

Kadın ve Erkek Girişimcilerin Algılama Farklılıkları

Perception Differences of Female and Male Entrepreneurs

Aykut BEDÜK*

Kemalettin ERYEŞİL**

Hatice OĞUZ***

ÖZ

Son zamanlarda yapılan girişimlerin ekonomik değerleri giderek önemli hâle gelmektedir. Küreselleşme ile birlikte, işletmelerin faaliyet gösterdikleri pazarlar değişmekte ve dolayısıyla rekabet artmaktadır. Bu durum girişimcilere yenilikçi olma, beklenmedik zorluklarla mücadele etme, yatırımcılar ile doğru ilişkiler kurma zorunlulukları doğurmuştur. Organizasyonlar bu gereklilikleri sağlayarak başarı elde edecek dolayısıyla, ekonomik varlıklarını sürdürebileceklerdir. Bu aşamanın kat edilebilmesi erkekler ile ekonomik değerleri giderek artış gösteren kadın girişimcilerin başarı algısındaki benzerliklerinin ve farklılıklarının ortaya çıkarılması oldukça önem arz etmektedir. Bu amaçla hazırlanan çalışma; girişimcilerin demografik özelliklerini, girişimcilik konusunda önem verdikleri durumları, toplumsal cinsiyet algısını değerlendirmektedir. Araştırma Konya ilinde, hizmet ve gıda sektöründe faaliyet gösteren toplam 78 kadın ve erkek girişimci üzerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmada geçerlilik ve güvenilirliği yapılmış olan "Girişimci Öz Yeterlilik" ölçeğinden yararlanılmıştır.

ANAHTAR KELİMELE

Girişimci, Girişimcilik, Öz Yeterlilik, Kadın, Erkek, Algılama

Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi Cilt:19 41.Yıl Özel Sayısı ss.1-15 **Makale Gönderim Tarihi:** 20/09/2016 - **Kabul Tarihi:** 20/12/2016

* Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi, İ.İ.B.F. , İşletme Bölümü. abeduk@hotmail.com

** Arş.Gör., Selçuk Üniversitesi, İ.İ.B.F. , İşletme Bölümü. kemalettineriesil@hotmail.com

*** Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. h.kagnicioglu@hotmail.com

ABSTRACT

Economic value of the attempts made recently come increasingly significant. With globalization, changing business of the markets in which they operate, and hence the competition is increasing. In this case the entrepreneur to be innovative, to cope with unexpected difficulties, it has led investors to establish correct relations with the obligation. Organizations will achieve success thus enabling these requirements will be able to sustain economic assets. At this stage, the floor is to men with economic values reveal similarities and differences in the success of women entrepreneurs is gradually increasing perception quite important. Studies prepared for this purpose; demographic characteristics of entrepreneurs, entrepreneurial situations they care about is assessing the gender perception. Research in Konya, service, and was conducted on a total of 78 men and women entrepreneurs in the food industry. Research carried out in the validity and reliability of the "Entrepreneur Self-Sufficiency" was used for scale.

KEY WORDS

Entrepreneur, Entrepreneurship, Self-Sufficiency, Woman, Male, Perception

GİRİŞ

Girişimciliğin sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçişle birlikte küreselleşen dünyada daha büyük bir önem kazandığı söylenebilir. Çünkü günümüz bilgi toplumunda insan emeğinin üretim üzerindeki ağırlığı azalırken, bilgiye dayalı emeğin üretim üzerindeki ağırlığı her geçen gün artmaktadır (Özkuş, 2007: 344; Soysal, 2010: 86).

Girişimcilik geliştirmekte olan ülkeler için çok önemli bir kalkınma aracıdır. Bir ülke de girişimciler bulunduğu sürece o ülkede yeni fikirler, yeni süreçler, yeni sektörler ortaya çıkabilir. Girişimcilik; işsizliğe bir çözüm yolu bulunmasını, kadınların da iş hayatında bulunmasını sağlayan ve toplumsal cinsiyet kalıplarını yıkan bir unsur niteliğini taşımaktadır.

Girişimcilik eğitim, aile, ekonomik durum, kültürel birikim, sosyal çevre gibi birçok unsurla etkileşim hâlinindedir. Gerçekleştirilen bir girişime başarılı diyebilmek için ekonomik anlamda değer yaratması gerekmektedir.

Toplumsal yargılar incelendiğinde kadınlar ve erkekler için atfedilen rollerin olduğu görülmektedir. Bazı toplumlarda kadına yalnızca annelik ve bakım ile ilgili unsurlar yüklenirken, erkeklere para kazanma ve karar verme ile ilgili sorumluluklar verilmektedir. Dolayısıyla cinsiyet farklılıklarından dolayı sorunlar yaşanabilmektedir. Bu unsurlar incelendiğinde, kadın ve erkek girişimcilerin girişimcilik konusundaki bakış açıları, kişisel yeterlilikleri gibi konularda farklılıklar göstermektedir.

1.KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1. GİRİŞİMCİLİK

Girişim belli bir unvanı, bir yeri, belirli bir sermayesi ve belirli bir organizasyonu olan ekonomik bir birimdir (Çetinkaya Bozkurt, 2011: 3). Girişimci ise, kendi becerilerine akıl ve mantığını da katan, şartlar ne olursa olsun işgücü ve sermaye kaynaklarını verimli bir biçimde kullanan, planlayan, uygulayan ve sonuçlarını analiz edip denetleyebilen kişidir (Kara ve Sezici, 2013: 672). Girişimcinin başarı elde edebilmesi için bir fikir üretmesi ve bu fikrini pazarlanabilir bir ürün ya da hizmet hâline getirmesi gerekmektedir (Nelson, 1999: 118-119).

Girişimcilik ilk kez 18. yüzyıl başlarında İrlandalı ekonomist Richard Cantillon tarafından; “henüz belirginleşmemiş bir bedelle satmak üzere üretimin girdilerini ve hizmetlerini bugünden satın alan ve üreten kişi” olarak

tanımlanmıştır (Bayraktaroğlu, 2005: 3). Girişimcilik kavramı, Fransızca “entreprendre” kelimesinden türetilmiştir ve Türkçe karşılığı, “üstlenmek” anlamına gelmektedir. Girişimcilik kavramı, gelişen fırsatlardan faydalanmak ve yeni fırsatlar ortaya koyabilmek amacıyla; üretim faktörlerini elde etmek, bunları bir araya getirmek ve risk almak yeteneği ile ilişkilidir. Bu ilişki işletme kurmayı ve onu işletmeyi hedeflemek, ekonomik ürünler ve hizmetler üretmek, bunlarla ilgili organizasyonlar kurmak ve parasal fayda elde etmektir (Demirel ve Tikici, 2004: 51).

Literatüre bakıldığında girişimcinin kim olduğu ve dolayısıyla girişimcilik kavramı birçok yazar tarafından farklı bakış açılarıyla incelenmekte olduğu görülmektedir. Girişimcilik kavramıyla ilgili olarak pek çok araştırmacı tarafından yapılan tanımlar farklılıklar içermesine karşın, aslında bütün yazarların ortak noktalarda buluştuğunu söylemek mümkündür. Bu noktalar, *inisiyatif kullanma, risk üstlenme ya da başarısızlığı göze alma, yenilikçi düşünme, fırsatları görebilme, yeni bir iş kurma, üretim faktörlerini bir araya getirip, uygulamaya dönüştürme ve sosyo-ekonomik mekanizmaların organizasyonu vb.* olarak sayılabilir. Ancak girişimcilik alanında yapılan her tanımın eksik bir yanı olabileceği de unutulmamalıdır. Bunun sebeplerinden biri, girişimci kişilerin her birinin kendine özgü bir girişimcilik anlayışının olması ve bu çerçevede farklı girişimcilik örnekleri sergilemeleridir (Başar vd., 2001: 4-5; Öktem vd., 2007: 50; Çetinkaya Bozkurt vd., 2012: 232).

Girişimcilik sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçişle birlikte dünyada daha büyük bir önem kazanmıştır. İnsanın üretim faaliyetleri üzerindeki ağırlığı azalırken, bilginin üretim ağırlığı artmaktadır. Bu noktada girişimciliğin öneminin; yenilik, yaratıcılık ve yönetim faaliyetlerinin tamamlayıcısı olarak ortaya çıktığı söylenebilir. Bunun yanı sıra günümüzde üretim, ulaşım ve yönetim gibi alanlarda meydana gelen önemli gelişmeler girişimciliğin önemini arttıran diğer faktörler olarak sayılabilir (Soysal, 2010: 86). Yapılan araştırmalar girişimciliğin piyasada uzun süre kalmak için büyük bir öneme sahip olduğu görülmüştür (Wood ve Davidson, 2011: 311). Ayrıca, girişimcilik ekonomik gelişme açısından da önemli bir unsurdur. Özellikle gelişmekte olan ülkelerin başarıyı yakalayabilmesi küçük girişimcilerin sayısındaki artış sayesinde gerçekleşmektedir (Demirel, 2003: 33). Girişimcilik süreci, yüksek riskli olduğu için, girişimcilerin özgüven ve inançlarının da yüksek olması gerekmektedir (Kwong vd., 2012: 77). Ancak bazen yeni işletme sahibi olan kişiler, girişimciliği dolayısıyla doğal riskleri ve sonuçları kabul etmeyebilirler (Veira, 2008: 95).

Başarılı girişimcilerin özellikleri hakkında yapılan araştırmalar incelendiğinde (Çelikoğlu, 2015: 249); yaratıcı düşünme yetisi, yüksek çalışma arzusu, cesaret, tutku ve kararlık, insanlarla kuvvetli ilişkiler kurabilme becerisi, kendisini ifade edebilme becerisi, iş motivasyonu, zengin bir bilinç altı ve hayal kurma gücü, ekip ve takım ruhuna sahip olma, kendisine ait vizyon ve misyon sahibi olma, değişime açık ve istekli olması, esnek davranabilme gücü, samimi, güvenilir, sempatik ve esprili kişilik, insanları ikna kabiliyetinin yüksek olması, yönetim becerisi ve liderlik yeteneği, iş bitirme azmi ve heyecanı, ileri görüşlülük ve fırsatları yakalama alışkanlığının girişimcilerin temel özellikleri olduğu görülmüştür.

Girişimcilik olayı sadece psikolojik faktörlerle belirlenmez. Bunun yanında dış faktörler de önemlidir. Cinsiyet, deneyim, yaş, eğitim durumu, girişimcinin geçmişi, sosyo-ekonomik statü, aile yapısı gibi demografik faktörler de algılamaları etkileyen bireysel faktörlerdir (Kayalar ve Ömürbek, 2007: 187). Yapılan çalışmalarda, eğitilmiş kişilerin girişimciliği ileri teknoloji ve bilgi isteyen dolayısıyla rekabet gücü yüksek alanlarda yoğunlaşmaktadır. Eğitim düzeyi düşük kişilerin geliştirdiği girişimcilik ise daha çok emek yoğun alanlarda yoğunlaşmaktadır. Bu tür işletmelerin rekabet gücü bulunmamakta ve ekonomik ömürleri genellikle kısa olmaktadır (Ersoy, 2010: 73).

1.2. GİRİŞİMCİLİKTE CİNSİYET FAKTÖRÜ

“Geçmişten günümüze kadar toplumlarda sosyal statülerin şekillenmesinde cinsiyet faktörünün önemli ve etkili bir unsur olduğu görülmektedir (Şahin, 2006: 30). İnsanlar çeşitli nedenlerle işletmelerini kurmaya çalışmakta ve motivasyonları cinsiyete göre değişmektedir (Kepler ve Shane, 2007: 6). Tarih boyunca, özellikle toplumdaki normlara göre kadın ve erkek rolleri büyük ölçüde farklı olmuştur (Birley, 1988: 3). Cinsiyet faktörleri esas alındığında, kadına özgü ve erkeğe özgü olarak işler konusunda ayrışmalar yapılmaktadır (Yüzüak, 2010: 19-20). Sayısız araştırma, kadın işletmelerinin öncelikle perakende, ticaret ve hizmet sektörlerinde faaliyette bulduklarını göstermektedir (Cesaroni ve Sentuti 2015: 122). Bu sektörlerde yürütülen faaliyetler kadın girişimcilere iş ve aile yaşamını dengeleme olanağı da sunabilmektedir. Bu sebepten dolayı, imalat sektöründeki kadın girişimci sayısının sınırlı olduğu gözlemlenmektedir (Yüzüak, 2010: 19-20). Kadın girişimciler ekonomik bir fırsat algıladılar ve bunu takip ederek organizasyonlar oluştururlar (Coyle, 2003: 14). Dolayısıyla son yıllara baktığımızda sayısız kadın şirketlerde işlerini başlatmış durumdadırlar (Buttner ve Rosen, 1992: 58).

Türkiye’de erkekler, kadınlardan daha fazla iş kurmaktadır ve kadınların iş kurmada ve girişimcilik konularında erkeklerden daha farklı roller üstlendiği bilinmektedir. Yapılan araştırmalar neticesinde, kadın girişimcilerin belirli sektörlerde, görece daha küçük ve büyüme eğilimleri düşük olan işletmelerde yoğunlaştıkları görülmüştür. Erkek girişimciler ise, çok daha farklı sektörlerde faaliyet gösterebilmektedir (Özen Kutanis, 2005: 2). Çünkü, kadınlar girişimciliğin gerektirdiği sorunların yanı sıra, yeniliklerle ilgili sorunlarla da uğraşmak zorundadırlar (Elmuti vd., 1993: 78).

Erkeklerin girişimcilik ile ilgili alt yapılarının ve deneyimlerinin kadınlardan daha fazla olduğu, kadın girişimcilerin genellikle işletmelerin kuruluş aşamasında hazırlıksız olduklarına bu nedenlerle de erkeklere nazaran daha fazla risk üstlenmek zorunda kaldıkları sonucuna varmışlardır. Kadın girişimcilerin sınırlı sayıda sektörde faaliyet gösterebildikleri ve başarılı kadın girişimcilerin daha çok diğer kadınlara hizmet vermeye çalışan ve onların problemlerini çözmelerinde rol modelliğini üstlenen kadınlar oldukları belirlenmiştir (Özen Kutanis, 2005: 3). Bu gibi nedenlerden dolayı hükümetlerde, devlet işlerinde kadınların daha az iş sahibi ve daha az sorumlu oldukları görülmüştür. Bu duruma çözümler aranması gerekmektedir (Marlow ve Shaw, 2008: 2-3).

2. METODOLOJİ

2.1. Araştırmanın Modeli

Araştırma çerçevesinde kadın ve erkek girişimcilerin algılama farklılıkları belirlenmek istenmiştir. Daha önceki çalışmalarda göz önüne alınarak aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir.

H₁: Girişimcilikte öz yeterlilik erkeklerde daha yüksektir.

H₂: Cinsiyet ile kişinin kendinde bulduğu en önemli girişimci özellik arasında ilişki vardır.

H₃: Araştırmaya katılan girişimcilerin iş kurma sürecinde karşılaştıkları en büyük engel sermaye teminidir.

H₄: Kadın girişimcilerin beklenmedik zorluklarla mücadele etme becerileri erkek girişimcilerden farklıdır.

H₅: Araştırmaya katılan girişimcilerin kadın girişimciliğine bakış açısı öğrenim düzeyine göre farklılık gösterir.

2.2. Araştırmanın Konusu, Amacı ve Önemi

Araştırmamızın konusu; kadın ve erkek girişimcilerin algılamada farklılıklar yaşadıkları düşünülmüş ve oluşturulmuştur.

Bu araştırmanın amacı, cinsiyetin girişimcilik konusundaki düşünce ve algıları ne yönde etkilediğini incelemek şeklinde ifade edilebilir.

Gerçekleştirilen araştırma girişimcilik konusunda kadın ve erkeklerin ne gibi farklılıklar yaşadıklarını, cinsiyet açısından hangi konulara ağırlık verdiklerini ortaya koymak açısından önem arz etmektedir.

2.3. Araştırmanın Kapsamı ve Yöntemi

Araştırmanın evreni Konya İlinde hizmet ve gıda sektöründe faaliyet gösteren kadın ve erkek girişimcilerden oluşmaktadır. Tesadüfi örnekleme yöntemiyle dağıtılan anketlerin 80 tanesi geri dönmüştür. 2 adet anket sağlıklı veriler içermediğinden dolayı, çalışmamızda toplam 78 anket değerlendirmeye tâbi tutulmuştur. Yüzyüze anket yöntemi uygulanmıştır. Anket sonuçlarının değerlendirilmesinde “SPSS” istatistikî analiz programı kullanılmıştır. Anketin ilk bölümünde demografik özellikleri belirlemeye, kadın girişimciliğine ve devlet desteğine bakış açısına yönelik ifadeler, ikinci bölümünde ise Özen Kutanis (2005)'in kadın ve erkek girişimcilerin algılama yeteneklerini ölçmek amacıyla yaptığı çalışmasında kullanmış olduğu “Öz Yeterlilik Ölçeği” yer almaktadır. Demografik bilgiler dışındaki bölümlerdeki ifadelerde 5’li Likert ölçeğinden faydalanılmıştır. 5’li Likert ölçeğinde “1”, “kesinlikle katılmıyorum”; “5” ise “kesinlikle katılıyorum” ifadelerine karşılık gelmektedir.

3. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

3.1. Cronbach Alfa Testi

Araştırma kapsamında Öz Yeterlilik Ölçeği kullanılmıştır. Yapılan analiz sonucunda cronbach-alfa >0.70 ’den büyük olduğu için ölçeğin geçerliliği tespit edilmiştir.

Tablo 1: Ölçeğe İlişkin Güvenirlik Analizi Sonucu

Ölçek	Cronbach Alfa
Öz Yeterlilik Ölçeği	0,959

3.2. Araştırmanın Sonuçları**Tablo 2:** Araştırmaya Katılanlara İlişkin Demografik Özellikler

Değişken		Frekans (n)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Erkek	35	44.9
	Kadın	43	55.1
Yaş	18 Yaş Altı	1	1.3
	18-24 Yaş	12	15.4
	25-35 Yaş	28	35.9
	36-49 Yaş	31	39.7
	50-65 Yaş	6	7.7
Eğitim Durumu	İlköğretim	6	7.7
	Lise Mezunu	28	35.9
	Ön Lisans Mezunu	13	16.7
	Lisans Mezunu	29	37.2
	Yüksek Lisans Mezunu	2	2.6
Çalışma Yılı	1 Yıldan az	8	10.3
	1-3 Yıl	17	21.8
	4-6 Yıl	33	42.3
	7-9 Yıl	11	14.1
	10-15 Yıl	9	11.5
Toplam		78	100

Araştırmamız, toplam 78 katılımcıdan ve bunların 43'ü (%55,1) kadın, 35'i (%44,9) ise erkek girişimciden oluşmaktadır.

18 Yaş altı olanların oranı %1,5, 18-24 Yaş aralığında olanların oranı %15,4, 25-35 Yaş aralığında olanların oranı %35,9, 36-49 Yaş aralığında olanların %39,7'dir. Katılan girişimcilerin genel itibariyle 36-49 Yaş grubunda yer aldığı tespit edilmiştir.

Araştırmada yer alan katılımcıların (29 kişi) %37,2'si üniversite, (28 kişi) %35,9'u lise, (13 kişi) %16,7'si yüksekokul, (6 kişi) %7,7'si ilköğretim, (2 kişi) %2,6'sı da yüksek lisans mezunudur.

78 katılımcıdan (8 kişi) % 10,3'ü; 1 yıldan az, (17 kişi) % 21,8'i; 1-3 yıl, (33 kişi) %42,3'ü; 4-6 yıl, (11 kişi) %14,1'i; 7-9 yıl, (9 kişi) %11,5'i; 10-15 yıl süre ile kendi işlerini yapmaktadırlar.

Tablo 3: Girişimcilikte Öz Yeterliliğin Cinsiyete Göre Karşılaştırılması İçin Yapılan t Testi Sonuçları

Cinsiyet	N	Ortalama	Std. Sapma	Test	p değeri
Kadın	40	3,73	0,469	t=-0,324	0,747
Erkek	34	3,77	0,455		

Öz Yeterlilik ölçeğinin cinsiyet açısından farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için yapılan t testi analizi sonucunda, gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir ($t=-0,324$, $p=0,747>0,05$).

Bu durum, öz yeterliliğin cinsiyete göre farklılık göstermediği şeklinde yorumlanır. Kadınların öz yeterlilik puanı ortalaması 3,73 iken, erkeklerin öz yeterlilik puanı ortalaması 3,77'dir. Dolayısıyla, H_1 : Girişimcilikte öz yeterlilik erkeklerde daha yüksektir şeklinde kurulan hipotez desteklenmemiştir.

Tablo 4: Girişimci Özelliğın Cinsiyete Göre Karşılaştırılması

		Girişimci özellik						Toplam
		Sermaye	Tecrübe	Girişimci ruh	İş fikri	Cesaret	Aile ve çevre desteği	
Kadın	N	12	14	7	2	7	1	43
	%	27,9%	32,6%	16,3%	4,7%	16,3%	2,3%	100,0%
Erkek	N	10	12	7	2	2	2	35
	%	28,6%	34,3%	20,0%	5,7%	5,7%	5,7%	100,0%
Toplam	N	22	26	14	4	9	3	78
	%	28,2%	33,3%	17,9%	5,1%	11,5%	3,8%	100,0%

Araştırmaya katılan 43 kadın girişimciden, girişimde bulunabilmek için kendinde bulduğu en önemli özellik olarak 12'sinin (%27,9) sermaye, 14'ünün (%32,6) tecrübe, 7'sinin (%16,3) girişimci ruh, 2'sinin (%4,7) iş fikri, 7'sinin (%16,3) cesaret, 1'inin (%2,3) aile ve çevre desteği şeklinde cevap verdiği sonucuna ulaşılmıştır.

35 erkek girişimciden ise, 10'u (%28,6) sermaye, 12'si (%34,3) tecrübe, 7'si (%20,0) girişimci ruh, 2'si (%5,7) iş fikri, 2'si (%5,7) cesaret, 2'si (%5,7) aile ve çevre desteği şeklinde cevap vermiştir.

Buradan hareketle yüzdeler dilimlerin birbirine çok yakın olduğu sonucu elde edilmiştir. Sadece en fazla farklılığın, % 10,6'lık gibi bir dilimle cesaret faktöründe olduğu görülmektedir. Analiz sonuçlarına göre, araştırmaya katılan girişimciler arasında kadın girişimcilerin erkek girişimcilere göre daha cesaretli olduklarını söyleyebiliriz.

Tablo 5: İş Kurarken Karşılaşılan Engellerin Cinsiyete Göre Karşılaştırılması

		Kendi işini kurmada en büyük engel					Toplam
		Bürokratik engeller	Sermaye yetersizlikleri	Vergiler	Bilgi yetersizlikleri	Kişisel yetersizlikler	
Kadın	N	13	23	2	0	5	43
	%	30,2%	53,5%	4,7%	,0%	11,6%	100,0%
Erkek	N	7	15	8	2	3	35
	%	20,0%	42,9%	22,9%	5,7%	8,6%	100,0%
Toplam	N	20	38	10	2	8	78
	%	25,6%	48,7%	12,8%	2,6%	10,3%	100,0%

Araştırmaya katılan 43 kadın girişimcinin iş kurarken, 13'ünün (%30,2) bürokratik engelleri, 23'ünün (%53,5) sermaye yetersizliklerini, 2'sinin (%4,7) vergileri, 5'inin (%11,6) kişisel yetersizlikleri en büyük engel olarak gördüğü sonucuna ulaşılmıştır. Hiçbir kadın katılımcı bilgi yetersizliklerini engel olarak görmemiştir.

35 erkek girişimciden ise, 7'si (%20,0) bürokratik engelleri, 15'i (%42,9) sermaye yetersizliklerini, 8'i (%22,9) vergileri, 2'si (%5,7) bilgi yetersizliklerini, 3'ü (%8,6) kişisel yetersizlikleri kendi işlerini kurmanın önünde en büyük engel olarak görmektedirler.

Elde edilen analiz sonuçlarına göre hem kadın hem de erkek girişimcilerin iş kurmanın önünde en büyük engel olarak sermaye teminini gördükleri sonucuna ulaşılmıştır. Dolayısıyla, H3: Araştırmaya katılan girişimcilerin iş kurma sürecinde karşılaştıkları en büyük engel sermaye teminidir şeklinde oluşturulan hipotez desteklenmiştir.

Tablo 6: Girişimcilerin Beklenmedik Zorluklarla Mücadele Etme Becerilerinin Cinsiyete Göre Karşılaştırılması

	Cinsiyet	N	Mean	Standart Sapma	Test	P değeri
İş koşullarındaki beklenmedik değişikliklere tolerans gösterebilirim	Kadın	43	3,39	0,694	Z=-0,488	0,626
	Erkek	35	3,25	0,980		
Sıkıntılı durumlarda kararlılığımı sürdürebilirim	Kadın	43	3,32	0,521	Z=-0,022	0,982
	Erkek	35	3,34	0,937		
Engellere ve karşı çıkanların olumsuz geribildirimine rağmen olumlu bakış açımı koruyabilirim	Kadın	43	3,34	0,686	Z=-0,675	0,500
	Erkek	35	3,48	0,981		
Belirsizliklere tolerans gösterebilirim	Kadın	43	3,37	0,655	Z=-0,441	0,659
	Erkek	35	3,20	1,051		
Beklenmedik değişiklik ve başarısızlıklara çabucak tepki verebilirim	Kadın	43	3,18	0,698	Z=-1,043	0,297
	Erkek	35	3,40	0,881		

Tabloyu incelediğimizde, elde edilen verilere göre p değerlerinin genel olarak 0,05'ten büyük olduğu görülmektedir. Dolayısıyla, cinsiyetin girişimcilikte karşılaşılan durumlarla mücadele edebilme becerilerini etkilemediği sonucuna ulaşılmıştır. Bu yönde oluşturulan hipotez desteklenmemiştir.

Tablo 7: Kadın Girişimciliğe Bakış Açısının Öğrenim Düzeyine Göre Karşılaştırılması

		Kadınlar toplumda girişimci olarak yer alabilir		Toplam
		Evet	Hayır	
İlköğretim	N	5	1	6
	%	83,3%	16,7%	100,0%
Lise Mezunu	N	21	6	27
	%	77,8%	22,2%	100,0%
Ön Lisans Mezunu	N	13	0	13
	%	100,0%	,0%	100,0%
Lisans Mezunu	N	27	2	29
	%	93,1%	6,9%	100,0%
Yüksek Lisans Mezunu	N	2	0	2
	%	100,0%	,0%	100,0%
TOPLAM	N	68	9	77
	%	88,3%	11,7%	100,0%

Araştırmaya katılan girişimcilere yöneltilen “Kadınlar toplumda girişimci olarak yer alabilirler mi?” sorusuna ilköğretim düzeyi öğrenime sahip olan girişimlerin 5’i (%83,3) evet, 1’i (%16,7) hayır; lise düzeyinde öğrenime sahip girişimcilerin 21’i (%77,8) evet, 6’sı (%22,2) hayır; yüksekokul mezunu girişimcilerin tamamı evet, üniversite mezunu girişimcilerin 27’si (%93,1) evet, 2’si (%6,9) hayır; yüksek lisans ve üstü öğrenime sahip girişimcilerin ise tamamı evet şeklinde cevap vermişlerdir.

Elde edilen sonuçlara baktığımızda; öğrenim düzeyi yüksek girişimcilerin, daha düşük öğrenim düzeyine sahip girişimcilere göre, kadınların toplumda girişimci olarak yer alabilmeleri fikrine daha olumlu baktıkları sonucuna ulaşılmıştır. Dolayısıyla, H5: Araştırmaya katılan girişimcilerin kadın girişimciliğine bakış açısı öğrenim düzeyine göre farklılık gösterir şeklinde oluşturulan hipotez desteklenmiştir.

SONUÇ

Bu çalışmanın amacı girişimcilerin olayları algılama durumlarının cinsiyete göre ne gibi farklılıklar gösterdiğini belirlemektir. Yapılan araştırma sonucu elde edilen bulgular kısaca şu şekildedir.

Girişimcilikte öz yeterliliğe bakıldığında kadınların öz yeterlilik puanı ortalaması 3,73 iken, erkeklerin öz yeterlilik puanı ortalaması 3,77'dir. Bu durum öz yeterliliğin cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermediğini ifade etmektedir.

Kadın ve erkekler girişimcilik faaliyetinde bulunurken sermayelerini, tecrübelerini, kendilerinde buldukları girişimci ruhu, iş fikirlerini ve aile desteklerini kendilerine dayanak bulmaktadırlar. Ancak, araştırma sonuçlarına göre kadın girişimcilerin erkek girişimcilere oranla daha cesaretli oldukları görülmüştür. Ayrıca hem kadın hem de erkek girişimcilerin iş kurmanın önünde en büyük engel olarak sermaye teminini gördükleri sonucuna ulaşılmıştır.

Girişimcilerin, toplumda kadın girişimciliğine olan bakış açısı analiz edildiğinde ise, öğrenim düzeyi yüksek girişimcilerin, daha düşük öğrenim düzeyine sahip girişimcilere göre, kadınların toplumda girişimci olarak yer alabilmeleri fikrine daha olumlu baktıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Bu araştırmanın örneklemini Konya ilinde hizmet ve gıda sektöründe faaliyet gösteren kadın ve erkek girişimcilerden oluştuğu için araştırma sonuçlarının genelleştirilme gücü zayıf kalmaktadır. Gelecekte yapılacak çalışmalar açısından araştırma daha büyük örneklemlemlerle yeniden çalışılabilir. Araştırmanın sadece belirli bir zaman dilimine ait veriler üzerinden değerlendirildiği dikkate alınması gerekmektedir. Bu araştırma sadece Konya ilinde yapıldığı için farklı illerde benzer örneklem üzerinde veya Konya ilinde farklı sektörlerde yapılmasında fayda bulunmaktadır. Ayrıca bu araştırma belirli zaman kısıtları içerisinde yapıldığı için cevapları aranan sorular ve ileri sürülen hipotezler dikkate alındığında veri toplama metodu olarak süreli bir çalışmanın gerçekleştirilmesinin daha uygun bir yaklaşım olduğu söylenebilir.

KAYNAKÇA

- Başar, M., Tosunoğlu, B. T. & Demirci, A. E. (2001). Girişimcilik Ve Girişimcinin Yol Haritası: İş Planı. Eskişehir: Eskişehir Ticaret Odası (Yayın No: 14).
- Bayraktaroğlu, S. (2005). Girişimcilik Ders Notları, Sakarya.
- Birley, S. (1988), Female Entrepreneurs - Are They Really Any Different?, School Working Paper, 5-87.
- Buttner, E. H. ve Rosen, B. (1992), Rejection in the Loan Application Process: Male and Female Entrepreneurs Perceptions and Subsequent Intentions, *Journal of Small Business Management*, 30(1), 58-65.
- Cesaroni, F. M. ve Sentuti, A. (2015). Access to Bank Credit During the Economic Crisis: A Comparison Between Italian Male and Female Entrepreneurs, *Department of Economics*, 121-129.
- Coyle, H. E. (2003), The Influence Of Positionality And Agency On Female Entrepreneurs' Learning In Male-Dominated Business Contexts (Doktora Tezi), The Pennsylvania State University, Pennsylvania.
- Çelikoğlu, O. (2015). Eğitimde Girişimcilik Ve İnovatif Öğretim Liderleri Yetiştirmek, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(20), 247-259.
- Çetinkaya Bozkurt, Ö. (2011). Dünyada Ve Türkiye'de Girişimcilik Eğitimi: Başarılı Girişimciler Ve Öğretim Üyelerinden Öneriler (1. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Çetinkaya Bozkurt, Özlem; Kalkan, Adnan; Koyuncu, Osman ve Alparslan, Ali Murat (2012). Türkiye'de Girişimciliğin Gelişimi: Girişimciler Üzerinde Nitel Bir Araştırma, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 15(1), 229-247.
- Demirel, E. T. (2003). Girişimcilik Kültürü, (Yüksek Lisans Tezi), İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya.
- Demirel, E. T. ve Tikici M. (2004). Kültürün Girişimciliğe Etkileri, *Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları*, 49-58.
- Elmuti, D., Kathawala, Y. ve Wayland R. (1993). Occupational Stress Among Today's Male And Female Entrepreneurs, *Journal Of Business And Entrepreneurship*, 5(2), 77-91.
- Ersoy, H. (2010). Kültürel Çevrenin Girişimcilik Tercihine Etkisi, *Organizasyon Ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2(1), 71-77
- Kara, H. Ve Sezici, E. (2013). Girişimci Kadın Yöneticilerin Stres Altında Kendini Denetleme Becerileri: Bu Konuda Düzenlenen Bir Anket Çalışmasının Sonuçları, *International Journal Of Social Science*, 6(2), 669-695.
- Kayalar, M. ve Ömürbek N. (2007). Girişimci Adaylarının Risk Almaya Yatkınlık Özelliğinin Cinsiyet Bağlamında İncelenmesi, *İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi*, 21(1), 185-200.
- Kepler, E. ve Shane S. (2007). Are Male and Female Entrepreneurs Really That Different?, *Small Business Research Summary*, 309, 1-59.

- Kwong, C., Jones-Evans D. ve Thompson P. (2011). Differences in perceptions of access to finance between potential male and female entrepreneurs, *Perceptions of access to finance*, 18(1), 75-97.
- Marlow, S. ve Shaw, E. (2008). Analysing the Influence of Gender Upon the Accumulation and Utilisation of Business Finance by Male and Female Entrepreneurs, 2008 International Council for Small Business World Conference, 1-28.
- Nelson Bob; Çalışanlarınıza Dinamizm Kazandırmanın 1001 Yolu, Çev: Serra Egeliler, Rota Yayınları, İstanbul, 1999.
- Öktem M. K., Aydın M. D. ve Ekinci, S. (2007). “Türkiye’de Girişimciliğin Geliştirilmesinde Kosgeb’in Rolü ve Önemi: Uygulamalı Bir Çalışma”, *Sosyoekonomi Dergisi*, 1, 47-76.
- Özen Kutanis, R. (2005). Kadın Ve Erkek Girişimcilerin Algılama Farklılıkları: Sakarya Örneği, 3.Uluslararası Türk Dünyası Sosyal Bilimler Kongresi, Kırgızistan, 676-684.
- Özkul, G. (2007).“Kapitalist Sistemin Sürükleyici Aktörleri: Ekonomik Teoride Girişimciler,” *S.D.Ü.İ.İ.B.F.Dergisi*, 12(3), 343-366.
- Saylan, U. (2011). Girişimcilik Kültürü: Balıkesir’de Turizm Sektörüne Yönelik Bir Araştırma, (Yüksek Lisans Tezi), Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü,Balıkesir.
- Soysal, A. (2010). Türkiye’de Kadın Girişimciler: Engeller Ve Fırsatlar Bağlamında Bir Değerlendirme, *Ankara Üniversitesi Sbf Dergisi*, 65(1), 83-114.
- Şahin E. (2006). Kadın Girişimcilik Ve Konya İlinde Kadın Girişimcilik Profili Üzerine Bir Uygulama, (Yüksek Lisans Tezi), Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Tozlu, E. (2012). Isparta Ve Denizli İllerindeki Kadın Girişimciliği: Engeller Bağlamında KARŞILAŞTIRMA,(Yüksek Lisans Tezi), Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Veira, Xiomara, V. (2008). A comparison between female and male entrepreneurs in the perspective of gender equality and empowerment of women, the third goal on the list of millennium development goals, *Global Watch* 3(1), 95-99.
- Wood, G. J. Ve Davidson, M. J. (2011),A Review Of Male And Female Australian Indigenous Entrepreneurs Disadvantaged Past – Promising Future?, *Australian Indigenous Entrepreneurs* 26(4), 311-326
- Yüzüak, E. (2010). Üniversitelerde Öğrenim Gören Kız Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimlerini Etkileyen Faktörler: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Biga İ.İ.B.F. Örneği, (Yüksek Lisans Tezi),Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü,Çanakkale.