



T.C  
KTO Karatay Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Enstitüsü  
İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Programı

**ERKEK GİRİŞİMCİLERİN KADIN GİRİŞİMCİLERE BAKIŞ  
AÇISI: KONYA İLİ ÖRNEĞİ**

Tülin GÖKÇİL

KONYA

*Eylül, 2019*

ERKEK GİRİŞİMCİLERİN KADIN GİRİŞİMCİLERE BAKIŞ AÇISI:  
KONYA İLİ ÖRNEĞİ

Tülin GÖKÇİL

KTO Karatay Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü  
İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Programı

Yüksek Lisans Tezi

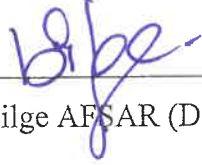
KONYA

*Eylül, 2019*



## KABUL VE ONAY

Tülin GÖKÇİL tarafından hazırlanan “Erkek Girişimcilerin Kadın Girişimcilere Bakış Açısı: Konya İli Örneği” başlıklı bu çalışma, 20/09/2019 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak jürimiz tarafından yüksek lisans tezi olarak kabul edilmiştir.



Doç. Dr. Bilge AFSAR (Danışman)

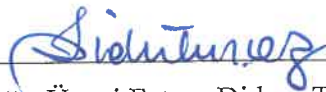


Dr. Öğr. Üyesi Birol BÜYÜKDOĞAN



Dr. Öğr. Üyesi Burcu DOĞANALP

Jüri tarafından kabul edilen bu tezin Yüksek Lisans Tezi olması için gerekli şartları yerine getirdiğini onaylıyorum.



Dr. Öğr. Üyesi Fatma Didem TUNÇEZ

Enstitü Müdürü

## ETİK BEYAN

KTO Karatay Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez/Proje Hazırlama ve Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmasında; tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, tez çalışmasında yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi, kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı, bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu, bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

20/09/2019

Tülin GÖKÇİL

## TEŞEKKÜR

Kıymetli annem, babam, kardeŐlerim ve amcama desteklerinden dolayı, psikolojik olarak beni toparlayan, yanımda olan Kılıçoğlu çiftine, Sümeyye Bakım'a ve tüm arkadaşlarıma, lisans eğitim sürecimden beri destek olan ArŐ. Gör. Ufuk AY'a, çok teşekkür ederim.

Tez çalışmasının bütün aşamalarında göstermiş olduğu hassasiyet ve sabrı için Değerli DanıŐmanım Doç. Dr. Bilge AFŞAR'a saygı ile teşekkür ederim.

## ÖZET

ERKEK GİRİŞİMCİLERİN KADIN GİRİŞİMCİLERE BAKIŞ AÇISI:

KONYA İLİ ÖRNEĞİ

GÖKÇİL, Tülin

Yüksek Lisans, İşletme Bölümü

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Bilge AFŞAR

Eylül,2019

Dünyada ekonomik hareketliliği ve istikrarı sağlamak için ülkelerin teşvik politikaları geçmişten günümüze kadar sürekli var olmuştur. Bu teşvik politikaları, temel anlamda üretimi arttırmak, mevcut üretimde yeniliği sağlamak ve girişimciliğe teşvik etmek amacı ile değerlendirilmektedir. Ülkelerin gelişmişlik seviyesinin belirlenmesinde girişimcilik büyük bir unsurdur. Ülkelerin kalkınmasında, refah seviyelerinin artmasında ve sosyo-ekonomik olarak ilerlemesinde önemli bir faktördür. Bu bakış açısı ile tüm Dünya’da girişimciler kadın girişimci ve erkek girişimci olarak tanımlanmaktadır. Bu tanımlama ülkelerin toplumsal, kültürel, tarihi ve endüstriyel geçmişlerine bağlı olarak farklılıklar göstermektedir. Değişen Dünya’da cinsiyete yönelik sürdürülen ayrımcılık sosyo-kültürel olarak verilen teşviklerde de farklılık göstermektedir.

Bu doğrultuda çalışmanın esas amacı, Konya’da erkek girişimcilerin kadın girişimcilere olan bakış açısını değerlendirmektir. Ayrıca girişimciliğin ne olduğunu, Türkiye’de ve Konya’da girişimciliğin önemini ve kadın girişimciliğini incelemektir. Araştırmaya, Konya ilinde faaliyet gösteren 145 girişimci dahil edilmiştir. Verilerin değerlendirilmesinde ve bulunan değerlerin hesaplanmasında, SPSS IBM (Statistical Packet for Social Science) programı kullanılarak çeşitli değerlendirmeler ve analizler yapılmıştır. Araştırmaya katılan girişimcilerin vermiş oldukları cevaplar neticesinde, kadın girişimcilere verilen devlet desteğinin yeterlilik düzeyi ve kadın girişimcilerin girişimlerinden önce tecrübe sahibi olmaları gerektiği algısında erkek girişimcilerin yaşlarının etkili bir faktör olduğu tespit edilmiştir. Erkek girişimcilerin, kadın girişimciler konusunda Türkiye ekonomisine katkı sağladığını düşündükleri ortaya çıkmıştır. Ayrıca erkek girişimcilerin kadın girişimcilere yönelik bakış açısı bulguları değerlendirildiğinde

yaş ve eğitim durumunun değişkenler de farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Kadın girişimcilerin ekonomideki varlığı ülkenin ve şehrin sorunlarına çözüm getirmesi üzere verilen desteklerin artırılması için çalışmalar yapılmalıdır.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Kadın Girişimci, Ekonomi, Erkek Girişimci, Girişimcilikte Cinsiyet





## ABSTRACT

THE VIEW OF MALE ENTREPRENEURS TO WOMEN ENTREPRENEURS:

KONYA PROVINCE

GOKCİL,Tulin

Master Of Business Administration

Supervisor: Associate Professor Bilge AFSAR

SEPTEMBER,20

In order to ensure economic mobility and stability in the world, the incentive policies of countries have existed from past to present. These incentive policies are evaluated with the aim of increasing production in the basic sense, providing innovation in existing production and encouraging entrepreneurship. Entrepreneurship is a major element in determining the level of development of countries. It is an important factor in the development, socio-economic progress and prosperity of countries. With this perspective, entrepreneurs are defined as women entrepreneurs and men entrepreneurs all over the world. This definition differs depending on the social, cultural, historical and industrial backgrounds of the countries. Sustained discrimination against gender in the changing world also differs in socio-cultural incentives.

The main purpose of this study is to evaluate the perspective of male entrepreneurs in Konya towards women entrepreneurs. In addition, entrepreneurship is what is the importance of entrepreneurship and Konya in Turkey and examine the women entrepreneurship.145 entrepreneurs operating in Konya were included in the study. In evaluating the data and calculating the values found, various evaluations and analyzes were performed using SPSS IBM (Statistical Packet for Social Science) program. As a result of the answers given by the entrepreneurs participating in the research, it was found that the level of state support given to women entrepreneurs and the age of male entrepreneurs were effective factors in the perception that women entrepreneurs should have experience before their initiatives. Male entrepreneurs have emerged that they feel

will contribute to Turkey's economy on women entrepreneurs. In addition, when the findings of male entrepreneurs' perspective towards women entrepreneurs were evaluated, it was found that the variables of age and educational status differed. Efforts should be made to increase the support given to the presence of women entrepreneurs in the economy to solve the problems of the country and the city.

Keywords: Entrepreneurship, Women Entrepreneur, Economy, Male Entrepreneurship, Gender in Entrepreneurship



## İÇİNDEKİLER

Sayfa No:

KABUL VE ONAY .....	i
ETİK BEYAN.....	ii
TEŞEKKÜR .....	iii
ÖZET.....	iv
ABSTRACT.....	v
İÇİNDEKİLER.....	vi
TABLOLAR LİSTESİ.....	x
GİRİŞ.....	1

### 1. BÖLÜM

#### GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI, ÇEVRESİ VE TARİHSEL GELİŞİMİ

1.1 Girişimcilik Kavramı.....	3
1.1.1 Girişimcilik Nedir?.....	3
1.1.2 Girişimcilik Türleri.....	5
1.2. Girişimci Kimdir?.....	17
1.2.1 Girişimcide Bulunması Gereken Özellikler .....	20
1.3. Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi.....	22
1.4 Girişimciliğin Türkiye'deki Tarihsel Gelişimi.....	24
1.5 Girişimciliğin Önemi.....	26
1.5.1 Ekonomide Girişimciliğin Önemi .....	27
1.5.3 Türkiye'de Girişimciliğin Önemi .....	29

### 2.BÖLÜM

#### KADIN GİRİŞİMCİ

2.1.1 Kadın Girişimcinin Tanımı .....	32
2.1.2 Kadın Girişimci Tipleri .....	33
2.1.3 Kadın Girişimcinin Özellikleri.....	35
2.1.4 Kadın Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi.....	37

2.1.5 Kadınları Girişimciliğe İten Faktörler ve Karşılaştıkları Sorunlar.....	39
2.3 Cinsiyet ve Başarı Algısı.....	41
2.4 Kadın Girişimcilik ile İlgili Araştırmaların İncelenmesi .....	42

### 3.BÖLÜM

#### ERKEK GİRİŞİMCİLERİN PERSPEKTİFİNDEN KADIN GİRİŞİMCİ

3.1 Araştırmanın Konusu .....	42
3.2 Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	42
3.3. Araştırmanın Yöntemi .....	42
3.4 Araştırmanın Hipotezleri.....	43
3.5. Evren ve Örneklem.....	45
3.6. Araştırmanın Kapsam ve Kısıtları.....	45
3.7 Analiz ve Bulgular.....	45
3.7.1 Demografik Özellikleri.....	45
3.7.2 İş Durumunu Tanımlayıcı Özellikler .....	48
3.7.3. Erkek Girişimcilerin Kadın Girişimcilere Bakış açısı.....	50
3.7.4 Kadın Girişimcilerin Karakteristik Özelliği .....	59
3.8 Hipotez Testleri .....	63
3.8.1. Ki-Kare Testleri.....	63
SONUÇ ve ÖNERİLER.....	86
KAYNAKÇA .....	87

Özgeçmiş.....	88
---------------	----

## **TABLULAR LİSTESİ**

Tablo 1: Girişimciliğin Doğasına Yönelik Yedi Bakış Açısı

Tablo 2: Kurumsal Girişimciliğin Tanımları

Tablo 3: Eko-Girişimcilerin Sınıflandırılması

Tablo 4: Toplumun Eko-Girişimcilik ile Karşılaşacağı Avantaj ve Dezavantajlar

Tablo 5: Geleneksel ve Dijital Girişimcilik Arasındaki Farklar

Tablo 6: Tarihsel Süreç İçinde Girişimci Kavramı

Tablo 7: Girişimci Tanımındaki Vurgular

Tablo 8: Bazı Ülkelerde Her 100 Yetişkin İçerisindeki Girişimci Sayısı

Tablo 9: Kadın Girişimci Tipleri

Tablo 10: Erkek Girişimciler ile Kadın Girişimcilerin Karakter Olarak Farklılıkları

Tablo 11: Kadınları Girişimciliğe İten ve Çeken Faktörler

Tablo 12: Yaş

Tablo 13: Medeni Durum

Tablo 14: Eğitim Durumu

Tablo 15: İş Hayatında Bulunma Süresi

Tablo 16: Erkek Girişimcilerin İşini Kurma Türü

Tablo 17: İş Yerinde Çalışan Kadın Sayısı

Tablo 18: Kadın Girişimcilere Verilen Devlet Desteği Yeterli Midir

Tablo 19: Ekonomide Kadın Girişimcinin Varlığı

Tablo 20: Kadın Girişimcilerin Türkiye Ekonomisine Katkısı

Tablo 21: Kadın Girişimcilerin Türkiye Ekonomisine Katkısı Oranı

Tablo 22: Konya Ekonomisinde Kadın Girişimciliği Varlığı

Tablo 23: Konya Ekonomisinde Kadın Girişimcilerin Katkı Oranı

Tablo 24: Kadınlar Girişimci Olmadan Önce Tecrübe Sahibi Olması

Tablo 25: Kadınları Girişimciliğe İten Sebep

Tablo 26: Erkek Girişimcinin Eşinin İş Kurmasındaki Desteği

- Tablo 27: Erkek Girişimciler Kadın Girişimcilere Göre Daha Hızlı Karar Veren Karakterler Olması
- Tablo 28: Kadın Girişimcileri Karar Verirken Sezgisel Karar Verici
- Tablo 29: Kadın Girişimcinin Yönetiminde alışabilme Oranı
- Tablo 30: Kadın Girişimcilerin Bilgisine Güvenme Oranı
- Tablo 31: Kadın Girişimcileri Başarılı Bulma Oranı
- Tablo 32: İş Yerinde alışan Kadın Sayısı ve İşin Kurulma Biçimi Arasındaki İlişki
- Tablo 33: İş Yerinde alışan Kadın Sayısı ve Eğitim Durumu Arasındaki İlişki
- Tablo 34: Kadın Girişimcilere Verilen Devlet Desteğini Yeterli Bulma ile Ekonomide Kadın Girişimci Görmek İsteme Arasındaki İlişki
- Tablo 35: Girişimcinin Eşinin İş Kurmasına Yönelik Sergileyeceği Tavrı ile İşyerinde alışan Kadın Sayısı Arasındaki İlişki
- Tablo 36: Kadın Girişimcilerin Duygusal Karar Verdiğinin Düşünülmesi ile İşyerinde alışan Kadın Sayısı Arasındaki İlişki
- Tablo 37: Girişimcilerin Kadın Girişimcilerin Bilgisine Güvenmesi ile Eğitim Durumu Arasındaki İlişki
- Tablo 38: Kadınların Girişimci Olmadan nce Tecrübe Sahibi Olmaları Gerektiğini Düşünmek ile Ekonomide Kadın Girişimci Görmek İsteme Arasındaki İlişki
- Tablo 39: Girişimciliğin Doğuştan Gelen Bir Yetenek Mi Yoksa Sonradan Edinilebilen Bir Meziyet Mi Olduğu ile Girişimcinin İşini Kurma Biçimi Arasındaki İlişki
- Tablo 40: Erkek Girişimcilerin Yaşları ile Kadınlar Girişimcilere Verilen Devlet Desteğini Yeterli Bulma Arasındaki İlişki
- Tablo 41: Erkek Girişimcilerin Yaşları ile Kadınların Girişimci Olmadan nce Tecrübe Sahibi Olması Gerektiğini Düşünme Arasındaki İlişki
- Tablo 42: Erkek Girişimcilerin Yaşları ile Kadınlar Girişimcilerin Türkiye Ekonomisine Katkı Sağladığını Düşünme Arasındaki İlişki
- Tablo 43: Erkek Girişimcilerin Yaşları ile Kadınlar Girişimcilerin Konya Ekonomisine Katkı Sağladığını Düşünme Arasındaki İlişki
- Tablo 44: Erkek Girişimcilerin Yaşları ile Eşlerinin Kendi İşlerini Kurmalarını Destekleme Durumları Arasındaki İlişki
- Tablo 45: Erkek Girişimcilerin Yaşları ile Kadın Girişimcilerin Bilgisine Duydukları Güven Arasındaki İlişki
- Tablo 46: Erkek Girişimcilerin Yaşları ile çevresindeki Kadın Girişimcileri Başarılı Bulma Arasındaki İlişki

Tablo 47: Eğitim Durumu ve Kadın Girişimcilere Verilen Devlet Desteğini Yeterli Bulma Arasındaki İlişki

Tablo 48: Erkek Girişimcilerin Eğitim Durumları ile Kadın Girişimcilerin Türkiye Ekonomisine Katkı Sağladığını Düşünme Arasındaki İlişki

Tablo 49: Erkek Girişimcilerin Eğitim Durumları ile Kadın Girişimcilerin Konya Ekonomisine Katkı Sağladığını Düşünme Arasındaki İlişki

Tablo 50: Erkek Girişimcilerin Eğitim Durumları ile Eşlerinin Kendi İşlerini Kurmalarını Destekleme Durumları Arasındaki İlişki

Tablo 51: Erkek Girişimcilerin Eğitim Durumları ile Kadın Girişimcilerin Bilgisine Olan Güven Arasındaki İlişki

Tablo 52: Erkek Girişimcilerin Eğitim Durumları ile Kadın Girişimcileri Başarılı Bulmaları Arasındaki İlişki

Tablo 53: Hipotezler Tablosu

## GİRİŞ

Günümüz ekonomisi göz önüne alındığında ve hızla gelişen teknoloji dünyasının hareketliliği, markaları sürekli olarak güncellenmeye yönlendirmektedir. Bu güncellenme ile yeni teknolojiye uyum sağlamak zorunda kalan üretici kitlesi, yeni ekonomiyi her zaman güçlü tutmaktadır. Tüketim gücünün fazla olması ile üretici, üretim hattı üzerinde sıfır hata ile piyasada eksikliğini hissettirmemeye çalışmaktadır. Tüm bu değişimler ve ekonomiyi etkileyen bütün faktörler bir araya geldiğinde yeni ürünlerin ve sektörlerin oluşumu söz konusu olmaktadır. Bu oluşumda yeni ürün ve sektörler girişimciler tarafından oluşturulmaktadır.

Girişimci olabilmek için fırsatları görmek gerekmektedir. Fırsatları girişime çevirebilmek için risk almak ve bu riskleri başarılı bir şekilde yürütmektir. Girişimci, rakiplerin ve rekabet ortamının getireceği iş yüküne kadar tüm ayrıntıları planlayabilmelidir. Dolayısıyla kişi kazanç elde etmek istiyor ise karakteristik özelliklerine ek olarak eğitimi, yaratıcılığı ve riski taşıyabilecek donanımlarının tam olması gerekmektedir. Ayrıca girişimcilik denildiğinde cinsiyet faktörü de girişimci olmaya ilişkin önemli bir etken olarak ifade edilmektedir. Özellikle günümüzde erkek ve kadın rollerinin farklılaşması nedeni ile girişimcilik sürecine de yansıyan önemli bir değişken olarak şartları etkilemektedir.

2000’li yıllara gelindiğinde kabul görmüş olan geleneksel kadın rolü tamamen değişime uğramıştır. Tarihsel süreçte geleneksel kadın olarak betimlenen kadın figürü, yeni bir kimlik kazanarak lider kimliği ile varlığını güncellemiştir. Kadınlar geçmişten günümüze ekonomiye kayıtsız yollar ile her zaman katkı sağlamışlardır. Fakat 2000’li yıllar itibari ile faal bir şekilde ekonomik hayatı etkilemeye başlamışlardır. Bu özgünlükle kadınların ekonomik hayatı desteklemesi iyi zamanlarda olduğu gibi kötü zamanlarda da özgünlüğünü korumuştur. Nüfusun yüzde elliye yakınına oluşturan kadınların ekonomik krizler üzerinde de olumlu etkileri olmuştur.

### **Problem:**

Türkiye’nin gelişmesi için ekonomik büyüme ve kalkınma önemli bir rol oynamaktadır. Ekonomik büyümenin temelini ise girişimciler oluşturmaktadır. Girişimci rakiplerin ve rekabet ortamında erkek girişimcilerin kadın girişimcilere bakış açısı



alanında yeteri kadar çalışma olmadığından, bu çalışmanın başta girişimciler ve girişimci adayları olmak üzere Konya ekonomisi ve Türkiye ekonomisine katkı sağlaması amaçlanmaktadır. Çünkü girişimcilik, işsizliğe en büyük çözümdür.

### **Amaç:**

Bu çalışmanın amacı, Konya’da erkek girişimcilerin kadın girişimcilere olan bakış açısını değerlendirmektir. Ayrıca girişimciliğin ne olduğunu, Türkiye’de ve Konya’da girişimciliğin önemini ve kadın girişimciliğini incelemektir.

### **Önem:**

Her geçen gün girişimci sayılarının artmasından dolayı hem kadın hem de erkek girişimciler arasında rekabet artmaktadır. Bu çalışma literatürde ilk olması ve erkek girişimcilerin bakış açısını değerlendirmekle beraber kadın girişimcilerin Konya ilindeki varlığının önemini ölçmektedir. İş, aile ve yaşam dengesi arasında girişimci kimliğini sürdürmeye çalışan kadınlara karşın erkek girişimcilerin bakış açısı ele alınmaktadır. Girişimcilerin işletmelerindeki yönetimlerinin planlanmasında ve uygulamasında kılavuz olması amaçlanmaktadır.

### **Kısıtlar:**

- Konya Ticaret Odasına üye, Konya ilinde farklı sektörlerde faaliyet gösteren 145 erkek girişimcinin görüşleri dışında başka bir görüşe yer verilmemiştir.
- Bu araştırma “demografik bilgiler” ile “kadın girişimcilere bakış açısı” ölçeğinde yer alan ifadelerle sınırlıdır.
- Bu araştırma kısıtlı sürede ve maddi olanakların el verdiği ölçüde yapılmıştır.

### **Varsayımlar:**

Bu çalışmada, veri toplama aracı olan ankete verdikleri cevaplarla katılan erkek girişimcilerin verdikleri yanıtların doğru ve gerçekçi olduğu, örneklemin evreni temsil ettiği, veri toplama aracının araştırmanın amaçlarına uygun veri toplayabildiği varsayılmıştır.

### **Araştırmanın Bölümleri:**

Bu çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde girişimcilik ele alınmış, girişimcilik ve girişimci kavramları tanımlanmış, girişimciliğin tarihsel gelişimi, girişimciliğin ekonomide, Türkiye’de ve Konya’da önemi değerlendirilmiştir.

İkinci bölümde, Kadın Girişimcilik değerlendirilmiştir. Kadın girişimcinin tanımı, tipleri, özellikleri, tarihsel gelişimi, kadınları girişimci olmaya iten faktörler, karşılaştıkları sorunlar, cinsiyet ve başarı algısına yer verilmiştir.

Üçüncü bölümde Konya ilinde erkek girişimciler üzerine bir analiz yapılmıştır. Çalışma, erkek girişimci oranının fazla olduğu Konya ilinde yapılmış, kadın girişimcilerin Türkiye’de ve Konya’da girişimciliğe yönelik etkilerine odaklanmaya çalışılmıştır. Konya Ticaret Odasına üye, Konya ilinde farklı sektörlerde faaliyet gösteren 145 erkek girişimcinin kadın girişimcilere karşı bakış açıları istatistiksel olarak analiz edilmiştir. SPSS IBM (Statistical Packet for Social Science) programı kullanılarak, kolayda örneklem yöntemi ile veriler toplanmış olup Pearson Ki-Kare yöntemleri ile analizler yapılmıştır. Elde edilen bulgular tablolar aracılığıyla yorumlanmıştır. Çalışmanın bulguları ile yapılan yorumlar sonuç ve öneriler kısmında açıklanmıştır.

## BİRİNCİ BÖLÜM

### GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI, ÇEVRESİ VE TARİHSEL GELİŞİMİ

Çalışmanın bu bölümünde girişimcilik, girişimci kavramları, çevresi ve tarihsel gelişimi ele alınmıştır.

#### 1.1 Girişimcilik Kavramı

Geçmiş dönemlerde kullanılan müteşebbis kavramı yerine günümüzde daha modern bir yaklaşım olarak girişim, girişimci kavramları kullanılmaktadır. Bir fikri gerçekleştirmek için harekete geçmek, kalkışmak durumlarını ifade etmektedir (Güleç, 2011:1-2).

Girişimcilik belli bir süreç gerektirmektedir. Süreç sonrasında yeni bir işletme kurmak ve kâr elde etmek hedeflenmektedir. Her girişim ise meydana gelmeden önce fikre ihtiyacı vardır. Yeni bir fikirden esinlenerek oluşabileceği gibi daha önce hiç düşünülmemiş bir fikri de geliştirme sürecidir (Güven, Kaygın, & Salık, 2015: 49-50).

#### 1.1.1 Girişimcilik Nedir?

Sosyal bilimler alanında önemli bir yer tutan girişimcilik, ülkenin gelişmesi, kalkınması ve ilerlemesinde büyük bir etkiye sahiptir. Ekonominin canlılığını sağlanmasında ve ülkelerin gelişmişlik seviyesinin belirlenmesinde girişimcilik büyük bir role sahiptir. Girişimcilik Fransızca kökenli olan, ‘entreprenre’ fiilinden üremiştir. Toplumsal kaliteyi arttırmak için birçok birleşimden oluşmaktadır (Erkam, 2014: 3). Girişimcilik, sosyal bilimler alanında kendini gösterirken sanayi toplumunda büyük etki oluşturmaktadır. Sadece arz ve talebin etkisi ile gelişen üreticinin, bilgi toplumuna geçişi ile büyük bir önem taşımıştır. Bilgi toplumu üretim de insan emeğinin az olmasını ve bilgiye dayalı bir üretim tesisini ifade eder (Özkul, 2007: 344). Emek, toprak, sermaye faktörlerinin bir araya gelmesi ile ortaya çıkan mal ve hizmet girişimidir, ifadesi sabit bilinen bir girişimcilik tanımıdır (Çögürçü İ. , 2006: 66).

Sermaye faktörlerinin bir araya geldiği döngü içerisinde girişimciliği dördüncü faktör olarak düşünen Joseph Von Schumpeter ise girişimci kimliğini dinamik ve statik olarak ikiye ayırmaktadır. Bu konuda iki farklı tanımlamaya yer verir. Dinamik girişimciler ekonomik gelişmenin öncüsü olarak bilinmekte olup yeni pazarlar, yeni

üretim teknikleri ve finansman kaynakları bulan kişidir. Statik girişimciler ise dinamik girişimcinin takipçisi olan ekonomik gelişmenin boyutlarını genişletenlerdir (Müftüoğlu, 2007: 72-74).

Aslında Schumpeter 'The Theory of Economic Development' eserinde girişimciliğin beş yeni durum üzerine çalışmıştır (Ağça & Yumuşakipek, 2015: 14);

- Yeni ürünü ya da var olan ürünün kalitesini farklılaştırmak,
- Yeni bir üretim türü,
- Yeni pazar,
- Yeni hammadde kaynakları bulmak,
- Endüstri ortamında başarılı organizasyon oluşturmak.

Girişimcilik profili; kişisel özellikler, yeni kaynak arama kapasitesi ve iş girişimlerinden yararlanmaya yönelik yeni bilgi gibi temel karakteristik özelliklerden meydana gelmektedir (Özgener, 2003: 91-113). Girişimcilikle ilgili tanımların temelinde yenilik yapmak, yeni, yenilikçi, gibi özellikleri vurgulanmaktadır. Buna rağmen günümüzde girişimci denince akla yeni şirket kuran kişi gelmektedir. Genel olarak ampirik çalışmalarda, ekonomi raporlarında ve ekonomi haberlerinde girişimciliğe yeni şirket kuran olarak yer verilmektedir. Örnek ile açıklayalım; kişi, bir mağaza veya bakkal açmak için kişi risk alır ama yenilik yoktur. Uzun süredir bakkalında Kahramanmaraş dondurması satan kişi bunu marka haline getirir ise girişimcidir. En bilinen örnek Mado'dur. Mado markası kendine has dağıtım kanalları ile kendi dükkanlarında yenilik yapmıştır. Risk almak, yenilik yapmak ve fırsatları gözlemek girişimciliğin kaçınılmaz olduğunun göstergesidir (Çetindamar, 2002: 33). Dünya'daki girişimcilerin ortak özelliği, herkesin baktığı fakat göremediği ayrıntıları görüp bunu iş fikri haline getirebilmektedir (Titiz, 1994: 29). Farklı bir ifade ile de fırsatları gözlemleyen ve tüm riskleri göze alarak hayata geçirebilendir. İnsanoğlunun yaşam alanı ve ihtiyaçları, hayalleri kadar geniştir. Fakat bu ihtiyaçların karşılanmasındaki hizmet ve ürünler kısıtlıdır. Bu hizmet ve ürünlerin temin edilmesi için kıt kaynaklardan yararlanılması ve insan ihtiyaçlarının temin edilmesi gerekmektedir. Bu temin ise girişimci sayesinde olmaktadır (Küçük, 2017: 31).

**Tablo 1: Girişimciliğin Doğasına Yönelik Yedi Bakış Açışı**

Refah Oluşturma	Kâr amacı ile yapılan üretimde tüm riskleri üstlenmeyi gerektirir.
Teşebbüs Oluşturma	Daha önce olmayan bir girişimin, sektörün oluşmasını gerektirir.
Yenilik Oluşturma	Âtıl kapasite de olan ürün, metotlardan yeni kaynak kombinasyonları oluşturmayı gerektirir.
Değişim Oluşturma	Ürün, yeni bir ürün hali alarak yeni sektör oluşturmaktadır.
İstihdam Oluşturma	Üretim faktörlerinin birleşimi ile iş gücünü kapsayan alanların geliştirilmesidir.
Değer Oluşturma	Daha önce sunulmamış yollar kullanılarak müşterilere değer yaratma sürecidir.
Büyüme Oluşturma	Oluşturulmuş olan girişimcilik fikrinin istihdam, gelir, kâr ve varlıklarına yönelik olumlu eğilim süreçleridir.

**Kaynak:** (Kandemir & Ağca, 2008: 209-230)

Girişimci, kişinin yetenek, beceri ve zihinsel kapasitesinin hedeflerken, girişimcilik ise sergilenen eylemin ortaya çıkardığı/çıkarcacağı yeni sonuçların genel adıdır. Girişimcilik, girişim hareketinin sonunda girişimci de oluşacak olan ekonomik statünün oluşum aşamasıdır (Top, 2006). Ayrıca girişimler, başka birinin ihtiyacını gidermek için kurulmuş birimlerdir. Bu durumda kendi ihtiyacını karşılamak için kurulmuş olan birimlere girişim demek doğru değildir. Girişimin en göz alıcı özelliği pazarlanabilir ürün ve hizmet üretimidir. Bunlara göre iktisadi kıymet arz etmeyen serbest malların üretimi için kurulmuş birimleri girişim olarak adlandırmak doğru değildir (Mucuk, 2016).

Girişimcilik aslında bir işe başlamaktan fazlasıdır. Girişim yaratmak girişimciliğin önemli bir yönü olmasına rağmen, resmin tamamı değildir. Fırsatı beklemek ve değerlendirmek, yeni olan bir fikri sevk etme azminde bulunmak girişimci resminin tamamlayıcı unsurlarıdır. Yeterli güç ve zamanı tahsis ettiğinde gelecek olan finansal, fiziki ve sosyal riskleri üstlenerek yeni şeyler üretme, yaratma sürecidir (Ağca, 2007: 13-14).

### **1.1.2 Girişimcilik Türleri**

Girişimcilik fikre, ürüne ve oluşum şekline göre farklılıklar arz etmektedir. Girişimcilik türleri, girişimciliğin başlangıç noktası dikkate alınarak kendi içerisinde gruplandırılmaktadır. Ayrıca girişimciliğin başlatıldığı alanlarda belirleyici faktördür. Girişimciliğin boyutu, başlangıç noktası ve başladığı alan göz önüne alınarak kendi içerisinde gruplanmaktadır (Gül, 2012).

### 1.1.2.1 Kurumsal Girişimcilik

İlk olarak 1929'dan İkinci Dünya Savaşı'nın sonuna kadar süren olağanüstü durumlar sebebi ile ortaya çıktığı düşünülmüştür. Ekonomik olarak fayda sağladığı için geliştirilmiştir (Karaca, 2015: 42-43).

Kurumsal girişimcilik, işletmenin küçük girişimleri koordine ettiği üst girişimciliktir. Kurumsal girişimcilik öncelik olarak kurumun ekonomik çıkarları ve ülkenin ekonomik çıkarlarını uzun dönemde garantiye alarak yeni girişimcilerin kurulmasını sağlamayı amaçlamaktadır. Bu amaçla, tamamen fayda odaklı olan, riskte minimumu hedefleyen girişimci ifade edilmektedir. Büyük ve küçük girişimcilerin arasındaki iş birlikleri ile ortaya çıkan girişimciliktir (Gül, 2012: 37). Başka bir tanımla kurumsal girişimcilik işletmenin kurumsal yapısını değiştirebilme yeteneği olarak tanımlanmaktadır. Kurumsal girişimciliği uygulamak standart girişimciliği uygulamak kadar zor ve dikkat gerektirmektedir (Dizdar, 2018).

Farklı bir tanımla kayıtlı veya kayıtsız bir şekilde işletmenin mevcut organizasyon yapısı ile bağı olan girişimcilik yeniliğin ve riskin birleşimi ile ortaya çıkan organizasyonel bir yenilenme sürecidir. Burgelman'a göre işletmenin içinde oluşabilecek yeni kaynak kombinasyonları kurarak fırsatları yanıtlayabilmek sürecidir. Elfring ise, işletme kaynaklarının inovatif şekilde kurgulanmasını gösteren süreç olarak tanımlamaktadır (Yiğit, 2014: 411-428).

Bugün büyük girişimcilerin sürdürülebilirliği kurumsal girişimcilik ile tanışmaları ile kurumlar içindeki girişimciliği nasıl faaliyete geçireceği üzerine odaklanarak gerçekleşmiştir. Örgütsel ve davranışsal bir yenilenme olarak tanımlanan kurumsal girişimcilik, 1990'larda faaliyet gösterilen sektörün, kurumsal girişimcilik güdeleri ile öncüsü olunması kavramına dönüşmüştür. 2000'li yıllara doğru yeni iş alanları yaratmak olarak daha farklı amaçlar haline dönüşmüştür. Bu dönüşüm kurumsal girişimciliğe ilişkin unsurları netleşmesini de sağlamıştır. Değişim ve gelişim sürecinde olan girişimcilik, risk almak, proaktivite ve inovasyon kurumsal girişimciliğin temel unsurlarıdır (Zorlu, 2015: 2-5).

*“Kurumsal girişimcilik örgüt yapısına göre yeni iş girişimi, yeni iş alanları, ürün/hizmet yeniliği, süre yeniliği, kendi kendine yenilenme, risk alma, proaktivite ve*

*rekabetçi agresiflik olmak üzere sekiz boyutta değerlendirilmektedir.” (Erkocaoğlan & Özgen, 2009: 205-206)*

**Tablo 2: Kurumsal Girişimciliğin Tanımları**

Yazarlar ve Yıl	Önerilen Kurumsal Girişimcilik Tanımı
Burgelman (1983)	Kurumun kendi ürünleri içerisindeki gelişimine alt yapı sağlayan süreçlerdir. Yeni kaynak bileşimi oluşturmaya mecbur kılmaktadır.
Chung ve Gibbons (1997)	Bireysel fikirlerin kolektif hareketlere dönüşmesini sağlar.
Covin ve Slevin (1991)	İşletmenin yeni kaynak bileşimleri ile genişleyen yetenekler sayesinde elde edilen fırsatların geliştirilmesini kapsar.
Guth ve Ginsberg (1990)	Mevcut örgütler içerisinde yeni işletmelerin oluşması ve örgütün düşüncelerinin yenilenmesi üzerine stratejik yenilenmenin hayata geçirilmesidir. Yani bu iki olgunun çevresindeki süreçleri kapsar.
Jennings ve Lumpkin (1989)	Yeni Pazar ve ürünlerin geliştirildiği boyuttur.
Schendel (1990)	Süreklilik arz eden işletme içerisinde yeni işletmelerin yaratılması veya yeni bir fikir ile işletmenin canlanmasıdır.
Spann, Adam ve Wortman (1998)	İşletme içerisinde yeni alternatifler (yeni ürün/hizmet) oluşturmak için farklı kurumsal örgütlerin kurulmasıdır.
Zahra (1993)	Stratejik yenilenmeye bağlı örgütsel yenilenme sürecidir.
Zahra(1995,1996)	Yeni ürün ile yeni olanaklar ve beceriler kazandırarak bunları yaratıcı şekilde bir araya getirilmesidir. Bunun sonucunda hissedarlar için değer katma anlamına gelmektedir.

**Kaynak:** (Özer, 2011: 20-21)

Kurumsal girişimcilik, örgütler içerisinde yenilik ve değişim ile ilgilidir. Genel olarak kurumsal girişimcilikle ilgili tanımlar mevcut organizasyondaki kişi veya kişilerin dolaylı veya dolaysız olarak yeni bir organizasyon yapısı oluşturduğu, bu yapı içerisinde yenilenme ve yenilenmeye teşvik edici bir süreç olarak ifade edilmektedir (Şanal, 2011: 50).

### 1.1.2.2 İç Girişimcilik

İç girişimcilik kavramı tamamen bir kişiden yola çıkılarak tanımlanmaktadır. Büyük ölçekli bir işletme için riski üstlenen, yenilik yapan ve mevcudu kârlı bir ürüne çeviren kişidir (Ağca & Kurt, 2007: 83-112). İç girişimcilik kavram ilk olarak Giffort Pinchot 1983 yılında başka bir girişimciliğin içinde yeşeren, buldukları örgütler

içerisinde kendi kendini fark eden veya keşfedilen girişimcilik türü olarak tanımlanmıştır (Karaca, 2015: 39).

İç girişimcilik tamamen dış müşterinin taleplerini ve tercihlerini yanıtlayabilmek amacıyla ortaya çıkmıştır. Ayrıca talepleri normal bir şekilde yanıtlamak ötesinde yaratıcı ve yenilikçi gücü ile süreci değerlendirmektedir. Talepleri ve tercihleri yanıtlayan iç girişimcinin taşıması gereken özellikler (Onay, 2015: 87-89);

- Deneme amaçlı üretilmiş olan ürünleri kâr getirecek olan ürünler haline getirmektir,
- Ortaya çıkacak olan ürün veya hizmetin tüm risklerini kabullenmek,
- Ekibin ruhu olup, iyi bir kurucu olmak,
- Normal bir insan kişiliğine sahip olan fakat mücadeleci, hırslı olan örgüt çalışanıdır.

Kişinin, iç girişimci olması için yetki ve sorumlulukları konusunda sınırlandırılmaması önemlidir. Bu nedenle iç girişimcilik (Gül, 2012: 36-38);

- Girişimlerdeki riski dikkate almak,
- Üründe veya üretim sürecinde yenilik yapmak,
- Kendini geliştirmek gibi önemli özelliklere sahip olması gerekmektedir.

İç girişimcinin belirli özelliklerinin yanı sıra şirketlerin faaliyet alanlarının özellikleri, iç girişimciliğin ilerlemesi ve konumlanmasında belirleyici unsurdur. Faaliyet alanının elverişliliği, dinamikliği, teknoloji ağının genişliği iç girişimciliğin sergilenmesine olanak sağlamaktadır. İç girişimcinin performansı kısa vadede değil, yıllara göre değerlendirilir (Kandemir & Ağca, 2008: 210-215).

İç girişimcilik kâr, ekonomik büyüme sağladığı ve performansları iyileştirdiği için organizasyon yapısındaki dinamik unsurdur. İç girişimcilik ülke ekonomisine bağlı olarak faaliyet gösterdiği örgütün ekonomisini canlı tutmaya çalışmaktadır. Uluslararası rekabet ortamına örgütü hazırlayan ve yeni endüstriler yaratan işlevlere sahiptir. Mevcut organizasyon içinde yeni olguların ortaya çıkarılmasını sağlar. (Ağca & Yumuşakipek, 2015: 26).



### 1.1.2.3 Kamu Girişimciliği

Toplum hizmetine çalışan kurum ve kuruluşlar, sektör olarak kamu sektörü şeklinde tanımlanmaktadır. Kamu girişimciliği ise, kamusal kaynaklar ve kamu yetkilerinin birleşimi ile ortaya çıkmaktadır. Kamu girişimcisi, kamu hukukuna ve özel hukuk hükümlerine tabi olarak çalışanlardır (Sezgin, 2014: 42).

1970'lerde Dünya ekonomisinde yaşanan ekonomik buhran üretkenliği ve verimliliği azaltmıştır. Ekonomi de yaşanan bu buhran ile kamu sektörüne odaklanılmıştır. Kamu sektörlerinin genel anlamıyla mali kaynakları vergi gelirlerine dayanmaktadır. Yaşanan buhran ve vergi gelirlerinin azalması ekonomik sorunlar ortaya çıkarmıştır (Karaca, 2015: 49).

Girişimcilik kavramı genel olarak risk almak, yenilikçilik ve proaktivite boyutlarından oluşmaktadır. Bu boyutlar çerçevesinde hitap edilen kitle özel sektördür. Özel sektörden kamu örgütlerini ayıran yapısal özellikler, girişimciliğin yaklaşımını, boyutlarını belirlemeye yönelik ihtiyaçları ortaya çıkarmıştır (Çokgezen, 2010: 25).

Genel olarak kabul gören kamu girişimciliği tanımları (Öztürk, 2012: 154-158);

- Kamu organizasyon yapılarında yeni işlem ve yöntemleri oluşturan bir süreç,
- Kamusal amaçlar dikkate alınarak, standart yönetim sisteminin dışına çıkılarak risk almanın ve proaktifliğin etkin olduğu bir süreç,
- Kamu kaynaklarını riskli kararlar ve politikalar çerçevesinde kullanarak halk için bir değer yaratma süreci,
- Daha önce uygulanmamış hali ile kamu ve özel sektör kaynaklarını birleştirerek toplumsal fırsat yaratan süreç olarak tanımlanmaktadır.

Kamu kurumlarında, girişimcilik süreçleri risk almak, yenilikçilik ve proaktivite gibi üç temel unsur ile ele alınmaktadır (Öztürk, 2012: 151-169). Risk almak kamu örgütleri bakımından ele alındığında gözden geçirilmesi gereken kısıtlamalara sahiptir. Kamu fonlarının hatalı kullanımı, siyasi yönetim sistemi ve hizmetlerin kesintisiz olarak sürdürülmesi gibi konular risk almayı kısıtlayan faktörlerdir. Özel sektör girişimciliğinin odaklanmış olduğu “ minimum risk, yüksek kâr” mantığı kamu girişimciliğinin mantığında geçerli değildir. Kamu girişimciliği sadece hizmet etkinliğini

arttırmak, vatandaşa karşı sorumluluğunu yerine getirmek amacıyla risk almayı da göze almaktır (Soysal, 2015: 136).

Kamu girişimciliğine ihtiyaç duyulmasının temel nedenleri (Karaca, Özdevecioğlu, & İnce, 2016: 94-119);

- Ekonomik kalkınma arttırmak ve hızlandırmak,
- Spesifik ürünlerin üretimini tekelleştirmek, işletmek,
- Özel girmicilerin giremediği veya girmek istemediği sektörlere girmek,
- Ekonomiye yön vermek,
- Özel girişimciliğe öncü olmak,
- Gelir dağılımını düzenlemektir.

#### 1.1.2.4 Eko Girişimcilik

6 Haziran 1972’de kabul edilen Birleşmiş Milletler İnsan Çevresi Stockholm Deklarasyonu’na göre, şirketlerin çevreye zarar verdiği kabul edilmiştir. Kabul edilen deklarasyona göre Madde-6,

*“Eko sistemlere ciddi, onarılamaz zarar verilmemesi için, toksik ve diğer maddelerin deşarjı, ısının, doğanın onu zararsız kılabilceği kapasiteyi aşacak miktarda ve yoğunlukta bırakılması engellenmelidir. Bütün devletlerin kirliliğe karşı haklı mücadelesi desteklenmelidir”* (Hukuk Ansiklopedisi, 2018).

Eko-girişimcilik mal ve hizmet üretirken pozitif çevresel çıktılar elde etmeyi hedefleyen girişimcilerdir. Vahşi yaşam alanlarını genişletmek, nesli tükenmekte olan türleri korumak, doğayı korumak için üretmek olarak tanımlanmaktadır (Balcı, 2011, s. 187-189).

Şirketlerin ekolojik çevreye verdikleri zararlar (Çelik: 145-146);

- Hava, su, toprak, ses kirliliği,
- İklim karışıklığı,
- Canlı türlerinin yok olması,
- Sanayi atıklarıdır.

Sanayi devrimi sonrasında çevreye verilen zararlar sonucunda, kirliliğin göz ardı edilmesi ile doğal kaynaklarda önemli azalmalar oluşmuştur. Doğal kaynaklar sadece

işletmelere değil tüm topluma aittir. İşletmelerin doğal kaynakları kullanması ile olumsuz sonuçlar ortaya çıkmaktadır (Isaak, 2002: 38-82). 90’lardan itibaren büyük ilgi gören eko girişimcilik, çevresel değerleri işinin bir parçası olarak benimseyen ve bu amaç ile pazarda rekabet eden yenilikçilerdir (OECD, 2011: 13-25). Sosyal sorumluluk ruhu ile diğer girişimcilik türlerinden farklılık gösteren, ekonomik çıkarlarını düşünürken toplumsal amaçlarını da her zaman dikkate alan bir girişimcilik türüdür (Kapusuz & Çavuş, 2017: 104-119). Çevre sorunlarına doğal olarak çözüm bulan, sosyo-ekonomik dengeyi kuran, sürdürülebilir çözüm bulan girişimcilik türüdür. Eko girişimciliğin geleneksel girişimcilikten farkı ekonomik olarak kârlı, sosyal değer taşıyan ve çevreci olmasıdır (Keskin, 2017: 285-294). Eko-girişimciliğe dair farklı araştırmacılar tarafından, birçok tanımlama ve sınıflandırmalar mevcuttur. Bunlar;

**Tablo 3: Eko-Girişimcilerin Sınıflandırılması**

Araştırmacı	Eko-girişimcilik Türü
Linnanen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dünyayı değiştirmek isteyenler</li> <li>• Pazar kazanmak isteyenler</li> </ul>
Isaak	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Yeşil İşletmeler</li> <li>• Daha Yeşil İşletmeler</li> </ul>
Schaltegger	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Çevre</li> <li>• Odak Pazar</li> </ul>
Pastakia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ticari Eko-girişimci</li> <li>• Sosyal Eko-girişimci</li> </ul>
Walley ve Taylor	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Yenilikçi Fırsatçılar</li> <li>• Vizyoner Şampiyonlar</li> <li>• Etik Maverikler</li> <li>• Özel Amaçlı Girişimciler</li> </ul>

**Kaynak:** (Efeoğlu, 2014: 103-118)

Eko-girişimcilerin faaliyet alanları göz önüne alındığında, bazı ortak özellikleri bulunmaktadır. Bunlar (Aykan, 2012: 195-212);

- Eko-girişimler şekil ve düzeni temsil etmektedirler. Tüm girişimciler gibi eko-girişimciler de riskleri üstlenir, fırsatları arar, kaynaklar ile fikirlerini gerçekleştirir ve geliştirirler.
- Ticari faaliyetlerinin hepsini çevre üzerine pozitif etki yaratacak şekilde kurgular.

- Eko-girişimcilerin hedefleri ortak olup, doğal çevrenin korunması ve sürdürülebilir bir geleceği hedeflemektedirler.

Geleneksel girişimciler, birey olarak kendi ekonomilerine olumlu yönde katkı sağlarken ülke ekonomisini etkilemektedir. Eko-girişimciler ise, geleneksel girişimcilerin olumlu katkılarına ek olarak toplumunda çevresel anlamda özendirilmektedir. Toplumun çevreye olan bakış açısı ve önemi artarken algılarında da olumlu yönde değişiklikler olmaktadır (Kapusuz & Çavuş, 2017: 104-119).

**Tablo 4: Toplumun Eko-Girişimcilik ile Karşılaşacağı Avantaj ve Dezavantajlar**

Avantajlar	Dezavantajlar
1. Çevre ile uyumlu ekonomik ürünler	1. Maden kaynaklarının fiyatları artar
2. Küresel ve yerel ihtiyaçların daha uygun bir şekilde karşılanması sağlanır	2. Gıda ve endüstri kaynakları fiyatları yükselir
3. Ürünlerin yeni işlevleri, ürünlerin değerlerinin artmasını sağlamaktadır	3. Yüksek yatırım maliyetlerine ihtiyaç doğar
4. İşletme rekabetleri gelişir	4. Dayanıklı ürünlerin fiyatları artar
5. Yeni iş imkânları çıkar	5. Büyük ölçekli işletmelerde işsizlik artar
6. Çevresel dengeler sağlanır	6. Kişi başında düşen gelirlere azalma oluşur
7. Kaynak verimliliği artar	7. Satın alma gücünde azalmalar oluşur
8. Yaşam kalitesinde iyileşmeler oluşur	8. Metropollerde sürdürülebilir alanlar oluşturmak için maliyetler artacaktır.

**Kaynak:** (Çelik, 2015: 145-158)

### 1.1.2.5 Sosyal Girişimcilik

Toplumun sorunlarına yeterli düzeyde çözümler üretememiş olan iktisadi eksikliğin sonucunda sosyal girişimcilik doğmuştur. Skoll, Schwab ve Ashoka gibi sivil kuruluşların sosyal girişimciliği teşvik etmesi ile sosyal girişimcilik devlet makamında da ivme kazanmıştır (Demirel, 2015: 112-126). Bu kuruluşlardan Ashoka, Bill Drayton tarafından 1980’de kurulmuştur. Kuruluş toplumsal sorunlara köklü değişiklikler yaratarak çözüm bulacak sosyal girişimcileri bularak çözümlerin yaygınlaşmasına destek sağlamaktadır. Ashoka ayrıca, Nobel Barış Ödülü sahibi Kailash Satyarthi, Jimmy Wales gibi sosyal girişimcilerin bulunduğu bir ağdır (Meydanoglu, 2014). Sosyal girişimcilik, kronikleşmiş toplumsal sorunlara karşın sistemi değiştirecek sürdürülebilir çözümler üreten girişimcilik türüdür (Yalçın, 2017: 21-40). Sosyal girişimciliğin özellikli olarak

belli bir sektörü yoktur. Fark yaratmak, sosyal değer oluşturmak, sosyal ihtiyaçları karşılamak için risk alarak fırsatların peşinden gidilen sosyal bir süreçtir (Çetindamar, Tatal, Titiz, & Taluk, 2010).

Sosyal girişimciliği tanımlarken kullanılacak olan diğer bir özellik ise; sektöre ürün/hizmet sağlamak için doğrudan katılım, iş alanı oluşturma gibi sosyal amaçları başarmak için yeniden yatırım yapmaktır. Sorunu tek tek çözmektense sistematik yaklaşım ve sistem değişikliği ile uzun vadeli toplum desteği kazanmak üzerinde durulmalıdır. Sosyal girişimcilik amacı ile kurulan işletmeler ekonomi ve topluma şu faydaları sağlar (Erdoğan, 2014: 77-80);

- Rekabeti arttırmak,
- Refah sağlamak,
- Bireysel ve toplumsal olarak yenilenmeye teşvik etmek,
- Kamu hizmetlerini arttırmaktır.

Dünya’da ve Türkiye’de örnek gösterilebilecek sosyal girişimcilik çalışmalarından bazıları;

- **Toplum Gönüllüleri Vakfı (İstanbul-2002):**15-25 yaşları arasında gençlerin kişisel gelişimlerine destek olmak için çalışmalar yürütmektedir. Gençlerin kendi fikirlerini hayata geçirebilmeleri, geliştirebilmeleri, iyileştirebilmelerine destek olmaktadır. Şehirler de gençlik merkezleri kurarak gönüllü çalışan kişiler ile süreçleri yürütmektedir (Toplum Gönüllüleri Vakfı, 2019).
- **Grameen Bank (Bangladeş-1976):** “Yoksullar Bankası, diye anılan Prof. Muhammed Yunus’un kurmuş olduğu geleneksel kurumların reddettiği bir oluşumdur. İhtiyaç sahibi insanlara, geri ödeme almadan destek olan bir kuruluştur (Çetindamar, Tatal, Titiz, & Taluk, 2010).

Sosyal girişimciler pazarda bir değişim rolü üstlenmektedir. Bunlar;

- Sosyal bir değer yaratmak ile kalmayıp, bunu bir misyon olarak kabul etmek,
- Benimsemiş oldukları misyonu yerine getirmek için tüm fırsatları araştırmak ve farkına varmak,
- Sürekli olarak yenilik, inovasyon, öğrenme süreçleri ile ilgilenmek,

- Girdi ve çıktıları planlı bir şekilde kullanarak sosyal duygu artışını sağlamaktadırlar (Kayalar & Arslan: 56-76).

#### **1.1.2.6 Dijital (Sanal) Girişimcilik**

1990’lardan sonra internet temelli teknoloji altyapılarının oluşması ile girişimciler yeni pazarlara girmeyi ve daha uygun finansman imkânlarını değerlendirmeye başlamışlardır. Bu sebeple bilişim teknolojilerinin hızlı gelişmesi, girişimciler üzerinde olumlu etkiler bırakmıştır. Bilgi ve bilişim teknolojisi girişimciler için rekabetin boyutunu değiştirmiştir (Marangoz, 2011: 183-201).

Yeni ekonominin Dünya’ya ve Türkiye’ye getirmiş olduğu en önemli unsurlardan biri internettir. İnternet dünyası ile ekonomi de alım şekli değişmiştir. Elektronik ticaret, yeni ekonominin temel özelliklerinden olan dijitalleşme ile ilişkilendirilmektedir. Birbirine bağlı olan bilgisayar ağlarından ve iletişimin dijital ortama taşınması ile iktisadi sistem büyük değişiklik göstermiştir (Aslan, 2001: 300-318). Yeni ekonomi ile gelişen teknolojinin sağladığı imkânlar, ortaya çıkan fırsatlar, geleneksel girişimcilik yöntemlerini değiştirmiştir. Değişiklik paydaşlar ve müşteriler arasındaki dijital iş modelinin gelişmesini sağlamıştır. Dijital girişimcilik dinamizmi yüksek, teknolojiye hâkim olan, ar-ge araştırmalarına ağırlık veren bir girişimcilik türüdür (Beşer, 2018). Dijital girişimcilik türü ile işletmeler değişime ilk olarak sosyal, mobil ve yeni teknoloji kullanarak geçiş yapmaktadırlar. Tüketiciden müşteriye, tedarikçilerinize kadar değişim yaşanmaktadır. Değişim şirketlerin (TÜSİAD, 2016: 4-50);

- İş modellerinde,
- Stratejilerinde,
- Hizmet ve ürün kalitesinde,
- Müşterilerinin satış öncesi ve sonrası hizmetlerinde,
- Karar süreçlerinde,
- Mevcut ve yeni iş birliklerinde, kendini göstermektedir.

Dijital girişimciliğin sağladıkları ve getirdiği yeniliklere bakarak dijital girişimciliği gerekli kılan nedenler (Soysal, 2015:180-188);

- Melek yatırımcıların odak noktası dijital girişimciler olmuştur.

- Dijital girişimcilik kendisi ile büyük bir network ağı oluşturmaktadır. Bu ağ sayesinde yeni bir iş, çevre, vizyon ve tecrübe oluşmaktadır.
- Sektörünüz ile ilgili bilgiye güvenilir ve hızlı şekilde sahip olabilmeye kolaylığı sağlamaktadır.
- Maddi bir bağılıktan ziyade internet ve teknolojiye bağımlılık vardır
- Monoton bir iş hayatına sahip olmak istemiyorsanız dijital girişimcilik, girişimciyi sürekli yenilenmek ve takip etmek zorunda bırakmaktadır.

Yatırımcı, inovasyon ve girişimci olmak üzere dijital girişimciliğin üç bileşeni bulunmaktadır. Facebook, Twitter, Youtube gibi büyük başarılarla imza atmak isteyen girişimcileri tanımlayan dijital girişimcilik, bileşenleri doğru bütünleştirerek, başarıya ulaşmalarını sağlamıştır (Ünsal, 2011: 12-48). Aslında geleneksel girişimci tipine göre karakteristik özellikler bakımından aynı, fakat girişim işleyişinde farklılıklar mevcuttur. Geleneksel girişimciliğe göre daha az maliyet ile girişim fikrini hayata geçirebilme imkânı sunmaktadır.

**Tablo 5: Geleneksel ve Dijital Girişimcilik Arasındaki Farklar**

	<b>Geleneksel Girişimcilik</b>	<b>Dijital Girişimcilik</b>
<b>Sektöre giriş</b>	Zor	Kolay
<b>Üretim bandı</b>	Zor	Kolay
<b>Lojistik</b>	Daha yavaş	Daha Hızlı
<b>İşletme lokasyonu</b>	Fiziksel olarak bir arada olma	Dijital İşyeri
<b>Örgütsel bağımlılık</b>	Daha kolay	Daha zor
<b>İletişim tipi</b>	Yüz yüze	Bilgisayar ile
<b>Organizasyon şeması</b>	Hiyerarşik	Esnek yapı

**Kaynak:** (Kişi, 2018: 389-399)

## **1.2. Girişimci Kimdir?**

Girişimci kelimesi ilk defa 17.yüzyılda Fransız literatüründe kullanılmıştır. Fransızlar uzun askeri yolculuklarda onlara rehberlik eden kişilere ‘girişimci’ demişlerdir. Fakat gerçek anlamı ile ilk olarak İrlandalı Ekonomist Richard Cantillo tarafından kullanılmıştır. Cantillo, girişimci için fırsatları değerlendiren, risk üstelenen

kişi demiştir (Marangoz, 2013). Girişimci; işi bilen, yöneten, kendi işini kendi kurma çabasına giren, kişi ifadelerinde de kullanılmaktadır. İş yapmaya girişen ve risklerden çekinmeyen kararlı olan kişidir. Zararı göze alabilen, kurumlardan temin ettiği fonlar ile üretim faktörlerini toparlayan kişidir (Küçük, 2017: 28-29).

**Tablo 6: Tarihsel Süreç İçinde Girişimci Kavramı**

Yıl	Tanımlayıcı	Tanım
1725	Richard Cantillon	Risk alan kişi, sermaye temin eden kişiden farklıdır.
1803	Jean Baptiste Say	Girişimcinin kazancı, sermayenin karından ayrıdır.
1934	Joseph Schumpeter	Girişimci bir yenilikçidir ve daha önce denenmemiş teknolojileri denemektedir.
1964	Peter Drucker	Girişimci, olasılıkları çoğaltır.
1980	Karl Vesper	Girişimci kavramı, iktisatçılar, psikologlar, iş adamları ve politikacılar açısından farklı değerlendirilir.
1985	Robert Hisrich	Girişimcilik, gereken zaman ve çabayı vererek değerli ve farklı bir şey üretmek, finansal, psikolojik ve sosyal riskleri üstlenmek ve işin sonunda maddi ödülü ve kişisel tatmini almaya dayalı bir süreçtir.

**Kaynak:** (Erkan, 2014: 5)

Girişimci, gereksinim ve ihtiyaçları karşılamak amacıyla üretimin gerçekleşmesi için üretim faktörlerini bir araya getiren kişidir (Ercan & Gökdeniz, 2009: 59-82). 18. yüzyıldan beri ekonomistler birçok farklı tanımlar yapmışlardır. Fakat Schumpeter 20. yüzyılda girişimci kavramı hakkında modern bir tanım yapmıştır. Girişimcinin yenilikçi ve dinamik olmasının ekonomik kalkınmada insan kaynaklarının temel taşlarından olduğunu vurgulamıştır. Teknoloji ile bu kavramı bütünleştiren Schumpeter'a göre girişimciyi diğer insanlardan ayıran en büyük özellik yenilikçiliktir (Gürol & Bal, 2009: 19).



**Tablo 7: Girişimci Tanımındaki Vurgular**

Yazarlar	Girişimcilik tanımındaki vurgular
Schumpeter	Yenilik Yapan
Marshall, Say	Yönetici
Menger, Kynnes, Mises	Karar Verici
Cole,Cantillon, Say	İşi Organize Eden
Smith	Kapitalist
Kırzner, Kirchoff,Leibenstein	Piyasada Fırsat Yaratan
Knight, Cantillon	Belirsizlikten Fırsat Yaratan
Mil, Knight, Cantillon	Risk Alan

**Kaynak:** (Top, 2006)

Girişimci, ülkenin ekonomik büyüme oranlarında oldukça büyük bir rol üstlenmektedir. Hedeflenen projeyi, girişimcilik anlayışına uygun olarak geliştiren, tanıtan ve sergileyen kişidir. Sadece geliştiren kişi değil aynı zamanda aldıkları riskler ile yeni servet oluşturmak hedefinde refah yaratan nitelikli kişilerdir (Tekin, 1999). Yapılan tüm tanımlamalarda aranması gereken temel özellikler; girişime konu olan ürünün/hizmetin pazarlanabilir olması yani ticari olarak değerli bir ürün/hizmetin çıkarılabilmesidir. Ürün/hizmetin piyasada benzerinin olmaması veya benzerlerinden ayırt edici özelliklerinin olması gerekmektedir. (Tansoy, 2013) Kişiyi esas alan ve kişiye özgü özel yetenek, beceri ve zihinsel kapasiteleri temsil eden bir kelimedir (Top, 2006). Girişimci fikrini hayata geçirirken başlıca amaçları vardır. Bunlar (Küçük, 2017);

- Strateji belirler,
- Organizasyon şeması ile ilgili politikalar belirler,
- Üretim bandı ve dağıtım kanallarında güncellemeler getirir,
- Üretim yapmakta olduğu sektöre ilişkin takipte kalır,
- Tehdit ve fırsatları tahmin eder,
- Teknolojik değişim ve gelişimleri kendi üretim sürecinde uygulayabilecek araştırmalarda bulunur

Girişimci, ekonomideki kâr fırsatlarını keşfetmek ve kullanmak için tetikte bekleyen bireydir. Ekonomik olarak dengede kalmak ve piyasadaki gücünü dengelemektir. Bu yüzden yeni pazar oluşturma da girişimci önemli rol oynamaktadır. Yeni pazarları oluştururken rakiplerine de rekabet üstünlüğü sağlamaktadırlar. Yeni örgüt

biçimleri, yeni teknolojiler ve uygulamalar, ürün geliştirme süreçleri gibi görevlerini yerine getiren kişidir (Ağca, 2007: 16-17).

### 1.2.1 Girişimcide Bulunması Gereken Özellikler

Girişimci ve girişimcilik kavramları tanımları içerisinde ile bulunması gereken özellikleri taşımaktadır. Girişimci taşıması gereken özelliklere göre kendi içerisinde dinamik ve statik olmak üzere ikiye ayrılır. Dinamik girişimciler, yeni tedarikçiler, yeni pazarlar ve finansman kaynakları bularak, yeni üretim teknikleri ve organizasyon şemaları geliştirerek ekonomik değişime öncülük eden kişilerdir. Statik girişimciler ise dinamik girişimcinin geliştirdiği değişimden giderek, ekonomik alanla genişlemeyi sağlayan kişilerdir (Müftüoğlu, 2007: 73). Girişimcilik yeni ve bilinmeyen fikrin bulunması sürecidir. Girişimcinin izlemesi gereken, değişmeyen kurallar serisi yoktur. Her zaman detaylı olarak düşünülmeli, hızlı karar alabilmeli ve uygulamaya geçmelidir. Çünkü genel olarak “yeni” olanı yaparlar (Çetindamar, 2002: 32).

Girişimciliğin temel özellikleri ise (Arıdur, 2006);

- Amaç kârdır. Kâr hedeflenirken girişimci zarar etme riskini de göz önünde bulundurur.
- Kriz yönetimi yaparak, ekonominin istikrar gösteremediği dönemlerde ayakta kalmayı başarabilendir.
- Girişimci hem işveren hem çalışan konumunda yer almayı bilmelidir.
- Hedeflediği gelir oranın, kurduğu işin sermaye yapısına bağlıdır.
- Sermayesini belirmeli, öngörüsünü planlamalıdır.
- Girişim fikri henüz fikir aşamasında iken iyi bir fizibilite ve iş planlaması yapılmalıdır.
- Finans akışını hesaplayabilmeli, doğru tahminler yürütebilmelidir.
- Bireysel kazancı amaçlarından sonra gelmelidir. Öncelikle işin varlığı daha sonra kazanç gelmelidir.
- Özel ve kamu ile iş birliklerine girer.
- Girişimde bulacağı sektör ile ilgili bir denetim ve tecrübe sahibi olması güç kazandıracaktır.
- Girişimci kendine güvenen yapıda olmalıdır.
- İş aşamasında hangi alanlardan yararlanacağını planlamasını yapmalıdır.

- İş fikrinin uygulanabilirliğine inanmalıdır.
- Gerekli zaman ve maddi harcamalara karşın motivasyonlu olmalıdır.
- Kendi işini kurmanın avantaj ve dezavantajlarına hazırlıklı olmalıdır.
- Olumlu, olumsuz durumlara karşın soğukkanlı olabilmeli, doğru kararlar alabilmesi gerekmektedir.

Girişimcilerde olması gereken temel özellikler (Gül, 2012, s. 30) ;

- Bağımsızlık,
- Başarı ihtiyacı,
- Fırsat yönelimi,
- Kontrol odağı,
- Risk almak,
- Yenilik ve yaratıcılıktır.

Kişisel değerler; girişimcinin davranışlarının şekil almasını etkilemektedir. Kişisel değer, zaman ve tecrübe ile değişebilir. Bu değerler girişimci ruh olarak da kabul edilebilir. Ruh anlama biçimi, anlayış tarzı, düşünce yapısı ve yaşam biçimidir (Karaca, 2015: 60-61). Girişimcilik ruhu ihtiyacı karşılamak hedefi ile zenginlik yaratmak için kaynakları bir araya getirmektedir. Kaynakları bir araya getirme azmi ve inancı girişimci ruhtan kaynaklanmaktadır (Top, 2006). Girişimci de bulunan ve bulunması gereken özelliklerin her biri girişimci ruhu temsil eder.

Girişimcilik özelliklerinin yanı sıra bir de bazı mitler vardır. Bunlar (Çetindamar, 2002: 33) ;

- İnsanoğlu yaratılışı gereği bazı doğal yeteneklere sahiptir, bunları ortaya çıkarır. Girişimcilik doğuştan kişinin karakterinde kişiliğinde vardır.
- Risklerin hesabını yapmanız, kumarbaz olduğunuzu gösterir.
- Fırsatını gerçekleştirmek önemli bir adımdır, fakat sürdürülebilir olması gerekmektedir. Buda girişimcinin özelliğinin farkını gösterir. Çünkü herkes yeni bir iş kurabilir.
- Girişimciler kendi işlerinin patronudurlar.
- Sermayeyi girdi olarak kabul ederler. Fikir, yeteneklerini sermaye ile birleştirerek yeni işe sahip olurlar.

- Kişisel duygularını ve azimlerini göz önünde bulundurursak para kazanmak girişimcilerin en önemli motivasyon kaynağıdır.
- Takım liderleri olmaları sebebi ile genel olarak başkaları ile çalışmazlar.
- Girişimcilik eğilimi gösteren tüm bireylerin genel özellikleri hemen hemen birbirine benzerdir.

Girişimcilik, yenilikçi ve yaratıcı olmaktır (Cansız, 2007: 59). Girişimci ile ilgili belirtilen özellikler zihinsel yeteneklerdir. Bu nedenle her girişimcinin bu özelliklere sahip olduğunu iddia etmek yanlıştır. Ayrıca girişimci özelliklerine sahip olan kişilerin finansal olarak desteklenmesi, fikirlerini gerçekleştirebilmeleri için imkanlar sunulmalıdır (Küçük, 2017: 50).

Başarılı bir girişimci (Şahin, 2006: 12);

- Pazardaki fırsatları seçer,
- Fırsatları fikre dönüştürür,
- Kaynakları birleştirir,
- Zarara ortak olur ve riski üstlenir,
- Yeniliklere açıktır.

### **1.3. Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi**

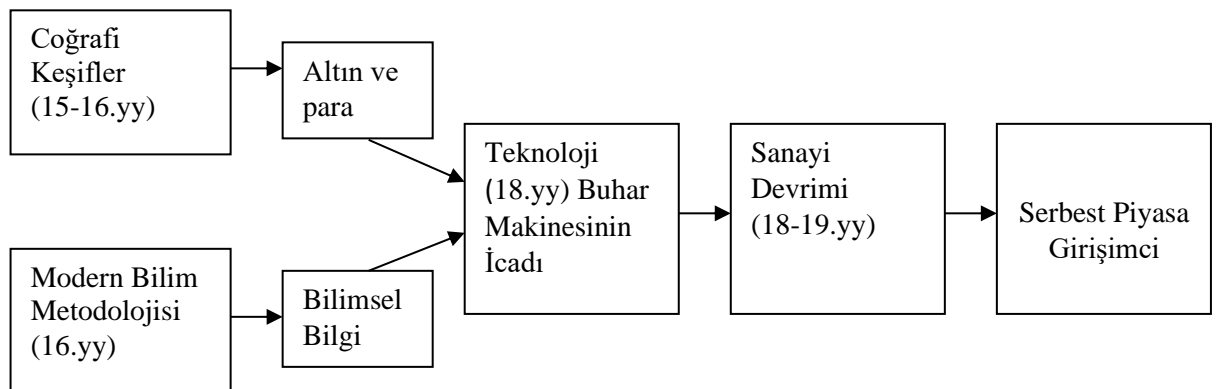
Girişimcilik, avcılık ve toplayıcılık devrinin bitmesi ve insanoğlunun neolitik dönemde üretime geçmesi ile hayata geçmiştir. Maden devrinin başlaması üzerine iş yerleri kurulmuş ticari hayat başlamıştır. Şehir devletlerinin kurulması ile de ticaret şehirlerarasına yayılmıştır (Ercan & Gökdeniz, 2009: 59-82). 1700'lü yıllardan sonra ekonomi bir bilim olarak kabul edilmiştir. Ardından bireyler isteklerini ve ihtiyaçlarını karşılamak için ekonomide özel adımlar atılmaya başlanmıştır. Sanayi devrimi öncesinde ticari faaliyetlerde bulunarak, gezgin tüccarlık yapan girişimciler tüccar-ı seffar olarak anılmışlardır. Tüccar-ı seffarların olduğu dönem "Ticari Dönemdeki Girişimcilik" olarak bölümlenmiştir. Sanayi devrimi sonrasında ise ticari faaliyet gösteren girişimciler tüccar-ı mütemekkin olarak anılmış olup dönemleri "Sanayi Dönemindeki Girişimcilik" olarak ayrılmıştır (Çakmak, 2003: 62-77).

18.yüzyıla kadar girişimci hizmet sunan, mal üretmek sözü veren kişi olarak tanımlanmıştır. 19. yüzyıldan önce ise girişimcilik tanımı net olarak yapılamamış ve

Dünya’da girişimcilerin sayısı bu dönemde artmıştır (Güney, 2008: 4-6). 1929 yılında yaşanan ekonomik buhran arz talep ilişkisinin sorgulanmasına yol açmıştır. Pazarda alıcının olmadığı bir dönem yaşanmıştır. Yaşanan dönem içerisinde Keynesyen talebin ekonomideki belirleyici unsur olduğunu öne sürmüştür. Keynesyen’in belirtmiş olduğu teori ile girişimcilik kavramı daha geniş bir alana hitap etmeye başlamıştır (Emsen, İrmiş, & Deliktaş, 2002: 243-256). Tarihin eski girişimcileri olarak bilinen Marco Polo, Uzak Doğu ile Batı arasındaki ticaretin gelişmesini sağlamıştır. Dönemin zor koşulları, tabiat olayları ve coğrafi engellere rağmen başarılı bir şekilde bu süreci yürütmüştür. Girişimci Marco ziyaret ettiği ülkelerdeki sermaye sahipleri ile onların mallarını satmak sözü ile sözleşmeler yapmıştır. Sermaye sahibinin riski olduğundan pasif bir rol almıştır. MarcoPolo ise sattığı ürünlerden %25’ini kendine kâr almıştır (Ajans, 2015)

19.yüzyılın sonlarına doğru Amerika Kıtası’nda ortaya çıkan büyük zenginliğin ardında girişimcilik yatmaktadır. “Bırakınız Yapsınlar!” görüşünü benimseyenler özgür girişimciler olarak kıtada büyük bir ekonomik güç oluşturmuşlardır. ABD başta olmak üzere gelişmiş ve gelişmekte olan tüm ülkeler ekonomik ve üretim gücüne girişimciler sayesinde sahip olmuşlardır (Parlak, 2005).

Sanayi devrimi ile ortaya çıkan modern girişimcilik sanayi devriminin hızlı bir şekilde büyümesinde etkili olmuştur. Bilimsel bilgi ve coğrafi keşifler sayesinde girişimcilik boyut değiştirmiş sanayi devriminin ekonomik unsuru haline almıştır. Modern bilime ulaşan bilgiler sayesinde üretim hacmi büyümüştür. Tüm süreci anlatan şekil;



**Şekil-1: Çağdaş Girişimciliğin Gelişim Süreci** (Çögürücü, 2016: 65-80)

Dünya’da girişimciliğin gelişim sürecini ekonomik uğraşlar geçirdiği evreleri ile ele alırsak (Vural, 2006);

- Geçim kaynağı çobanlık- İlkel Toplum Dönemi,
- Geçim kaynağı tarım- Derebeyliklerin yer aldığı,
- Geçim kaynağı el sanatları,
- 15.-19. yüzyıllar arasında İktisadi düşünürler çerçevesinde girişimcilik,
- 20. yüzyılda Modern Girişimcilik.

Modern girişimcilik dönemi ile şirket yönetici, şirket sahibi ve girişimcilik kavramları net olarak açıklanmıştır. Schumpeter’in ‘dinamik girişimci’ kavramı ile sermaye kavramları arasındaki fark açıkça ifade edilmiştir. Drucker’ın tanımlamış olduğu küçük ve orta ölçekli işletmeler sermaye sahiplerinin odak noktası olmaya başlamıştır. Açıklanan tüm bu tanımlar 20. yüzyılın başlarında toplumunda büyük değişimlere yol açmış ve girişimci olmak fikri yaygınlaşmıştır (Gümüsoğlu & Karaöz, 2014: 97-99).

Johnson 21. yüzyılda girişimciliğin üç temel bileşenini girişimci, girişimciliğe yönelik tutum ve davranışlar olarak tanımlamıştır. Johnson, eğer girişim yeni bir oluşum değil ise işletmenin ekonomik ve sosyal anlamda yaptığı iyileşme süreci olarak ifade etmiştir. Bu sebeple girişimcilik işletmenin büyüklüğü veya küçüklüğüne bağlı değildir. Girişimin temelinde inovasyonun olması asıl unsurdur (Drucker, 2014: 191-192).

#### **1.4 Girişimciliğin Türkiye’deki Tarihsel Gelişimi**

Girişimciliğin tarihsel gelişimi göz önüne alındığında diğer ülkelerde de olduğu gibi girişimcilik devletin izlemiş olduğu ekonomik politikalara bağlı olarak gelişim göstermiştir. Türkiye’de ise girişimcilik Cumhuriyet öncesi ve sonrası olarak gelişim göstermiştir (Gürol & Bal, 2009: 19).

Osmanlı İmparatorluğu döneminde toplum girişimciliğe karşı negatif bir tutum izlemiştir. Türkler negatif bu tutum nedeni ile genellikle çiftçilik ile geçimini sağlamıştır. Girişimcilikle ilgili bakış açısı negatif olunca toplum meslek olarak askerlik ve memurluğu tercih etmiştir (Sipahi, 1997: 28-29). Tek geçim kaynağı tarım olan bir toplumun yarattığı en büyük olumsuzluk girişimciliğin gelişmesine engel oluşudur. Batıda sanayi devrimi gerçekleşirken iken Osmanlı İmparatorluğu imtiyazlar ile uğraşmaktaydı. Fakat bu dönemde kurulan Ahilik teşkilatı ise Cumhuriyet öncesinde

yaşanan ilk girişimcilik oluşumlarından (Arıkan, 2004: 12-14). Ahilik teşkilatı Osmanlı Devleti'nin kurulmasında önemli bir rol oynamakla beraber Türklerin Anadolu'da ekonomik olarak tutunmalarını da sağlamıştır. Ahilik kültüründe teşkilata mensup kişilerin dil, din, mezhep, ırk ayrımına girmeden eşit sistemin uygulandığı bir örgüttür. Ahilik teşkilatı Türklerin Anadolu'da ticari olarak uzun bir dönem kabul görmesini sağlamıştır (Gül, 2012: 73-75). İkinci Meşrutiyet'in ardından sanayi ve ticari anlamda bir hareketlenme olmuştur. Toplumun sanayileşmeye yönelik teşvik etmek için 'sanayi sayımı' gerçekleştirilmiştir. Sayım Teşvik-i Sanayi Kanunu ile kurulan kuruluşları kapsamıştır. Sayımın ardından sadece 242 el sanayisi olduğu ve dokuma sanayisinden ötesinin olmadığı tespit edilmiştir. Organize yeteneğinin ve bilgisinin olmaması, mali yetersizlik, sermaye ve hammadde eksikliği temel sebepler arasındadır (Akgüner, 1979).

Türkiye Cumhuriyeti'nin kurulmasının ardından ekonomik yapılanma büyük değişimler gerçekleştirmiştir. Ekonominin nasıl yapılanması gerektiği, uygulanacak olan ticari politikalar topluma net olarak aktarılmış ve girişimcinin devlet ile olan ilişkisini iyileştirmeye doğru gitmiştir. Cumhuriyet dönemi girişimcilik faaliyetlerini tarihsel olarak ayırmak gerekirse (Candan, 2011: 157-174);

- 1923-1930 Ulusal Ekonominin Kuruluşu,
- 1930-1950 Devlet Girişimciliği Dönemi,
- 1950-1960 Liberal Dönem,
- 1960-1980 Planlı Ekonomi,
- 1980-2000 Dışa Açık Liberal Ekonomi

İzmir İktisat kongresinin ardından serbest piyasanın oluşumu için girişimcilere teşvik edici ilkeler belirlenmiştir. 1923 yıllarında toplumun henüz bir sermayesi olmadığı için belirlenen teşviklerden yüksek bürokratlar yararlanmıştır (Öztürk, 2008: 16). Teşvik-i Sanayi Kanunu ile özel sektörün yetersiz kalması halinde devletin yatırım yapacağı bir politika izlenmeye başlanmıştır. Türkiye'de sanayi hareketliliği 1930-1950 dönemlerinde devletler ile başlatıldı (Müderrişoğlu, 1994: 5).

Liberal dönem, çok partili sisteme geçiş ile serbest piyasa uygulamalarının artması üzerine ortaya çıkmıştır. Bu sırada devlet özel sektöre yönelik stratejik bir plan yapmadığı için verimli bir girişimcilik profilleri oluşmamıştır (Öztürk, 2008: 17). Yaşanan Liberal Dönem ardından ekonomi de bir planlama yapılanmasına gidilmiştir. Beş yıllık Kalkınma

Planı hazırlanmıştır. Devletçilik döneminin ardından planlı dönemde özel sektöre ağırlık verilmiş ve verimli bir artış gözlemlenmiştir (Sipahi, 1997: 29). 1980'den önce mevcut olan ithal ikamesi modeli risklerden ve rekabetten korkan, devletten korunma desteği isteyen bir iş adamı profili oluşturmuştur (Alp, 2015:12).

Türkiye ekonomisinin kırılma noktası olarak bilinen 24 Ocak kararları ile farklı bir girişimcilik kavramı oluşmuştur. İthal ikamesi dönemi bitmiş ve serbest piyasa ekonomisi başlamıştır. Bu sürecin en önemli sorumluluğunu ise girişimciler almıştır. Süreçleri başarılı şekilde yürüten girişimciler Gümrük Birliği anlaşması ile de kötü senaryolardan korunmuştur (Karaca, 2015: 35).

### **1.5 Girişimciliğin Önemi**

Girişimcilik gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin ekonomisine yönelik iyileşmeler sağlayan, ülkenin dinamizmini ve refah seviyesini arttıran parametrelerdendir (Drucker, 1998: 23). Girişimciler toplum ihtiyacını belirleyerek yatırım yapacakları alanı buna göre belirlemekteler. Böylelikle yapmış oldukları yatırım toplumun refahına yönelik olmaktadır. Ülkenin gelir seviyesi yükselmekte, istihdam oranı artmaktadır (Güney, 2008: 68). Girişimcilerin var olması demek toplumun sosyo-politik sistem ile ilişkili olduğunu gösterir. Serbest ekonomiye sahip, demokratik toplumlar içerisinde girişimcilik gelişebilir ve sonuçlarını kısa sürede gösterebilir. Piyasaların girişimciliğe önem vermesi gelişime imkân sunduğunu ve bireylerin kendilerini geliştirmeyi esas aldığını gösterir. Buda ihtiyaçlara yanıt veren bir girişimcilik sisteminin mümkün olduğunu gösterir (Alptemoçin, 1993: 4)

Mary Coulter, girişimciliğin önemini üç temel başlık içerisinde toplamıştır. Bunlar (Coulter, 2001: 11) ;

- İnovasyon-icat,
- Yeni işletmelerin oluşması ve gelişmesi,
- Yeni sektörlerin doğmasıdır.

Girişimcilerin yaşadıkları topluma karşı önemli misyonları vardır. Bunlar (Önce, Marangoz, & Erboy, 2014: 2-4);



- Gelişmekte olan ülkelerin temel sorunu işsizliktir. İşsizlik sorunu ise yeni yatırımların olmamasından kaynaklı olmaktadır. Girişimcilik ise istihdam oranını arttırmaktadır.
- Girişimci sayısının artması toplumun yaşam kalitesini arttıracaktır.
- Girişimciler sayesinde ülkelerin yurtdışında tanıtımı olmaktadır.
- Girişimciler sayesinde âtıl potansiyel kalmamaktadır.
- Girişimciler yeni teknolojileri kullandıklarından, bilim ve teknolojinin gelişmesine öncülük ederler

### 1.5.1 Ekonomide Girişimciliğin Önemi

Girişimcilik süreci girişimcinin risk almasına bağlı olarak fırsatları hayata geçirme evreleridir. Girişimci başlatmış olduğu bu süreçlerin sonucunda doğabilecek tüm riski üstelenmekten çekinmeyendir. Girişimcilik örneklerine bakıldığında insanlığı ileriye taşıyan sektörler bu şekilde oluşmaktadır. Tüm bunları göz önüne aldığımızda ise girişimcinin üretim faktörlerini bir araya getiren, girişimi başlatan ekonomik anlamda etkinlikte bulunan kişidir (Eyüboğlu, 2007: 19)

Global Entrepreneurship Monitor (Dünya Girişimcilik Platformu) yaptığı araştırmalar sonucunda girişimcilik faaliyetlerinin yüksek düzeyde olduğu ülkelerin ekonomik büyümeleri ortalamanın üzerinde seyrettiği gözlemlenmiştir. Girişimcilik kapitalizmin başladığı dönemde etkin olmaya başlamış olup 1980 yılı sonrasında büyük bir ivme kazanmıştır. Ayrıca devletler politikalarını ekonomiye yönelik programlamaya, altyapılarını girişimci sayısını arttırmaya yönelik hazırlanmışlardır. Burada ise rol model olarak ABD ulaşılmak istenen ülke düzeyinde olmuştur (Çetindamar, 2002: 40).

Girişimcilik bir ülkenin ekonomik olarak kalkınmasına önemli rol oynadığı gibi ülkenin işsizlik sorununa da çözüm sunmaktadır (Tekin, 2005: 9). Buna bağlı olarak girişimci toplumsal anlamda ekonomik bir fayda sağlayıcıdır. Yeni sektörlerin oluşması küçük firmalar, girişimcilerin sayesinde oluşmakta ve güçlenerek büyümektedir. Girişimcilik oranı arttıkça işsizlik sorunu azalmaktadır. GSYH'deki büyüme oranı girişimciliğin ekonomiyi etkilemesi ile değişmektedir. Ayrıca gelişmekte olan ülkelerin ise ekonomik uyum sürecine, canlanmasına destek olmaktadır (Avrupa Birliği Konseyi, 2001). Hızla değişen rekabet koşulları girişimciliğin de etkisi ile firmaları üretim yapmaya mecbur bırakmıştır. Girişimcilik ile çıkan yeni ürün/teknoloji ekonomiyi

etkilerken, yeni teknoloji ile de farklı sektörlere ışık tutmaktadır. Bu sayede ekonomide farklı sektörler arasında üretim süreçleri pozitif olarak gelişme göstermektedir (Özeren & Özeren Özgül, 2015: 40). Girişimciler yaptıkları faaliyetler ile ekonomide şu görevleri yerine getirirler (Altın, Başar, & Doğan, 2010: 19);

- Milli gelirden artış,
- İşsizliğin giderilmesi,
- Dengeli gelir dağılımı,
- Dış borçların kapatılması,
- Yerli hammadde üretimi,
- Yeni hizmet/ürün,
- Rekabetin artmasıdır.

Girişimcilik ve kalkınma arasındaki ilişkide kalkınmanın girişimciliği etkilediği birçok nokta olduğu bulunmaktadır. Risk alıp kâr elde etmek isteyen girişimci ekonomik anlamda kalkınmayı etkilemek için şu hususları tespit etmelidir (Öztürk, 2008);

- Mülkiyet haklarının detaylı olarak bilinmesi ve yasal zemine uygun olması,
- Kâr elde etmeyi hedefleyen girişimcinin ekonomi konusunda yeterli donanıma sahip olabilmeli,
- Yapısal hususta icra-iflas kanunları rekabeti engellememeli,
- Kıt kaynaklar girişimci tarafından yüksek katma değerli sektörlerde aktifleşmesi,
- Elde edilen kârların kısa vadeli değil stratejik sektörlerde yeniden yatırım amacı ile kullanılması gerekmektedir.

Girişimcilik olgusu ülkenin ekonomik olarak kalkınmasında büyük etkindir. Yeni iş fikirlerinin olması, yeni ürün ve servis ağlarının oluşmasını sağlamaktadır. Teknolojik faaliyetleri takip ederek verimlilik artışının sağlanması demektir. Yeni yöntem ve fikirlerin oluşması sadece ekonomik değil sosyal faydayı da maksimum seviyede tutmayı sağlar. Girişimciler toplum için önemli misyonlar edinen bireylerdir (Gültekin & Sönmez, 2017: 87-102).

### **1.5.3 Türkiye’de Girişimciliğin Önemi**

Türkiye’nin, gelişmekte olan bir ülke olması sebebi ile ekonomik büyümenin ve kalkınmanın önemli bir faktördür. Ekonomik olarak büyümenin ise temelini girişimciler

oluşturmaktadır. Türkiye’de girişimcilik birçok farklı etkileşime sahiptir. Bunlar; insan gücü, hukuk, yeni ekonominin getirdikleri, sosyo-kültürel etkileşimlerdir. Ülkemizin girişimcilik ortamı bu etkileşimler ile ilişkilidir (Öktem, Aydın, & Ekinci, 2007: 51). Türkiye’de finansal anlamda yaşanan liberalizasyon öncesinde uygulanan ithal ikame politikası, iş dünyasının kârını korumaya çalışan ve ekonomik belirsizlikler sebebi ile risk almaktan korkan bir ortam oluşturmuştur. Girişimciliğin etkileşimleri de göz önünde bulundurularak özel sektör kuruluşları da girişimcilik konusunda yeni çalışmalar yapılmıştır. Girişimcilerin başarısı ve sürekliliği tartışılan konular arasında yer almıştır. Sürekliliğin önünde olan engeller tespit edilip, ortadan kaldırılması için çalışmalar yapılmaktadır (Sönmez & Toksoy, 2014: 45). Söz konusu engellerin tespitini Ekonomik Kalkınma ve İş birliği Örgütü (OECD) ve Dünya Girişimcilik Platformu (GEM) tarafından yapılmaktadır.

Ülkemiz sınırlarında yer alan girişimciler hala geleneksel yargıların etkisi altındadır. Temel olarak binlerce yıl oluşmuş olan ‘iyi, kötü, yanlış’ gibi kavramları yaşam türüne ve girişimci kültürüne da egemen olmuştur (Sipahi, 1997: 32). Bu sebeple Türkiye’de girişimciliğin gelişmesini gerektiren sebepler (İrmiş, Durak, & Özdemir, 2010: 62);

- Yeni sektörlerin çıkması ile girişimcileri o sektör üzerine yeni fikir, ürün, hizmet arayışına girmesi,
- Kamu kuruluşlarının özelleştirilmesi ile işsiz kalan veya emekli olan personel iş imkânı sunmak,
- Girişimcilik çeşitlerine bağlı olarak kamu alanlarının kalitesinin artması,
- Teknolojiyi takip etme zorunluluğu ve ülkenin yeni teknoloji üretimine özenmesi,
- İşsizlik ile mücadelenin en temel çözümlerinden olması,
- Ar-ge ve inovasyon gerçekleştirilme mecburiyetinin olmasıdır

GEM 2001 verilerine bakıldığında, 100 yetişkin içerisinde şirket kuran insanlar Türkiye’de 4,6 iken ABD’nde 11,7’dir.

**Tablo 8: Bazı Ülkelerde Her 100 Yetişkin İçerisindeki Girişimci Sayısı**

Türkiye	Japonya	İsrail	İngiltere	ABD	İrlanda	Kore	Meksika
4,6	5,1	6	7,7	11,7	12	15	18,7

**Kaynak :** (Çetindamar, 2002: 8)

Türkiye’yi girişimciliğin önemini nüfus artışına bağlı olarak artan işsizlik rakamları da desteklemektedir. Türkiye nüfus artış hızı %1,8’dir. Nüfus artışına bağlı olarak çalışabilir kuşağın artışı %2’dir. Buna bağlı olarak tarım iş gücü piyasası ise toplam istihdamın üçte birine sahiptir. Fakat son yıllarda ise tarım da çalışan insan gücü ise azalmaktadır. Nüfusun artışı, tarımdan insan gücünün azalması işsizliğin artmasını ve istihdam oranının azalmasını göstermektedir. Sürecin çözümü ise girişimcilerdir. Girişimciliğin sektör ayrımı olmaması hem tarımın insan gücü artışına hem işsizliğe çözüm getirmektedir (TÜSİAD, 2002).

Ülkemizdeki girişimci adayları bir iş fikrini araştırma aşamasında iken bilgi eksikliğinden, bürokrasi yapılarından, kurulum finans sorunlarından ve daha birçok farklı sebepten dolayı girişimci olmaktan vazgeçmektedir. Ayrıca sektöre giriş yapan girişimcilerin %70’e yakını iki yıl varlığını sürdürebilmektedir. Yeni firmaların girişi ve bu aşamaları geçmesi deneme sürecidir. İki yılı geçmesinin ardından varlığını sürdürebilme olasılığı daha yüksektir (Sezgin, 2014: 60-69).

## 2.BÖLÜM

### KADIN GİRİŞİMCİLİK

Bu bölümde geleneksel girişimcilikten farklı olarak kadın girişimcilik kavramı, türleri, tarihsel gelişimi ve özellikleri ele alınmıştır.

#### 2.1 Kadın Girişimci

Tüm toplumların tarihi akıştaki hedeflerinden biri kendini kurmak ve devam ettirmek üzerinedir. Toplum bu hedefin üzerine kültürel değerleri de ekleyerek şekil alır. Toplumsal olarak ortaya çıkan algılardan biri de cinsiyettir. İnsanoğlu bedenine biyolojik olarak kodlanan, manevi anlamları bulunan bireyleri kültürel olarak ayıran kavram cinsiyettir (Bingöl, 2014: 108).

Cumhuriyet döneminden sonra kadına verilen değer değişmiş ve kadınların eğitim almaları için yeni okullar açılmıştır. Kadın hekimler Sağlık Bakanlığında göreve ilk kez 1930 yılında alınmış olup avukatlar ise 1928 yılında Baroya girmiştir (Aydın, 2015: 92). Türkiye’de kadının tam anlamı ile ekonomiye tarım dışında ilk adımı 1950’den sonra yaşanmıştır. 1980 ve sonrasında ise ülkemizde ekonomi ve girişimcilik kültürü benimsenmiştir, kadın girişimcilik ise önem kazanmıştır (Göküş, Özdemiray, & Göksel, 2013: 89).

#### 2.1.1 Kadın Girişimcinin Tanımı

Kadın girişimcilerin çalışma hayatına büyük orana katılması ve ekonomideki aktif rolü yeni iş alanlarının oluşmasını sağlamaktadır. Dünyada yaşanan hızlı değişim ve rekabet ortamı iş dünyasını acımasız bir ortam haline getirmiştir (Afşar, Büyükdoğan, & Gedik, 2014: 13).

Toplumun diğer yarısını oluşturan kadınlar, işgücünün de büyük çoğunluğunu oluşturmaktadır (Sayın, 2011: 24). Kadınların eğitim seviyelerinin artması ve mesleki imkanlardan faydalanmalarına yönelik çalışmalar 1990’larda başlamıştır. İlgili kuruluşlar ile koordinasyon sağlanmış ve uygulama hareketleri başlamıştır. Kadınların sorunlarının çözüm anahtarları istihdam olması sebebi ile kadın girişimcilik gündeme gelmiştir (Ekin, 1990: 55).

Kadın girişimciden ziyade Şahin, kadın işgücünü dört başlıkta ayırmıştır (Şahin, 2006: 33);

1. Memur ve işçi,
2. Yönetici,
3. Eğitim aldığı meslek üzerine çalışanlar,
4. Girişimciler, olarak ayırmıştır

Çelebi, kadın girişimciliği tanımlarken belirli bir çerçeve çizmiştir (Çelebi, 1993: 35-42);

- Yaşam alanı dışında istihdam etmesi veya istihdam imkânı sunması,
- Mal/Hizmet üreten, üretimden sonra tüketiciye ulaştıran,
- İş sürecini kurgulayan, koordine eden ve planlayan,
- Kazancını ve kârını kendi için yöneten, yatırıma yönlendiren kişidir.

### 2.1.2 Kadın Girişimci Tipleri

Kadın girişimci kendi içerisinde dört başlık içerisinde yer almaktadır.

**Tablo 9: Kadın Girişimci Tipleri**

	Geleneksel Cinsiyet Rollerine Bağlı		
		Yüksek	Düşük
Girişimci İdeallere Bağlı	Yüksek	Geleneksel	Yenilikçi
	Düşük	Evcil	Feminist

**Kaynak:** (Goffee & Scase, 1992: 78)

- Geleneksel Kadın Girişimciler

Klasik kadın girişimci olarak bilinen geleneksel kadın girişimci, cinsiyet rolüne fazla bağlı olan bir kimliktir. Kazanç elde etmek, birikim yapmak geleneksel kadın girişimci için motivasyon kaynağıdır. Aile faktörü ile para kazanmayı dengede tutmaya çalışan bir girişimci tipidir. İş ve aile de sorumlulukları içerisinde başkasını almayan sadece sınırlı destek talep eden tiptir. İş ile aile arasındaki dengeyi korumak istersen diğer yandan kadın girişimci olmanın sorumluluklarına sahip çıkmak istediği için genellikle

kuaför, sekreteryaya, bakım hizmetleri, çocuk bakımı vb. tür işlere sahiptirler (Marangoz, 2013: 101-102).

Geleneksel kadın girişimci genelde 35-45 yaş dilimi arasındadır. Genel ortalamanın üzerinde bir eğitim seviyesine sahiptir. İlk işinde ise sermayesi kişisel tasarruflarıdır (Bedük, 2005: 106-117).

- Aileci Kadın Girişimciler

Geleneksel kadın girişimci tipinden uzak bir kadın rolüne daha sıkı olan bir girişimci tipidir. Yeni bir ürün/hizmet sunmak yerine aile şirketinde çalışmak ve aile şirketini devralan girişimcidir. Ailelerin uygun gördüğü alanda devam edendir. Girişimcilik, bu tip girişimci için yan bir alandır. Aile geçimine destek olabilmek için çalışma hayatına yönelmiştir. Önceliği her zaman ailesi ve evidir. Kadının, anne olma vasfı da eklendikçe girişimci olmaktan uzaklaşma fikri de artmaktadır (Top, 2006: 23).

- Yenilikçi Kadın Girişimciler

Aileci kadın girişimci tipine göre önceliği girişimcilik idealleridir. İdealleri her zaman cinsiyet rolünün üzerindedir. Önceliği her zaman işini büyütmek ve geliştirmektir. Cinsiyet rolünden gerekirse işi ve kariyeri için vazgeçerler. Ekonomik bağımsızlıklarına düşkün oldukları için işleri kişisel ilişkilerinden önce gelir. Genel olarak evli olmayan, teknolojik gelişimlere açık ve takip eden tiptir. Organizasyon, basın, insan kaynakları konularında faaliyet gösterirler (Ay & Koca, 2013: 66).

- Köktenci Kadın Girişimciler

Araştırmalar köklü-feminist ve radikal girişimci olarak da bilinen kadın girişimci tipidir. Belirtmiş olduğumuz kadın girişimci tiplerinden tamamen farklı olan kadın haklarını savunan bir girişimci tipidir. Kadınların her zaman birinci planda olduğunu ve erkek eşitliğini benimseyen düşünce sistemi vardır (Yaşar, 2017: 56). Hem aile rollerinde hem girişimcilik anlamında erkeklerin bağılılıkları ile aynı oldukları düşüncesindedirler. Genelde küçük imalat, perakende satış gibi sektörlerdedirler (Marangoz, 2013: 103).

**Tablo 10: Erkek Girişimciler ile Kadın Girişimcilerin Karakter Olarak Farklılıkları**

<b>Karakter Özelliği</b>	<b>Erkek Girişimciler</b>	<b>Kadın Girişimciler</b>
Motivasyon	İdealini ortaya koymak için çaba	Bağımsız çalışma isteği
Girişimci olma nedeni	İşten ayrılma, aileden devralma	İşten soğuma, kişisel koşullar
Finansal Kaynak	Birikim, kredi, borç	Birikim, borç
Mesleki Altyapı	Konunun uzmanı	Hizmette mesleki deneyim
Kişisel Özellik	Kararlılık, yenilikçi, enerjik olmak ve patron olmak	Toleranslı, gerçekçi, enerjik olmak ve çevre ile mücadele
Destek grupları	Arkadaşlar, profesyonel kişiler, iş ortakları	Arkadaşlar, eş, kadın girişimci dernekleri
Kurulan işletme türü	İmalat, inşaat	Hizmet, danışmanlık ve halkla ilişkiler

**Kaynak:** (İlter, 2008: 73)

### **2.1.3 Kadın Girişimcinin Özellikleri**

Kadınları girişimci olmaya iten sebeplerin temelinde taşıdıkları karakteristik özellikleri yatmaktadır. Dünya'daki gibi ülkemizdeki kadın girişimciler mesleki yeterliliklerinden kaynakları olarak girişimci olmak istemektedirler. Kırsal kesimde yer alan kadın girişimciler ise geçinme kaynağından dolayı girişimci olmak istemiştir. İki temel ayrım dışında genel olarak kadınların girişimci olmasında karakteristik özellikleri yer almaktadır (Öztürk, 2016: 40).

İş dünyasında bulunan kadınların sayısı günden güne artarken, iş dünyasının kuralları da artık sadece erkekler tarafından değil kadınlar tarafından da şekillenmektedir. Kadın girişimcilerin güçlü iletişimi, sabrı, yerine göre duygusal zekâsı, organizasyon gücü vb. özellikleri farklı sektörlerde çalışan kadınları başarılı kılmaktadır (Yelkikalan, 2007: 51).



“Çalışanların nasıl bir patron istediklerine” dair İngiltere’de bir çalışma yapılmıştır. Araştırma sonucunda çalışanların kadın patronla çalışmak istedikleri sonucu çıkmıştır. Kadın patron istemelerinin sebepleri ise (Örücü, Kılıç, & Kılıç, 2017: 120);

- Kadınların daha dikkatli olması,
- Çalışanların eğitimlerine önem vermeleri,
- Öğretici vasıflarının daha gelişmiş olması,
- Değişime daha kolay uyum sağlayabilmeleri,
- Yeni fikirlere açık olmaları,
- Gözlem ve sezgilerinin kuvvetli olması,
- Sorunlara karşı erkek girişimcilere göre daha çözümcü olmaları,
- İş hayatlarında keyiflidirler.

Kendini işini kuran bir kadın girişimci hangi sektörde ve ne sebepler işini kurmuş olursa olsun, temelde cinsiyet kimliğinin vermiş olduğu özellikler vardır. Kadınların taşıdığı oldukları kişisel özellikleri onları girişimci olmaya itmiştir. Kadınları girişimci olmaya iten kişisel özellikler (Yüksel Kaptanoğlu & Ecevit, 2006: 15);

- Bağımsız kişilikleri,
- Hırs ve azimleri,
- Disiplinli olmaları ve işlerine olan sevgisi,
- Aileye karşı olan sorumluluk,
- Sosyal hayatları, kadınları girişimci olmaya veya kendi işlerinin sahibi olmaya itmiştir.

Belirtilen özellikler kadınların yer aldığı sektöre göre farklılıklar gösterebilir. Buna bağlı olarak kişisel özellikler üç grupta ele alınabilir. Bunlardan birinci grup; risk alma, bağımsızlık, rekabetçiliktir. İkinci grup çevre ile olan ilişkileridir. Son grup ise çözümcü, uzlaşmacı ve problem çözebilme kabiliyetlerinin olmasıdır (Yetim, 2002: 84-85).

#### **2.1.4 Kadın Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi**

Girişimcilik ve kadın girişimcilik ile ilgili birçok tanım bulunmaktadır. Ancak bütün tanımlar özünde risk almak ve yenilik faktörleri çerçevesinde gelişmektedir. Tanımlar genel olarak risk almak ve yenilik üzerine olmuş olsa da yaş, cinsiyet vb.

demografik değişkenler girişimciliği etkilemektedir (Afşar & Doğanalp, Kadın Girişimciliği, 2016: 98).

#### **2.1.4.1 Türkiye’de Kadın Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi**

Kadının alışma hayatına dahil olmasının özgürlüğünün ilk adımıdır. Fakat toplumsal olarak kabul edilmiş olan bir görev vardır ki o da kadınların sadece annelik görevinin olduğu düşüncesidir. Kadın 18. yüzyıl da Sanayi Devrimi ile çalışma hayatına ilk adımını atmıştır. Dönemin liberal ekonomi anlayışı ile düşük ücret düzeyi mevcuttu. Buna bağlı olarak kadınların da çalışma hayatına girmesi zorunlu hale gelmiştir. Kadının bu zorunlu çalışma hali, kadın iş gücüne olan talebin artmasını ve ucuz bir çalışma gücü olması halini doğurmuştur (Günsel, Köroğlu, & Demirci, 2019: 3-5).

Çalışma hayatında kadın erkeklere göre daha çok gerilerde yer almıştır. Çünkü kadın profili anne, eş, ev kadını durumundadır. Kapitalist düzen içerisinde çalışmak faaliyeti sadece piyasadaki faaliyetler anlamına gelmektedir. Fakat kadınlar yaptıkları, ürettikleri ile piyasaya giremeyen bu sebeple maddi karşılığı olmayan işlerdir. Genel anlamda multidisipliner olarak bakıldığında kadının verdiği bu emek ile ulusal gelirin %40’ını oluşturmaktadır (Kutlu, 2006: 60).

Dünya Ekonomi Forumu 2015 yılında Cinsiyet Ayrımı Raporu göndererek, 117 yıl sonra kadın ve erkeğin maaşının eşit olacağını belirtmiştir. İş hayatında kadın erkek eşitliğini dengesini koruyan ülkeler arasında Türkiye 145 ülke arasında 130’uncudur. Maaş dengesizliklerinin yanı sıra adaletsiz terfi ve işe alımlar mevcuttur (Salkım, 2018). Günümüz de kadınların iş hayatında yer almama sebeplerine baktığımız da eğitim seviyesi ve ücret politikası temel iki nedendir. Ekonomi de bir gerçek vardır ki, gelişmişlik seviyesi cinsiyet ayrımı yapmadan her kimliğin ekonomiye kazandırılmasıdır (Afşar & Öğrekçi, 2015).

Gelişmekte olan ülke statüsünde olan Türkiye, uygulanan sosyal politikalara rağmen ücretli çalışan kadın sayısını arttırmakta zorlanmaktadır. Kadınlar sanayi ve hizmet sektöründe yer almaları gerekirken enformel sektörler de üretim imkânı bulmaktadır. Fakat kadınların eğitim seviyesinin artmasına bağlı olarak iyileştirmeler mevcuttur. Eğitim seviyesine bağlı olarak işgücüne katılım oranı da artmaktadır (Bedük, 2005: 108). Gelişmekte olan ülkelerin ataerkil yapılarından kaynaklı olarak ağır hareket etme sorunu vardır. Buna bağlı olarak da kadın girişimci sayısının artması yavaş olarak

ilerlemektedir. Türkiye’de yapılan bir araştırmada üniversite öğrencilerine cinsiyet ve mesleki tercihler arasındaki ilişki sorgulanmıştır. %22 kız öğrenci, %65 erkek öğrenci kendi işini kurmaya isteklilerdir. Buradaki en açık sebep ataerkil toplumun iş yeri açmanın erkeklere özgü olduğu anlayışını benimsetmeleridir (Arslan, 2002: 1-11).

TÜİK tarafından açıklanan 2018 verilerine göre Türkiye’de 41 milyon 139 bin erkek nüfus, 40 milyon 863 bin kadın nüfus bulunmaktadır. Yani %50,2’si erkek, %49,8’i kadınlardan oluşan bir nüfus dağılımı bulunmaktadır. İstihdam oranlarında ise kadınlar erkeklerden yarısından azdır. Kadınların ise en çok istihdam ettiği sektör hizmettir. Tarım sektöründe istihdam oranı %19,4 iken bunun %28’ini kadınlar oluşturmaktadır. Sanayi sektörü istihdam oranı %26 olup bunun %15’i kadın istihdamıdır. %54 ile hizmet sektöründe ise %56 kadın istihdamı bulunmaktadır (TÜİK, 2019).

Kamu ve özel kuruluşlardan ülkemizde kadın girişimcilere destek verenler (Hisarcıklıoğlu, 2018);

- KOSGEB,
- TKDK,
- Kadın Girişimciler Derneği,
- TÜSİAD,
- TÜGİAD,
- Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakfı,
- Bankalardır.

Türkiye’deki başarılı kadın girişimciler (Pay, 2018);

- Hanzade Doğan Boyner – Hepsiburada
- Demet Mutlu Üçok – Trendyol
- Gamze Cizreli – BigChefs
- Başak Taşpınar Değim – Armut.com
- Gizem Yasa – Butigo.com
- Deniz Ertaner – Bonvagon.com
- Hande Çaydaşı – Bebeshop
- Hatice Gülgün Akça – Doruk Kimya
- Zeynep Öztekin – Organik Tarım

- Emel Aksoy Gündemir – Balık Ağı Üretimi.

### **2.1.5 Kadınları Girişimciliğe İten Faktörler ve Karşılaştıkları Sorunlar**

Ülkeden ülkeye değişiklik gösterse de Dünya'daki tüm kadınlar eğitim, çalışma imkanları, siyasi kimlik, yasal muamele vb. konularda dikkat çeken eşitsizliklere maruz kalmaktadır. Az gelişmiş ülkelerde ise kadınlar sadece pirinç ayıklamak üzere olan kimliklerdir. Türkiye de ise kadınlar kırsal kesimdeki geleneksel üretim biçimlerinden modern hizmet ve endüstri kesimlerine kadar çalışma oranları artmaktadır. Kırsal kesimin ise yarısından çoğunluğunu kadın çalışanlar oluşturmaktadır (Ekin, 1984: 81-89). Gelişmiş toplumlarda kadınların çalışması temel bir hak olarak kabullenilmektedir. ABD gibi gelişmiş ülkelerde kadınlar toplumun egemen yapıların da yer alan uzmanlar, girişimciler olarak görülmektedir. Beşerî kaynaklara, aile ve çalışma hayatı arasındaki oryantasyonu sağlayan temel olgulardır (Bedük, 2005: 109).

İş piyasasındaki çalışan kadınların oranı arttıkça kendilerine ve kendi çalışma ortamlarına özgü sorunlar da çeşitlenerek artmıştır. Emeğinin karşılığını alamayan ve düşük ücretle çalıştırılan kadın, benzeri sebeplerden ötürü üretici olmaktan uzaklaşmıştır. Ayrıca kadınların başarısının takdir edilmesi ise “erkek gibi kadın” benzetmesi yaparak kadın kimliğinin gelişmesi durdurulmaya çalışılmaktadır (Afşar & Ögreci, 2015).

Kadınları çalışmaya veya iş kurmaya iten faktörlerden birisi ekonomik etkilerden biri olan işsizlik sorunudur. Buna bağlı olarak da iş kurmasının sebeplerinde ise çalışma koşulları ve cinsiyet ayırımına bağlı ücret adaletsizliğidir. Sosyo-kültürel yapısal değişim de kadınların öğrenim düzeyinin yükselmesini ve kadın işgücüne katılmasını arttırmıştır. Öğrenim düzeyinin artması kadınların resmi kadrolarda, akademik ve siyasi alanlara katılımını arttırmıştır. Ülkelerde yaşanan işsizlik sorununu çözmek için hükümetler tarafından ekonomiyi kalkındırmak için birçok destek politikaları düzenlenmiştir. Bunlardan destek alarak da kadınları girişimci olmayı seçmiştir (Tamer, 2013: 650).

GEM (Global Entrepreneurship Monitor) kadınları girişimciliğe iten tüm sebepleri “ihtiyaç girişimciliği” olarak genel başlık altında toplamaktadır. Başlık altında düşük gelir, yoğun çalışma saatleri, iş fırsatlarının yetersizliği olması sebepleri bulunmaktadır. Temelde ise kadınların kendi işinin sahibi olmanın motivasyonu bulunmaktadır. Ayrıca küresel krizler de kadınlara çalışma zorunluluğu vermiştir (Öztürk, 2016: 51). Çalışma zorunluluğu aslında kadınları girişimciliğe iten sebepler olmuştur. Buna ek olarak bir de

kadınların kendi istekleri ile girişimci olmak istemişlerdir. Kadınları girişimci olmaya iten ve çeken sebepler;

**Tablo 11: Kadınları Girişimciliğe İten ve Çeken Faktörler**

Kadınları Girişimciliğe İten ve Çeken Faktörler	
İten Faktörler	Çeken Faktörler
<ul style="list-style-type: none"><li>• Cam tavan sendromu,</li><li>• Sabit gelir,</li><li>• İş bulma sıkıntısı,</li><li>• Maddi olarak erkeklere göre avantajlı olmak.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Yaşam kalitesini yükseltme,</li><li>• Ekonomik özgürlük,</li><li>• Kendi işinin yöneticisi olmak,</li><li>• Esnek çalışma saatleri,</li><li>• Kendini geliştirme isteği,</li><li>• Belli bir alanda başarı elde etmek.</li></ul>

**Kaynak:** (Yaşar, 2017: 56)

Gürol, kadınların girişimci olma isteklerini sebepleri ile açıklamıştır (Gürol, 2000: 242).

- İşsiz Kalma: Toplumun kabul etmiş olduğu yazılı olmayan toplumsal değerler kadınların iş bulmalarını sınırlamıştır.
- İşlerindeki Memnuniyetsizlik: Kişilerin çalışma ortamlarından duydukları memnuniyet iş doyumunu ifade edilmektedir. Zaman ile çalışan kadınlar iş doyumuzluğu oluşmaktadır.
- Cam Tavan Sendromu: Kadınların kendilerini çalıştıkları alanda yetersiz hissetmeleri, ailevi sorunlara daha önem vermesi, toplumsal baskıları sebebi ile mevkii yükselmelerinde olumsuz düşünmesi cam tavan sendromunu oluşturmaktadır.
- Çalışma Saatlerinde Esneklik: Kadının annelik, ev kadınlığı kimliklerinin de bulunması sebebi ile bu görevlerini sağlıklı bir şekilde devam ettirebilmesi için esnek hareket kabiliyetine sahip olabilmelidir.
- Kendi Gerçekleştirme İsteği: Kadının kendi işini kurmasına maddi gelir faktörü etken olurken, maddi anlamda sıkıntısı olmayan kadın ise kendi isteğini gerçekleştirme güdüsünü sürdürmektedir.
- Zengin Olma İsteği: Başka bir iş yerinde ücretli olarak çalışmak yerine daha fazla gelir elde edebileceği bir işte çalışma isteği daha cazip gelmektedir.

- Sosyal Statü Edinme İsteği: Statü, kişiye çevresindekiler tarafından nesnel olarak duyulan bir saygı, makam ismidir (Gönül & İçli, 2001: 86).
- Güç Elde Etme İsteği: Başkalarının davranış ve düşüncelerini etkileme, yönetme, hakimiyet altına alabilme isteğidir (Özyılmaz, 2016: 60-68).

### 2.3 Cinsiyet ve Başarı Algısı

Cinsiyet, biyolojik olarak kadın ve erkek kimliklerinin farklılıklarını ifade eder. Farklılıklar net olarak gözlem ile görülebilir iken bazı biyolojik farklılıklar bulunmaktadır. Bilimin açıklamış olduğu kadın ve erkek cinsiyet ayrımına ek olarak toplumsal anlamda da bir cinsiyet ayrımı bulunmaktadır. Toplumsal cinsiyet ayrımı beklentiler, görüşler, kültürel inançlar vb. konularda ayrılmaktadır (Empowering Nonviolence, 2012).

Erkek girişimci ve kadın girişimcilerin başarıları araştırıldığında ise farklı güdülere sahip oldukları ortaya çıkmıştır. Özellikle kadınların ise daha ılımlı ve iyimser yaklaştığı görülmektedir. Erkek girişimcilerin ise tolerans seviyesinin düşük kendine güvenlerinin yüksek olduğu tespit edilmiştir. Erkeklerin genelde inşaat sektörünü kadınlar ise hizmet sektörünü seçmektedirler. Bu farklılardan ziyade ortak özellikleri ise başarı algılarıdır. Başarmak arzusu ile risk almak ve liderlik güduları iki cinsiyette de fazladır (Demireli & Uluköy, 2014: 49).

Araştırmacılar cinsiyetin yargıları etkilediği, girişimciliğe adım atmak da kadın ve erkeğin isteklerini tetiklediği kabul edilmektedir. Buna benzer kabul edilmiş olan düşünceler kadın girişimcileri olumsuz yönde etkilemekte ve başarısızlığa itmektedir (Erkan, 2014: 36).

Toplumlarda sosyal sorumluluklardaki farklılıklar cinsiyet ayrımından çıkmaktadır. Cinsiyetlerin tanımı her topluma ve tarihsel döneme göre değişmektedir. Değişmeyen tek yönü ise kadının ikincil planda kalmasıdır. Kadınların belli bir yüzdeliği bunu duruma feminist bir şekilde yaklaşırken, diğer kesim ise doğal bir durum olarak değerlendirmektedir (Şahin, 2006: 30).

### 2.4 Kadın Girişimcilik ile İlgili Araştırmaların İncelenmesi

**Şahin (2006)** “Kadın Girişimcilik ve Konya İlinde Kadın Girişimcilik Profili Üzerine Bir Uygulama” çalışmada cinsiyetin bakış açısındaki etkisini ele almıştır.

Kadınların erkeklerden farklı bir düşünce yapısına ve analiz gücüne sahip olduğunu analiz etmiştir. Konya Ticaret Odası, Konya Eczacılar Odası ve Konya Sanayi odasına kayıtlı kadın girişimcilerin katılımı ile toplam 132 kişilik bir araştırma yapmıştır. Kadınların girişimci olarak faaliyet göstereceği alanların sadece bir sektör ile sınırlı kalmamasının bölgesel kalkınmaya olumlu bir katkı sağlayacağını sonuçlandırmıştır.

**Kutlu (2006)** “Türkiye’de Kadın Girişimciliği” üzerine yapılan çalışmada kadınların çalışma hayatındaki rolleri ve girişimcilik faaliyetleri ele alınmıştır. Kadın girişimciliği hususunda verilen teşvikler ve Türkiye’deki kadın girişimciliğini çeşitli boyutları ile analiz etmiştir. Kadın Girişimci Derneği ana kütle olarak belirlenmiş ve 80 kişilik bir örneklem grubu ile veriler toplanmıştır. Sonuç olarak ise yasalar ve yönetmeliklerin girişimcilik hususunda yeterli desteğin vermemesini, kadın girişimcilere özgü vergi muafiyeti, düşük faizli kredi imkanlarının sunulması gerektiğini belirtmiştir.

**Sosyal (2010)** “Kadın Girişimcilerin Özellikleri, Karşılaştıkları sorunlar ve İş Kuracak Kadınlara Öneriler” çalışması 76 kadın girişimci ile yüz yüze görüşerek Kahramanmaraş ilinde gerçekleştirilmiştir. Çalışma hayatında bulunan kadın girişimcilerin demografik ve kişisel özellikleri, yaşadıkları sorunları ele alınmıştır. Araştırma sonucunda ise kadın girişimcilerin yaşadıkları sorunlara ilişkin çözüm önerilerini tespit etmiştir.

**Özyılmaz (2016)** “Türkiye’de Kadın Girişimciliği ve Girişimci Kadınların Karşılaştıkları Sorunlar Üzerine Bir Araştırma” kadınların çalışma hayatındaki paylarının başarı katkısını arttırmak için kadınları girişimciliğe sürükleyen etkenlerin belirlenmesi ve nelere ihtiyaçları olduğunun tespit edilmesi analiz edilmiştir. Araştırmaya 2014 yılına kadar KOSGEB aracılığı ile işini kuran toplam 9832 kadın girişimci dahil etmiştir. Ankete toplam 1566 kişi katılmış olup 1457 anket analiz edilmiştir. Sonuç olarak ise girişimciliğin kalitesini arttırmak adına eğitim müfredatlarına eklenmesi ve kadın girişimcilere yönelik alternatif finansman araçlarının geliştirilmesi ele alınmıştır.

**Arıkan (2016)** “Kadın Girişimcilikte Başarı ve Başarıyı Etkileyen Faktörler” çalışması Bursa ilinde yaşayan 90 kadın girişimci ile yüz yüze görüşerek analiz edilmiştir. Kadınları girişimci olmayan iten faktörlerin tespiti ve sonrasında başarısız olmalarını etkileyen sebepleri ortaya konulmuştur. Çalışma sonucunda ise kurumsal anlamda destek

ve girişimci özelliklerinin başarıyı arttırdığının anlamlı bir değişken olduğu tespit edilmiştir.

**Tatar (2018)** araştırmada kırsal kesimde yaşayan kadınların girişimcilik eğilimlerinin nasıl bir yapıda olduğunu analiz etmiştir. Araştırmayı Konya ili Derbent ilçesinde yer alan 100 kadın ile yüz yüze görüşerek anket yöntemi ile gerçekleştirmiştir. Araştırma sonucu olarak kadınların girişimci olabilmeleri üzerine eğitimlerin verilmesi ve kişisel gelişimlerini geliştirmek üzere faaliyetlerin arttırılması belirlenmiştir.





### 3.BÖLÜM

#### ERKEK GİRİŞİMCİLERİN PERSPEKTİFİNDEN KADIN GİRİŞİMCİ

Türkiye İstatistik Kurumu tarafından 2019 Nisan ayı ihracat ve ithalat rakamları açıklanarak Konya şehrinin Türkiye ekonomisindeki etkisi gösterilmiştir. 180,8 milyon dolar değerinde ihracat ile bir önceki yılın Nisan ayına göre %17,6 artış göstermiştir. İthalat değeri ise 73,3 milyon dolar ile bir önceki yılın Nisan ayına göre %8,4 artış göstermiştir. En fazla ihracat Irak'a, ithalat ise Çin'e gerçekleşmiştir (Türkiye İstatistik Kurumu). Türkiye İstatistik Kurumu tarafından belirtilen rakamlar göze alındığında, Konya şehrinin ihracat gücüne ek olarak bünyesinde en fazla KOBİ bulunduran şehirler içerisinde yer almaktadır. Şahıs merkezli girişimciliğin yoğun olarak hissedildiği bir şehirdir. Ülke ekonomisinde KOBİ'ler girişim sayısının %99,8'ini oluşturmaktadır. İhracatın ise %55,1'i KOBİ'ler tarafından gerçekleşmektedir (Çetinkaya & Ay, 2017: 20).

Türkiye'de girişimcilik iller bazında performansa dayalı olarak incelendiğinde Konya hızla ilerleyen iller arasında yer almaktadır. Girişimcilik kentlerin değerlerine göre farklılık arz etmektedir. Konya Ticaret Odası yapılan çalışmalar sonucunda Konya'daki işletmelerin %82'sinin öz sermaye dışında kaynak kullanmadıkları tespit edilmiştir. Bu sebeple bir şehrin sahip olduğu inanış ve kültürel değerler girişimcilik potansiyelini de etkilemektedir (Üzülmez, 2014: 25).

Bu bölümde araştırmanın konusu, amacı, önemi, evren ve örneklem türü, kapsam ve kısıtları, analiz ve bulgulara yönelik açıklamalara yer verilmiştir.

#### 3.1 Araştırmanın Konusu

Bu araştırmanın konusu, erkek girişimcilerin kadın girişimciler hakkındaki demografik ve ekonomik anlamdaki görüşlerinin analizini yapmaktır. Erkek girişimcilerin kadın girişimcilere karşı sergiledikleri davranışlar incelenmektedir. Kadın girişimcilerin bilgisine, tecrübesine, sezgilerine, yönetici kimliğine ve başarısına olan güveni ölçülmektedir.

### 3.2 Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmanın amacı erkek girişimcilerin bakış açısını değerlendirmekle beraber kadın girişimcinin ülkemiz ve Konya ilindeki varlığının önemini ölçmektir. İş, aile ve yaşam dengesi arasında girişimci kimliğini sürmeye çalışan kadınlara karşın erkek girişimcilerin bakış açısı ele almaktır.

Bu araştırmanın önemi, literatürde kadın girişimciliğin tanımı ve kadın girişimcilerin yaşadıkları sorunları incelemek, kadın girişimcilerin yaşadıkları sorunlara çözüm önerileri sunmaktır. Erkek girişimcilerin kadın girişimcilere bakış açısı Konya ili bazında ilk olarak bu çalışma ile ortaya koyulmuştur.

### 3.3. Araştırmanın Yöntemi

Araştırma nicel bir araştırma olup genel tarama yöntemlerinden ilişkiisel tarama yöntemi kullanılmıştır. Verilerinin toplama tekniği olarak da anket yöntemi seçilmiştir. İlgili anket formu 26 sorudan oluşmaktadır. İlk beş soru ankete katılan erkek girişimcinin demografik özelliklerine yöneliktir. Sonraki dört soru katılımcının işyerinin özellikleri hakkındaki sorulardır. Kalan on yedi soru ise erkek girişimcilerin kadın girişimcilere karşı olan tutum ve bakış açısına yönelik sorulardır. Nominal düzeyde olan anketten alınan veriler SPSS IBM (Statistical Packet for Social Science) programı kullanılarak analiz edilmiştir. Veriler kolayda örneklem yöntemi ile toplanmış olup arasındaki ilişkileri değerlendirmek Pearson Kİ-Kare yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın anket soruları hazırlanırken Dr. Öğretim Üyesi Esen Şahin'in Kadın Girişimcilik ve Konya İlinde Kadın Girişimcilik Profili Üzerine Bir Uygulama konulu yüksek lisans tezi anketi dikkate alınmıştır (Şahin, 2006). Çalışmada girişimcilerini çoğunun erkek olması Konya ilindeki erkek ve kadın kimliğinin bazı kalıpların dışına çıkamaması nedeni ile araştırmanın veri toplama aracının uygulanmasından sonra analizler yapılırken birleştirme, gruplama gibi revizyonlar yapılmıştır. Bu değişiklikler araştırmanın güçlü ve dikkat çekici yönlerini ortaya çıkarmaya imkân sağlamıştır.

Erkek girişimcilerin kadın girişimcilere olan bakış açısını ölçmek için nominal ölçek türü kullanılmıştır. Araştırma süresince izlenen yol sırası ile;

1. Adım: Literatür taraması
2. Adım: Araştırmaya alınacak Konya ilindeki erkek girişimcilerin belirlenmesi
3. Adım: Amaç ve Hipotezlerin belirlenmesi

4. Adım: Anketin hazırlanması
5. Adım: Anketin gönderilmesi
6. Adım: Verilerin kodlanması ve SPSS girilmesi
7. Adım: Analizlerin yapılması
8. Adım: Sonuçların değerlendirilmesi ve önerilerin hazırlanması

### 3.4 Araştırmanın Hipotezleri

Hipotez; ortaya çıkmış veya çıkacak olan tutumların varsayım niteliğidir (Altunışık, Coşkun, Bayraktaroğlu, & Yıldırım, 2012, s. 381). İlgili çalışmanın hipotezlerini şu şekilde belirtilebilir:

**H1:** İşyerinde çalışan kadın sayısı ile işin kurulma biçimi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**H2:** Erkek girişimcilerin eğitim durumu ile iş yerinde çalışan kadın sayısı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**H3:** Kadın girişimcilere verilen devlet desteğini yeterli bulmakla ekonomide kadın girişimci görme isteği arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**H4:** Eşinin iş kurmasına yönelik sergileyeceği tavır ile işyerinde kadın sayısı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**H5:** Kadın girişimcilerin duygusal karar verdiğini düşünülmesi ile işyerinde çalışan kadın sayısı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**H6:** Erkek girişimcilerin kadın girişimcilerin bilgisine güvenmesi ile eğitim durumu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**H7:** Kadınların girişimci olmadan önce tecrübe sahibi olmaları gerektiğini düşünmek ile ekonomide kadın girişimci görmek isteme arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**H8:** Girişimci olabilmek için gereken en önemli özellik ile girişimcinin isini nasıl kurduğu arasındaki anlamlı bir ilişki vardır.

**H9:** Erkek girişimciler demografik özellikler ile kadın girişimcilere bakış açısı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**H9.a:** Erkek girişimcilerin yaşları ile kadınlar girişimcilere verilen devlet destek arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**H9.b:** Erkek girişimcilerin yaşları ile kadınlar girişimcilerin tecrübe sahibi olması arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**H9.c:** Erkek girişimcilerin yaşları ile kadınlar girişimcilerin Türkiye ekonomisine sağladığı katkı oranı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**H9.d:** Erkek girişimcilerin yaşları ile kadınlar girişimcilerin Konya ekonomisine sağladığı katkı oranı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**H9.e:** Erkek girişimcilerin yaşları ile kadınlar girişimcilerin kendi işini kurması arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**H9.f:** Erkek girişimcilerin yaşları ile kadınlar girişimcilerin bilgisine olan güven ile arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**H9.g:** Erkek girişimcilerin yaşları ile kadınlar girişimcileri başarılı bulmak arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**H10:** Erkek girişimcilerin eğitim durumları ile kadın girişimcilere bakış açıları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**H10.a:** Erkek girişimcilerin eğitim durumları ile kadınlar girişimcilere verilen devlet destek arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**H10.b:** Erkek girişimcilerin eğitim durumları ile kadınlar girişimcilerin tecrübe sahibi olması arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**H10.c:** Erkek girişimcilerin eğitim durumları ile kadınlar girişimcilerin Türkiye ekonomisine sağladığı katkı oranı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**H10.d:** Erkek girişimcilerin eğitim durumları ile kadınlar girişimcilerin Konya ekonomisine sağladığı katkı oranı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**H10.e:** Erkek girişimcilerin eğitim durumları ile kadınlar girişimcilerin kendi işini kurması arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**H10.f:** Erkek girişimcilerin eğitim durumları ile kadınlar girişimcilerin bilgisine olan güven ile arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**H10.g:** Erkek girişimcilerin eğitim durumları ile kadınlar girişimcileri başarılı bulmak arasında anlamlı bir ilişki vardır.

### **3.5. Evren ve Örneklem**

Araştırmanın evrenini Konya ilinde faaliyet gösteren erkek girişimciler oluşturmaktadır. Şehrin potansiyel üretim gücü ve Konya Ticaret Odası yetmiş meslek komitesi ve yirmi binin üzerinde üyesi olması sebebi ile kolayda örnekleme metodu benimsenmiştir. Konya Ticaret Odasına üye, Konya ilinde farklı sektörlerde faaliyet gösteren 145 erkek girişimcinin kadın girişimcilere karşı bakış açıları istatistiksel olarak analiz edilmiştir.

### **3.6. Araştırmanın Kapsam ve Kısıtları**

Araştırmada bir takım mali ve zamansal kısıtlılıklar mevcuttur. Veriler 2019 yılı ikinci çeyrekte toplanmıştır. Erkek girişimcilerin anket esnasında yöneltilen sorulara ek olarak önerilerini iletmesi bu araştırma için bir kısıt olup, anketin bitiş süresinden uzun sürmesine sebep olmuştur. Ayrıca, kolayda örnekleme yöntemi ile toplanmış olması genellenebilirliği önünde bir engel oluşturmuştur.

### **3.7 Analiz ve Bulgular**

Erkek girişimcilerin araştırmada vermiş olduğu yanıtlar değerlendirilerek verilerin analizi ve frekans dağılımları ele alınmıştır.

#### **3.7.1 Cevaplayanın Demografik Özellikleri**

Ankete katılan erkek girişimcilerin demografik özellikleri aşağıda verilmiştir.

##### **3.7.1.1. Yaş**

Tablo 12 araştırmaya katılan erkek girişimcilerin yaş dağılımını gösterilmektedir.

**Tablo 12: Yaş**

Yaş	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
18	1	0,7	0,7	0,7
19	1	0,7	0,7	1,4
20	5	3,4	3,6	5

24	11	7,6	7,9	12,9
25	5	3,4	3,6	16,5
26	2	1,4	1,4	18
27	5	3,4	3,6	21,6
28	4	2,8	2,9	24,5
29	4	2,8	2,9	27,3
30	2	1,4	1,4	28,8
32	5	3,4	3,6	32,4
33	2	1,4	1,4	33,8
34	1	0,7	0,7	34,5
35	5	3,4	3,6	38,1
36	1	0,7	0,7	38,8
37	2	1,4	1,4	40,3
38	3	2,1	2,2	42,4
39	7	4,8	5	47,5
40	8	5,5	5,8	53,2
41	1	0,7	0,7	54
42	5	3,4	3,6	57,6
43	8	5,5	5,8	63,3
44	4	2,8	2,9	66,2
45	2	1,4	1,4	67,6
46	8	5,5	5,8	73,4
47	1	0,7	0,7	74,1
48	3	2,1	2,2	76,3
49	3	2,1	2,2	78,4
50	5	3,4	3,6	82
51	3	2,1	2,2	84,2
52	1	0,7	0,7	84,9
53	5	3,4	3,6	88,5
54	1	0,7	0,7	89,2
55	3	2,1	2,2	91,4
56	1	0,7	0,7	92,1
57	1	0,7	0,7	92,8
58	1	0,7	0,7	93,5
59	2	1,4	1,4	95
60	3	2,1	2,2	97,1
62	1	0,7	0,7	97,8
63	1	0,7	0,7	98,6
65	2	1,4	1,4	100
<b>Toplam</b>	139	95,9	100	
<b>Toplam</b>	145	100		

Tablo da belirtildiği gibi katılımcılardan 139 kişi ‘yaş’ bilgisini belirtmiş olup, 6 kişi bilgi vermemiştir.

### 3.7.1.2. Medeni Durum

Tablo 13 araştırmaya katılan erkek girişimcilerin medeni durumlarını göstermektedir.

**Tablo 13: Medeni Durum**

Medeni Durum	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Evli	106	73,10	74,65	74,65
Bekar	35	24,14	24,65	99,30
<b>Toplam</b>	141	97,93	100,00	
<b>Toplam</b>	145	100		

Tabloda belirtildiği gibi katılımcılardan 142 kişi ‘medeni durum’ bilgisini belirtmiş olup, 3 kişi bilgi vermemiştir. Ankete katılanların yüzden 73,10’u evli, yüzde 24,65’i bekarıdır.

### 3.7.1.3. Eğitim Durumu

Tablo 14 araştırmaya katılan erkek girişimcilerin eğitim durumlarını göstermektedir.

**Tablo 14: Eğitim Durumları**

Eğitim Durumu	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Okur-yazar değil	1	0,69	0,69	0,69
İlköğretim	10	6,90	6,90	7,59
Ortaöğretim	33	22,76	22,76	30,34
Önlisans	12	8,28	8,28	38,62
Lisans	77	53,10	53,10	91,72
Yüksek lisans	12	8,28	8,28	100,00

<b>Toplam</b>	145	100	100	
---------------	-----	-----	-----	--

Tabloda belirtildiği gibi katılımcılardan tamamı ‘eğitim durumu’ bilgilerini vermiştir. Yüzde 0,69’u okur-yazar değil, yüzde 6,90’ı ilköğretim mezunu, yüzde 22,76’sı ortaöğretim mezunu, yüzde 53,10’u lisans mezunu ve yüzde 8,28’i yüksek lisans mezunudur.

### 3.7.2 Cevaplayanın İş Durumunu Tanımlayıcı Özellikler

Araştırmanın bu bölümünde ankete katılan erkek girişimcilerin iş yerlerine özgü bilgilerine değinilmiştir.

#### 3.7.2.1. İş Hayatında Bulunma Süresi

Tablo 15 ankete katılan erkek girişimcilerin iş hayatında bulunma süreleri sorusu ele alınmıştır.

**Tablo 15: İş Hayatında Bulunma Süresi**

<b>Kaç Senedir İş Hayatındasınız</b>	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde</b>	<b>Geçerli Yüzde</b>	<b>Kümülatif Yüzde</b>
0-3	18	12,41	12,50	12,50
4-10	36	24,83	25,00	37,50
11-20	39	26,90	27,08	64,58
21 ve üstü	50	34,48	34,72	99,31
<b>Toplam</b>	144	99,31	100,00	
<b>Toplam</b>	145	100		

Tabloda 1 girişimci bilgi vermemiştir. Buna bağlı olarak ankete katılan girişimcilerin yüzde 12,41’inin iş hayatında bulunma süreleri 0 ile 3 yıl arasındadır. Yüzde 24,83’ünün 4 ile 10 yıl arasında değişmektedir. Yüzde 29,90’ı 11 ile 20 yıl arasında, yüzde 34,48’i ise 21 yıl ve üstünde bir süre diliminde iş hayatında varlıklarını sürdürmektedirler.



### 3.7.2.2. İşinizi Nasıl Kurduğu

Tablo 16’da girişimcilerin işlerini nasıl kurdukları sorusu ele alınmıştır.

**Tablo 16: Girişimcilerin İşlerini Nasıl Kurdukları**

İşinizi Nasıl Kurdunuz	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Sıfırdan Kurdum	86	59,31	59,72	59,72
Var olan şirketi devir aldım	10	6,90	6,94	66,67
Aile şirketi devir aldım	41	28,28	28,47	95,14
Destek, hibe, proje vb. programlardan yararlanarak	7	4,83	4,86	100,00
<b>Toplam</b>	144	99,31	100,00	
<b>Toplam</b>	145	100		

Girişimcilerin yüzde 59,31’i şirketini sıfırdan kurduğunu belirtmiştir. Yani bu girişimcilerin işlerini kendi sermayeleri ile kurdukları anlamına gelir. Yüzde 6,90’ı ise var olan bir şirketi devir aldığını belirtmiştir. Aile şirketini devir alan yüzde 28,28’lik bir dilim mevcuttur. Kamu, özel, sivil toplum kuruluşu vb. kurumlardan destek, hibe olarak iş yerini kuran yüzde 4,83’tür. 1 girişimci bu konuda bilgi aktarımı yapmamıştır.

### 3.7.2.3. İşyerinde Çalışan Kadın Sayısı

Tablo 17’de ankete katılan erkek girişimcilerin iş yerlerinde bulunan kadın çalışan sayısı sorusu ele alınmıştır.

**Tablo 17: İş Yerinde Çalışan Kadın Sayısı**

<b>İş Yerinde Çalışan Kadın Sayısı</b>	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde</b>	<b>Geçerli Yüzde</b>	<b>Kümülatif Yüzde</b>
0-4	96	66,21	68,09	68,09
5-10	25	17,24	17,73	85,82
11-20	11	7,59	7,80	93,62
21-30	2	1,38	1,42	95,04
35 ve üstü	7	4,83	4,96	100,00
<b>Toplam</b>	141	97,24	100,00	
<b>Toplam</b>	145	100		

Ankete katılan 145 kişiden dört girişimci işyerinde çalışan kadın sayısı hakkında bilgi vermek istememiştir. Erkek girişimcilerin yüzde 66,21'i 0 ile 4 arasında kadın çalışanı olduğunu söylemiştir. 5 ile 10 arasında kadın çalışanı olan girişimcilerin oranı yüzde 17,24'tür. Yüzde 7,59'nun 11-20 arasında kadın çalışanı vardır. Yüzde 1,38'in 21 ve 30 arasında çalışanı olmakla beraber 35 ve üstünde kadın çalışanı olan girişimcilerin oranı yüzde 4,83'tür.

### **3.7.3. Erkek Girişimcilerin Kadın Girişimcilere Bakış açısı**

Araştırmada kullanılan anketin bir bölümünde erkek girişimcilere göre kadın girişimcilerin karakteristik ve girişimci kimliğinin üzerine bir araştırma yapılmıştır. Bu bölümde de bu konular ele alınmıştır.

#### **3.7.3.1. Kadın Girişimcilere Verilen Devlet Desteği Yeterliliği**

Tablo 18'de araştırmaya katılan erkek girişimcilerin kadın girişimcilere verilen devlet desteklerinde yeterlilik düzeyi sorulmuştur.

**Tablo 18: Kadın girişimcilere verilen devlet desteği yeterli midir**

Kadın girişimcilere verilen devlet desteği yeterli midir	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Evet	77,00	53,10	55,00	55,00
Hayır	62,00	42,76	44,29	99,29
<b>Toplam</b>	140,00	96,55	100,00	
<b>Toplam</b>	145,00	100,00		

Erkek girişimcilerin yüzde 53,10'u kadınlara verilen devlet desteğini yeterli bulmuştur. Yüzde 42,76 ise desteğin yeterli olmadığını belirtmiştir. Desteğin yeterli olmadığını düşünen erkek girişimcilerden kadın girişimcilerin ekonomideki varlığını desteklediği ortaya çıkmaktadır. 5 katılımcı ilgili soruyu yanıtsız bırakmıştır.

### 3.7.3.2. Ekonomide Kadın Girişimcinin Varlığı

Tablo 19'da araştırmaya katılan erkek girişimcilere göre kadın girişimcilerin ekonomiye sağladığı katkıya verdikleri yanıtlar belirtilmektedir.

**Tablo 19: Ekonomide Kadın Girişimcinin Varlığı**

Ekonomide Kadın Girişimci Görmek İster Misiniz	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Evet	123,00	84,83	85,42	85,42
Hayır	21,00	14,48	14,58	100,00
<b>Toplam</b>	144,00	99,31	100,00	
<b>Toplam</b>	145,00	100,00		

Ankete katılan 145 erkek girişimciden 1 girişimci bu soruyu yanıtlamamıştır. Katılımcıların ise yüzde 84,83'ü kadın girişimcileri ekonomide görmek istediklerini belirtmiştir. Yüzde 14,48'i ekonomide görmek istemediklerini belirtmiştir.

Tablo 20 ve Tablo 21’de erkek girişimcilere göre kadın girişimcilerin ülke ekonomisine sağladığı katkı sorulmuştur.

**Tablo 20: Kadın Girişimcilerin Türkiye Ekonomisine Katkısı Var Mıdır**

Kadın Girişimcilerin Türkiye Ekonomisine Katkısı Var Mıdır	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Evet	125,00	86,21	86,21	86,21
Hayır	17,00	11,72	11,72	97,93
<b>Toplam</b>	145,00	100,00	100,00	

Ankete katılan tüm katılımcılar bu soruyu yanıtlamış olup yüzde 86,21’i kadın girişimcilerin ülke ekonomisine katkısı olduğunu belirtmiştir. Geriye kalan yüzde 11,72’lik bir dilim ise kadın girişimcilerin ülke ekonomisine herhangi bir katkısı olmadığını belirtmiştir.

**Tablo 21: Kadın Girişimcilerin Türkiye Ekonomisine Katkısı oranı**

Cevabiniz Evet İse Katkı Oranı Nedir	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
%25	88,00	60,69	69,84	69,84
%50	34,00	23,45	26,98	96,83
%75	4,00	2,76	3,17	100,00
<b>Toplam</b>	126,00	86,90	100,00	
<b>Toplam</b>	145,00	100,00		

Toplam 126 kişi ilgili soruyu yanıtlamış olup 19 kişi yanıt vermemiştir. Buna bağlı olarak yüzde 60,69’u kadın girişimcilerin ülkemiz ekonomisine katkı oranını yüzde 25

olarak belirtmiştir. Yüzde 23,45'i ise kadın girişimcilerin ülkemiz ekonomisine katkı oranını yüzde 50 olarak belirtmiştir. Kalan yüzde 2,76'lık dilim ise kadın girişimcilerin ülke ekonomisine katkı oranını yüzde 75 olarak yanıtlamıştır.

Tablo 20 ve Tablo 21 değerlendirildiğinde, kadın girişimcilerin ülke ekonomisine katkısı olduğunu belirten yüzde 86,21'dir. Katkı oranının yüzde 25 olduğunu belirten yüzde 60,69'luk dilim çoğunluktadır.

### 3.7.3.3. Konya Ekonomisinde Kadın Girişimciliği Varlığı

Tablo 22 ve Tablo 23'te araştırmaya katılan erkek girişimcilere, kadın girişimcilerin Konya ekonomisindeki yeri sorulmuştur.

**Tablo 22: Konya Ekonomisinde Kadın Girişimciliği Varlığı**

Kadın girişimcilerin Konya ekonomisine katkısı var mıdır	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Evet	97,00	66,90	67,83	67,83
Hayır	45,00	31,03	31,47	99,30
<b>Toplam</b>	143,00	98,62	100,00	
<b>Toplam</b>	145,00	100,00		

Ankete katılan erkek girişimcilerden 143 kişi bu soruyu yanıtlamış olup yüzde 66,90'ı Konya ili ekonomisine kadın girişimcilerin katkısı olduğunu ifade etmiştir. Yüzde 31,03'ü ise Konya ekonomisine kadın girişimcilerin katkısı olmadığını belirtmiştir.

**Tablo 23: Konya Ekonomisinde Kadın Girişimcilerin Katkı Oranı**

Cevabiniz evet ise katkı oranı nedir	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
%25	72,00	49,66	73,47	73,47
%50	20,00	13,79	20,41	93,88
%75	6,00	4,14	6,12	100,00
<b>Toplam</b>	98,00	67,59	100,00	

<b>Toplam</b>	145,00	100,00		
---------------	--------	--------	--	--

Kadın girişimcilerin Konya ili ekonomisine yüzde 25’lik bir katkısı olduğunu belirten toplam yüzde 49,66’dır. Yüzde 13,79’luk dilim ise katkı oranının yüzde 50 olduğunu belirtmiştir. Geriye kalan yüzde 4,14’lük dilim ise katkı oranını yüzde 75 olarak ifade etmiştir. Ankete katılan 145 kişiden 47’si bu soruyu yanıtlamamıştır.

#### 3.7.3.4. Kadınların Girişimci Olmadan Önce Tecrübe Sahibi Olması

Tablo 24’te erkek girişimcilere göre kadınların girişimci olmadan önce tecrübe sahibi olması gereip gerekmediği sorusuna yer verilmiştir.

**Tablo 24: Kadınlar Girişimci Olmadan Önce Tecrübe Sahibi Olması**

<b>Kadınlar Girişimci Olmadan Önce Deneyim/Tecrübe Sahibi Olmalı Mıdır</b>	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde</b>	<b>Geçerli Yüzde</b>	<b>Kümülatif Yüzde</b>
Evet	108,00	74,48	77,14	77,14
Hayır	32,00	22,07	22,86	100,00
<b>Toplam</b>	140,00	96,55	100,00	
<b>Toplam</b>	145,00	100,00		

Erkek girişimcilerin yüzde 74,48’i kadınların girişimci olmadan önce tecrübe sahibi olması gerektiğini belirtmiştir. Geriye kalan yüzde 22,07’i ise herhangi bir tecrübelerinin olması gerekmediğini belirtmiştir. Ankete katılan 5 kişiyi bu soruyu yanıtsız bırakmıştır.

#### 3.7.3.5. Kadınları Girişimciliğe İten Sebep

Tablo 25’te erkek girişimcilere göre kadınları girişimci olmaya iten sebepler sorusuna yer verilmiştir.

**Tablo 25: Kadınları Girişimciliğe Yönlendiren Sebep**

<b>Kadınları girişimciliğe iten en önemli sebep nedir</b>	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde</b>	<b>Geçerli Yüzde</b>	<b>Kümülatif Yüzde</b>
Ekonomik Olarak Bağımsız Kalmak	70,00	48,28	49,65	49,65
Aile İhtiyaçlarını Karşılama	26,00	17,93	18,44	68,09
İş Hayatında Bulunmak	26,00	17,93	18,44	86,52
Sosyal Yaşam	15,00	10,34	10,64	97,16
İş Bulamadığı İçin Girişimde Bulunması	4,00	2,76	2,84	100,00
<b>Toplam</b>	141,00	97,24	100,00	
<b>Toplam</b>	145,00	100,00		

Kadınların, girişimci olmasında temel sebepler bulunmaktadır. Bunlar genel olarak sosyal yaşam, iş bulamaması, ekonomik bağımsızlık, aile ihtiyaçlarını karşılamak ve iş hayatında bulunma isteğidir (Arıkan, 2016).

Araştırmada ise erkek girişimcilerin yüzde 48,28'i kadınların ekonomik olarak bağımsız kalmak istediklerinden dolayı girişimci olma arzularının olduğunu belirtmiştir. Erkek girişimcilerin yüzde 17,93'ü ise kadınların aile ihtiyaçlarını karşılamak için girişimci olmak istediklerini ifade etmiştir. Kadın girişimcilerin iş hayatında bulunmak istediklerinden dolayı girişimci olmayı hedeflediğini düşünen yüzde 17,93'lük bir dilim bulunmaktadır. Sosyal yaşamın etkisi ile kadınların girişimci olmak istediğini belirten yüzde 10,34'lük bir dilim bulunmaktadır. Geriye kalan yüzde 2,76'sı ise kadınların iş bulamamasından dolayı girişimci olmak istediklerini ifade etmiştir.

### **3.7.3.6. Erkek Girişimcinin Eşinin İş Kurmasındaki Desteği**

Tablo 26'da erkek girişimcilerin eşlerinin işini kurmak istemeleri hususu analiz edilmiştir.

**Tablo 26: Erkek Girişimcinin Eşinin İş Kurmasındaki Desteği**

<b>Esiniz Kendi İsinin Kurmak İsterse Ne Yaparsınız</b>	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde</b>	<b>Geçerli Yüzde</b>	<b>Kümülatif Yüzde</b>
Engellerim	11,00	7,59	7,75	7,75
Destek olurum	108,00	74,48	76,06	83,80
Vazgeçiririm	23,00	15,86	16,20	100,00
<b>Toplam</b>	142,00	97,93	100,00	
<b>Toplam</b>	145,00	100,00		

Erkek girişimcilerinin yüzde 7,59'u eşinin iş kurmasına engel olacağını ifade etmiştir. Yüzde 74,48'i destek olacağını ifade ederken yüzde 15,86'sı vazgeçireceğini ifade etmiştir. Bu soruyu yanıtlayan toplam 142 erkek girişimci olmuştur.

### **3.7.4 Kadın Girişimcilerin Karakteristik Özelliği**

Araştırmaya katılan erkek girişimcilere göre kadın girişimcilerin karakteristik özellikleri sorulmuştur.

#### **3.7.4.1. Erkek Girişimciler Kadın Girişimcilere Göre Daha Hızlı Karar Veren Karakterler Olması**

Tablo 27'de girişimcilere, erkek girişimcilere göre kadın girişimcilerin karar verebilme hızları sorusuna yer verilmiştir.



**Tablo 27: Erkek Girişimciler Kadın Girişimcilere Göre Daha Hızlı Karar Veren Karakterler Olması**

<b>Erkek Girişimciler Kadın Girişimcilere Göre Hızlı Karar Veren Karakterler Midir</b>	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde</b>	<b>Geçerli Yüzde</b>	<b>Kümülatif Yüzde</b>
Evet	110,00	75,86	77,46	77,46
Hayır	31,00	21,38	21,83	99,30
<b>Toplam</b>	142,00	97,93	100,00	
<b>Toplam</b>	145,00	100,00		

Kendilerini, kadın girişimcilere göre karar verebilme bakımından kıyasladığında, ankete katılanların yüzde 75,86'sı erkek girişimcilerin daha hızlı veren karakterler olduğunu ifade etmiştir. Kalan yüzde 21,38'i ise kadınların daha hızlı karar veren karakterler olduğunu belirtmiştir. Ankete katılan 3 erkek girişimci ise bu soruyu yanıtlamamıştır.

#### **3.7.4.2. Kadın Girişimcileri Karar Verirken Sezgisel Karar Verici**

Tablo 28'de araştırmaya katılan erkek girişimcilere göre kadın girişimcilerin karar verirken sezgilerinin etkisi sorusu ele alınmıştır.

**Tablo 28: Kadın Girişimcileri Karar Verirken Sezgisel Karar Verici**

<b>Kadın Girişimciler Karar Verirken Duygusal/Sezgisel Etkide Kalırlar Mı</b>	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde</b>	<b>Geçerli Yüzde</b>	<b>Kümülatif Yüzde</b>
Evet	124,00	85,52	86,71	86,71
Hayır	19,00	13,10	13,29	100,00
<b>Toplam</b>	143,00	98,62	100,00	
<b>Toplam</b>	145,00	100,00		

Erkek girişimcilerin yüzde 85,52'si kadın girişimcilerin karar verirken sezgileri etkisinde kaldığını ifade etmiştir. Yüzde 13,10'u ise kadın girişimcilerin karar verirken

sezgilerinden etkilenmediklerini belirtir. Ankete katılan 2 erkek girişimci soruyu yanıtlamamıştır.

#### 3.7.4.3. Kadın Girişimcilerin Yönetimi

Tablo 29’da araştırmaya katılan erkek girişimcilerin kadın girişimcilerin yönetiminde olan bir işyerinde çalışıp çalışamayacakları sorusu ele alınmıştır.

**Tablo 29: Kadın Girişimcinin Yönetiminde Çalışabilme Oranı**

<b>Kadın Girişimcinin Yönetiminde Çalışabilir Miydiniz</b>	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde</b>	<b>Geçerli Yüzde</b>	<b>Kümülatif Yüzde</b>
Evet	91,00	62,76	63,19	63,19
Hayır	53,00	36,55	36,81	100,00
<b>Toplam</b>	144,00	99,31	100,00	
<b>Toplam</b>	145,00	100,00		

Ankete katılan erkek girişimcilerden kadın girişimcilerin yönetiminde çalışabileceğini ifade eden yüzde 62,76’lık bir dilim mevcuttur. Yüzde 36,55’i ise kadın girişimcilerin yönetiminde çalışamayacaklarını ifade etmiştir.

#### 3.7.4.4. Kadın Girişimcilerin Bilgisi

Tablo 30’da araştırmaya katılan erkek girişimcilerin kadın girişimcilerin bilgilerine güven düzeyleri ele alınmıştır.

**Tablo 30: Kadın Girişimcilerin Bilgisine Güvenme Oranı**

<b>Kadın Girişimcilerin Bilgisine Güvenir Misiniz</b>	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde</b>	<b>Geçerli Yüzde</b>	<b>Kümülatif Yüzde</b>
Evet	112,00	77,24	77,78	77,78
Hayır	32,00	22,07	22,22	100,00
<b>Toplam</b>	144,00	99,31	100,00	
<b>Toplam</b>	145,00	100,00		

Erkek girişimcilerin yüzde 77,24'ü kadın girişimcilerin bilgisine güvendiklerini belirtmiştir. Yüzde 22,07'si ise kadın girişimcilerin bilgisine güvenmediklerini ifade etmiştir.

#### 3.7.4.5. Kadın Girişimcilerin Başarısı

Tablo 31'de araştırmaya katılan erkek girişimcilere göre kadın girişimcilerin başarı oranı sorusu ele alınmıştır.

**Tablo 31: Kadın Girişimcileri Başarılı Bulma Oranı**

<b>Çevrenizdeki Kadın Girişimcileri Başarılı Buluyor Musunuz</b>	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde</b>	<b>Geçerli Yüzde</b>	<b>Kümülatif Yüzde</b>
Evet	101,00	69,66	70,14	70,14
Hayır	43,00	29,66	29,86	100,00
<b>Toplam</b>	144,00	99,31	100,00	
<b>Toplam</b>	145,00	100,00		

Erkek girişimcilerin yüzde 69,66'sı kadın girişimcilerin bilgisine güvendiğini ifade ederken, yüzde 29,66'sı güvenmediklerini belirtmiştir.

### 3.8 Hipotez Testleri

Araştırmanın bu bölümünde çalışmanın hipotezlerinin Pearson Ki-Kare yöntemi ile analizi yer almaktadır.

#### 3.8.1. İş yerinde Çalışan Kadın Sayısı ve İşin Kurulma Biçimi Arasındaki İlişki

İş yerinde çalışan kadın sayısı ile işin kurulma biçimi arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki olduğuna yönelik hipotez Pearson Ki-Kare yöntemi ile sınanmıştır. Beklenen değeri beşten küçük hücre sayısı toplam hücre sayısının yüzde yirmisinden fazla olduğundan iki değişkende de birtakım revizyonlara gidilmiştir. Çalışan kadın sayısı kategorileri “0-4, 5-10, 10 ve üstü” olacak şekilde yeniden düzenlenirken, iş kurma biçimi “sıfırdan kurdum” ve “devraldım” şeklinde yeniden gruplandırılmıştır. Bu haliyle beklenen değeri 5’ten küçük hiçbir hücre olmadığından yapılan analiz istatistiki açıdan daha sağlam sonuçlar üretebilecektir.

**Tablo 32: İş yerinde Çalışan Kadın Sayısı ve İşin Kurulma Biçimi Arasındaki İlişki**

			İş Kurma Biçimi		Toplam
			Sıfırdan Kurdum	Devraldım	
Çalışan Kadın Sayısı	0-4	Gözlenen Değer	64	32	96
		Beklenen Değer	62	34	96,0
		Yüzde	66,7%	33,3%	100,0%
	5-10	Gözlenen Değer	15	9	24
		Beklenen Değer	15,5	8,5	24,0
		Yüzde	62,5%	37,5%	100,0%
	10 üstü	Gözlenen Değer	14	10	24
		Beklenen Değer	15,5	8,5	24,0
		Yüzde	58,3%	41,7%	100,0%
	Toplam	Gözlenen Değer	93	51	144
		Beklenen Değer	93	51	144,0
		Yüzde	64,6%	35,4%	100,0%

*Pearson Chi-Square:0,638; df:2; sig: 0,727*

Tablo 32’de görüleceği üzere iş yerinde çalışan kadın sayısı ile işin kurulma biçimi arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişkiye rastlanmamıştır,  $\chi^2(2) = .638, p > .05$ . Dolayısıyla “H1 İşyerinde çalışan kadın sayısı ile işin kurulma biçimi arasında bir ilişki vardır” reddedilmiştir.

### 3.8.2. İş yerinde Çalışan Kadın Sayısı ve İşin Kurulma Biçimi Arasındaki İlişki

İş yerinde çalışan kadın sayısı ile eğitim durumu arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki olduğuna yönelik hipotez Pearson Ki-Kare yöntemi ile sınanmıştır. Beklenen değeri beşten küçük hücre sayısı toplam hücre sayısının yüzde yirmisinden fazla olduğundan, eğitim durumu “ilk ve orta öğretim” ile “ön lisans, lisans ve lisans üstü” şeklinde yeniden gruplandırılmıştır. Bu haliyle beklenen değeri 5’ten küçük hiçbir hücre olmadığından yapılan analiz istatistiki açıdan daha sağlam sonuçlar üretebilecektir.

**Tablo 33: İş yerinde Çalışan Kadın Sayısı ve Eğitim Durumu Arasındaki İlişki**

			Eğitim Durumu		Toplam
			İlk ve Orta Öğr.	Lisans ve Lisans üstü	
Çalışan Kadın Sayısı	0-4	Gözlenen Değer	14	75	89
		Beklenen Değer	17,3	71,7	89,0
		Yüzde	15,7%	84,3%	100,0%
	5-10	Gözlenen Değer	6	16	22
		Beklenen Değer	4,3	17,7	22,0
		Yüzde	27,3%	72,7%	100,0%
	10 üstü	Gözlenen Değer	6	17	23
		Beklenen Değer	4,5	18,5	23,0
		Yüzde	26,1%	73,9%	100,0%
	Toplam	Gözlenen Değer	26	108	134
		Beklenen Değer	26,0	108,0	134,0
		Yüzde	19,4%	80,6%	100,0%

*Pearson Chi-Square:2,296; df:2; sig: 0,317*

Tablo 33’de görüleceği üzere iş yerinde çalışan kadın sayısı ile eğitim durumu arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişkiye rastlanmamıştır,  $\chi^2(2) = 2.296, p > .05$ .

Dolayısıyla “H2: Eğitim durumu ile iş yerinde çalışan kadın sayısı arasında anlamlı bir ilişki vardır” **reddedilmiştir.**

### 3.8.3. Kadın Girişimcilere Verilen Devlet Desteğini Yeterli Bulma ile Ekonomide Kadın Girişimci Görmek İsteme Arasındaki İlişki

Kadın girişimcilere verilen devlet desteğini yeterli bulma ile ekonomide kadın girişimci görmek isteme arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki olduğuna yönelik hipotez Pearson Ki-Kare yöntemi ile sınanmıştır. Tüm hücreler doludur ve hiçbir hücre 5 veya 5’in altında bir değer almamıştır.

**Tablo 34: Kadın Girişimcilere Verilen Devlet Desteğini Yeterli Bulma ile Ekonomide Kadın Girişimci Görmek İsteme Arasındaki İlişki**

			Ekonomide kadın girişimci görmek ister misiniz?		Toplam
			<i>Evet</i>	<i>Hayır</i>	
<b>Kadın girişimcilere verilen devlet desteği yeterli midir?</b>	<i>Evet</i>	Gözlenen Değer	62	14	76
		Beklenen Değer	65,0	11,0	76,0
		Yüzde	81,6%	18,4%	100,0%
	<i>Hayır</i>	Gözlenen Değer	56	6	62
		Beklenen Değer	53,0	9,0	62,0
		Yüzde	90,3%	9,7%	100,0%
	<i>Toplam</i>	Gözlenen Değer	118	20	138
		Beklenen Değer	118,0	20,0	138,0
		Yüzde	85,5%	14,5%	100,0%
<i>Pearson Chi-Square:2,106; df:1; sig: 0,147</i>					

Tablo 34’de görüleceği üzere iş kadın girişimcilere verilen devlet desteğini yeterli bulma ile ekonomide kadın girişimci görmek isteme arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişkiye rastlanmamıştır,  $\chi^2 (1) = 2.106$ ,  $p > .05$ . Dolayısıyla “H3 Kadın girişimcilere verilen devlet desteğini yeterli bulmakla ekonomide kadın girişimci görme isteği arasında anlamlı bir ilişki vardır” **reddedilmiştir.**

### 3.8.4. Eşinin iş kurmasına yönelik sergileyeceği tavır ile işyerinde kadın sayısı arasındaki ilişki

Girişimcinin, eşinin iş kurmasına yönelik sergileyeceği tavır ile işyerinde çalışan kadın sayısı arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki olduğuna yönelik hipotez Pearson Ki-Kare yöntemi ile sınanmıştır. Beklenen değeri beşten küçük hücre sayısı toplam hücre sayısının yüzde yirmisinden fazla olduğundan, iş kurmaya yönelik sergilenecek tavır “engellerim” ve “desteklerim” şeklinde yeniden gruplandırılmıştır. Bu haliyle beklenen değeri 5’ten küçük hiçbir hücre olmadığından yapılan analiz istatistiki açıdan daha sağlam sonuçlar üretebilecektir.

**Tablo 35: Girişimcinin Eşinin İş Kurmasına Yönelik Sergileyeceği Tavır ile İşyerinde Çalışan Kadın Sayısı Arasındaki İlişki**

			Eşiniz kendi işini kurmak isterse ne yaparsınız?		Toplam
			Engellerim	Desteklerim	
Çalışan Kadın Sayısı	0-4	Gözlenen Değer	21	74	89
		Beklenen Değer	22,7	72,3	89,0
		Yüzde	61,8%	84,3%	100,0%
	5-10	Gözlenen Değer	5	19	22
		Beklenen Değer	5,7	18,3	22,0
		Yüzde	14,7%	72,7%	100,0%
	10 üstü	Gözlenen Değer	8	15	23
		Beklenen Değer	5,5	17,5	23,0
		Yüzde	23,5%	73,9%	100,0%
	Toplam	Gözlenen Değer	34	108	134
		Beklenen Değer	34	108,0	134,0
		Yüzde	100%	80,6%	100,0%

*Pearson Chi-Square:1,788; df:2; sig: 0,409*

Tablo 35’de görüleceği üzere girişimcinin eşinin iş kurmasına yönelik sergileyeceği tavır ile işyerinde çalışan kadın sayısı arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişkiye rastlanmamıştır,  $\chi^2(2) = 1.788, p > .05$ . Dolayısıyla H4 “Girişimcinin eşinin iş kurmasına

yönelik sergileyeceği tavır ile işyerinde çalışan kadın sayısı arasında anlamlı bir ilişki vardır” reddedilmiştir.

### 3.8.5. Kadın Girişimcilerin Duygusal Karar Verdiğinin Düşünülmesi ile İşyerinde Çalışan Kadın Sayısı Arasındaki İlişki

Kadın girişimcilerin duygusal karar verdiğinin düşünülmesi ile işyerinde çalışan kadın sayısı arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki olduğuna yönelik hipotez Pearson Ki-Kare yöntemi ile sınanmıştır. Tüm hücreler doludur ve hiçbir hücre 5 veya 5’in altında bir değer almamıştır.

**Tablo 36: Kadın Girişimcilerin Duygusal Karar Verdiğinin Düşünülmesi ile İşyerinde Çalışan Kadın Sayısı Arasındaki İlişki**

			Kadın girişimciler duygusal/sezgisel kararlar verirler		Toplam
			<i>Evet</i>	<i>Hayır</i>	
Çalışan Kadın Sayısı	0-4	Gözlenen Değer	80	15	95
		Beklenen Değer	73,7	21,3	95,0
		Yüzde	84,2%	15,8%	100,0%
	5-10	Gözlenen Değer	16	9	25
		Beklenen Değer	19,4	5,6	25,0
		Yüzde	64,0%	36,0%	100,0%
	10 üstü	Gözlenen Değer	15	8	23
		Beklenen Değer	17,9	5,1	23,0
		Yüzde	65,2%	34,8%	100,0%
	Toplam	Gözlenen Değer	111	32	143
		Beklenen Değer	111,0	32,0	143,0
		Yüzde	77,6%	22,4%	100,0%

*Pearson Chi-Square:7,082; df:2; sig: 0,029; Cramer's V: 0,223; sig: 0,029*

Tablo 36’da görüleceği üzere çalışan kadın sayısı ve kadın girişimcilerin duygusal karar verdiğinin düşünülmesi arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki vardır,  $\chi^2 (2) = 7.082, p < .05$ . Cramer’s V katsayısı iki nominal değişken arasındaki bu ilişkinin şiddeti ve yönü hakkında fikir verebilir. Buna göre iki değişken arasında 0.22’lik pozitif bir ilişki



mevcuttur. Tablo 37 incelenecek olursa çalışan kadın sayısı arttıkça kadınların duygusal/sezgisel karar verdiklerine yönelik inanç azalmaktadır. Dolayısıyla “H5 Kadın girişimcilerin duygusal karar verdiğini düşünülmesi ile işyerinde çalışan kadın sayısı arasında anlamlı bir ilişki vardır.” hipotezi **kabul edilmiştir.**

### 3.8.6. Girişimcilerin Kadın Girişimcilerin Bilgisine Güvenmesi ile Eğitim Durumu Arasındaki İlişki

Girişimcilerin kadın girişimcilerin bilgisine güvenmesi ile eğitim durumu arasında anlamlı bir ilişki olduğuna dair hipotez Pearson Ki-Kare yöntemi ile sınanmıştır. Tüm hücreler doludur ve hiçbir hücre 5 veya 5’in altında bir değer almamıştır.

**Tablo 37: Girişimcilerin kadın girişimcilerin bilgisine güvenmesi ile eğitim durumu arasındaki ilişki**

		Eğitim Durumu			Toplam
		İlk ve Orta Öğr.	Lisans ve Lisan üstü		
<b>Kadın Girişimcilerin Bilgisine Güveniyor musunuz?</b>	<b>Evet</b>	Gözlenen Değer	15	81	96
		Beklenen Değer	18,6	77,4	96,0
		Yüzde	15,6%	84,4%	100,0%
	<b>Hayır</b>	Gözlenen Değer	11	27	38
		Beklenen Değer	7,4	30,6	38,0
		Yüzde	28,9%	71,1%	100,0%
	<b>Toplam</b>	Gözlenen Değer	26	108	134
		Beklenen Değer	26,0	108,0	134,0
		Yüzde	19,4%	80,6%	100,0%
<i>Pearson Chi-Square:3,090; df:1; sig: 0,079</i>					

Tablo 37’de görüleceği üzere girişimcilerin kadın girişimcilerin bilgisine güvenmesi ile eğitim durumu arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir,  $\chi^2 (1) = 3.090, p > .05$ . Dolayısıyla “H6 Girişimcilerin kadın girişimcilerin bilgisine güvenmesi ile eğitim durumu arasında anlamlı bir ilişki vardır” hipotezi **reddedilmiştir.**

### 3.8.7. Kadınların Girişimci Olmadan Önce Tecrübe Sahibi Olmaları Gerektiğini Düşünmek ile Ekonomide Kadın Girişimci Görmek İsteme Arasındaki İlişki

Kadınların girişimci olmadan önce tecrübe sahibi olmaları gerektiğini düşünmek ile ekonomide kadın girişimci görmek isteme arasında anlamlı bir ilişki olduğuna dair hipotez Pearson Ki-Kare yöntemi ile sınanmıştır. Tüm hücreler doludur ve hiçbir hücre 5 veya 5'in altında bir değer almamıştır.

**Tablo 38: Kadınların girişimci olmadan önce tecrübe sahibi olmaları gerektiğini düşünmek ile ekonomide kadın girişimci görmek isteme arasındaki ilişki**

			Ekonomide kadın girişimci görmek ister misiniz?		Toplam
			<i>Evet.</i>	<i>Hayır</i>	
Kadın Girişimci olmadan önce tecrübe sahibi olmalı mıdır?	<i>Evet</i>	Gözlenen Değer	90	17	107
		Beklenen Değer	90,1	16,9	107,0
		Yüzde	84,1%	15,9%	100,0%
	<i>Hayır</i>	Gözlenen Değer	27	5	32
		Beklenen Değer	26,9	5,1	32,0
		Yüzde	84,4%	15,6%	100,0%
	<i>Toplam</i>	Gözlenen Değer	117	22	139
		Beklenen Değer	117,0	22,0	139,0
		Yüzde	84,2%	15,8%	100,0%

*Pearson Chi-Square:0,001; df:1; sig: 0,971*

Tablo 38'de görüleceği üzere girişimcilerin kadın girişimcilerin bilgisine güvenmesi ile eğitim durumu arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir,  $\chi^2 (1) = 0.001, p > .05$ . Dolayısıyla "H7 Kadınların girişimci olmadan önce tecrübe sahibi olmaları gerektiğini düşünmek ile ekonomide kadın girişimci görmek isteme arasında anlamlı bir ilişki vardır" hipotezi **reddedilmiştir**.

### 3.8.8. Girişimci Olabilmek İçin Gereken En Önemli Özellik İle Girişimcinin İşini Nasıl Kurduğu Arasındaki İlişki

Girişimciliğin doğuştan gelen bir yetenek mi yoksa sonradan da edinilebilen bir meziyet mi olduğu ile girişimcinin işini kurma biçimi arasında anlamlı bir ilişki olduğuna

dair hipotez Pearson Ki-Kare yöntemi ile sınanmıştır. Tüm hücreler doludur ve hiçbir hücre 5 veya 5'in altında bir değer almamıştır.

**Tablo 39: Girişimciliğin doğuştan gelen bir yetenek mi yoksa sonradan da edinilebilen bir meziyet mi olduğu ile girişimcinin işini kurma biçimi arasındaki ilişki**

			İş kurma biçimi		Toplam
			Sıfırdan Kurdum	Devraldım	
Girişimci doğulur mu olunur mu?	Girişimci doğulur	Gözlenen Değer	30	17	47
		Beklenen Değer	31,0	16,0	47,0
		Yüzde	63,8%	36,2%	100,0%
	Eğitimle sonradan kazanılabilir	Gözlenen Değer	61	30	91
		Beklenen Değer	60,0	31,0	91,0
		Yüzde	67,0%	33,0%	100,0%
	Toplam	Gözlenen Değer	91	47	138
		Beklenen Değer	91,0	47,0	138,0
		Yüzde	65,9%	34,1%	100,0%
<i>Pearson Chi-Square:0,142; df:1; sig: 0,707</i>					

Girişimciliğin doğuştan gelen bir yetenek mi yoksa sonradan da edinilebilen bir meziyet mi olduğu ile girişimcinin işini kurma biçimi arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir,  $\chi^2 (1) = 0.142, p > .05$ . Dolayısıyla “H8 Girişimci olabilmek için gereken en önemli özellik ile girişimcinin isini nasıl kurduğu arasındaki anlamlı bir ilişki vardır” hipotezi **reddedilmiştir**.

### 3.8.9. Erkek Girişimcilerin Yaşları ile Kadınlar Girişimcilere Verilen Devlet Desteğini Yeterli Bulma Arasındaki İlişki

Erkek girişimcilerin yaşları ile kadınlar girişimcilere verilen devlet desteğini yeterli bulma arasında anlamlı bir ilişki olduğuna dair hipotez Pearson Ki-Kare yöntemi ile sınanmıştır. Tüm hücreler doludur ve hiçbir hücre 5 veya 5'in altında bir değer almamıştır.

**Tablo 40: Erkek Girişimcilerin Yaşları ile Kadınlar Girişimcilere Verilen Devlet Desteğini Yeterli Bulma Arasındaki İlişki**

			Kadın girişimcilere verilen devlet desteği yeterli midir?		Toplam
			<i>Evet</i>	<i>Hayır</i>	
Yaş	18-30	Gözlenen Değer	14	26	40
		Beklenen Değer	22,2	17,8	40,0
		Yüzde	35,0%	65,0%	100,0%
	31-40	Gözlenen Değer	24	8	32
		Beklenen Değer	17,7	14,3	32,0
		Yüzde	75,0%	25,0%	100,0%
	41-50	Gözlenen Değer	23	16	39
		Beklenen Değer	21,6	17,4	39,0
		Yüzde	59,0%	41,0%	100,0%
	50 üstü	Gözlenen Değer	16	12	28
		Beklenen Değer	15,5	12,5	28,0
		Yüzde	57,1%	42,9%	100,0%
	Toplam	Gözlenen Değer	77	62	139
		Beklenen Değer	77,0	62,0	139,0
		Yüzde	55,4%	44,6%	100,0%
<i>Pearson Chi-Square:11,948; df:3; sig: 0,008; Cramer's V: 0,293; sig: 0,008</i>					

Tablo 40'dan görüleceği üzere erkek girişimcilerin yaşları ile kadınlar girişimcilere verilen devlet desteğini yeterli bulma arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir,  $\chi^2 = 11.948 (3)$ ,  $p < .01$ . Cramer's V katsayısından bu ilişkinin 0.29'luk bir kuvvete sahip olduğu söylenebilir. Özellikle 18-30 yaş grubu ile diğer yaş grupları arasında kadın girişimcilere verilen devlet desteğini yeterli bulup bulmama hususunda bir fikir ayrılığı göze çarpmaktadır. 18-30 yaş grubundaki erkek girişimcilerin büyük çoğunluğu (%65'i) kadınlara girişimcilere verilen devlet desteğini yeterli bulmamakta, sadece %35'lik bir kısım devlet desteğini yeterli bulmaktadır. Fakat diğer yaş gruplarında çoğunluk kadın girişimcilere verilen devlet desteğini yeterli

bulmaktadır. Dolayısıyla “H9a Erkek girişimcilerin yaşları ile kadınlar girişimcilere verilen devlet desteğini yeterli bulma arasında anlamlı bir ilişki vardır” hipotezi **kabul edilmiştir**.

### 3.8.10. Erkek Girişimcilerin Yaşları ile Kadınların Girişimci Olmadan Önce Tecrübe Sahibi Olması Gerektiğini Düşünme Arasındaki İlişki

Erkek girişimcilerin yaşları ile kadınların girişimci olmadan önce tecrübe sahibi olması gerektiğini düşünme arasında anlamlı bir ilişki olduğuna dair hipotez Pearson Ki-Kare yöntemi ile sınanmıştır. Tüm hücreler doludur ve hiçbir hücre 5 veya 5'in altında bir değer almamıştır.

**Tablo 41: Erkek Girişimcilerin Yaşları ile Kadınların Girişimci Olmadan Önce Tecrübe Sahibi Olması Gerektiğini Düşünme Arasındaki İlişki**

			Kadınlar girişimci olmadan önce tecrübe sahibi olmalıdır		Toplam
			<i>Evet</i>	<i>Hayır</i>	
Yaş	18-30	Gözlenen Değer	23	15	38
		Beklenen Değer	29,3	8,7	38,0
		Yüzde	60,5%	39,5%	100,0%
	31-40	Gözlenen Değer	27	7	34
		Beklenen Değer	26,2	7,8	34,0
		Yüzde	79,4%	20,6%	100,0%
	41-50	Gözlenen Değer	31	8	39
		Beklenen Değer	30,1	8,9	39,0
		Yüzde	79,5%	20,5%	100,0%
	50 üstü	Gözlenen Değer	27	2	29
		Beklenen Değer	22,4	6,6	29,0
		Yüzde	93,1%	6,9%	100,0%
	Toplam	Gözlenen Değer	108	32	140
		Beklenen Değer	108,0	32,0	140,0
		Yüzde	77,1%	22,9%	100,0%

*Pearson Chi-Square:10,361; df:3; sig: 0,016; Cramer's V: 0,272; sig: 0,016*

Tablo 41'den görüleceği üzere erkek girişimcilerin yaşları kadınların girişimci olmadan önce tecrübe sahibi olması gerektiğini düşünmesi arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir,  $\chi^2 = 10.361 (3)$ ,  $p < .05$ . Cramer's V katsayısından bu

ilişkinin 0.27 kuvvetinde pozitif bir ilişki olduğu söylenebilir. Tablo incelendiğinde görülmektedir ki erkek girişimciler genel bir kanaat olarak kadın girişimcilerin girişimlerinden önce tecrübe sahibi olmaları gerektiğini düşünmektedir. Fakat yaş ilerledikçe bu kanaatin daha da şiddetlendiği göze çarpmaktadır. Dolayısıyla “H9b Erkek girişimcilerin yaşları ile kadınların girişimci olmadan önce tecrübe sahibi olması gerektiğini düşünme arasında anlamlı bir ilişki vardır” hipotezi  **kabul edilmiştir.**

### 3.8.10. Erkek Girişimcilerin Yaşları ile Kadın Girişimcilerin Türkiye Ekonomisine Katkı Sağladığını Düşünme Arasındaki İlişki

Erkek girişimcilerin yaşları ile kadınlar girişimcilerin Türkiye ekonomisine katkı sağladığını düşünme arasında anlamlı bir ilişki olduğuna dair hipotez Pearson Ki-Kare yöntemi ile sınanmıştır. Tüm hücreler doludur ve hiçbir hücre 5 veya 5'in altında bir değer almamıştır.

**Tablo 42: Erkek girişimcilerin yaşları ile kadınlar girişimcilerin Türkiye ekonomisine katkı sağladığını düşünme arasındaki ilişki**

			Kadın girişimciler Türkiye ekonomisine katkı sağlamaktadır.		Toplam
			<i>Evet</i>	<i>Hayır</i>	
Yaş	18-30	Gözlenen Değer	35	5	40
		Beklenen Değer	33,4	6,6	40,0
		Yüzde	87,5%	12,5%	100,0%
	31-40	Gözlenen Değer	22	12	34
		Beklenen Değer	28,4	5,6	34,0
		Yüzde	64,7%	35,3%	100,0%
	41-50	Gözlenen Değer	36	4	40
		Beklenen Değer	33,4	6,6	40,0
		Yüzde	90,0%	10,0%	100,0%
	50 üstü	Gözlenen Değer	28	3	31
		Beklenen Değer	25,9	5,1	31,0
		Yüzde	90,3%	9,7%	100,0%
	Toplam	Gözlenen Değer	121	24	145
		Beklenen Değer	121,0	24,0	145,0

		Yüzde	83,4%	16,6%	100,0%
<i>Pearson Chi-Square:11,476; df:3; sig: 0,01; Cramer's V: 0,281; sig: 0,008</i>					

Tablo 42'den görüleceği üzere erkek girişimcilerin yaşları ile kadın girişimcilerin Türkiye ekonomisine katkı sağladığını düşünme arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir,  $\chi^2 = 11.476 (3)$ ,  $p < .05$ . Cramer's V katsayısından bu ilişkinin 0.28 kuvvetinde pozitif bir ilişki olduğu söylenebilir. Tablo incelendiğinde görülmektedir ki erkek girişimciler genel bir kanaat olarak kadın girişimcilerin Türkiye ekonomisine katkı sağladığını düşünmektedir. Yalnızca 31-40 yaş grubu girişimcilerde bu kanaat diğer yaş guruplarına göre görece şiddetini kaybetmekte, kadın girişimcilerin ülke ekonomisine katkı sağlamadığını düşünenlerin oranı diğer yaş guruplarına nispeten artmaktadır. Dolayısıyla "H9c Erkek girişimcilerin yaşları ile kadın girişimcilerin Türkiye ekonomisine katkı sağladığını düşünme arasında anlamlı bir ilişki vardır" hipotezi **kabul edilmiştir**.

### 3.8.11. Erkek Girişimcilerin Yaşları ile Kadınlar Girişimcilerin Konya Ekonomisine Katkı Sağladığını Düşünme Arasında Anlamlı Bir İlişki Vardır

Erkek girişimcilerin yaşları ile kadınlar girişimcilerin Konya ekonomisine katkı sağladığını düşünme arasında anlamlı bir ilişki olduğuna dair hipotez Pearson Ki-Kare yöntemi ile sınanmıştır. Tüm hücreler doludur ve hiçbir hücre 5 veya 5'in altında bir değer almamıştır.

**Tablo 43: Erkek girişimcilerin yaşları ile kadınlar girişimcilerin Konya ekonomisine katkı sağladığını düşünme arasındaki ilişki**

			Kadın girişimciler Konya ekonomisine katkı sağlamaktadır.		Toplam
			<i>Evet</i>	<i>Hayır</i>	
Yaş	18-30	Gözlenen Değer	22	18	40
		Beklenen Değer	27,1	12,9	40,0
		Yüzde	55,0%	45,0%	100,0%
	31-40	Gözlenen Değer	22	12	34
		Beklenen Değer	23,1	10,9	34,0
		Yüzde	64,7%	35,3%	100,0%

	<b>41-50</b>	Gözlenen Değer	29	10	39
		Beklenen Değer	26,5	12,5	39,0
		Yüzde	74,4%	25,6%	100,0%
	<b>50 üstü</b>	Gözlenen Değer	24	6	30
		Beklenen Değer	20,3	9,7	30,0
		Yüzde	80,0%	20,0%	100,0%
	<b>Toplam</b>	Gözlenen Değer	97	46	143
		Beklenen Değer	97,0	46,0	143,0
		Yüzde	67,8%	32,2%	100,0%
<b>Pearson Chi-Square:5,968; df:3; sig: 0,113</b>					

Tablo 43’den görüleceği üzere erkek girişimcilerin yaşları ile kadın girişimcilerin Konya ekonomisine katkı sağladığını düşünme arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir,  $\chi^2 = 5.968 (3), p > .05$ . Dolayısıyla “H9d Erkek girişimcilerin yaşları ile kadın girişimcilerin Konya ekonomisine katkı sağladığını düşünme arasında anlamlı bir ilişki vardır” hipotezi **reddedilmiştir**.

### 3.8.12. Erkek Girişimcilerin Yaşları ile Eşlerinin Kendi İşlerini Kurmalarını Destekleme Durumları Arasındaki İlişki

Erkek girişimcilerin yaşları ile eşlerinin kendi işlerini kurmalarını destekleme durumları arasında anlamlı bir ilişki olduğuna dair hipotez Pearson Ki-Kare yöntemi ile sınanmıştır. Tüm hücreler doludur ve hiçbir hücre 5 veya 5’in altında bir değer almamıştır.

**Tablo 43: Erkek Girişimcilerin Yaşları ile Eşlerinin Kendi İşlerini Kurmalarını Destekleme Durumları Arasındaki İlişki**

		Eşimin Kendi İşlerini Kurmalarını Destekleme Durumları		Toplam	
		Engellerim	Desteklerim		
Yaş	<b>18-30</b>	Gözlenen Değer	5	35	40
		Beklenen Değer	9,6	30,4	40,0
		Yüzde	12,5%	87,5%	100,0%
	<b>31-40</b>	Gözlenen Değer	11	23	34
		Beklenen Değer	8,1	25,9	34,0



		Yüzde	32,4%	67,6%	100,0%
	<b>41-50</b>	Gözlenen Değer	12	26	38
		Beklenen Değer	9,1	28,9	38,0
		Yüzde	31,6%	68,4%	100,0%
	<b>50 üstü</b>	Gözlenen Değer	6	24	30
		Beklenen Değer	7,2	22,8	30,0
		Yüzde	20,0%	80,0%	100,0%
	<b>Toplam</b>	Gözlenen Değer	34	108	142
		Beklenen Değer	34,0	108,0	142,0
		Yüzde	23,9%	76,1%	100,0%
<b>Pearson Chi-Square:5,669; df:3; sig: 0,129</b>					

Tablo 44'ten görüleceği üzere erkek girişimcilerin yaşları ile eşlerinin kendi işlerini kurmalarını destekleme durumları arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir,  $\chi^2 = 5.669 (3), p > .05$ . Dolayısıyla “H9e Erkek girişimcilerin yaşları ile eşlerinin kendi işlerini kurmalarını destekleme durumları arasında anlamlı bir ilişki vardır” hipotezi **reddedilmiştir**.

### 3.8.13. Erkek Girişimcilerin Yaşları ile Kadınlar Girişimcilerin Bilgisine Olan Güven ile Arasındaki İlişki

Erkek girişimcilerin yaşları ile kadınlar girişimcilerin bilgisine olan güven ile arasında anlamlı bir ilişki olduğuna dair hipotez Pearson Ki-Kare yöntemi ile sınanmıştır. Tüm hücreler doludur ve hiçbir hücre 5 veya 5'in altında bir değer almamıştır.

**Tablo 44: Erkek Girişimcilerin Yaşları ile Kadın Girişimcilerin Bilgisine Duydukları Güven Arasındaki İlişki**

		Kadın Girişimcilerin Bilgisine Güvenir misiniz?		Toplam	
		<i>Evet</i>	<i>Hayır</i>		
<b>Yaş</b>	<b>18-30</b>	Gözlenen Değer	36	4	40
		Beklenen Değer	29,0	11,0	40,0
		Yüzde	90,0%	10,0%	100,0%

	<b>31-40</b>	Gözlenen Değer	20	14	34
		Beklenen Değer	24,6	9,4	34,0
		Yüzde	58,8%	41,2%	100,0%
	<b>41-50</b>	Gözlenen Değer	27	13	40
		Beklenen Değer	29,0	11,0	40,0
		Yüzde	67,5%	32,5%	100,0%
	<b>50 üstü</b>	Gözlenen Değer	22	9	31
		Beklenen Değer	22,4	8,6	31,0
		Yüzde	71,0%	29,0%	100,0%
	<b>Toplam</b>	Gözlenen Değer	105	40	145
		Beklenen Değer	105,0	40,0	145,0
		Yüzde	72,4%	27,6%	100,0%
<i>Pearson Chi-Square:9,852; df:3; sig: 0,02; Cramer's V: 0,261, sig: 0,02</i>					

Tablo 44'ten görüleceği üzere erkek girişimcilerin yaşları ile kadın girişimcilerin bilgilerine güvenme durumu arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir,  $\chi^2 = 9.852 (3)$ ,  $p < .05$ . Cramer's V katsayısından bu ilişkinin 0.26 kuvvetinde bir ilişki olduğu söylenebilir. Tablo incelendiğinde görülmektedir ki erkek girişimciler genel bir kanaat olarak kadın girişimcilerin bilgisine güvenmektedir. Kadın girişimcilerin bilgisine en çok güvenen yaş gurubu olarak 18-30 yaş grubu ön plana çıkmaktadır. Diğer yaş gruplarında bu güven nispeten düşmekte fakat kadın girişimcilerin bilgisine güvenenlerin oranı yüzde ellinin altına hiç düşmemektedir. Kadın girişimcilerin bilgisine güven noktasında en kötümser tutumu ise 31-40 yaş grubundaki girişimciler ortaya koymaktadır. Dolayısıyla "H9f Erkek girişimcilerin yaşları ile kadınlar girişimcilerin bilgisine olan güven ile arasında anlamlı bir ilişki vardır" hipotezi **kabul edilmiştir**.

#### **3.8.14. Erkek Girişimcilerin Yaşları ile Kadın Girişimcileri Başarılı Bulmak Arasındaki İlişki**

Erkek girişimcilerin yaşları ile kadınlar girişimcileri başarılı bulma arasında anlamlı bir ilişki olduğuna dair hipotez Pearson Ki-Kare yöntemi ile sınanmıştır. Tüm hücreler doludur ve hiçbir hücre 5 veya 5'in altında bir değer almamıştır.

**Tablo 45: Erkek Girişimcilerin Yaşları ile Çevresindeki Kadın Girişimcileri Başarılı Bulma Arasındaki İlişki**

			Kadın Girişimcileri Başarılı Bulm musunuz?		Toplam
			<i>Evet</i>	<i>Hayır</i>	
Yaş	18-30	Gözlenen Değer	32	8	40
		Beklenen Değer	28,1	11,9	40,0
		Yüzde	80,0%	20,0%	100,0%
	31-40	Gözlenen Değer	22	12	34
		Beklenen Değer	23,8	10,2	34,0
		Yüzde	64,7%	35,3%	100,0%
	41-50	Gözlenen Değer	27	13	40
		Beklenen Değer	28,1	11,9	40,0
		Yüzde	67,5%	32,5%	100,0%
	50 üstü	Gözlenen Değer	20	10	30
		Beklenen Değer	21,0	9,0	30,0
		Yüzde	66,7%	33,3%	100,0%
	Toplam	Gözlenen Değer	101	43	144
		Beklenen Değer	101,0	43,0	144,0
		Yüzde	70,1%	29,9%	100,0%

*Pearson Chi-Square:2,642; df:3; sig: 0,450*

Tablo 45'ten görüleceği üzere erkek girişimcilerin yaşları ile çevresindeki kadın girişimcileri başarılı bulma arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir,  $x^2 = 5.669 (3)$ ,  $p > .05$ . Dolayısıyla “H9g Erkek girişimcilerin yaşları ile eşlerinin kendi işlerini kurmalarını destekleme durumları arasında anlamlı bir ilişki vardır” hipotezi **reddedilmiştir**.

### 3.8.15. Erkek Girişimcilerin Eğitim Durumları ile Kadın Girişimcilere Verilen Devlet Desteğini Yeterli Bulma Arasındaki İlişki

Erkek girişimcilerin eğitim durumları ile kadınlar girişimcilere verilen devlet desteğini yeterli bulma arasında anlamlı bir ilişki olduğuna dair hipotez Pearson Ki-Kare

yöntemi ile sınanmıştır. Tüm hücreler doludur ve hiçbir hücre 5 veya 5'in altında bir değer almamıştır.

**Tablo 46: Eğitim Durumu ve Kadın Girişimcilere Verilen Devlet Desteğini Yeterli Bulma Arasındaki İlişki**

			Kadın girişimcilere verilen devlet desteği yeterli midir?		Toplam
			<i>Evet.</i>	<i>Hayır</i>	
<b>Eğitim Durumu</b>	<i>İlk ve orta öğretim</i>	Gözlenen Değer	17	7	24
		Beklenen Değer	13,3	10,7	24,0
		Yüzde	70,8%	29,2%	100,0%
	<i>Ön lisans, lisans ve lisans üstü</i>	Gözlenen Değer	54	50	104
		Beklenen Değer	57,7	46,3	104,0
		Yüzde	51,9%	48,1%	100,0%
	<i>Toplam</i>	Gözlenen Değer	71	57	128
		Beklenen Değer	71,0	57,0	128,0
		Yüzde	55,5%	44,5%	100,0%
<i>Pearson Chi-Square:2,823; df:1; sig: 0,09</i>					

Tablo 46'den de görüleceği üzere erkek girişimcilerin eğitim durumları ile çevresindeki kadın girişimcileri başarılı bulma arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir,  $\chi^2 = 2.823 (1), p > .05$ . Dolayısıyla "H10.a: Erkek girişimcilerin eğitim durumları ile kadınlar girişimcilere verilen devlet desteğini yeterli bulma arasında anlamlı bir ilişki vardır" hipotezi **reddedilmiştir**.

### 3.8.16. Erkek Girişimcilerin Eğitim Durumları ile Kadın Girişimcilerin Girişimlerinden Önce Tecrübe Sahibi Olması Gerektiğini Düşünme Arasındaki İlişki

Erkek girişimcilerin eğitim durumları ile kadın girişimcilere verilen devlet desteğini yeterli bulma arasında anlamlı bir ilişki olduğuna dair hipotez Pearson Ki-Kare yöntemi ile sınanmıştır. Tüm hücreler doludur ve hiçbir hücre 5 veya 5'in altında bir değer almamıştır.

**Tablo 47: Eğitim durumu ve kadın girişimcilerin girişimlerinden önce tecrübe sahibi olması gerektiğini düşünme arasındaki ilişki**

			Kadınlar girişimci olmadan önce tecrübe sahibi olmalı mıdır?		Toplam
			<i>Evet.</i>	<i>Hayır</i>	
<b>Eğitim Durumu</b>	<i>İlk ve orta öğretim</i>	Gözlenen Değer	22	3	25
		Beklenen Değer	19,6	5,4	25,0
		Yüzde	88,0%	12,0%	100,0%
	<i>Ön lisans, lisans ve lisans üstü</i>	Gözlenen Değer	79	25	104
		Beklenen Değer	81,4	22,6	104,0
		Yüzde	76,0%	24,0%	100,0%
	<i>Toplam</i>	Gözlenen Değer	101	28	129
		Beklenen Değer	101,0	28,0	129,0
		Yüzde	78,3%	21,7%	100,0%

*Pearson Chi-Square:1,719; df:1; sig: 0,190*

Tablo 47’den görüleceği üzere erkek girişimcilerin eğitim durumları ile kadın girişimcilerin girişimlerinden önce tecrübe sahibi olması gerektiğini düşünme arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir,  $\chi^2 = 1.719 (1), p > .05$ . Dolayısıyla “H10.b Erkek girişimcilerin eğitim durumları ile kadınlar girişimcilere verilen devlet desteğini yeterli bulma arasında anlamlı bir ilişki vardır” hipotezi **reddedilmiştir**.

### **3.8.17 Erkek Girişimcilerin Eğitim Durumları İle Kadın Girişimcilerin Türkiye Ekonomisine Katkı Sağladığını Düşünme Arasındaki İlişki**

Erkek girişimcilerin eğitim durumları ile kadın girişimcilerin Türkiye ekonomisine katkı sağladığını düşünme arasında anlamlı bir ilişki olduğuna dair hipotez Pearson Ki-Kare yöntemi ile sınanmıştır. Tüm hücreler doludur ve hiçbir hücre 5 veya 5’in altında bir değer almamıştır.

**Tablo 48: Erkek girişimcilerin eğitim durumları ile kadın girişimcilerin Türkiye ekonomisine katkı sağladığını düşünme arasındaki ilişki**

			Kadın girişimciler Türkiye ekonomisine katkı sağlıyor mu?		Toplam
			Evet	Hayır	
Eğitim Durumu	İlk ve orta öğretim	Gözlenen Değer	18	8	26
		Beklenen Değer	20,8	5,2	26,0
		Yüzde	69,2%	30,8%	100,0%
	Ön lisans, lisans ve lisans üstü	Gözlenen Değer	89	19	108
		Beklenen Değer	86,2	21,8	108,0
		Yüzde	82,4%	17,6%	100,0%
	Toplam	Gözlenen Değer	107	27	134
		Beklenen Değer	107,0	27,0	134,0
		Yüzde	79,9%	20,1%	100,0%

*Pearson Chi-Square:2,261; df:1; sig: 0,133*

Tablo 48’den görüleceği üzere erkek girişimcilerin eğitim durumları ile kadın girişimcilerin Türkiye ekonomisine katkı sağladığını düşünme arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir,  $\chi^2 = 2.261 (1), p > .05$ . Dolayısıyla “H10.c Erkek girişimcilerin eğitim durumları ile kadın girişimcilerin Türkiye ekonomisine katkı sağladığını düşünme arasında anlamlı bir ilişki vardır” hipotezi **reddedilmiştir**.

### **3.8.18 Erkek Girişimcilerin Eğitim Durumları ile Kadınlar Girişimcilerin Konya Ekonomisine Katkı Sağladığını Düşünme Arasındaki İlişki**

Erkek girişimcilerin eğitim durumları ile kadın girişimcilerin Konya ekonomisine katkı sağladığını düşünme arasında anlamlı bir ilişki olduğuna dair hipotez Pearson Ki-Kare yöntemi ile sınanmıştır. Tüm hücreler doludur ve hiçbir hücre 5 veya 5’in altında bir değer almamıştır.

**Tablo 49: Erkek girişimcilerin eğitim durumları ile kadın girişimcilerin Konya ekonomisine katkı sağladığını düşünme arasındaki ilişki**

			Kadın girişimciler Konya ekonomisine katkı sağlıyor mu?		Toplam
			<i>Evet</i>	<i>Hayır</i>	
Eğitim Durumu	<i>İlk ve orta öğretim</i>	Gözlenen Değer	18	8	26
		Beklenen Değer	17,3	8,7	26,0
		Yüzde	69,2%	30,8%	100,0%
	<i>Ön lisans, lisans ve lisans üstü</i>	Gözlenen Değer	70	36	106
		Beklenen Değer	70,7	35,3	106,0
		Yüzde	66,0%	34,0%	100,0%
	<i>Toplam</i>	Gözlenen Değer	18	8	26
		Beklenen Değer	17,3	8,7	26,0
		Yüzde	69,2%	30,8%	100,0%

*Pearson Chi-Square:0,096; df:1; sig: 0,757*

Tablo 49'dan görüleceği üzere erkek girişimcilerin eğitim durumları ile kadın girişimcilerin Konya ekonomisine katkı sağladığını düşünme arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir,  $\chi^2 = 0.096 (1), p > .05$ . Dolayısıyla “H10.d Erkek girişimcilerin eğitim durumları ile kadın girişimcilerin Konya ekonomisine katkı sağladığını düşünme arasında anlamlı bir ilişki vardır” hipotezi **reddedilmiştir**.

### **3.8.18 Erkek Girişimcilerin Eğitim Durumları ile Eşlerinin Kendi İşlerini Kurmalarını Destekleme Durumları Arasındaki İlişki**

Erkek girişimcilerin eğitim durumları ile eşlerinin kendi işlerini kurmalarını destekleme durumları arasında anlamlı bir ilişki olduğuna dair hipotez Pearson Ki-Kare yöntemi ile sınanmıştır. Tüm hücreler doludur ve hiçbir hücre 5 veya 5'in altında bir değer almamıştır.

**Tablo 50: Erkek girişimcilerin eğitim durumları ile eşlerinin kendi işlerini kurmalarını destekleme durumları arasındaki ilişki**

			Eşinizin kendi işini kurmasını destekler misiniz?		Toplam
			Evet	Hayır	
Eğitim Durumu	İlk ve orta öğretim	Gözlenen Değer	9	16	25
		Beklenen Değer	5,9	19,1	25,0
		Yüzde	36,0%	64,0%	100,0%
	Ön lisans, lisans ve lisans üstü	Gözlenen Değer	22	84	106
		Beklenen Değer	25,1	80,9	106,0
		Yüzde	20,8%	79,2%	100,0%
	Toplam	Gözlenen Değer	31	100	131
		Beklenen Değer	31,0	100,0	131,0
		Yüzde	23,7%	76,3%	100,0%

*Pearson Chi-Square:2,603; df:1; sig: 0,107*

Tablo 50’den görüleceği üzere erkek girişimcilerin eğitim durumları ile eşlerinin kendi işlerini kurmalarını destekleme durumları arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir,  $\chi^2 = 2.603 (1), p > .05$ . Dolayısıyla H10e “Erkek girişimcilerin eğitim durumları ile eşlerinin kendi işlerini kurmalarını destekleme durumları arasında anlamlı bir ilişki vardır” hipotezi **reddedilmiştir**.

### 3.8.19 Erkek Girişimcilerin Eğitim Durumları ile Kadın Girişimcilerin Bilgisine Olan Güven Arasındaki İlişki

Erkek girişimcilerin eğitim durumları ile kadın girişimcilerin bilgisine olan güven arasında anlamlı bir ilişki olduğuna dair hipotez Pearson Ki-Kare yöntemi ile sınanmıştır. Tüm hücreler doludur ve hiçbir hücre 5 veya 5’in altında bir değer almamıştır.



**Tablo 51: Erkek girişimcilerin eğitim durumları ile kadın girişimcilerin bilgisine olan güven arasındaki ilişki**

			Kadın Girişimcilerin Bilgisine Güvenir misiniz?		Toplam
			<i>Evet</i>	<i>Hayır</i>	
Eğitim Durumu	<i>İlk ve orta öğretim</i>	Gözlenen Değer	15	11	26
		Beklenen Değer	18,6	7,4	26,0
		Yüzde	57,7%	42,3%	100,0%
	<i>Ön lisans, lisans ve lisans üstü</i>	Gözlenen Değer	81	27	108
		Beklenen Değer	77,4	30,6	108,0
		Yüzde	75,0%	25,0%	100,0%
	<i>Toplam</i>	Gözlenen Değer	96	38	134
		Beklenen Değer	96,0	38,0	134,0
		Yüzde	71,6%	28,4%	100,0%

*Pearson Chi-Square:3,090; df:1; sig: 0,079*

Tablo 51’den görüleceği üzere erkek girişimcilerin eğitim durumları ile kadın girişimcilerin bilgisine olan güven arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir,  $\chi^2 = 3.090$  (1),  $p > .05$ . Dolayısıyla H10f “Erkek girişimcilerin eğitim durumları ile kadın girişimcilerin bilgisine olan güven arasında anlamlı bir ilişki vardır” hipotezi **reddedilmiştir**.

### **3.8.20 Erkek Girişimcilerin Eğitim Durumları ile Kadın Girişimcileri Başarılı Bulmaları Arasındaki İlişki**

Erkek girişimcilerin eğitim durumları ile kadın girişimcileri başarılı bulmaları arasında anlamlı bir ilişki olduğuna dair hipotez Pearson Ki-Kare yöntemi ile sınanmıştır. Tüm hücreler doludur ve hiçbir hücre 5 veya 5’in altında bir değer almamıştır.

**Tablo 52: Erkek girişimcilerin eğitim durumları ile kadın girişimcileri başarılı bulmaları arasındaki ilişki**

			Çevrenizdeki Kadın Girişimcileri Başarılı Buluyor musunuz?		Toplam
			<i>Evet</i>	<i>Hayır</i>	
Eğitim Durumu	<i>İlk ve orta öğretim</i>	Gözlenen Değer	18	7	25
		Beklenen Değer	17,5	7,5	25,0
		Yüzde	72,0%	28,0%	100,0%
	<i>Ön lisans, lisans ve lisans üstü</i>	Gözlenen Değer	75	33	108
		Beklenen Değer	75,5	32,5	108,0
		Yüzde	69,4%	30,6%	100,0%
	<i>Toplam</i>	Gözlenen Değer	93	40	133
		Beklenen Değer	93,0	40,0	133,0
		Yüzde	69,9%	30,1%	100,0%

*Pearson Chi-Square:0,063; df:1; sig: 0,802*

Tablo 52'den görüleceği üzere erkek girişimcilerin eğitim durumları ile çevrelerindeki kadın girişimcileri başarılı bulma arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir,  $\chi^2 = 0.063$  (1),  $p > .05$ . Dolayısıyla “H10.g: Erkek girişimcilerin eğitim durumları ile kadınlar girişimcileri başarılı bulmak arasında anlamlı bir ilişki vardır” hipotezi **reddedilmiştir**.

**Tablo 53: Hipotezler Tablosu**

<b>Hipotezler</b>	<b>Sonuçlar</b>
<b>H1</b> : İşyerinde çalışan kadın sayısı ile işin kurulma biçimi arasında bir ilişki vardır.	Hipotez reddedilmiştir.
<b>H2</b> : Eğitim durumu ile iş yerinde çalışan kadın sayısı arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Hipotez reddedilmiştir.
<b>H3</b> : Kadın girişimcilere verilen devlet desteğini yeterli bulmakla ekonomide kadın girişimci görme isteği arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Hipotez reddedilmiştir.
<b>H4</b> : Eşinin iş kurmasına yönelik sergileyeceği tavır ile işyerinde kadın sayısı arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Hipotez reddedilmiştir.
<b>H5</b> : Kadın girişimcilerin duygusal karar verdiğini düşünülmesi ile işyerinde çalışan kadın sayısı arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Hipotezi kabul edilmiştir.
<b>H6</b> : Girişimcilerin kadın girişimcilerin bilgisine güvenmesi ile eğitim durumu arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Hipotez reddedilmiştir.
<b>H7</b> : Kadınların girişimci olmadan önce tecrübe sahibi olmaları gerektiğini düşünmek ile ekonomide kadın girişimci görmek isteme arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Hipotez reddedilmiştir.
<b>H8</b> : Girişimci olabilmek için gereken en önemli özellik ile girişimcinin isini nasıl kurduğu arasındaki anlamlı bir ilişki vardır	Hipotez reddedilmiştir.
<b>H9</b> : Erkek girişimciler demografik özellikler ile kadın girişimcilere bakış açısı arasında anlamlı bir ilişki vardır.	
<b>H9.a</b> : Erkek girişimcilerin yaşları ile kadınlar girişimcilere verilen devlet destek arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Hipotezi kabul edilmiştir.
<b>H9.b</b> : Erkek girişimcilerin yaşları ile kadınlar girişimcilerin tecrübe sahibi olması arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Hipotezi kabul edilmiştir
<b>H9.c</b> : Erkek girişimcilerin yaşları ile kadınlar girişimcilerin Türkiye ekonomisine sağladığı katkı oranı arasında anlamlı bir ilişki vardır	Hipotezi kabul edilmiştir
<b>H9.d</b> : Erkek girişimcilerin yaşları ile kadınlar girişimcilerin Konya ekonomisine sağladığı katkı oranı arasında anlamlı bir ilişki vardır	Hipotezi reddedilmiştir.
<b>H9.e</b> : Erkek girişimcilerin yaşları ile kadınlar girişimcilerin kendi işini kurması arasında anlamlı bir ilişki vardır	Hipotezi reddedilmiştir.
<b>H9.f</b> : Erkek girişimcilerin yaşları ile kadınlar girişimcilerin bilgisine olan güven ile arasında anlamlı bir ilişki vardır	Hipotezi kabul edilmiştir
<b>H9.g</b> : Erkek girişimcilerin yaşları ile kadınlar girişimcileri başarılı bulmak arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Hipotezi reddedilmiştir.

<b>H10</b> : Erkek girişimcilerin eğitim durumları ile kadın girişimcilere bakış açıları arasında anlamlı bir ilişki vardır.	
<b>H10.a:</b> Erkek girişimcilerin eğitim durumları ile kadınlar girişimcilere verilen devlet destek arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Hipotezi reddedilmiştir.
<b>H10.b:</b> Erkek girişimcilerin eğitim durumları ile kadınlar girişimcilerin tecrübe sahibi olması arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Hipotezi reddedilmiştir.
<b>H10.c:</b> Erkek girişimcilerin eğitim durumları ile kadınlar girişimcilerin Türkiye ekonomisine sağladığı katkı oranı arasında anlamlı bir ilişki vardır	Hipotezi reddedilmiştir.
<b>H10.d:</b> Erkek girişimcilerin eğitim durumları ile kadınlar girişimcilerin Konya ekonomisine sağladığı katkı oranı arasında anlamlı bir ilişki vardır	Hipotezi reddedilmiştir.
<b>H10.e:</b> Erkek girişimcilerin eğitim durumları ile kadınlar girişimcilerin kendi işini kurması arasında anlamlı bir ilişki vardır	Hipotezi reddedilmiştir.
<b>H10.f:</b> Erkek girişimcilerin eğitim durumları ile kadınlar girişimcilerin bilgisine olan güven ile arasında anlamlı bir ilişki vardır	Hipotezi reddedilmiştir.
<b>H10.g:</b> Erkek girişimcilerin eğitim durumları ile kadınlar girişimcileri başarılı bulmak arasında anlamlı bir ilişki vardır	Hipotezi reddedilmiştir.

## SONUÇ ve ÖNERİLER

Gelişen dünyada kadın ve erkek olmak tüm toplumlar için değişen sorumluluklara ve zorluklara neden olmaktadır. Toplumsal bakış açısında cinsiyetin girişimcilik kimliğinde etkili bir faktör olduğu dikkat çekici bir durumdur. Geçmişte kadın ve erkek yerel kültüre bağlı olarak roller edinirken, bugün her ailenin her bireyinin kendi bakış açısına göre rollerinin tanımlanması gündeme gelmektedir. Toplumlarda kadın ve erkek cinsiyeti değil, insan olarak tanımlanan birey düşüncesi önemsenmektedir. Özellikle kadınların iş hayatında aktif rol almaya önem vermeleri; okuyan, çalışmayı seven, mücadele eden kimlikler olarak erkeklerin kadınlara bakış açısında etkili olmaktadır. Her zaman zihinlerde var olan erkek ve kadın profilleri çoğu erkek kimliğinin kadına karşı olumsuz ve yetersizlik, güçsüzlük, değersizlik kavramları ile bütünleştirilen bir biçimde yer almıştır.

Araştırma Konya ilinde bulunan erkek girişimcilerin kadın girişimcilere karşı bakış açısının değerlendirilmesidir. Erkek girişimcilerin sadece cinsiyet faktöründen dolayı kadın girişimcilerin ekonomideki varlığına karşı tutumları analiz edilmiştir. Kadın çalışmaları geçmişten günümüze artan ve daha etkili, özgür, nicelik-nitelik olarak önemli sonuçlar ortaya koymaktadır. Girişimcilik alanında da erkek girişimciler ile ilgili çalışmaların olduğu yapılan literatür taramalarında ortaya çıkmıştır. Fakat erkek girişimci gözü ile kadın girişimciler ilgili çalışmalarının sayısının oldukça az olduğu görülmüştür. Sadece Çifçi ve Uğur (2017) tarafından erkek girişimcilerin perspektifinden kadın girişimciliği üzerine bir çalışma yapılmıştır. Çalışmada toplumsal cinsiyet kalıplarının kadın girişimciliğe etkileri üzerine durulmuştur. ZMET tekniği kullanılarak araştırmaya katılan erkek girişimcilerden kadın girişimcileri betimleyen kolaj yapımları istenmiştir. Sonuç olarak ise cinsiyet kalıplarına bağlanmanın ataerkil toplumsal yapılardan geldiği tespit edilmiştir.

Araştırmada yer alan erkek girişimcilerin demografik olarak özellikleri ele alınmıştır. Demografik özelliklerin erkek girişimcilerde kendi işyerlerinde bulunan veya sektörde bulunan kadın girişimcilere karşı tutumlarındaki farklılık etkisi değerlendirilmiştir. İşyerinde kadınların çalışmasının veya çalışmamasının erkek girişimcilerin eğitim durumuna bağlı değişkenlik göstermiştir.

Erkek girişimcilerin kadın girişimleri ekonomide görmek istedikleri tespit edilmiştir. H3 hipotezinde erkek girişimcilerin kadınlara verilen devlet desteğinin yeterliliği ve ekonomide yer alıp almaması noktasında vermiş oldukları yanıtlar değerlendirildiğinde, çoğunluğun desteğin yeterli olduğunu belirttiği ve kadınların ekonomide yer alması gerektiğini ortaya koydukları sonucuna varılmıştır. Kadın girişimcilerinin ekonomide yer alması fikrine göre, ancak devlet desteklerinin artırılması sonucunda kadınların daha fazla ekonomide yer alması mümkün olacaktır. Ayrıca H9a ve H9c hipotezlerinde de kadınlara verilen devlet desteğinin yeterli olması veya olmaması cevapları girişimcilerin yaşı ile ilişkilendirildiğinde, yaş faktörünün bu husustaki fikri etkilediği ortaya çıkmıştır. Benzer şekilde, kadın girişimcilerin Türkiye ekonomisine katkısının yaş ile ilişkili olduğu sonucuna varılmaktadır.

H4 hipotezinde görüleceği üzere, erkek girişimcilerin eşlerinin kendi işini kurmak istemelerinde girişimcinin işyerinde çalışan kadın sayısının ilişkili olmadığı tespit edilmiştir. Bununla beraber yapılan araştırmada görüleceği üzere, eşinin işini kurmasına destek vereceğini belirtilen erkek girişimcilerin işyerlerinde çalışan kadın sayısı düşüktür.

Erkek girişimcilere göre kadın girişimcilerin karar verirken sezgilerinden etkilendiği H5 hipotezinde analiz edilmiştir. Analize göre hipotez anlamlı çıkmamıştır. Ancak işyerinde çalışan kadın sayısı az olmasına rağmen, girişimcilerin kadınların karar verirken sezgilerinden etkilendiğini belirtmesi tezatlık oluşturmaktadır.

Araştırmaya göre, erkek girişimcilerin eğitim durumlarının kadın girişimcilerin bilgisine güvenmelerini etkilediği, kadın girişimcilerin bilgisine güvenen erkek girişimcilerin eğitim durumunun lisans ve lisansüstü olduğu görülmektedir. H6 hipotezine göre anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

Erkek girişimcilerin işyerinde çalışan kadın sayısının, kadın girişimcilere karşı bakış açısında herhangi bir değişiklik olmadığı gözlemlenmiştir. Erkek girişimcilerin işlerini nasıl kurduklarının ise bakış açısında etkili olduğu tespit edilmiştir. Erkek girişimci iş yerini devir alması (aileden devam vb.) veya sıfırdan kurması, sektörde ve işyerinde bulunan kadın girişimcilere karşı olumlu bir tavır sergilediği analiz edilmiştir.

Araştırmanın sonuçları değerlendirildiğinde bazı öneriler sunulabilir.

Erkek girişimcilere göre kadın girişimcilerin Konya ekonomisine katkı sağladığı tespit edilmiştir. Buna bağlı olarak kadın girişimcilere verilen devlet destekleri arttırılmalıdır. Verilen destekler kadınların girişimci olarak faaliyet göstereceği alana göre kendi içerisinde kategorilere ayrılabilir. Devlet desteklerine ek olarak ülkenin ve şehrin önde gelen sivil toplum kuruluşları da kadınlara verilen destekleri arttırmalı, arttırılması yönünde kamuoyu çağrısında bulunmalıdır.

Kadın girişimcilerin, girişimci olarak faaliyet göstereceği sektöre dair daha öncesinde tecrübe sahibi olması başarısını arttıracaktır. Erkek girişimcilere göre, kadın girişimcilerin ekonomide bulunmasının sektörde kaliteli rekabetin oluşturduğu tespit edilmiştir. Buna bağlı olarak kadınların girişimci olmadan önce tecrübesinin olması Konya ekonomisine olumlu yönde etki edeceği analiz edilmiştir.

Erkek girişimcilerin işyerlerinde bulunan çalışan kadın sayıları arttırılmalıdır. Kadınların erkek girişimcilerin işyerlerinde çalışması, erkeklerin kadınların bilgisine olan güvenini değiştirecektir. İşverenin çalışan sayısına oranla işyerinde engelli personel çalıştırma zorunluluğundan yola çıkılarak, erkek çalışan sayısına oranla kadın personel çalıştırma zorunluluğu getirilebilir. Böylece kadın istihdamı da artacaktır. Ayrıca kadınlar çalışma hayatında bulundukça girişimci ruhuna sahip olmaktadır. Bu ise kadınları girişimci olma hususunda destekleyici bir olanaktır.

Erkekler girişimci olmak için devlet desteği, hibe vb. desteklerden yararlanması halinde, kadınlar ile çalışma hususunda oryantasyon eğitimi almalıdır.

Erkek girişimcilerin kadın girişimcilere bakış açısı başka bir araştırma konusunda yer alması halinde, kadın girişimcilerin mavi yaka ve beyaz yaka çalışanları olarak ayrı değerlendirilmelidir.

Sonuç olarak, erkek girişimcilerin kadın girişimcilere karşı olumsuz bir bakış açısına sahip olmadığı tespit edilmiştir. Kadın girişimcilerin Konya ekonomisine sağladığı katkılara ilişkin erkek girişimcilerin bakış açısının olumlu olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Erkek girişimcilerin, kadın girişimcilere karşı tutumları, eğitimlerinden ziyade yaşlarına göre farklılık göstermiştir. Kadın girişimcilerin ekonomideki varlığı rekabetin kalitesini, sosyal kalkınmayı ve işsizlik sorununa alternatif çözüm olarak görülmektedir.

## KAYNAKÇA

- A.Schumpeter, J. (2004). *The Theory Of Economic Development*. New Brunswick and London: Transaction Publishers.
- Afşar, B., & Doğanalp, B. (2016). *Kadın Girişimciliği*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Afşar, B., Büyükdoğan, B., & Gedik, H. (2014). Uluslararası Pazarlama Hedeflerinin İhracata Etkisi: Kadın Girişimciler Üzerine Bir Çalışma. *QUO Vadis: Sosyal Bilimler-Artvin Çoruh Üniversitesi Hopa Uluslararası Sosyal Bilimler Konferansı*. Artvin.
- Ağca, V., & Kurt, M. (2007). İç girişimcilik ve temel belirleyicileri: Kavramsal bir çerçeve. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 83-112.
- Ağca, D. V., & Yumuşakipek, A. H. (2015). Günümüzde Girişimcilik Trendini Yükselten Güçler. İstanbul: Siyah inci akademi.
- Ajans, T. (2015). Dünya'daki ve ülkemizdeki girişimcilik modellerinin ve desteklerinin araştırılması ve bölgemizdeki uygulanabilirlikleri üzerine bir araştırma. Trakya, Türkiye.
- Akgüner, T. (1979). *Özel Girişim Özgürlüğü ve Yatırım Teşvik Tedbirleri*. İstanbul: Formül Matba.
- Alp, P. D. (2015). Türkiye'de Girişimcilik. *Türkiye'de Girişimcilik*. Ankara, Türkiye: TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi.
- Alptemoçin, A. K. (1993, Temmuz-Ağustos). TOSYÖV Mektubu. *Türkiye'de Girişimcilik*.
- Altın, H., Başar, E., & Doğan, S. (2010). *Meslek Yüksek Okulları için İşletme*. Ankara: Nobel Yayınları.



- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., & Yıldırım, E. (2012). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri (SPSS Uygulamalı)*. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Arıduru, A. (2006). *Fortune Danışmanlık*. 2018 tarihinde <http://fortune.com.tr/girisimciliktemel.asp> adresinden alındı
- Arıkan, C. (2016). Kadın Girişimcilikte Başarı ve Başarıyı Etkileyen Faktörler: Bursa Örneği. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 138-156.
- Arıkan, S. (2004). *Girişimcilik-Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Arslan, K. (2002). Üniversiteli Gençlerde Mesleki Tercihler ve Girişimcilik Eğilimleri. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 1-11.
- Aslan, Ö. (2001). Yeni Ekonomi Özellikleri ve Endüstrileri. *İ.Ü.İktisat Fakültesi*, 300-318.
- Avrupa Birliği Konseyi. (2001, Aralık 12). *Joint Report on Social Inclusion*. 07 1, 2019 tarihinde GEM: [www.gem.org](http://www.gem.org) adresinden alındı
- Ay, P., & Koca, Ö. İ. (2013). Kadın Girişimci Tipleri ve Bunların Gösterdiği Özellikler. D. Kaygın, & D. Güven içinde, *Farklı Boyutlarıyla Kadın Girişimcilik* (s. 65-77). İstanbul: Veritasa akademi.
- Aydın, H. (2015). Meşrutiyet'ten Cumhuriyet'e Türkiye de Kadın. *Current Research in Social Sciences*, s. 84-96.
- Aykan, D. E. (2012). Girişimciliğin Değişen Yüzü: Ekogirişimcilik. s. 195-212.
- Balcı, F. İ. (2011). Girişimciliğe Ekolojik Yaklaşım: Eko-Girişimcilik Teorik Çerçeve. *Nevşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 187-206.
- Bayraktar, D. D. (2008). Girişimcilikte Cinsiyet Faktörü. Sakarya, Türkiye.
- Bedük, D. Ö. (2005). Türkiye'de Çalışan Kadın ve Kadın Girişimciliği. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 106-117.

- Beşer, B. (2018, Kasım 22). *İstanbul İşletme Enstitüsü*. Haziran 25, 2019 tarihinde İstanbul İşletme Enstitüsü: <https://www.iienstitu.com/blog/dijital-girisimcilik-ve-e-ticaret-adresinden-alindi>
- Bingöl, O. (2014). Toplumsal Cinsiyet Olgusu ve Türkiye'de Kadınlık. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 108-114.
- Candan, H. (2011). Osmanlı'dan Günümüze Türk Topraklarında Girişimcilik Serüvenine Dair Bir Değerlendirme. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 157-174.
- Cansız, E. (2007). Üniversite öğrencilerinin girişimcilik özelliklerinin belirlenmesi. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü (Yayınlanmış YL Tezi).
- Coulter, M. (2001). *Entrepreneurship in Action, Small Business 2000*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Çakmak, D. O. (2003). Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi. *Kış Dergisi*, 62-77.
- Çelebi, N. (1993). Kadın Girişimciliğini Özendirme ve Destekleme Konusunda Politikalar. *Kadın Girişimciliğe Özendirme ve Destekleme Paneli Bildiriler ve Tartışmalar*, (s. 35-42). Ankara: Devlet Bakanlığı Kadın ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı KSSG Müdürlüğü.
- Çelik, C. (2015). Eko Girişimcilik. P. T. Koçel içinde, *Girişimcilik: Temel Kavramlar, Girişimcilik Türleri, Girişimcilikte Güncel Konular* (s. 145-146). Mersin, Türkiye: Mersin Üniversitesi.
- Çetindamar, D. D. (2002). Türkiye'de Girişimcilik. *TÜSİAD*, 33.
- Çetindamar, D., Tural, E., Titiz, S., & Taluk, Ş. (2010). Sosyal Dönüşümün Ajanları: Sosyal Girişimciler. *Social Entrepreneurship Conference*. İstanbul: Sabancı Üniversitesi.
- Çetinkaya, A. Ş., & Ay, K. (2017). KOSGEB Girişimcilik Desteklerinin Amacına Ulaşma Düzeyi:Konya İli Araştırması. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 19-34.

- Çokgezen, M. (2010). Türkiye'de Devlet, Girişimcilik ve Yerel Kalkınma. *İstanbul Ticaret Odası*(110), 25.
- Çögürçü, D. İ. (2016). İktisadi Doktrinlerde Geçmişten Günümüze Girişimciliğin Önemi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 65-80.
- Çögürçü, İ. (2006). İktisadi Doktrinlerde Geçmişten Günümüze Girişimciliğin Önemi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü* , 65-80.
- Demirel, E. (2015). Sosyal Girişimcilik. P. T. Koçek içinde, *Girişimcilikte Temel Kavramlar* (s. 112-126). İstanbul: Siyahinci Akademi.
- Demireli, C., & Uluköy, M. (2014). Cinsiyetin Girişimcilik Özellikleri Üzerine Etkisi: Erkek Girişimcilik ve Kadın Girişimciliğin Karşılaştırmalı Analizi. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 47- 55.
- Dizdar, B. (2018, Ekim 8). *Kurumsal Yaşam*. Şubat 24, 2019 tarihinde <https://kurumsalyasam.com/kurumsal-girisimcilik-nedir/> adresinden alındı
- Drucker, P. (1998). *The Discipline of Innovation*. Harvard: Harvard Business Review .
- Drucker, P. F. (2014). *İnovasyon Disiplini*. (M. İnan, Çev.) İstanbul: Optimist Yayım Dağıtım.
- Eco Mark*. (2019). Haziran Çarşamba, 2019 tarihinde Ekoloji Nedir : <https://www.ekoloji.com/ekoloji/ekoloji-nedir/> adresinden alındı
- Efeoğlu, D. Ü. (2014). Çevreci Açından Girişim;Eko-Girişim. *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* , 103-118.
- Ekin, D. N. (1990). OECD Ülkelerinde Kadın İşgücü ve İstihdam Sorunları. *İ.İ.B.K Konferansı* , (s. 55). Ankara.
- Ekin, P. D. (1984). Dünya'da ve Türkiye'de Çalışan kadınların Sorunları. İstanbul, Türkiye: İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi.
- Empowering Nonviolence*. (2012). <https://www.nonviolence.wri-irg.org/tr/resources/2012/toplumsal-cinsiyet-nedir> adresinden alındı

- Emsen, D., İrmiş, D., & Deliktaş, D. (2002). İktisadi Geliştirme Girişimciliğın Rolü- Karşılaştırmalı Bir Analiz: Erzurum-Denizli. *ODTÜ IV.Uluslararası Ekonomi* (s. 243-256). Ankara: Süleyman Demirel Üniversitesi.
- Ercan, S., & Gökdeniz, İ. (2009). Girişimciliğın Gelişim Süreci ve Girişimcilik Açısından Kazakistan. *Bilig- Ahmet Yesevi Üniversitesi Mütevelli Heyet Başkanlığı*, 59-82.
- Ercan, S., & Gökdeniz, İ. (2009). Girişimciliğın Gelişim Süreci ve Girişimcilik Açısından Kazakistan. *Bilig, Ahmet Yesevi Üniversitesi Mütevelli Heyet Başkanlığı*, 59-82.
- Erdoğan, M. Y. (2014, Mayıs). Sivil Toplum Örgütleri Gönüllü Yönetimi Yaklaşımları Ve. Ankara: Gazi Üniversitesi.
- Erkan, N. (2014). Dominantlık Özelliğinin Girişimcilik Eğilimine Katkısında Kendini Ayarlama Ve Cinsiyet Rollerini Algısının Etkisi. İstanbul, Türkiye: Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Erkocaoğlan, e., & Özgen, H. (2009). Kurumsal Girişimcilik ile Örgüt Yapısı Arasındaki ilişki. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 205-206.
- Eyüboğlu, D. (2007). *Girişimcilik Eğitimleri*. Ankara: MPM Yayınları.
- Goffee, R., & Scase, R. (1992). *Kadınlar İş Başında Kadın Girişimcilerin Deneyimleri*. (A. Fethi, Çev.) İstanbul: Eti Kitapları.
- Göker, A. (2000). *Prodüktive, İnovasyon Yeteneği, Teknoloji ve Rekabet Gücü, Tartışmalı Toplantı*. Ankara: MPM Yayınları.
- Göküş, D., Özdemiray, A., & Göksel, A. (2013). Bölgesel Kalkınmada Kadın Girişimciliğın Önemi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, s. 88\*96.
- Gönül, M., & İçli, G. (2001). Çalışma Yaşamında Kadınlar : Aile ve Ev İlişkileri. *Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 86.

- Gül, Z. (2012, Eylül). Türkiye'deki iş adamı örgütlerinin üye girişimcilere sağladığı katkıların girişimcilik ve inovasyon performansları üzerindeki etkileri. Kahramanmaraş, Türkiye: Kahramanmaraş sütçü imam üniversitesi sosyal bilimler enstitüsü işletme anabilim dalı.
- Güleç, S. (2011). Kadın Girişimciliği-Karaman Örneği. *Kadın Girişimciliği-Karaman Örneği*. Karaman, Türkiye: Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gültekin, D. N., & Sönmez, M. (2017). Girişimciliğin Bölgesel Kalkınmaya Etkisi: Şanlıurfa Örneği. *Girişimcilik İnovasyon ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 87-102.
- Gümüšoğlu, P., & Karaöz, A. (2014). Tarihsel Süreçte Girişimcilik:Muğla Örneği. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 97-99.
- Günel, A., Marangoz, M., & Erboy, N. (2014). Ekonomik Büyüme ve Kalkınmada Girişimciliğin Rolü ve Önemi. *INTERNATIONAL CONFERENCE ON EURASIAN ECONOMIES*, (s. 2-4).
- Güney, S. (2008). *Girişimcilik: Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Günsel, A., Köroğlu, S., & Demirci, L. (2019). Çalışma Hayatında Kadınların Karşılaştıkları Sorunlar ve Cam Tavan Algıları: Kadın Öğretmenler Üzerinde Bir Araştırma. *Kadın Araştırmaları Dergisi*.
- Gürol, M. A. (2000). *Türkiye'de Kadın Girişimci ve Küçük İşletmesi: Fırsatlar, Sorunlar, Beklentiler ve Öneriler*. Ankara: Atılım Üniversitesi Yayınları.
- Gürol, Y., & Bal, Y. (2009). Türkiye'de Girişimciliğin Evrimi ve Gelişimi için Girişimcilik Eğitiminin Önemi. *Yıldız Teknik Üniversitesi Ekonomi Bölümü Working Papers*, 19.
- Güven, B., Kaygın, E., & Salık, N. (2015). Girişimcilikte İş Fikri Geliştirme Planı. P. T. Koçel içinde, *Girişimcilik* (s. 49-50). İstanbul: Siyahinci Akademi.

- Hisarcıklıoğlu, R. (2018). *Türkiye Girişimci Kadın Gücü*. TOBB Kadın Girişimciler Kurulu: <http://www.kadingirisimciler.org.tr/v2/index.php/kgk-hakkında/tobb-kadin-girisimciler-kurulu/77-kgk-genel-adresinden-alındı>
- Hisrich, R. a. (2002). *Entrepreneurship*, Hisrich:5th ed. (M. Peters, Hazırlayan) Australia.
- Hukuk Ansiklopedisi*. (2018). Haziran Çarşamba, 2019 tarihinde <http://hukukbook.com/birlesmis-milletler-insan-cevresi-konferansi-stockholm-deklarasyonu/> adresinden alındı
- İlter, B. (2008). Girişimcilik Sürecinde Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunların Analizi: KAGİDER Örneği. Afyonkarahisar, Türkiye: Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- İrmiş, D., Durak, D., & Özdemir, D. (2010). *Girişimcilik Kültürü*. Bursa: Ekin Basım Yayın.
- Isaak, R. (2002). The Making of the Ecopreneur. *The Making of the Ecopreneur*, 38-82. USA: Pace University.
- Kandemir, T., & Ağca, V. (2008). Aile İşletmelerinde İç Girişimcilik Finansal Performans İlişkisi: Afyonkarahisar'da Bir araştırma. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 210-215.
- Kapusuz, D. Ü., & Çavuş, M. D. (2017). Geçmişten Yeni Bir Kavram Yeşil(Eko) Girişimcilik. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi*, 104-119.
- Karaca, M. (2015, Ocak). Girişimciliği Belirleyen Kişilik Özellikleri. Kayseri, Türkiye: Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı.
- Karaca, Ö., Özdevecioğlu, P., & İnce, D. (2016). Kamu Girişimcilerinin Kişilik Özelliklerini Belirlemeye Yönelik Uygulamalı Bir Çalışma. *Artvin Çoruh Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 94-119.
- Kayalar, M. D., & Arslan, E. A. (tarih yok). Ashoka'ya Üye Sosyal Girişimcilerin Türkiye Ve Dünyadaki Faaliyet Alanlarının Karşılaştırılması. S.D.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Keskin, D. S. (2017). Yeşil Girişimcilik. *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 285-294.
- Kişi, D. Ü. (2018). Dijital Çağda Yeni Bir Girişimcilik Yaklaşımı: Dijital Girişimcilik. *C.Ü. İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi*, 389-399.
- Kutlu, Ö. (2006). Türkiye'de Kadın Girişimciliği. İstanbul, Türkiye: Beykent Üniversitesi .
- Küçük, P. D. (2017). *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi*. Ankara: Seçkin yayıncılık San. Tic. A.Ş.
- Marangoz, D. M. (2011). Girişimciler İçin Sınırsız Ticaret:. *Girişimcilik Ve Kalkınma Dergisi*, 183-201.
- Marangoz, P. M. (2013). *Girişimcilik*. İstanbul: Beta Basım Yayım.
- Meydanoglu, Z. (2014). *Ashoka Turkey*. Haziran 2019 tarihinde Ashoka Turkey: <https://www.ashoka.org/tr> adresinden alındı
- Mucuk, P. (2016). *Modern İşletmecilik*. İstanbul: Türkmen Kitapevi.
- Müderrişoğlu, N. Y. (1994). *Almanya'da Kobi'ler için Girişimcilik ve Teşvik Programları'na Önsöz*. Ankara: TOSYÖV.
- Müftüoğlu, P. D. (2007). *İşletme İktisadi*. Ankara: Turhan Kitapevi.
- OECD. (2011). Entrepreneurship at a Glance . *Measuring Green Entrepreneurship* (s. 13-25). içinde USA: OECD.
- Onay, M. (2015). İç Girişimcilik. *Girişimcilik: Temel Kavramlar, Girişimcilik Türleri, Girişimcilikte Güncel Konular* (s. 87-89). içinde İstanbul: Siyah İnci Akademi.
- Öğrekçi, S., & Afşar, B. (2015). Tarihsel Süreçte Kadının Gelişimi ve Ekonomideki Rolü: Toplayıcı Kadından Günümüz Kadınına Dönüşüm. *S.Ü. Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 65-86.
- Öktem, M. K., Aydın, M. D., & Ekinci, S. (2007). Türkiye'de Girişimciliğin Geliştirilmesinde KOSGEB'in Rolü ve Önemi: Uygulamalı Bir Çalışma. *Sosyo Ekonomi*, 48-75.

- Örücü, E., Kılıç, R., & Kılıç, T. (2017). Cam Tavan Sendromu ve Kadınların Üst Düzey Yönetici Pozisyonuna Yükselmelerindeki Engeller: Balıkesir Örneği. *Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 117-135.
- Özer, Ö. (2011). *Kurumsal Girişimcilik ve İşletme Performansı İlişkisi: Dört ve Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Uygulama*. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Özeren, S., & Özeren Özgül, E. (2015). *Gelişim için Girişim*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Özgener, P. Ş. (2003). Girişimcilikte Stratejik Bir Yaklaşım: Teknoloji İnkübatörleri. *11.Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi*, (s. 91-113). Afyon.
- Özkul, A. G. (2007). Kapitalist Sistemin Sürükleyici Aktörleri Ekonomik Teoride Girişimciler. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi*, 344.
- Öztürk, D. D. (2008). Girişimcilik Raporu. İstanbul: İktisadi Girişim ve İş Ahlakı Dergisi.
- ÖZTÜRK, D. Ü. (2012). Kamu Örgütlerinde Girişimcilik. *İş, Güç 'Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 154-158.
- Öztürk, İ. (2008). *2008 Girişimcilik Raporu*. İstanbul: İktisadi Girişim ve İş Ahlakı Derneği.
- Öztürk, M. D. (2016). Türkiye'de Kadın Girişimcilik: Kadınları girişimciliğe yönelten faktörler, karşılaştıkları sorunlar ve çözüm önerileri. İstanbul, Türkiye: İstanbul Ticaret Üniversitesi.
- Özyılmaz, A. M. (2016, Haziran). Türkiye'de Kadın Girişimciliği Ve Girişimci Kadınların Karşılaştıkları Sorunları Üzerine Bir Araştırma. *Türkiye'de Kadın Girişimciliği Ve Girişimci Kadınların Karşılaştıkları Sorunları Üzerine Bir Araştırma*. Nevşehir, Türkiye: Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi.
- Parlak, P. (2005). Girişimcilik. *TC Hayat Dergisi*.



- Pay, H. (2018, Ekim 02). *HepsiPay*. HepsiPay:  
<https://www.hepsipay.com/blog/turkiyedeki-kadin-girisimciler/> adresinden alındı
- Salkım, E. (2018). *İş Hayatında Kadın Olmak*. (Volkan Babaotu, Dü.) S360  
THİNK360:  
[http://www.s360.com.tr/Contents360/images/dragslider/is\\_hayatinda\\_kadin\\_olmak.pdf](http://www.s360.com.tr/Contents360/images/dragslider/is_hayatinda_kadin_olmak.pdf) adresinden alındı
- Sayın, E. (2011). Kadın Girişimcilerin Sorunlarının Betimleyici Analizi. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 23-32.
- Sezgin, K. (2014). Girişimcilik ve Gıda Sektöründe Yeni Kurulan Bir Girişimcilik Örneği. İstanbul: Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı.
- Sipahi, E. (1997). Türkiye'de Girişimcilik ve Kadın Girişimcilik Üzerine Bir Araştırma. *Türkiye'de Girişimcilik ve Kadın Girişimcilik Üzerine Bir Araştırma*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Soysal, A. (2015). Kamu Girişimciliği. P. T. Koçel içinde, *Girişimcilik, Temel Kavramlar, Girişimcilik Türleri, Girişimcilikte Güncel Konular* (s. 130-147). İstanbul: Siyahinci Akademi.
- Soysal, A. (2015). Sanal Girişimcilik. P. D. Koçel içinde, *Girişimcilikte Temel Kavramlar* (s. 180-188). İstanbul: Siyah İnci Akademi.
- Sönmez, D. S., & Toksoy, A. (2014). Türkiye'de Girişimcilik ve Türk Girişimci Profili Üzerine bir Analiz. *Yönetim ve Ekonomi*, 42-58.
- Şahin, E. (2006). Kadın Girişimcilik ve Konya İlinde Kadın Girişimcilik Profili üzerine bir uygulama. Konya, Türkiye: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı Yüksek lisans tezi.
- Şanal, M. (2011). Aile Şirketlerinde Kurumsallaşma ve Kurumsal Girişimcilik Üzerine bir araştırma. Adana: Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı.

- Tamer, G. (2013). Dünya'ya Kıyasla Türkiye'de Kadın Girişimciliği. *Session 3C: Girişimcilik*, 649-656.
- Tansoy, Y. (2013). Girişim, Girişimci, Girişimcilik ve Risk Yönetimi Kavramları. E. Yelkikalan içinde, *Girişimcilik*. Beta Basım.
- Tekin, M. (1999). *Girişimcilik Kendi İşini Kurma ve İşletme*. Konya: Dizgi Kitapevi.
- Tekin, M. (2005). *Hayallerin Gerçeğe Dönüşümü: Girişimcilik*. Konya: Günay Ofset.
- Titiz, T. (1994). *Girişimcilik*. İstanbul: İnkılap Yayınevi.
- Top, S. (2006). *Girişimcilik Keşif Süreci*. İstanbul: Beta Basım Yayım.
- Toplum Gönülleri Vakfı*. (2019). Haziran 2019 tarihinde Toplum Gönülleri Vakfı: <https://www.tog.org.tr/> adresinden alındı
- TÜİK. (2019). *Türkiye İstatistik Kurumu*. TÜİK: [http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt\\_id=1007](http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1007) adresinden alındı
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2019). *TÜİK*. Haziran 14, 2019 tarihinde TÜİK: <https://biruni.tuik.gov.tr/ilgosterge/> adresinden alındı
- TÜSİAD. (2002). *Türkiye'de İşgücü Piyasası ve İşsizlik*. İstanbul: TÜSİAD.
- TÜSİAD. (2016). *Türkiye'deki Dijital Değişime CEO Bakışı*. 2019 tarihinde Deloitte: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/tr/Documents/technology-media-telecommunications/turkiyedeki-dijital-degisime-CEO-bakisi.pdf> adresinden alındı
- Ünsal, S. (2011). *Dijital Girişimcilik Rehberi*. İstanbul.
- Üzülmez, H. (2014). Girişimcilik ve Konya'da Girişimciliğin Geleceği. *Girişimcilik Gündemi*, 21-30.
- Vural, S. (2006). Girişimci Kişilik Özellikleri ve Biga İlçesi Girişimcilik Profili Araştırması. *Girişimci Kişilik Özellikleri ve Biga İlçesi Girişimcilik Profili Araştırması*. Çanakkale: On Sekiz Mart Üniversitesi.
- Yalçın, D. S. (2017). Sosyal Girişimciliğin Tanımı. D. S. Yalçın içinde, *Türkiye'de Sosyal Girişimcilik* (s. 21-40). İstanbul: İmak Ofset.

- Yaşar, F. (2017, Temmuz). Düzce İlinde Kadın Girişimcilik Profilinin Belirlenmesi. Düzce, Türkiye: Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Girişimcilik Ana Bilim Dalı.
- Yelkikalan, N. (2007). 21.Yüzyılda Girişimcinin Yeni Özelliği: Duygusal Zeka. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 39-51.
- Yetim, D. N. (2002). Sosyal Sermaye Olarak Kadın Girişimciler: Mersin Örneği. *Ege Akademik Bakış Ekonomi, İşletme, Uluslararası İlişkiler ve Siyaset Bilimi Dergisi*, 79-92.
- Yiğit, S. (2014). İnovasyona Davranışsal Yaklaşımın Bir Yansıması: Kurumsal Girişimcilik. *International Journal of Social Science*, 411-428.
- Yüksel Kaptanoğlu , İ., & Ecevit, Y. (2006). *Kadın Girişimciler Araştırması*. İstanbul: Garanti Bankası.
- Zorlu, A. (2015). Kurumsal Girişimcilik ile Oyunun Kuralları Değiştiriyor. *Türkiye'de ve Dünyada Zorlu Dergisi*, 4-5.

## ÖZGEÇMİŞ

### **Kişisel Bilgiler**

Adı Soyadı : Tülin GÖKÇİL

Doğum Yeri ve Tarihi : Konya 10.05.1991

### **Eğitim Durumu**

Lisans Öğrenimi : KTO Karatay Üniversitesi Uluslararası Ticaret Bölümü

Yüksek Lisan Öğrenimi : İşletme (Tezli)

Bildiği Yabancı Diller : İngilizce

### **İş Deneyimi**

Stajlar : Tırsan Treyler / Müşteri İlişkileri Uzmanı

Projeler : KTO Karatay Üniversitesi Sektör Danışmanlığı Projesi

Çalıştığı Kurumlar :2015-Halen-KTO Karatay Üniversitesi Kariyer ve Gelişim

Ofisi Yönetici Vekili

2014-2015- Dekoper- Müşteri İlişkileri Uzmanı

### **İletişim**

E-Posta Adresi : tulingokcil@gmail.com