



Araştırma Makalesi

**Kalıp Yargıların Girişimcilik Niyetine Etkisi \***

*The effects of gender stereotypes on entrepreneurial intentions*

Yaprak Kalafatoğlu<sup>a</sup>

MAKALE BİLGİSİ

*Anahtar Kelimeler:*  
Kadın Girişimciliği, Kalıp  
Yargı Etkisi, Girişimcilik  
Niyeti, Girişimcilik,  
Toplumsal Cinsiyet

*Tarihler :*  
Geliş 15 Ağustos 2019  
Düzeltilme geliş 28 Kasım  
2019  
Kabul 25 Şubat 2020

ÖZ

Bu çalışmada, kalıp yargıların, cinsiyetin ve yakın çevredeki kadın girişimcilerin, öğrencilerin girişimcilik niyetlerine etkisi incelenmiş ve girişimcilikte önemli bulunan özellikler araştırılmıştır. Çalışmaya, kolayda örnekleme yoluyla ulaşılan 123 üniversite öğrencisi katılmıştır. Anket, girişimciliği tanımlarken kullanılan özellikler, kalıp yargı müdahalesi, girişimcilik niyeti ölçeği ve demografik bilgi bölümünden oluşmaktadır. Değişkenler arası ilişkiler t-testi ve Mann Whitney U testi ile ölçülmüştür. Bulgular, kalıp yargıların sıfırlandığı koşulda, girişimcilik niyetinin kadın ve erkekler arasında fark oluşturmadığını göstermiştir. Erkeksi kalıp yargılar verilen kadınların ise girişimcilik niyeti tahmin edilen aksine artmıştır. Bununla birlikte, girişimcilikte önemsenen özelliklerin cinsiyetler arasında farklılaştığı tespit edilmiştir. Sonuçlar toplumsal cinsiyet bağlamında tartışılmış, araştırmacılara ve uygulamacılara öneriler sunulmuştur.

ARTICLE INFO

*Keywords:*  
Women Entrepreneurship,  
Stereotype Effect,  
Entrepreneurial Intention,  
Entrepreneurship, Gender

*Article history:*  
Received 15 August 2019  
Received in revised form 28  
November 2019  
Accepted 25 February 2020

ABSTRACT

In this study, the effects of stereotypes, gender, and women entrepreneurs in immediate surroundings on the entrepreneurial intentions of students were examined and the characteristics of entrepreneurship were investigated. 123 university students studying in Istanbul were recruited through convenience sampling. The questionnaire consists of features used in defining entrepreneurship, stereotype intervention, entrepreneurship intention scale and demographic information section. The relationships between the variables were measured by t-test and Mann Whitney U test. The findings showed that the intention of entrepreneurship did not change between men and women under no stereotype condition. On the other hand, the female entrepreneurship intentions of masculine stereotypes increased contrary to expectations. Moreover, it was found that the important characteristics of entrepreneurship differ between genders. The results were discussed in the context of gender and recommendations were made to researchers and practitioners.

\* Bu makale, 18-20 Nisan 2019 tarihlerinde Antalya'da düzenlenen 27. Ulusal Yönetim Organizasyon Kongresi'nde sunulmuş bildirinin genişletilmiş halidir.

<sup>a</sup> İletişim kurulacak yazar, Arş. Gör. Dr., Marmara Üniversitesi, Göztepe Kampüsü, İşletme Fakültesi, İstanbul, Turkey. E-mail: yaprak.kalafatoglu@marmara.edu.tr. ORCID: 0000-0002-8241-3444

## 1. GİRİŞ

Son yıllarda, kadınların siyaset, ekonomi ve bilim gibi birçok alana katılımı artmış olsa da dünya genelinde neredeyse hiçbir ülkede tam anlamıyla bir kadın-erkek eşitliğinin olduğunu söyleyemeyiz. Bu sebeple 2016'da Birleşmiş Milletler tarafından yürürlüğe giren ve 2030 yılına kadar ulaşmanın hedeflendiği 17 maddelik Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları'ndan birisi toplumsal cinsiyet eşitliğini gerçekleştirmektir (BM, 2016). Bu madde çerçevesinde, kadınlara ve kız çocuklarına karşı her türlü ayrımcılığı engellemek hedeflenmiştir. İşgücü piyasasında eşitliği sağlamak bu yolda atılacak önemli adımlardan birisidir.

İşgücüne katılımı artıran alanlardan birisi girişimciliktir. Fransızca girişmek kelimesinden türemiş girişimci sözcüğü, iş değeri yaratan veya yenilikçilik amacıyla yüksek risk alan bireyleri tanımlar (Cunningham & Lischeron, 1991). En eski girişimci örneklerinden birisi göçebe İtalyan kapitalisti Marco Polo'dur. 13. Yüzyılda risk sermayeli kapitalistler tarafından karını paylaşması karşılığında finanse edilen maceracı-tacir Marco Polo Asya'da ticaret seferlerine başlamış ve 24 yıllık yolculuğu, kendisine eşsiz ve karlı bir dünya ticareti olanağı sunmuştur (Shandrow, 2015).

Geçmiş araştırmalar girişimciliği genel bir kavram olarak ele alırken, günümüzde kadın girişimciliği, girişimcilikten ayrı bir konu olarak araştırılmaktadır. Peki 'erkek girişimciliği' isimli bir alan olmamasına rağmen, 'kadın girişimciliği' neden bir araştırma konusu olmuştur? (Meyer, Tegtmeier & Pakura, 2017). Bu soru kadın girişimciliği alanında yapılmış araştırmalar analiz edilerek cevaplanabilir. Henry, Foss ve Ahl (2015) 1983 ve 2012 yılları arasında yapılmış çalışmalarını üç döneme ayırarak mukayese etmiştir. 1983 ve 1992 yılları arasındaki birinci dönemde toplumsal cinsiyet bir bağımsız değişken olarak incelenmiş, kadın girişimci sayısının düşük olması ve kadınların sahip olduğu şirketlerin, erkeklerinkine oranla küçük olması, 'kadınların liderlik özelliklerinin daha az olması' gibi yargularla veya 'kadınların motivasyonlarının düşük olması' gibi kadımsal eksikliklerle açıklanmıştır. Her ne kadar bu yaklaşım ikinci dönemde (1993-2002 arası) sürse de, bu dönem, feminist yaklaşımla yazılmış ve kadın temsiline az olmasındaki sebeplere odaklanmış bazı araştırmalara rastlanmıştır. Üçüncü dönemde (2003-2012) kadın girişimciliği toplumsal cinsiyet lensiyle incelenmeye başlanmış ve cinsiyetler arası farkları yüzeysel bir şekilde araştıran çalışmalar azalmıştır. Ayrıca kadınların aileye ilişkin sorumlulukları, kültürel etkiler ve kadınları engelleyen normlar gibi konuları araştıran

nitel çalışmalarda artış gözlenmiştir (Henry vd., 2015).

Ülkeler arası kadın girişimciliğini karşılaştırırken dikkate alınması gereken özelliklerden biri girişimcilik türüdür. Girişimcilik, birçok araştırmaya veri tabanı oluşturan Küresel Girişimcilik Monitorü başta olmak üzere genelde fırsat girişimciliği ve mecburi girişimcilik şeklinde ayırt edilir. Mecburi girişimcilik, girişimciliğe alternatif bir iş olmadığı için girişimci olma zorunluluğudur. Fırsat girişimciliği ise piyasada atıl durumda olan bir iş alanını fark edip yeni bir iş kurmayı tanımlar (Acs, 2006). Örneğin iş bulma şansı düşük ve çocuğuna bakmak zorunda olan bir kadının ev yemekleri yapan bir kafe açması ve hayatını bu şekilde kazanması mecburi girişimciliğe örnek verilebilir. Yapay zekâ teknolojisinden yararlanarak geliştirdiği yazılımları ihraç eden bir kadın ise fırsat girişimcisi olarak tanımlanır.

Kadın girişimciliği oranı ve genel olarak girişimcilik türü, ekonomik ve toplumsal gelişmişlik düzeylerinin farklı olması nedeniyle bölgeler ve ülkeler arasında değişiklik göstermektedir. Küresel Girişimcilik Monitorü'nün girişimcilik faaliyetleri endeksi ve Birleşmiş Milletler'in toplumsal cinsiyete ilişkin sayısal verilerinin kullanıldığı bir araştırmada 41 ülkedeki kadın girişimci faaliyeti ve toplumsal cinsiyet endeksi arasındaki ilişki analiz edilmiş ve anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Yani toplumsal cinsiyet eşitliği girişimcilik faaliyetini açıklamakta yetersiz kalmıştır. Ayrıca ülkeler, yüksek gelir grubuna sahip ülkeler, Avrupa ve Asya'daki düşük ve orta gelirli ülkeler ile Latin Amerika ve Karayipler'deki düşük ve orta gelirli ülkeler olarak üç gruba ayrılmış ve kadın girişimciliği açısından karşılaştırılmıştır. Yüksek gelir grubuna sahip ülkelerde ve Avrupa ve Asya'daki düşük ve orta gelirli grubuna sahip ülkelere toplam girişimcilik faaliyeti ve toplumsal cinsiyet gelişim endeksi arasında bir ilişki bulunmamıştır. Öte yandan, Latin Amerika ve Karayipler'deki düşük ve orta gelirli ülkelerde ise bu değişkenler arasında olumsuz yönde anlamlı bir ilişki görülmüştür. Yani bu bölgedeki ülkelere toplumsal cinsiyet eşitliği sağlandıkça kadın girişimci faaliyeti azalmaktadır. Bu sonuç, eşitliğin olduğu ve ayrımcılığın görülmediği ülkelere kadınların girişimcilik dışında başka alternatiflerinin olması ve bu sebeple girişimciliği daha az tercih etmeleriyle yorumlanmıştır. (Sarfaraz vd., 2014).

Türkiye'de ise kadın girişimcilere ilişkin veriler şöyledir: Küresel Girişimcilik Endeksi'nin 2016 verilerine göre, Türkiye'de kadın girişimciler 24-34 yaş aralığında yoğunlaşmaktadır. Toplam girişimcilik faaliyeti (TGF) oranı kadınlarda

%10'dur. Bu oran erkeklerden düşüktür (Kadın/erkek TGF oranı 0.4'tür). Kadınlarda mecburiyet motivasyonu %22.5, fırsat motivasyonu ise %72.9'dur. Girişimcilik niyeti oranı ise %28.1'dir ve yine erkeklerden düşüktür (Kadın/erkek oranı 0.6) (Kelley vd., 2017).

Kadınların girişimcilik niyetlerinin düşük olması araştırılması gereken bir sorundur. Bu çalışmada girişimcilik davranışının önceli olan girişimcilik niyeti bir bağımlı değişken olarak ele alınmıştır. İlk olarak girişimcilik niyeti kavramı anlatılacak, daha sonra kalıp yargıların ve çevredeki kadın girişimcilerin, girişimcilik niyetine etkisi açıklanacaktır.

## 2. GİRİŞİMCİLİK NİYETİ

Girişimcilik niyeti, bireyin kendi işine sahip olma arzusu olarak tanımlanabilir (Crant, 1996). Girişimcilik niyetini kavramsal olarak açıklayan en önemli çalışmalar; Shapero ve Sokol'un (1982) girişimci olay modeli, Bird'ün (1988) girişimci niyet modeli ve Ajzen'in (1991) planlanmış davranış teorisi'dir.

Girişimci olay modeli, girişimcilik niyetinin; algılanan girişimcilik arzusu, algılanan girişimcilik uygulanabilirliği ve harekete geçme eğilimi sonucu oluştuğunu ileri sürer. Algılanan girişimcilik arzusu, bireyin girişimci olmayı ne kadar çekici bulduğunu ve girişimciliğe ilişkin tercihlerini belirtir. Algılanan girişimcilik uygulanabilirliği ise bireyin kendi işini kurup girişimci olabileceğinden emin olma derecesidir. Harekete geçme eğilimi bireyin fırsatlar karşısında bir davranışta bulunma eğilimidir (Shapero & Sokol, 1982).

Girişimci niyet modeline göre, girişimcilik yöneliminin ortaya çıkmasında ilk aşama, 'sosyal, politik ve ekonomik çevre' ve 'bireysel etkenlerdir'. Bireyin geçmişi, kişiliği ve yeteneklerinden oluşan bireysel etkenler ve sosyal, politik ve ekonomik çevre, bireyin rasyonel veya sezgisel düşünmesini sağlar ve bunun sonucunda eyleme dönüşebilecek girişimcilik niyeti oluşur (Bird, 1988).

Ajzen'in (1991) Planlanmış Davranış Teorisi, yalnızca girişimciliği değil birçok örgütsel davranışı açıklamak için kullanılır. Teoriye göre niyet, bir davranış doğrudan etkiler. Niyeti belirleyen ise kişinin davranışa dair tutumu, öznel normlar ve davranışsal kontroldür. Yani birey, bir davranış olumlu buluyorsa, değer verdiği kişi ya da grupların onaylayacağını düşünüyorsa ve bu davranışı göstermek için uygun koşullara sahipse, niyeti güçlenir ve bu davranışı sergiler. Bu teoriye göre

girişimcilik niyeti, girişimcilik davranışını etkileyen temel değişkendir.

Girişimcilik niyetini açıklayan daha güncel bir model ise Krueger (2009) tarafından ileri sürülen ve planlı davranış teorisi ile girişimci olay modelindeki boyutların birleşmesinden oluşan girişimcilik niyeti modelidir. Bu modele göre, bireyin öz yeterliği dışında iş arkadaşlarının yeterliğine olan güveni yani kolektif yeterlik de girişimcilik niyetinde etkilidir. İran'da turizm alanında okumakta olan üniversite öğrencilerine yapılan bir araştırma, bu teoriyi test etmiş ve girişimcilik niyetinde en önemli etkenin arzu edilirlilik olduğunu ve bunu öz yeterlik, uygulanabilirlik, fırsat, tutum ve kolektif yeterliğin takip ettiğini göstermiştir (Esfandiari, Sharifi-Tehrani, Pratt & Altunay, 2019).

Planlı davranış teorisi ve girişimci olay modelinin birleşmesini test eden bir başka çalışma da Schlaegel ve Koenig (2014) tarafından yapılan ve 98 araştırmadan 114.007 kişinin veriyi oluşturduğu meta analizdir. Bu çalışmada, tutum, norm, davranışsal kontrol ve girişimcilik öz yeterliğinin girişimcilik niyeti üzerinde öncel; algılanan girişimcilik arzusu ve algılanan girişimcilik uygulanabilirliğinin aracı değişken rolü olduğu bulunmuştur. İncelenen bu değişkenlerin niyet üzerindeki etkisinin girişimcilik eğitimi ve kişilik özelliklerinden daha güçlü olduğu görülmüştür.

Araştırmalara göre girişimcilik niyetini etkileyen diğer değişkenler bireysel özellikler, duygusal zekâ, eğitim ve kültürdür.

Girişimciliği yaşam boyu elde edilen deneyimlerden etkilenen bir değişken olarak araştıran bir çalışmada girişimci kişilik özelliklerinin, ergenlik dönemindeki girişimcilik yetkinliğinin ve girişimciliğe ilişkin kontrol inancının girişimcilik niyeti üzerine etkisi incelenmiştir. Girişimci kişilik, değişime açık, dışadönük, öz-disiplini yüksek, duygusal dengeye sahip ve benmerkezci olarak tanımlanmıştır. Ergenlik dönemindeki girişimcilik yetkinliği ise, bireyin boş zamanlarında yaptığı yaratıcı faaliyetler, liderlik deneyimi ve ticari faaliyetlerden oluşmaktadır. Girişimciliğe ilişkin kontrol inancı ise bireyin girişimci olmak için gerekli koşullara sahip olmasına ve istediği sonuca ulaşmasına olan inancıdır. Ergenlik dönemindeki erken girişimcilik yetkinliği ve girişimciliğe ilişkin kontrol inancı, girişimcilik niyetini olumlu yönde direkt etkilerken, girişimci kişilik yapısı girişimcilik niyetini bu iki değişken yoluyla dolaylı olarak belirlemiştir (Obschonka, Silbereisen & Schmitt-Rodermund, 2010).

Girişimcilik niyetini etkileyen bir diğer değişken de duygusal zekâdır. Miao ve diğerlerinin (2018) 12

araştırmanın sonucuna dayanarak yaptıkları meta-analiz, duygusal zekânın girişimcilik niyetine olumlu yönde etkisini ve kültürün bu ilişkide düzenleyici rolünü göstermiştir. Uzun dönem yönelimli toplumlarda duygusal zekâ ve girişimcilik niyeti arasındaki ilişki kısa dönem yönelimli toplumlardan daha kuvvetlidir. Girişimciliğin ciddi bir zaman isteyen, mücadele dolu uzun bir yolculuk gerektirmesi, duygusal zekânın, uzun dönem yönelimli toplumlarda, girişimcilik niyeti üzerinde daha etkili olabileceği şeklinde yorumlanmıştır.

Girişimcilik eğitimi ve girişimcilik niyeti arasındaki ilişkiyi konu alan 73 araştırmanın sonucunu inceleyen bir meta analizde girişimcilik eğitiminin girişimcilik niyeti üzerinde anlamlı ama düşük düzeyde bir etkiye sahip olduğu görülmüştür. Bu etkiden daha küçük olmakla birlikte işletme eğitiminin de girişimcilik niyeti üzerinde olumlu etkisi bulunmuştur. Ayrıca kültürün girişimcilik eğitimi ve girişimcilik niyeti arasındaki ilişkide düzenleyici bir role sahip olduğu anlaşılmıştır. Grup içi toplulukçu değerlerin arttığı, cinsiyet eşitliğinin ve belirsizlikten kaçınmanın azaldığı kültürlerde, girişimcilik niyeti ve girişimcilik eğitimi arasındaki ilişki güçlenmektedir (Bae, Qian, Miao & Fiet, 2014).

Kültürün Hofstede'in (2001) kültür boyutları kullanılarak düzenleyici değişken olarak ele alındığı bir başka çalışmada, dokuz ülkeden (Almanya, İsviçre, Avusturya, Hollanda, Estonya, Rusya, Macaristan, Brezilya, Singapur) 1434 öğrencinin girişimci ruh açısından değerlendirildiği bir anketin sonuçlarının kullanıldığı Bogatyreva ve diğerlerinin (2019) araştırmasıdır. Girişimcilik niyetini ve kültürel yönelimi ölçen anket katılımcıların öğrenci olduğu 2011 yılında yapılmış; girişimcilik eylemi ise aynı katılımcılar mezun olduktan sonra 2013-2014 yıllarında yapılan anketle ölçülmüştür. Bulgulara göre, erkeksi, güç mesafesi düşük ve belirsizlikten kaçınmanın az olduğu toplumlarda girişimcilik niyeti ve girişimcilik eylemi arasındaki ilişki güçlenmekte yani girişimcilik niyeti icraata dönüşebilmektedir. Bu araştırma bazı kültürlerin girişimcilik için uygun bir ortam sunduğuna bir örnektir.

Kültürden beslenen ve girişimcilik niyetini etkileyen bir başka değişken de kalıp yargılardır. Gelecek bölümde kalıp yargıların girişimcilik niyeti üzerindeki etkisi anlatılacaktır.

### 2.1. Kalıp yargıların girişimcilik niyetine etkisi

Kalıp yargı “belirli bir objeye ya da gruba ilişkin bilgi boşluklarını dolduran, böylece onlar hakkında karar vermeyi kolaylaştıran, önceden oluşturulmuş birtakım izlenimler, atıflar bütünü olarak

zihnimizde oluşturduğumuz imgedir” (Göregenli, 2012: 7). Kalıp yargılar olumlu ya da olumsuz olabilir ve kültürden etkilenir. “Erkekler ağlamaz” ve “Kadınlar iyi sürücü değildir” Türk toplumunda sık kullanılan kalıp yargılara örnektir.

Kalıp yargı tehdidi ise “bir gruba ilişkin olumsuz kalıp yargının olduğu ortamda, grup üyesinin kendisine kötü davranılması ve yargılanması korkusu” şeklinde tanımlanmıştır (Steele, Spencer & Aronson, 2002: 385). Damgalanan bir gruba ait bireyler, başkalarının kalıp yargı içeren bir yaklaşımla kendilerini yargılayabileceklerini ve buna göre davranabileceklerini öngörürler. Bu nedenle, gösterdikleri davranışların bu kalıp yargıları haklı çıkarabileceği kaygısını taşırlar. Böylece hem kaygı artabilir hem de performans düşebilir (Hogg & Vaughan, 2006: 406).

Çok sayıda çalışma kalıp yargılara maruz kalan bireylerin sosyal kimliklerinin değersizleştiğini göstermiştir. Ayrıca, bilişsel ya da sosyal görev performansı, motivasyon, ilgi ve alana ilişkin aidiyet duygusunda azalma olduğu belirlenmiştir. Kalıp yargıların etkilediği bir alan olan liderlikte, liderlik öz-yeterliliği, güç, liderliğin doğasına ilişkin zihniyet (‘liderlik öğrenilir’, ‘liderlik doğuştan gelir’) ve kadın rol-modellerin varlığının kalıp yargı tehdidini azaltan etkenler olduğu tespit edilmiştir (Hoyt & Murphy, 2016).

Kadın girişimciliğine ilişkin tutumlarda, toplumsal cinsiyet rolleri ve kalıp yargıların etkili olduğu anlaşılmaktadır. Almanya’da yapılan bir çalışmada, katılımcıların üniversite öğrencilerinden oluştuğu bir örnekleme, kadın ve erkeklerle ilgili kalıp yargılar ve girişimci tanımları Schein Tanımlayıcı Endeks (Schein, 1975) ile ölçülmüştür. Bulgulara göre erkek ve girişimciyi tanımlayan sıfatlar birbiriyle benzeşirken, kadın ve girişimciyi tanımlayan sıfatlar birbiriyle farklılık göstermiştir. Çevrelerinde kadın girişimci olan katılımcıların kullandıkları kadın ve girişimci sıfatlarının daha benzer olduğu, bir başka deyişle kalıp yargılardan daha az etkilendikleri görülmüştür. Araştırmanın ilginç bir sonucu, erkeklerin ve girişimcilerin sahip oldukları özelliklerden çok, sahip olmadıkları ‘ürkeklik ve utangaçlık’ gibi özelliklerde benzeşmesidir. Yani ‘girişimci gibi düşün, erkek gibi düşün’ sözü doğrulanmaktadır (Meyer vd., 2017).

Gupta ve Bhawe'nin (2007) 80 kadın üniversite öğrencisinden oluşan bir örnekleme yaptığı çalışmada proaktif kişilik özelliğinin, kalıp yargı tehdidi ve girişimcilik niyeti arasındaki düzenleyici rolü incelenmiştir. Proaktif kişilik, sorumluluk alan, fırsatları değerlendiren, sorunları çözen ve buldukları ortamda fark yaratan kişileri

tanımlamak için kullanılır. Kalıp yargı tehdidi ortamı, deney grubuna verilen ve girişimciyi erkeksi özelliklerle anlatan sahte bir gazete haberiyle sağlanmış; kontrol grubuna ise girişimciyi yaratıcı ve cömert gibi cinsiyetsiz sıfatlarla tanımlayan bir haber gösterilmiştir. Araştırmanın sonucunda, kontrol grubundaki proaktif kadınların, diğerlerine göre girişimcilik niyeti daha yüksek bulunmuştur. Ancak bu baskın karakterli kadınlar, cinsiyetçi kalıp yargılara maruz kaldıklarında, girişimcilik niyetlerinde anlamlı bir düşüş gözlenmiş, diğerleri ise kalıp yargılardan anlamlı bir biçimde etkilenmemişlerdir. Yani girişimcilik için olumlu bir karakter özelliği olan proaktiflik, kalıp yargıların olduğu bir ortamda girişimcilik niyetini düşüren bir unsura dönüşmüştür.

Türkiye'deki bir üniversitenin işletme bölümü öğrencileri arasında yapılan başka bir çalışmada, kalıp yargı tehdidinin yeni iş fırsatlarını değerlendirme üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Kadınlar ve erkekler, erkeksi kalıp yargılar, kadınsı kalıp yargılar, kalıp yargıların sıfırlandığı koşul ve kontrol grubu olmak üzere dört gruptan birine atanmıştır. Bulgulara göre kontrol grubu ve erkeksi kalıp yargıların verildiği gruptaki erkeklerin, yeni iş fırsatlarını kadınlardan daha olumlu değerlendirdiği görülmüştür. Katılımcılar kadınsı kalıp yargılara maruz kaldığında ise, kadınlar yeni iş fırsatlarını daha olumlu değerlendirirken, erkekler daha olumsuz değerlendirmiştir. Son olarak kalıp yargıların sıfırlandığı durumda kadın ve erkekler fırsatları değerlendirme konusunda farklılaşmamış, yani grup farkları ortadan kalkmıştır. Araştırma Amerika'da çalışanlardan oluşan bir grupta tekrarlanmış ve benzer sonuçlar ortaya çıkmıştır (Gupta, Gökten & Günay, 2014).

Geçmiş araştırmalar erkeklerin girişimcilik niyetinin kadınlardan yüksek olduğunu göstermektedir (Haus, Steinmetz, Isidor & Kabst, 2013; Özaralli & Rivenburgh, 2016). Kalıp yargı müdahalesinin kullanıldığı araştırmalarda, kalıp yargıların sıfırlandığı koşulda, yeni iş fırsatları açısından, cinsiyetler arasındaki farkın ortadan kalktığı görülmüştür (Gupta vd., 2014). Buna göre aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir:

**H<sub>1</sub>:** Cinsiyet; kalıp yargıların sıfırlandığı koşulda, girişimcilik niyeti üzerinde anlamlı bir etkiye sahip değildir.

Daha önce belirtildiği gibi yapılan bir çalışmada, erkeksi kalıp yargılar verildiğinde, erkeklerin yeni iş fırsatlarını, kadınlardan daha olumlu değerlendirdiği görülmüştür (Gupta vd., 2014). Bu nedenle erkeksi kalıp yargıların her iki cinsin girişimcilik niyetini etkileyeceği düşünülmektedir. Buna göre aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir:

**H<sub>2A</sub>:** Erkeklerin girişimcilik niyeti; erkeksi kalıp yargıların verildiği koşulda, kalıp yargıların sıfırlandığı koşuldaki fazladır.

**H<sub>2B</sub>:** Kadınların girişimcilik niyeti; erkeksi kalıp yargıların verildiği koşulda, kalıp yargıların sıfırlandığı koşuldaki azdır.

## 2.2. Yakın çevrede veya ailede kadın girişimci olmasının girişimcilik niyetine etkisi

Bazı çalışmalar girişimci rol modellerin bireylerin girişimcilik niyetini etkilediğini göstermiştir (Brunel, Laviolette & Lefebvre, 2017; Linan & Chen, 2009). Bu nedenle, çevresinde kadın girişimci olan kadınların girişimcilik niyetinin daha fazla olacağı tahmin edilmektedir. Buna göre aşağıdaki hipotez oluşturulmuştur:

**H<sub>3</sub>:** Aile veya yakın çevrede kadın girişimcinin olması, kadınların girişimcilik niyeti üzerinde anlamlı bir etki oluşturur.

Kadınların girişimcilik niyetlerinin erkeklerden az olması bazı araştırmacılar tarafından rol uyumu kuramına dayanarak (Eagly & Karau, 2002) girişimciliğin erkeksi bir meslek olarak görülmesiyle açıklanmıştır. Bu araştırmada, girişimciliğin kadın ve erkekler tarafından hangi özelliklerle değerlendirildiğini anlamak için, katılımcılara erkeksi ve kadınsı özelliklerden oluşan bir havuzdan girişimciliği en iyi tanımlayan üç özelliği işaretlemeleri istenmiştir. Buna göre ise aşağıdaki araştırma sorusu oluşturulmuştur:

**Araştırma sorusu:** Girişimciliği tanımlayan özellikler cinsiyete göre farklılaşır mı?

## 3. YÖNTEM

### 3.1. Örneklem ve uygulama

Bu çalışmada katılımcılar İstanbul'da bir devlet üniversitesinin işletme bölümü birinci sınıf öğrencilerinden seçilmiştir. Veriler yapılandırılmış anket ve kolayda örneklem yöntemiyle toplanmıştır. 123 katılımcının (52 erkek, 70 kadın) yaşları 18 ile 29 arasında değişmektedir (M = 20.49). Veriler bir internet sitesi aracılığıyla çevrimiçi anket kullanılarak toplanmıştır. Anketin bitiminde, katılımcılara araştırmanın amacı belirtilmiştir.

### 3.2. Kullanılan Ölçüm Araçları

Bu araştırmanın birinci bölümünde girişimciliği en iyi tanımlayan üç özelliğin işaretlenmesi istenmiştir. İkinci bölümü kalıp yargı müdahalesi, üçüncü bölümü girişimcilik niyeti ölçeği ve dördüncü bölüm demografik bilgi ölçeğini içermektedir.

**Girişimciliği tanımlayan özellikler.** Yazındaki farklı araştırmalardan faydalanılarak (Koh, 1996; Manzanera-Román & Brändle, 2016; Meyer vd., 2017) girişimciliği tanımlayan özellikler bulunmuştur. Bu bölümde katılımcılardan, bir girişimciyi en iyi tanımlayan üç özelliği belirtmeleri istenmiştir.

**Kalıp yargı müdahalesi.** Katılımcıların kalıp yargılardan etkilenmesi için şu yöntem kullanılmıştır: Örneklemin birinci grubuna (N = 60) girişimciliği erkeksi özelliklerle tarif eden sahte bir araştırma ve örnek olarak başarılı bir erkek girişimcinin verildiği bir metin gösterilmiştir. İkinci gruba (N = 63) ise girişimciliği cinsiyetsiz (nötr) özelliklerle tarif eden sahte bir araştırma ve örnek olarak başarılı bir kadın ve bir erkek girişimcinin verildiği bir metin verilmiştir (bakınız Ek-1). Bu metinleri yazarken Gupta ve diğerleri (2014) araştırmalarından faydalanılmıştır. Her iki metin de çalışmanın başında, örgütsel davranış disiplini uzman dört araştırmacı tarafından kontrol edilmiş

ve gerekli görülen değişiklikler yapılmıştır. Çalışmanın bitiminde katılımcılar bilgilendirilmiş ve verilen metinlerin sahte araştırmalar içerdiği ifade edilmiştir.

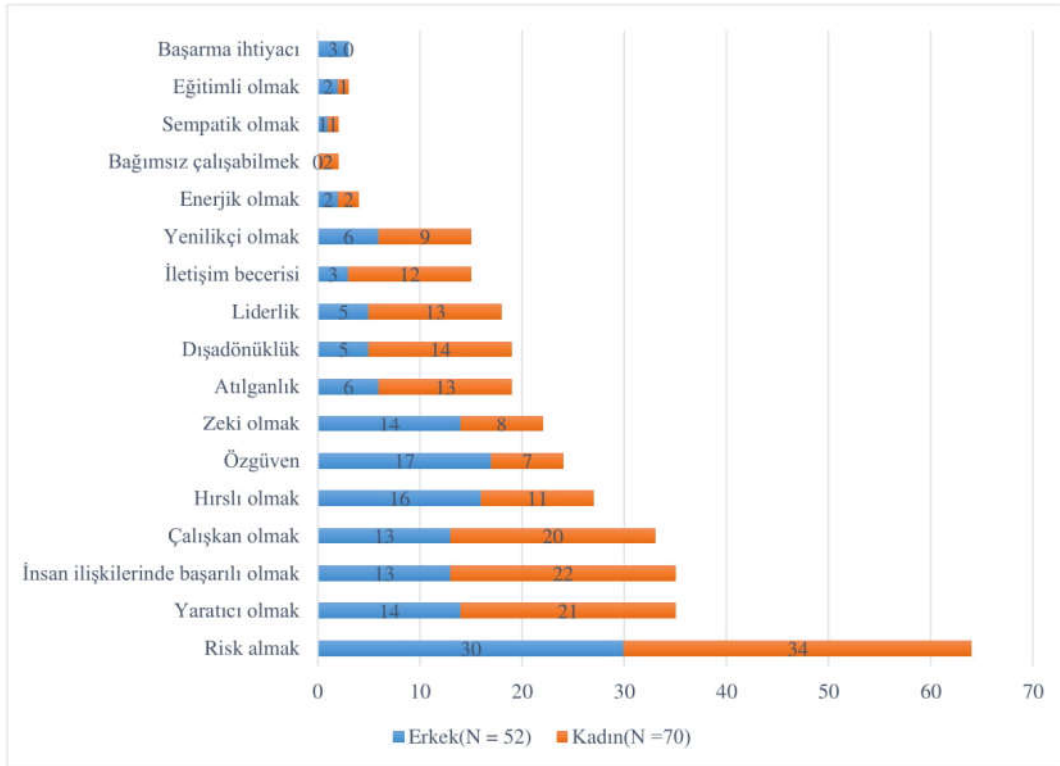
**Girişimcilik Niyeti Ölçeği.** Girişimcilik niyetini ölçmek için Linan ve Chen (2009) tarafından oluşturulan ve Türkçe'ye adaptasyonu Şeşen ve Basım (2012) tarafından yapılan girişimcilik niyeti ölçeği kullanılmıştır. İfadeler (1) Hiç katılmıyorum'dan (6) Tamamen katılıyorum'a giden 6'lı derecelendirme ile değerlendirilmiştir. Ölçeğin tek boyutu vardır ve iç tutarlılık seviyesinin ,97 olduğu görülmüştür.

**Demografik bilgi bölümü.** Bu bölüm katılımcıların cinsiyet ve yaş bilgileri ile yakın çevrelerinde veya ailelerinde kadın girişimci olup olmadığı sorusunu içermiştir

## 4. BULGULAR

### 4.1. Girişimcilik özelliklerinin değerlendirilmesi

Girişimcilikte önemli bulunan özellikler Şekil 1'de verilmiştir. 'Risk almak' girişimcilik için her iki cinsiyet tarafından en önemli bulunan özelliktir. 'Çalışkan olmak', 'insan ilişkilerinde başarılı olmak' ve 'yaratıcı olmak' her iki grup için de önemli görülmüştür. Erkekler 'hırslı olmak',



Şekil 1: Girişimcilikte önemli bulunan özellikler

‘özgüven’ ve ‘zeki olmak’; kadınlar ‘iletişim becerisi’, ‘liderlik’, ‘dışadönüklük’ ve ‘atılganlık’ özelliklerini daha önemli bulmaktadır.

#### 4.2. Faktör ve güvenilirlik analizleri

Girişimcilik niyeti ölçeğine yapılan faktör analizi sonucunda açıklanan toplam varyansın %86,36 olduğu görülmüş ve ifadeler tek boyutta toplanmıştır. Ölçeğin iç tutarlılık seviyesi ,97’dir Faktör analizi sonuçları Tablo 1’den görülebilir.

Altı maddelik Girişimcilik Niyeti Ölçeği’ne yapılan keşfedici faktör analizi sonucu, toplam varyansı % 86,36 açıklayan tek faktörlü yapıya ulaşılmıştır (KMO = ,89, Bartlett Küresellik Testi = 1069,22  $p < ,001$ ). Ölçeğin iç tutarlılığı  $\alpha = ,97$ ’dir.

#### 4.3. Hipotez testleri

Birinci hipotezi test etmek için, kalıp yargıların sıfırlandığı (nötr) koşuldaki kadın ve erkeklerin girişimcilik niyetleri arasındaki fark incelenmiştir. Bunun için öncelikle niyet değişkeninin her iki grupta normal dağılıp dağılmadığına karar verilmelidir. Kolmogorov-Smirnov testi sonucu verinin kadınlar ( $p = 0,045$ ) ve erkeklerde ( $p = 0,200$ ) normal dağılmadığı görülmüştür. Bu koşullar gruplar arası farkı bulmak için Mann Whitney U testi kullanımının uygun olduğunu göstermiştir. Bulgular, gruplar arasındaki farkın anlamlı derecede farklılaşmadığını işaret etmektedir ( $U = 416$ ,  $z = -0,414$   $p = 0,680$ ). Bu nedenle birinci hipotez desteklenmiştir. Analiz sonuçları Tablo 2’te görülebilir.

$H_{2A}$  ve  $H_{2B}$  hipotezlerini test etmek için öncelikle değişkenler, normal dağılım açısından incelenmiştir. Kolmogorov-Smirnov testi sonucu girişimcilik niyetinin erkeklerde ( $p = 0,20$ ;  $p = 0,13$ ) normal dağıldığı ancak kadınlarda ( $p = 0,045$ ;  $p = 0,13$ ) normal dağılmadığı görülmüştür. Bu sonuçlar 2a hipotezi için bağımsız gruplar t-testinin, 2b

hipotezi için ise Mann Whitney U testinin uygun olduğunu göstermiştir. 2a hipotezi için yapılan t testi sonucu (bkz. Tablo 3) erkeklerde girişimcilik niyetinin kalıp yargı ve nötr koşulda farklılaşmadığı tespit edilmiştir ( $t(49) = ,952$ ;  $p = 0,346$ ). 2b hipotezi için yapılan Mann Whitney U testi sonucunda (bkz. Tablo 4), kadınlarda girişimcilik niyetinin her iki koşulda farklılaşmadığı görülmüştür ( $U = 556,5$ ,  $z = -,636$   $p = 0,525$ ). Bu nedenle 2a ve 2b hipotezleri reddedilmiştir.

Üçüncü hipoteze göre yakın çevresinde veya ailesinde kadın girişimci olan ve olmayan kadınların girişimcilik niyeti analiz edilmiştir. Kolmogorov-Smirnov testi sonucu niyetin, çevresinde girişimci olanlar ( $p = 0,01$ ) ve olmayanlar ( $p = 0,02$ ) arasında normal dağılmadığı anlaşılmıştır. Bu nedenle iki grubu karşılaştırmak için Mann Whitney U testi yapılmıştır. Bulgular gruplar arasındaki farkın anlamlı derecede farklılaşmadığını göstermiştir ( $U = 376,5$ ,  $z = -1,67$   $p = 0,100$ ). Analiz sonuçları Tablo 5’de görülebilir.

#### 5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Günümüzde akademik araştırmalar ve medya, genellikle girişimciyi erkeksi özelliklerle tanımlamaktadır. Uluslararası akademik araştırmalarda ideal girişimciyi tanımlarken erkek şahıs zamiri (Ör: He) ve erkek resimleri kullanmak yaygındır (Hamilton, 2013). Benzer şekilde, medyada girişimcilik, erkeklerin deneyimleri ve erkeksi kalıp yargılarla ele alınır. Birçok ülkede yazılım ve e-ticaret gibi fırsat girişimciliği alanlarında çalışan çok sayıda kadın girişimci olsa da girişimcilikteki erkeksi kalıp yargıların tezahürünü başarılı girişimcilerle yapılan röportajlarda bile görebiliriz. Örneğin evli veya çocuklu bir kadın girişimciye yöneltilen “iş-aile dengesini nasıl sağlıyorsunuz”, “eşinize ve çocuklarınıza nasıl vakit ayırıyorsunuz” soruları

**Tablo 1:** Girişimcilik niyeti ölçeğinin faktör analizi

İfade	Girişimcilik Niyeti	Faktörün Açıklayıcılığı
	<b>Faktörün açıklanan varyansı = 86,36; <math>\alpha = ,97</math></b>	
İ1	Gelecekte bir iş kurma konusunda kararlıyım.	86,36
İ2	Ciddi anlamda kendi işimi kurmayı düşünüyorum.	7,58
İ3	Bir gün kendi işimi kurma konusunda ciddi niyetlerim var.	2,64
İ4	Kendi işimi kurmak ve sürdürmek için her türlü çabayı göstereceğim.	1,40
İ5	Profesyonel olarak hedefim, bir girişimci olmaktır.	1,24
İ6	Bir girişimci olarak, her şeyi yapmaya hazırım.	0,78
	<b>KMO = ,89; Bartlett Test Ki kare = 1069,22 df = 15 <math>p &lt; ,001</math></b>	

**Tablo 2:** Mann Whitney U Testi Sonuçları

Girişimcilik niyeti	N	S.T.	S.O.	U	Z	p
<b>Kadın</b>	37	1119	30,24			
<b>Erkek</b>	24	772	32,17	416	-0,414	0,680

**Tablo 3:** Bağımsız gruplar t-testi sonuçları

Erkeklerin girişimcilik niyeti	N	Ort.	Std. Sap.	T değeri	P değeri
<b>Kalıp yargı</b>	27	3,95	1,32		
<b>Nötr</b>	24	3,56	1,59	0,952	0,346

olmazsa olmazdır, çünkü girişimci genelde erkektir ve bir kadının asli sorumluluklarını bırakıp girişimci olmayı nasıl başardığı merak konusudur. Benzer konumdaki bir erkek girişimciye bu sorular çoğunlukla sorulmaz ve röportajdaki boşluk tuttuğu takım ve yaptığı spor gibi sorularla doldurulur.

Dünya genelinde yapılan birçok çalışma, kadınların girişimcilik niyetinin erkeklerinkinden daha düşük olduğunu göstermektedir. Örneğin on ülkeden (Hırvatistan, Slovenya, Avusturya, Polonya, Fransa, Litvanya, İsrail, Hindistan ve diğer ülkeler) 4281 öğrenciyi içeren bir çalışmada, Polonya, Slovenya ve Hindistan dışındaki ülkelerde yaşayan kadınların girişimcilik niyetinin, erkeklerden az olduğu görülmüştür (Daim, Dabic & Bayraktaroğlu, 2016). Türk ve Amerikalı öğrencilerin girişimcilik niyetini karşılaştıran bir başka çalışmada da cinsiyetler arası fark yalnızca Türkiye’de görülmüş, erkek öğrencilerin girişimcilik niyetlerinin, kadınlarınkinden daha çok olduğu belirlenmiştir (Özaralli & Rivenburgh, 2016). Bu sonuçlar kadınlarda girişimcilik niyetinin neden daha düşük olduğunu araştırmayı gerekli kılmaktadır.

Bu çalışmada, cinsiyetin ve kalıp yargıların girişimcilik niyetine olan etkisi incelenmiştir. Kalıp yargıların sıfırlandığı nötr koşulda, cinsiyetler arasında anlamlı fark bulunmamıştır. Erkeksi kalıp yargıların verildiği koşulda ise erkeklerin girişimcilik niyetinde anlamlı olmasa da bir artış olduğu görülmüştür. Bu sonuç Gupta ve diğerlerinin (2014) çalışmasını bir ölçüde doğrulamaktadır.

Araştırmanın ilginç sonucu ise erkeksi kalıp yargılara maruz kalan kadınların girişimcilik niyetinin artmasıdır. Bu sonuç, girişimciliğe yönelik kalıp yargıların açık bir şekilde verilmesi nedeniyle kadın katılımcıların tepki göstererek araştırma

sonucunu kabullenmemesiyle açıklanabilir. Bir başka yorum da kadınların, kendilerinde girişimcilikte önemli bulunan ve erkeklere atfedilen özelliklerin var olduğunu düşünmesidir. Son olarak toplumsal cinsiyet rollerinde meydana gelen değişiklikler bu beklenmedik etkiyi açıklayabilir. Örneklemin İstanbul’da yaşayan eğitimli genç kadınlardan oluşması, bu grubun geleneksel kalıp yargıları daha az benimsemesi sonucunu doğurabilir.

Bu araştırmada ayrıca girişimciliği tanımlayan özelliklerin kadın ve erkekler tarafından seçimi de incelenmiştir. Risk almak ve çalışkan olmak gibi bazı özellikler her iki cinsiyet tarafından belirtilse de kadınların dışadönüklük ve iletişim becerisi gibi kadınsı özellikleri, erkeklerin ise özgüven ve hırslı olmak gibi erkeksi özellikleri daha çok önemsedikleri görülmüştür. Cinsiyetler arasındaki bu farklar Meyer ve diğerleri (2017) araştırmasıyla benzerlik göstermektedir.

Ayrıca, katılımcıların girişimcilik niyetlerinin ortalamanın biraz üzerinde olduğu görülmüştür. Sakarya’da üniversite öğrencileri üzerinde yapılan bir araştırmada katılımcıların çoğu girişimcilik eğitimlerinin kendi yeteneklerini keşfetmek, motive etmek gibi sebeplerle girişimcilik eğilimini olumlu yönde etkilediğini belirtmiştir (Balaban ve Özdemir, 2008). Portekiz’de yapılan bir başka çalışmada üniversite öğrencileri kendilerini girişimci ruha sahip bireyler olarak görmüş ancak kendi işini kurup girişimci olabileceğine dair inançlarını düşük değerlendirmiştir. Bu sonuç girişimci olmak için gerekli eğitim ve araçlardan yoksun olmalarıyla açıklanmıştır (Del Rio, Peris-Ortiz, Álvarez-García & Rueda-Armengot, 2016). Bu sonuçlara dayanarak, öğrencilerin girişimcilik niyetlerini artırmak için girişimcilik eğitimlerinin



**Tablo 4:** Mann Whitney U Testi Sonuçları

Kadınların girişimcilik niyeti	N	S.T.	S.0.	U	Z	p
<b>Kalıp yargı</b>	33	1225,5	37,14			
				556,5	-0,636	-0,525
<b>Nötr</b>	37	1259,5	34,04			

**Tablo 5:** Mann Whitney U Testi Sonuçları

Girişimcilik niyeti	N	S.T.	S.0.	U	Z	p
<b>Grup 1</b>	21	862,50	41,07			
				376,5	-1,67	0,100
<b>Grup 2</b>	48	1552,50	32,34			

yaygınlaştırılması önerilebilir. Ancak bu eğitimlerin niceliği kadar niteliği de önemlidir. Örneğin, Türkiye’de yapılan ve girişimcilik eğitimlerinin nasıl olması gerektiğini araştıran bir çalışmada, öğrenciler girişimcilik eğitimi veren öğretim üyelerinin uygulama bilgisinin daha fazla olması gerektiğini vurgulamıştır (Bozkurt & Alparşlan, 2013). Çoğu üniversitede girişimcilik dersleri kitap üzerinden, girişimciliğe dair bir deneyimi olmayan akademisyenler tarafından verilmektedir. Bunun yerine öğrencilerin fırsatları fark etmesini ve yaratıcı düşünmesini sağlayacak girişimcilik derslerinin tasarlanması önerilmektedir. Örneğin, Linton ve Klinton (2019) girişimciliğin ne olduğuna yönelik teorik yaklaşımları anlatan dersler yerine, sırasıyla bir sorunun keşfi, sorunun açıklanması, yaratıcı düşünce aracılığıyla çok sayıda çözüm önerilerinin sunulması, gerçekçi çözüm önerisinin bulunması ve bu önerinin ayrıntılı bir planla sunulmasını içeren bir girişimcilik dersini önermektedir. Bir başka öneri de girişimcilik derslerinde sektörü bilen ve deneyimlerini öğrencilere aktarabilecek girişimcilerden öğretim görevlisi olarak destek almak olabilir.

Bu çalışmanın bazı zayıf noktaları şunlardır: İlk olarak, kolayda örneklem yoluyla veri toplanmış ve kontrol grubu kullanılmamıştır, dolayısıyla neden-sonuç ilişkisi çıkarılamaz. Ayrıca kalıp yargı müdahalesi istenen amacı karşılamamış olabilir. Bir diğer kısıt ise verinin öğrencilerden toplanmasıdır. İşletme araştırmalarında öğrenci örneklem kullanımı eleştirilse de girişimcilik alanında yapılan bazı araştırmalar iki sebeple istisna kabul edilebilir. İlk olarak, dünya genelinde kadınlar arasında girişimciliğe en yüksek katılım 25-34 yaşları arasında olmakta (Kelley vd., 2017) ve çoğunlukla öğrenciyken ilk girişimcilik adımları atılmaktadır. Örneğin Bogatyreva ve diğerlerinin (2019) yapmış

olduğu araştırma, girişimcilik niyeti yüksek öğrencilerin birkaç yıl içinde bu niyetlerini eyleme dönüştürme olasılıklarının diğer öğrencilerden üç kat fazla olduğunu tespit etmiştir. Yani öğrencilik yıllarındaki girişimcilik niyetinin tespit edilmesi ve bu niyetin öncellerinin araştırılması gereklidir. Ayrıca, Hsu, Simmons ve Vieland’ın (2017) girişimcilik araştırmalarının tasarımına ilişkin çalışmasında öğrenci örneklem kullanımının desteklenebileceği alanlar tanımlanmıştır. Buna göre araştırmada incelenen değişkenlerden birisi mesleki deneyimden etkilenebilecek bir değişkense öğrenci örneklem kullanımı, çalışanlardan toplanan verilerden daha uygun bulunmuştur. Bu çalışmada kullanılan girişimcilik niyeti değişkeninin mesleki deneyimden etkilenebileceği düşünülmüş, bu sebeple öğrenci örneklem kullanımının uygun olduğuna karar verilmiştir.

Kalıp yargı etkisinin varlığına ilişkin bazı popüler araştırmaları tekrarlayan çalışmalar anlamlı bir kalıp yargı etkisi bulamamıştır. Bu durum, kalıp yargıları etkileyen ve henüz araştırılmamış ara değişkenlerin ve düzenleyici değişkenlerin olabileceğini göstermektedir. Örneğin, olumsuz kalıp yargılara maruz kalmak, bireylerin performans beklentilerini düşürüp, kendini sabote etme stratejisi (hem öz saygıyı korumak hem de başkalarının izlenimlerini yönetmek için kendine engeller koymak) kullanımını artırabilir ve böylece performansı düşürebilir (Kuzlak, 2017).

Arıkan’ın (2016) araştırması ayrımcılık gibi kurumsal faktörlerin ve kadınların aile ve iş yaşam dengesini sağlayabilecek imkânlarla sahip olmaması ve toplumsal cinsiyet rollerinin kadının girişimci olmasını kısıtlaması gibi sosyal faktörlerin kadınların girişimci olmasını engellediğini göstermiştir. Yani kadın girişimci oranının özellikle

fırsat girişimciliği gibi değerli alanlarda düşük olmasının sebebi kadınsal eksiklikler yerine kültürel söylemlerde ve toplumsal cinsiyet rollerinde aranmalıdır. Yousafzai ve diğerleri (2019) sosyal uygulamaların ve kültürel söylemlerin kadın girişimciliğini nasıl şekillendirebileceğini keşfetmeye çalışan kapsamlı araştırmalara ihtiyaç duyulduğunu belirtmiştir. Bu çalışmanın teorik katkısı girişimciliği olması gerektiği gibi toplumsal cinsiyet çerçevesinde incelemesi ve kalıp yargı etkisini araştırmasıdır. Girişimci tanımlarının cinsiyetler arasında belli ölçüde farklılık göstermesi, girişimci algısında toplumsal cinsiyet rollerinin etkisi olduğunu doğrulamaktadır. Ayrıca, kalıp yargıların sıfırlandığı koşulda, girişimcilik niyetinin cinsiyetler arasında farklılaşmadığı yani kadınların da erkekler kadar girişimci olmayı istedikleri görülmüştür. Bu nedenle Hoyt ve Murphy'nin (2016) de önerdiği gibi, kurumlara, bireyleri damgalayan kalıp yargılara izin vermeyen güvenli kimlik alanları oluşturması tavsiye edilmektedir. Ayrıca girişimcilik eğitiminin girişimcilik niyetine olan olumlu etkisi göz önünde bulundurulduğunda (Bae vd., 2014) bu eğitimlerin kalıp yargılardan arındırılarak kadın girişimci adaylarını motive edecek şekilde verilmesi önerilebilir. Başarılı kadın girişimcilerin medya tarafından daha çok ön plana çıkarılması ve üniversitelerin düzenlediği konferans veya panel gibi organizasyonlarda deneyimlerini aktarmaları, genç kadınların girişimciliğe yönelmesini sağlayabilir.

#### ETİK BEYANATI

**Destek Bilgisi:** Bu çalışma, kamu, ticari veya kar amacı gütmeyen kuruluşlar gibi herhangi bir organizasyondan destek almamıştır.

**Çıkar Çatışması:** Bu çalışmaya ilişkin bir çıkar çatışması yoktur.

**Etik Onay:** İnsan katılımcıları içeren çalışmalarda gerçekleştirilen tüm prosedürler, kurumsal ve / veya ulusal araştırma komitesinin etik standartlarına ve 1964 Helsinki deklarasyonuna ve daha sonraki değişikliklerine veya karşılaştırılabilir etik standartlara uygundur.

**Bilgilendirilmiş Onam Formu:** Çalışmaya katılan tüm bireysel katılımcılardan bilgilendirilmiş onam formu alınmıştır.

#### KAYNAKÇA

- Acs, Z. J. (2006). How is the entrepreneurship good for economic growth? *Innovations*, 1(1), 97-107
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behaviour. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179 - 211.
- Ankan, C. (2016). Kadın girişimcilikte başarı ve başarıyı etkileyen faktörler: Bursa örneği. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 14(3), 138-156.
- Bae, T. J., Qian, S., Miao, C., ve Fiet, J. O. (2014). The relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: A meta-analytic review. *Entrepreneurship theory and practice*, 38(2), 217-254.
- Balaban, Ö. ve Özdemir, Y. (2008). Girişimcilik Eğitiminin Girişimcilik Eğilimi Üzerindeki Etkisi: Sakarya Üniversitesi İİBF Örneği. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 133-147.
- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of management Review*, 13(3), 442 -453.
- BM Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları (2016). <https://www.tr.undp.org/content/turkey/tr/home/sustainable-development-goals.html> adresinden alınmıştır.
- Bogatyeva, K., Edelman, L. F., Manolova, T. S., Osiyevskyy, O. & Shirokova, G. (2019). When do entrepreneurial intentions lead to actions? The role of national culture. *Journal of Business Research*, 96, 309-321.
- Bozkurt Ç. Ö. & Alparlan, A. M. (2013). Girişimcilerde Bulunması Gereken Özellikler ile Girişimcilik Eğitimi: Girişimci ve Öğrenci Görüşleri. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8(1), 7-28.
- Brunel, O., Laviolette, E. M. & Radu-Lefebvre, M. (2017). Role Models and Entrepreneurial Intention: The Moderating Effects of Experience, Locus of Control and Self-Esteem. *Journal of enterprising culture*, 25(2), 149-177.
- Chye Koh, H. (1996). Testing hypotheses of entrepreneurial characteristics: A study of Hong Kong MBA students. *Journal of managerial Psychology*, 11(3), 12-25.
- Crant, J.M. (1996). The proactive personality scale as a predictor of entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*, 34(3), 42-49.
- Cunningham, J. B. & Lischeron, J. 1991. Defining entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*, 29(1), 45-61.

- Daim, T., Dabic, M. & Bayraktaroglu, E. (2016). Students' entrepreneurial behavior: international and gender differences. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 5(1), 19.
- Del Rıo, M. D. L. C., Peris-Ortiz, M., Álvarez-Garcia, J. & Rueda-Armengot, C. (2016). Entrepreneurial intentions and entrepreneurship education to University students in Portugal. *Technology, Innovation and Education*, 2(1), 7.
- Eagly, A. H. & Karau, S. J. (2002). Role congruity theory of prejudice toward female leaders. *Psychological review*, 109(3), 573.
- Esfandiari, K., Sharifi-Tehrani, M., Pratt, S. & Altinay, L. (2019). Understanding entrepreneurial intentions: A developed integrated structural model approach. *Journal of Business Research*, 94, 172-182.
- Göregenli, M. (2012). Temel kavramlar: önyargı, kalıpyargı ve ayrımcılık. *Ayrımcılık çok boyutlu yaklaşımlar*, 175-187.
- Gupta, V. K. & Bhawe, N. M. (2007). The influence of proactive personality and stereotype threat on women's entrepreneurial intentions. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 13(4), 73-85.
- Gupta, V. K., Goktan, A. B. & Gunay, G. (2014). Gender differences in evaluation of new business opportunity: A stereotype threat perspective. *Journal of Business Venturing*, 29(2), 273-288.
- Hamilton, E. (2013). The discourse of entrepreneurial masculinities (and feminities). *Entrepreneurship and Regional Development*, 25, 90-99.
- Haus, I., Steinmetz, H., Isidor, R. & Kabst, R. (2013). Gender effects on entrepreneurial intention: A meta-analytical structural equation model. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 5(2), 130-156.
- Henry, C., Foss, L. & Ahl, H. (2015). Gender and entrepreneurship research: A review of methodological approaches. *International Small Business Journal*, 34 (3), 217-241.
- Hofstede, G. (2001). *Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions and organizations across nations*. Sage publications.
- Hogg, M. A., Vaughan, G. M. eviren: Yıldız, İ. & Gelmez, A. (2006). *Sosyal psikoloji*. Ütopya Yayınevi.
- Hoyt, C. L. & Murphy, S. E. (2016). Managing to clear the air: Stereotype threat, women, and leadership. *The Leadership Quarterly*, 27(3), 387-399.
- Hsu, D. K., Simmons, S. A. & Wieland, A. M. (2017). Designing entrepreneurship experiments: a review, typology, and research agenda. *Organizational Research Methods*, 20(3), 379-412.
- Kelley, D. J., Baumer, B. S., Brush, C., Greene, P. G., Mahdavi, M., Cole, M. M. M., ... & Heavlow, R. (2017). Women's entrepreneurship 2016/2017 report. *Global Entrepreneurship Research Association*.  
<https://www.gemconsortium.org/report/gem-20162017-womens-entrepreneurship-report-sitesinden-alınmıştır>.
- Krueger, N. F. (2009). Entrepreneurial intentions are dead: Long live entrepreneurial intentions. In A. Carsrud & M. Brännback (Eds.). *Understanding the entrepreneurial mind: Opening the black box* (pp. 51-72). New York: Springer.
- Kuzlak, A. (2017). Kalıp Yargı Tehdidi'ne Kabullenici Yanıtlar Üzerine Bir Derleme: Performans Beklentileri ve Kendini Sabote Etme Stratejileri. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi*, 57(2).
- Linan, F. & Chen, Y. W. (2009). Development and Cross-Cultural appl instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship theory and practice*, 33(3), 593-617.
- Linton, G. & Klinton, M. (2019). University entrepreneurship education: a design thinking approach to learning. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 8(1), 3.
- Meyer, V., Tegtmeier, S. & Pakura, S. (2017). Revisited: how gender role stereotypes affect the image of entrepreneurs among young adults. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 9(4), 319-337.
- Miao, C., Humphrey, R. H., Qian, S. & Pollack, J. M. (2018). Emotional intelligence and entrepreneurial intentions: an exploratory meta-analysis. *Career Development International*, 23(5), 497-512.
- Obschonka, M., Silbereisen, R. K. & Schmitt-Rodermund, E. (2010). Entrepreneurial intention as developmental outcome. *Journal of Vocational Behavior*, 77 (1), 63-72.
- Özaralli, N. & Rivenburgh, N. K. (2016). Entrepreneurial intention: antecedents to entrepreneurial behavior in the USA and Turkey. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 6(1), 3.
- Manzanera-Román, S. & Brändle, G. (2016). Abilities and skills as factors explaining the differences in women entrepreneurship. *Suma de negocios*, 7(15), 38-46.

- Sarfraz, L., Faghih, N. & Majd, A. A. (2014). The relationship between women entrepreneurship and gender equality. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 4 (1), 6.
- Schein, V. E. (1975). Relationships between sex role stereotypes and requisite management characteristics among female managers. *Journal of applied psychology*, 60(3), 340.
- Shandrow, K. L. (2015). From Marco Polo to Mark Zuckerberg: The evolution of the entrepreneur. 2 Ağustos 2019 tarihinde <https://www.entrepreneur.com/article/244563> sitesinden indirilmiştir.
- Shapero, A. & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. *Encyclopedia of Entrepreneurship*, 72 –90.
- Schlaegel, C. & Koenig, M. (2014). Determinants of entrepreneurial intent: a meta-analytic test and integration of competing models. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 291-332.
- Steele, C. M., Spencer, S. J. & Aronson, J. (2002). Contending with group image: The psychology of stereotype and social identity threat. *In Advances in experimental social psychology*, 34: 379-440. Academic Press.
- Şeşen, H. & Basım, N. (2012). Demografik faktörler ve kişiliğin girişimcilik niyetine etkisi: Spor bilimleri alanında öğrenim gören üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. *Ege Akademik Bakış*, 12, 21-28.
- Yousafzai, S., Fayolle, A., Saeed, S., Henry, C. & Lindgreen, A. (2019) The contextual embeddedness of women's entrepreneurship: towards a more informed research agenda, *Entrepreneurship & Regional Development*, 31, 167-177.

**Ek 1: Erkeksi kalıp yargı müdahalesi****Kimler girişimci olabilir?**

Ülkemizde son yıllarda girişimcilik, cazip bir kariyer tercihi olmaya başlamıştır. Bunda başarılı Türk girişimcilerin, gençlere ilham verici etkisi de rol oynamaktadır. Örneğin bu girişimcilerden bir tanesi 2001 yılında üç ortağıyla birlikte yemeksepeti.com'u kuran ve 2015 yılında şirketi 589 milyon dolara Delivery Hero'ya satan Nevzat Aydın'dır. Peki girişimci olmak için gereken özellikler nelerdir? Günümüzde birçok araştırmacı aşığıdaki özelliklerin başarılı girişimcilerin ortak noktaları olduğu konusunda hemfikirdir.

**-Girişimci agresiftir:** Girişimci mücadele etmekten hoşlanır ve agresiflik girişimcinin ruhunda vardır. Hedefe ulaşmak için elinden geleni yapar.

**-Girişimci risk alır:** Girişimci belirsizliğin hâkim olduğu koşullarda yeni şeyler denemekten çekinmez. Başarısız olma ihtimalinden korkmaz.

**-Girişimci özerk çalışır:** Girişimci aile veya arkadaşlardan destek beklemez, sorumluluğu tek başına alması gerektiğini bilir.

Amerika'da yakın zamanda yapılan ve prestijli bir akademik dergide yayımlanan araştırma\* da bu özelliklerin geçerliliğini doğrulamaktadır. Yukarıda anlatılan ortak noktalar başarılı girişimcilerin erkeksi özelliklere sahip olduğunu göstermektedir.

\*Smith ve Jones (2018). Masculine traits predict entrepreneurship, The Journal of Entrepreneurship, 4 (2), s:21-28.

**Ek 2: Kalıp yargıların sıfırlandığı koşul**

Ülkemizde son yıllarda girişimcilik, cazip bir kariyer tercihi olmaya başlamıştır. Bunda başarılı Türk girişimcilerin gençlere ilham verici etkisi de rol oynamaktadır. Bu girişimcilerden en popülerleri, 2001 yılında üç ortağıyla birlikte yemeksepeti.com'u kuran ve 2015 yılında şirketi 589 milyon dolara Delivery Hero'ya satan Nevzat Aydın ve 2009 yılında kurduğu Trendyol.com'un çoğunluk hissesini 2018 yılında 728 milyon dolara Alibaba.com'a satan Demet Mutlu'dur. Peki girişimci olmak için gereken özellikler nelerdir? Günümüzde birçok araştırmacı aşağıdaki özelliklerin başarılı girişimcilerin ortak noktaları olduğu konusunda hemfikirdir.

**-Girişimci yaratıcıdır:** Fark ve değer yaratabilmek inovasyonun ön koşuludur. Girişimcinin başkalarının göremediğini görüp, uygulamaya geçirdiği bilinmektedir.

**-Girişimci çalışkandır:** Girişimciyi diğerlerinden ayıran özelliklerden biri de çok çalışmasıdır.

**-Girişimci istikrarlıdır:** Girişimci dengelidir. Davranışı çevresi tarafından önceden tahmin edilebilir.

Amerika'da yakın zamanda yapılan ve prestijli bir akademik dergide yayımlanan araştırma\* da bu özelliklerin geçerliliğini doğrulamaktadır.

\*Smith ve Jones (2018). What predicts entrepreneurship? The Journal of Entrepreneurship, 4 (2), s:21-28.