz Yeterlilik Ölçeği yer almaktadır. Ölçek De Noble ve arkadaşları (1999) ile Kickul ve D’Intino (2005:42,43) tarafından geliştirilmiştir. Girişimci Öz Yeterlilik Ölçeğinin Türkçe geçerlilik ve güvenilirlik çalışması Naktiyok ve arkadaşları (2010) yapılmıştır. Ölçek 6 boyuttan ve 35 maddeden oluşmaktadır. Naktiyok ve

arkadaşları (2010) yaptıkları faktör analizinde 2 maddenin hiçbir boyuta girmediğini saptamışlardır. Bundan dolayı iki madde ölçek dışında tutulmuştur (Başol, 2010:103).

Ölçeğin alt boyutları kısaca incelendiğinde:

1. Yeni ürün ve pazar fırsatları geliştirmek: Piyasadaki fırsatları fark edebilme ile ilgili yetenekler olup; 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8'inci maddelerdir.
2. Yenilikçi bir çevre oluşturmak: Çevredeki kişileri cesaretlendirme kapasitesi ile ilgili yetenekler olup; 9, 10, 11, 12 ve 13 nolu ifadelerdir.
3. Yatırımcılarla ilişkileri başlatmak: İşletmenin kuruluş aşamasında gerekli olan fon kaynağının temin edilebilmesi ile ilgili yetenekler olup; 14, 15 ve 16'nci maddelerdir.
4. Temel amacı tanımlamak: İşletme için vizyon ve misyon belirleme bunun yanı sıra yatırımcılar ve nitelikli personel ile iletişime geçebilme ile ilgili yetenekler olup; 17, 18, 19, 20, 21 ve 22'inci ifadelerdir.
5. Beklenmedik zorluklarla baş etmek: Risk ve belirsizlik içeren durumlarla başa çıkabilme ile ilgili yetenekler olup; 23, 24, 25, 26, 27 ve 28'nci maddelerdir.
6. Temel insan kaynaklarını geliştirmek: Uygun insan kaynakları politikası geliştirmek ve nitelikli personelin istihdam edilebilmesi ile ilgili yetenekler olup; 29, 30, 31, 32 ve 33'ncü ifadelerdir.

4.4. Verilerin Analizi

Verilerin normal dağılıma uygunluğunda Shapiro Wilk testi, normal dağılıma sahip özelliklerin 2 bağımsız grupta karşılaştırılmasında Student t testi, normal dağılmayan özelliklerin 2 bağımsız grupta karşılaştırılmasında Mann Whitney u testi kullanılmıştır. Sayısal verilerin 2'den fazla bağımsız grupta karşılaştırılmasında normal dağılım gösteren özellikler için Tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ve LSD çoklu karşılaştırma testleri, normal dağılmayan özellikler için ise Kruskal Wallis testi ve All pairwise çoklu karşılaştırma testi yapılmıştır. Sayısal değişkenler arasındaki ilişkiler Pearson korelasyon katsayısı ile test edilmiş, kategorik değişkenler arasındaki ilişki Ki Kare testi ile analiz edilmiştir. İstatistiksel analizler için $p < 0.05$ istatistiksel olarak anlamlı kabul edilmiştir.

Girişimcilik Öz Yeterlilik ölçeğinin Cronbach's Alfa değeri 0,918 olup güvenilirliği yüksektir. Ölçeğin alt boyutlarının Alfa değerleri ise sırasıyla yeni ürün ve pazar fırsatları geliştirmek alt boyutu 0,798, yenilikçi bir çevre oluşturmak 0,725, yatırımcılarla ilişkileri başlatmak 0,712, temel amacı tanımlamak 0,808, beklenmedik zorluklarla baş etmek 0,736 ve temel insan kaynaklarını geliştirmek alt boyutu için ise 0,762 olarak bulunmuştur. Alt boyutların Alfa değerleri 0,70'in üzerinde olup alt boyutların güvenilir olduğunu göstermektedir.

Girişimci Öz Yeterlilik Ölçeği ölçeğine yönelik yapılan KMO analizi sonucunda elde edilen (0,842) sayısına göre verilerin homojenliğinin iyi düzeyde olduğu, yine benzer şekilde Bartlett testine göre de korelasyon düzeyinin analiz yapılmasına uygun düzeyde ve anlamlı olduğu ($p=0,00$) gözlenmiştir (Gürbüz ve Şahin, 2018:319). Daha sonra açıklayıcı faktör analizi uygulanmış, yapılan analizde herhangi bir ifadenin ölçeklerden çıkarılmasına gerek olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Anket çalışmalarında mümkün olduğunca bütün ifadelerin analizlerde kullanılması, madde çıkarılmaması her toplanan bilginin sonuca yansıtılması, inceleme ve analizin bütün ifadeler kullanılarak yapılması önem arz etmektedir.

5. Bulgular

Araştırmaya katılanların %57,6'sını erkekler, %42,4'ünü ise kadınlar oluşturmaktadır. Araştırmanın çoğunluğunu %76,4 ile evliler, %49,7 ile 35-49 yaş aralığındakiler, %41,1 ile lisans mezunları, %39,4 ile çalışma hayatı 10-15 yıl arasında olanlar oluşturmaktadır. İşletmesinin faaliyet yılına 20 yıl ve üzeri diyenlerin oranı %48,8'tür. Bu ise katılımcıların ağırlıklı olarak ailelerinin işletmelerinde çalıştığını göstermektedir. Araştırmanın evreni de bunu doğrulamaktadır.

Tablo 2: Araştırmaya Katılanlara ait Demografik Özellikler (N=165)

Değişken		Frekans (n)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Erkek	90	57,6
	Kadın	75	42,4
Medeni Durum	Evli	113	76,4
	Bekar	35	23,6
Yaş	18-24	7	4,3
	25-34	67	41,6
	35-49	80	49,7
	50-65	7	4,3
Eğitim Durumu	Orta Okul ve altı	5	3,2
	Lise	24	15,2
	Ön Lisans	10	6,3
	Lisans	65	41,1
	Yüksek Lisans ve üstü	55	34,2
İşletmenizin Faaliyet Yılı	1 Yıldan Az	5	3,1
	1-3	5	3,1
	4-6	11	6,8
	7-9	10	6,2
	10-15	22	13,6
	16-20	30	18,5
	20 Yıl Üstü	79	48,8
	Toplam Çalışma Hayatınız	1 Yıldan Az	3
1-3		9	5,5
4-6		12	7,3
7-9		43	26,1
10-15		65	39,4
16-20		13	7,9
20 Yıl Üstü		20	12,1
İşletmenizde Çalışan Toplam Personel Sayısı		10'dan az	23
	10-49	54	33,3
	50-99	23	14,2
	100-249	48	29,6
	250-499	8	4,9
	500 ve üstü	6	3,7
İşletmenizin Yasal Statüsü	Anonim Şirket	42	25,8
	STK	2	1,2
	Limited	94	57,7
	Kooperatif	2	1,2
	Kamu Kurumu	4	2,5
	Diğer	19	11,7
İşletmenizin Sektörü	Ambalaj-Plastik	6	3,7
	Eğitim	4	2,5
	Makine İmalat	28	17,2
	Gıda	16	9,8
	Tekstil	5	3,1
	Otomotiv	24	14,7
	Orman Ürünü	6	3,7
	Sağlık	2	1,2
	İnşaat	15	9,2
	Bilişim	3	1,8
	Diğer	54	33,1

Ankete cevap veren erkek ve kadın girişimcilerin aynı görüşlerde olduğunu belirtmek gerekmektedir. Tablo 3’de sorulara verilen cevaplarda kadın ve erkekler arasında bariz görüş farklılıkları yoktur. Ankete katılan girişimcilerin %45,5’ne göre risk üstlenmek, en önemli kendi işini kurma şartıdır. Kendi işinin patronu olmak, serbest yetenek kullanımı ve aileden kurulu işletme olması başlıca motivasyon kaynaklarıdır. Girişimci ruh ve cesaret iş kurabilmek için en önemli özellikler olarak görülmektedir. Aile ve akrabalar ankete katılanların en büyük sermaye kaynağı olarak ön plana çıkmıştır. Sermaye yetersizliği ve bilgisizlik iş kurmanın ve girişimciliğin önündeki en büyük engel olarak belirtilmektedir.

Tablo 3: Araştırmaya Katılanların Girişimciliğe ait Görüşleri (N=165)

	Frekans	%
Sizce aşağıdakilerden hangisi kişinin kendi işini kurması için gerekli şartlardan en önemlisidir?		
Risk üstlenme	75	45,5
Yenilikçi uygulamalar	42	25,5
Sermaye sahibi olmak	36	21,8
İletişim becerisi	6	3,6
Girişimci aileden gelme	6	3,6
Aşağıdakilerden hangisi kendi işinizi kurmanızda en önemli motivasyon kaynağınızdır?		
Kendi işinin patronu olmak	46	27,9
Daha fazla para	24	14,5
Yetenek serbest kullanımı	45	27,3
İstediğim işi bulamama	2	1,2
Aileden kurulu işletme	40	24,2
Risk almayı sevmek	4	2,4
Esnek çalışma saati	3	1,8
Diğer	1	0,6
Kendi işinizi kurabilmek için kendinizde bulduğunuz en önemli özelliği belirtiniz.		
Sermaye	9	5,5
Tecrübe	23	13,9
Girişimci ruh	59	35,8
İş fikri	16	9,7
Cesaret	44	26,7
Aile ve Çevre	13	7,9
İşinizi kurabilmek için gerekli olan sermayenin en büyük bölümünü hangi kaynaktan karşıladınız?		
Şahsi birikim	43	26,1
Çevreden arkadaşlar	11	6,7
Aile ve akrabalar	86	52,1
Kredi	16	9,7
Türkiye’de kendi işini kurmanın önünden büyük engel olarak hangi unsuru görüyorsunuz?		
Bürokrasi	17	10,4
Sermaye yetersizliği	64	39,3
Vergiler	20	12,3
Bilgisizlik	43	26,4
Yetersizlik	17	10,4
Diğer	2	1,2
Babanız hayatının herhangi bir safhasında kendi işini yürüttü mü?		
Evet	132	80,5
Hayır	32	19,5
Anneniz hayatının herhangi bir safhasında kendi işini yürüttü mü?		
Evet	24	14,6
Hayır	140	85,4

Kızınıza kendi işini kurmasını tavsiye eder misiniz?		
Evet	139	84,2
Hayır	26	15,8
Oğlunuza kendi işini kurmasını tavsiye eder misiniz?		
Evet	155	93,9
Hayır	10	6,1
Eşinizin kendi işini kurmak istemesi durumunda tutumunuz ne olurdu?		
Engelleme	19	12,8
Destek olma	47	31,5
Kendi işi yok kurarsa desteklerim	83	55,7
Sizce girişimciliğin kazanımı nasıl gerçekleşir?		
Doğuştan	79	48,2
Sonradan	85	51,8
Kendi işini kurmuş ancak başarılı olamamış bir girişimciye ne tavsiye edersiniz?		
Ücretli iş araması	47	30,9
Yeniden deneme	105	69,1
İşinizden memnun musunuz?		
Evet	124	75,6
Kısmen	37	22,6
Hayır	3	1,8

Ankete katılanların %80,5'nin babaları ve %14,6'sının anneleri hayatının bir bölümünde kendi işlerini yürütmüşlerdir. Ankete katılanların %84,2'si kızına, %93,9'u oğluna kendi işini kurmasını tavsiye edebileceğini söylemektedir. Doğuştan girişimci olunur diyenler ile girişimcilik sonradan da öğrenilir diyenlerin oranı birbirine yakın olmakla beraber; sonradan diyenlerin oranı %51,8 ile öndedir. Ankete katılanların %69,1'i başarısız girişimciye vazgeçmemesini yeniden denemesini önermektedir. İşinden memnun olanların oranı %75,6'dır.

Tablo 4: Girişimcilikte Öz Yeterliliğin ve Alt Boyutlarının Cinsiyete Göre Karşılaştırılması İçin Yapılan t Testi Sonuçları

Değişkenler	Erkek (n=95) $\bar{X} \pm SS$	Kadın (n=70) $\bar{X} \pm SS$	t	P
Yeni ürün ve Pazar fırsatları geliştirmek	31,68 ± 3,46	31,81 ± 4,15	-0,219	0,827
Yenilikçi bir çevre oluşturmak	18,67 ± 2,85	19,13 ± 3,13	-0,973	0,332
Yatırımcılarla İlişki başlatmak	11,84 ± 1,74	11,79 ± 2,05	0,155	0,877
Temel Amacı tanımlamak	23,1 ± 3,26	24,34 ± 3,16	-2,417	0,017
Beklenmedik zorluklarla baş etmek	20,71 ± 3,07	22,25 ± 3,33	-3,038	0,003
Temel insan kaynaklarını geliştirmek	19,52 ± 2,41	20,43 ± 2,81	-2,219	0,028
Girişimci Öz Yeterlilik ölçeği	125,6 ± 12,88	129,45 ± 14,07	-1,778	0,077

p değeri Student t testinden elde edilmiştir, SS: Standart Sapma

Erkekler ile kadınlar arasında Girişimci Öz Yeterlilik ölçeği ile yeni ürün ve pazar fırsatları geliştirmek, yenilikçi bir çevre oluşturmak ve yatırımcılarla ilişki başlatmak alt boyutlarında anlamlı farklılık bulunamamıştır ($p>0,05$). Bu duruma göre H_1 hipotezi kabul edilmemiştir. *Girişimcilerin cinsiyetleri ile öz yeterlilikleri arasında anlamlı bir fark vardır* hipotezi desteklenmemiştir. Diğer bir ifade ile erkek ve kadın girişimcilerin algılamaları arasında anlamlı bir bulunamamıştır ($t=-1,778$, $p=0,077>0,05$). Bulunan bu sonuç Bedük vd. (2016) bulduğu ile aynı olup, Başol (2010:126) ve Brindley (2005:153)'in de belirttiği gibi girişimcilik cinsiyet olgusundan bağımsız gelişmektedir.

Erkekler ile kadınlar arasında temel amacı tanımlamak alt boyut puanları bakımından anlamlı farklılık bulunmuştur ($p=0,017$). Erkeklerin amacı tanımlama ölçek puanlarının ($23,10 \pm 3,26$) kadınlara kıyasla ($24,34 \pm 3,16$) daha düşük seyrettiği gözlenmiştir. Buna göre H_3 hipotezi kabul edilmiştir. *Kadın girişimcilerin temel*

amacı tanımlama becerileri erkek girişimcilerin temel amacı tanımlama becerilerinden farklıdır. Sonuç Başol (2010:105)'un ulaştığı sonuç ile uyumludur.

Kadınlar ve erkekler arasında beklenmedik zorluklarla baş etmek alt ölçeğinde de benzer şekilde anlamlı farklılık bulunmuştur ($p=0,003$). Erkeklerin beklenmedik zorluklarla baş etmek puanı ($20,71 \pm 3,07$) kadınların puanından ($22,25 \pm 3,33$) daha düşüktür. Bu durumda H_4 hipotezi kabul edilmiştir, *girişimcilerin cinsiyetleri ile zorlukla mücadele etme becerileri arasında anlamlı bir farklılık vardır.* Diğer bir ifade ile kadın girişimcilerin beklenmedik zorluklarla mücadele etme becerileri erkek girişimcilerden farklıdır. Yine tablo 4'de görüldüğü üzere; benzer farklılık temel insan kaynaklarını geliştirmek alt boyutunun puanında da gözlenmiştir. Çıkan sonuca göre kadın ve erkek girişimciler arasında farklılık tespit edilmiştir. Kadınların temel insan kaynaklarını geliştirmek becerileri daha yüksektir.

Tablo 5: Girişimcilik Yaşı ile Girişimcilik Öz Yeteneği İlişkisi

		N	Ort.	SS.	Test İst.	p
Girişimci Öz Yeterlilik ölçeği	18-24	7	129,2857	20,06418	Ki Kare=9,299	0,026
	25-34	62	127,4355	12,87598		
	35-49	77	125,9610	13,29666		
	50-65	7	139,2857	5,58911		
	Total	153	127,3203	13,40790		

Girişimcilik yaşı ile girişimcilik öz yeteneği arasındaki ilişkiye tespit edebilmek için Kruskal Wallis testi yapılmıştır. Yaş grupları ile ölçek arasındaki anlamlı farklılıklar bulunmuştur ($p=0,026<0,05$) ve bir ilişkiye işaret etmektedir. Yaş gruplarına göre girişimcilik algıları farklıdır ve sonuç anlamlıdır. Bu sonuç H_2 hipotezini desteklemekte olup, *girişimcilerin yaşları ile girişimcilik öz yeterlilikleri arasında anlamlı bir fark vardır.* En yüksek girişimcilik öz yeterlilik oranı sırasıyla 50-65, 18-24 ve 25-34 yaş gruplarındadır. Fakat bunlardan katılımcı sayısı en fazla olan 77 kişi ile 25-34 yaş grubudur.

Tablo 6: Kadın Girişimciliğe Bakış Açısının Öğrenim Düzeyine Göre Karşılaştırılması

		Kadınlar girişimci olarak yer alabilir mi?				
		Evet		Hayır		
		n	%	n	%	
Eğitim	Ortaokul ve altı	5	3,4	0	0,0	Ki kare= 4,474 p=0,346
	Lise	22	15,1	2	16,7	
	Ön lisans	10	6,8	0	0,0	
	Lisans	57	39,0	8	66,7	
	Y. lisans ve üstü	52	35,6	2	16,7	
	Toplam	146	92	12	8	

Tablo 6'da öğrenim düzeylerine göre kadın girişimciliğine bakış açıları arasında farklılıklar gösterilmektedir, fakat aralarındaki ilişki anlamlı değildir ($p=0,346>0,05$). Sonuçlara göre yüksek oranda kadın girişimciliğine olumlu bakılmaktadır (%92). Ortaöğretim ve altı ($n=5$) ile ön lisans ($n=10$) grubunun sayıca az olduğunu göz önünde bulundurursak, sayıca çok fazla olan (119 kişi) öğrenim düzeyi yüksek (lisans ve üstü) girişimcilerden toplam 109 kişi; kadınların toplumda girişimci olarak yer alabilmeleri fikrine olumlu bakmaktadırlar. Fakat yaş grupları açısından yorum yapılacak bir yargıya varmak mümkün görünmemektedir. Dolayısıyla H_5 hipotezi kabul edilmemiştir, *girişimcilerin kadın girişimciliğine bakış açıları arasında öğrenim düzeyine göre anlamlı bir farklılık vardır* hipotezi desteklenmemiştir. Başka bir ifade ile araştırmaya katılan girişimcilerin kadın girişimciliğine bakış açısı öğrenim düzeyine göre farklılık göstermektedir fakat anlamlı değildir.

6. Sonuç

Araştırma kadın ve erkek girişimciler arasında algılama farklılıklarını ölçmek için yapılmıştır. Aralarında anlamlı bir fark tespit edilememiştir. Diğer bir ifade ile girişimcilik algısı açısından erkek girişimciler ile kadın girişimciler arasında bir farklılık bulunmamaktadır. Araştırmada elde edilen sonuçlar daha önceki araştırmalar ile uyumludur. Başol (2010), Bedük vd. (2016) ve Kutanis (2005) tarafından yapılan araştırmalarda da kadın ve erkek girişimcilerin algılamaları arasında fark bulunmamış ve benzerlikler tespit edilmiş idi.

Kadınların ölçek alt boyutlarından olan erkek girişimcilere göre temel amacı tanımlama, beklenmedik zorluklarla mücadele etme ve temel insan kaynaklarını geliştirme becerileri konularında daha yüksek puanlar aldıkları görülmektedir. Bu durum kadınların daha sosyal, daha dayanıklı ve daha belirleyici olduğunu işaret etmektedir. Diğer bir sonuç ise ankete katılanların öğrenim durumu ve kadın girişimciliğine bakış açıları arasındaki ilişkidir. Yaş grupları açısından farklılık olmasına rağmen anlamlı bir ilişkiden söz etmek mümkün görülmemektedir. Fakat katılanların %92'si kadın girişimciliğini desteklemektedirler. Girişimcilik yaşı ile girişimcilik öz yeteneğinin birbirileri ile ilişkili olduğu tespit edilmiştir.

Kadın ve erkek girişimcilerin girişimciliğe ait görüşleri yine birçok konuda aynı doğrultudadır. Sermaye yetersizliğinin girişimciliğin önündeki en büyük engel olarak görülmesi, yeni işe atılma konusunda en büyük özelliklerinin girişimci ruh olması, kendi işinin patronu olma ve ailesinin kurulu işletmesi olması en büyük motivasyon kaynakları olarak görülmesi kadın ve erkekler açısından aynıdır. Risk üstlenmek, girişimci ruh ve cesaret iş kurabilmek için girişimcilere göre en önemli özellikler olarak görülmektedir. Aile ve akrabalar en büyük sermaye kaynağı olarak ön plana çıkmıştır. Yukarıda belirtilen konularda cinsiyet farkı olmaksızın aynı görüşler beyan edilmiştir. Bu da cinsiyet açısından algılama farkı olmadığını bir başka göstergesidir.

Bu araştırma belli kurullara üye olan ve girişimcilik deneyi olan personel arasında yapılmıştır. KOSGEB bünyesinde açılan kurslarda deneyimsiz personele girişimcilik eğitimi ve devlet tarafından kredi desteği verilmektedir. Algı farklılıkları ile ilgili çalışmaların bu gibi deneyimsiz personel arasında da yapılması uygun değerlendirilmektedir. Ailelerinden büyük destek görenler arasında yapılan araştırmanın ulaştığı sonuçlar ile deneyimsiz ve aile desteğinden uzak kişiler arasında yapılacak araştırma sonuçları farklılık gösterebilir; daha farklı hususlara ulaşılabilir ve sonuçların karşılaştırılması açısından da önem arz edebilir.

Girişimcilik konusuna ait birçok faktörün araştırma sonuçlarına göre cinsiyete bağlı olmaksızın gerçekleştiği görülmektedir. Girişimciliğin cinsiyet ayrımını ortadan kaldırmakta olduğu değerlendirilebilir. Girişimcilik her iki cinsten kişileri ve toplumun farklı kesimlerini birbirine yakınlaştırmaktadır. Ayrıca girişimcilik katma değer ve istihdam yaratan ekonomik bir değer olarak karşımıza çıkmaktadır. Devlet desteğinin de girişimcilik için önemli bir katalizör olduğu görülmektedir. Bu destek kadın ve erkek girişimciler için eşit koşullarda verilmekte ve girişimcilerin motivasyonunu teşvik etmektedir.

Kaynakça

- Aslan, Ş. ve Atabey, A. (2007). Küresel rekabette kadın girişimcilerin rolü ve Türk kadın girişimci tipolojisi.
- Aytaç, Ö. (2006). Girişimcilik: Sosyo-kültürel bir perspektif. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*(15).
- Balaban, Ö. ve Özdemir, Y. (2008). Girişimcilik eğitiminin girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisi: Sakarya üniversitesi İİBF örneği. *ÇOMÜ/Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 3(2), 133-147.
- Başol, O. (2010). *Girişimci Kadın ve Erkeklerin Başarı Algısındaki Farklılıklar: Küçük Ölçekli İşletmelerde Bursa İli Örneği*. Uludağ Üniversitesi - Bursa,
- Bedük, A. (2005). Türkiye'de Çalışan Kadın ve Kadın Girişimciliği. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(12), 106-117.
- Bedük, A. (2012). *Karşılaştırmalı İşletme Yönetim Terimleri Sözlüğü* (3ncü Baskı ed.). Konya.
- Bedük, A., Eryeşil, K. ve Hatice, O. (2016). Kadın ve Erkek Girişimcilerin Algılama Farklılıkları. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 19(41 nci Yıl özel Sayısı), 1-15.
- Bozkurt, Ö. ve Erdurur, K. (2013). Ggirişimci kişilik özelliklerinin girişimcilik eğilimindeki etkisi: potansiyel girişimciler üzerinde bir araştırma.

- Bozkurt, Ö. Ç., Kalkan, A., Koyuncu, O. ve Alparslan, A. M. (2012). Türkiye’de girişimciliğin gelişimi: Girişimciler üzerinde nitel bir araştırma. *Journal of Süleyman Demirel University Institute of Social Sciences Year*, 1(15), 230-247.
- Brindley, C. (2005). Barriers to women achieving their entrepreneurial potential: Women and risk. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 11(2), 144-161.
- Bruyat, C. ve Julien, P.-A. (2001). Defining the field of research in entrepreneurship. *Journal of business venturing*, 16(2), 165-180.
- Calculator, S. S. (2019). Confidence Level, Confidence Interval, Sample Size, Population Size, Relevant Population *Creative Research Systems*. Retrieved from www.surveysystem.com/sscalc.htm
- Canbolat, M. A. ve Darıcı, B. (2018). *Uygulamalı Girişimcilik I* (1.Baskı ed.). Konya: Billur Yayınları.
- Carland, J. W., Hoy, F., Boulton, W. R. ve Carland, J. A. C. (2007). Differentiating entrepreneurs from small business owners: A conceptualization. In *Entrepreneurship* (pp. 73-81): Springer.
- Churchill, N. C. ve Bygrave, W. D. (1990). The entrepreneurship paradigm (II): chaos and catastrophes among quantum jumps? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 14(2), 7-30.
- Chye Koh, H. (1996). Testing hypotheses of entrepreneurial characteristics: A study of Hong Kong MBA students. *Journal of managerial Psychology*, 11(3), 12-25.
- Çetinkaya, A. Ş. ve Kezban, A. (2017). KOSGEB Girişimcilik Desteklerinin Amacına Ulaşma Düzeyi: Konya İli Araştırması. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 17, 19-34.
- Çiftçi, M., Tozlu, E. ve Akçay, A. (2014). Drucker Perspektifinde İnovasyonun İşletmelerin Gelişimi Üzerine Etkisi: Girişimci İşletme. *Visionary E-Journal/Vizyoner Dergisi*, 5(10).
- De Noble, A. F., Jung, D. ve Ehrlich, S. B. (1999). Entrepreneurial self-efficacy: The development of a measure and its relationship to entrepreneurial action. *Frontiers of entrepreneurship research*, 1999(1), 73-87.
- Drucker, P. (2014). *Innovation and entrepreneurship*: Routledge.
- Drucker, P. F. (1998). The discipline of innovation. *Leader to Leader*, 1998(9), 13-15.
- Erus, Z. Ç. ve Gürkan, H. (2012). Toplumsal Cinsiyet ve Sinemaya Yansıması: Yeniden Çekimler Aracılığıyla Japon ve Amerikan Sinemalarında Kadının Temsiline Bir Bakış. *SELÇUK ÜNİVERSİTESİ İLETİŞİM FAKÜLTESİ AKADEMİK DERGİSİ*, 7(3), 206-217.
- Gül, M. ve Gül, K. (2018). Balıkesir ilinde kadın girişimci profili ve sorunları: Yiyecek sektöründe bir uygulama. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 56, 82-96.
- Güney, S. (2006). Kadın girişimciliğine genel bir bakış. *ÇOMÜ/Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 1(1), 25-43.
- Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2018). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*.
- Henry, C., Hill, F. ve Leitch, C. (2005). Entrepreneurship education and training: can entrepreneurship be taught? Part I. *Education+ Training*, 47(2), 98-111.
- İraz, R. (2010). *Yaratıcılık ve yenilik bağlamında girişimcilik ve KOBİ’ler* (2nci Baskı ed.): Çizgi Kitabevi.
- Kaur, H. ve Bains, A. (2013). Understanding the concept of entrepreneur competency. *Journal of Business Management & Social Sciences Research*, 2(11), 31-33.
- Kickul, J. ve D’Intino, R. S. (2005). Measure for measure: modeling entrepreneurial self-efficacy onto instrumental tasks within the new venture creation process. *New England Journal of Entrepreneurship*, 8(2), 39-47.
- Kurt, M., Ağca, V. ve Erdoğan, S. (2006). Afyonkarahisar İli Girişimcilik Performansının Coğrafi Bilgi Sistemleri ile Analizi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(2), 97-114.
- Kutunis, R. Ö. (2005). Kadın ve Erkek Girişimcilerin Algılama Farklılıkları: Sakarya Örneği. *Celalabat-Kırğısıztan: III. Uluslar arası Türk Dünyası Sosyal Bilimler Kongresi*, 676-684.

- Ljunggren, E. ve Kolvereid, L. (1996). New business formation: does gender make a difference? *Women in Management Review*, 11(4), 3-12.
- Low, M. B. ve McMillan, I. C. (1988). Entrepreneurship: Past research and future challenges. *Journal of management*, 14(2), 139-161.
- Moya, M., Exposito, F. ve Ruiz, J. (2000). Close relationships, gender, and career salience. *Sex Roles*, 42(9-10), 825-846.
- Naktiyok, A., Karabey, C. N. ve Gulluce, A. C. (2010). Entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial intention: the Turkish case. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(4), 419-435.
- Nayır, D. Z. (2008). İşi ve Ailesi Arasındaki Kadın: Tekstil ve Bilgi İşlem Girişimcilerinin Rol Çatışmasına Getirdikleri Çözüm Stratejileri. *Ege Academic Review*, 8(2), 631-650.
- Öğüt, A. (2006). Türkiye’de kadın girişimciliğin ve yöneticiliğin önündeki güçlükler: cam tavan sendromu. *ÇOMÜ/Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 1(1), 56-78.
- Popescu, S. (2012). Gender Differences in Entrepreneurship. *Challenges of the Knowledge Society*, 2, 1939-1951.
- Powell, G. N. ve Greenhaus, J. H. (2010). Sex, gender, and decisions at the family→ work interface. *Journal of management*, 36(4), 1011-1039.
- Shmailan, A. B. (2016). Compare the characteristics of male and female entrepreneurs as explorative study. *Journal of Entrepreneurship and Organization Management*, 5(4), 1-7.
- Tekin, M. (2016). *Hayallerin Gerçeğe Dönüşümü: Girişimcilik*.
- Yetim, N. (2002). Sosyal Sermaye Olarak Kadın Girişimciler: Mersin Örneği. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 2(2), 79-92.
- Zöhre Türkmenoğlu, D. M. ve Vefikuluçay Yılmaz, D. (2018). Hemşirelik Öğrenimi Gören Birinci ve Son Sınıf Üniversite Öğrencilerinin Toplumsal Cinsiyet Rollerine İlişkin Tutumlarının Belirlenmesi. *Sobider/Sosyal Bilimler Dergisi / The Journal of Social Science*, 20, 123-136