

T.C.
ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI
YÖNETİM ORGANİZASYON BİLİM DALI

**KADIN GİRİŞİMCİLERİN BAŞARI FAKTÖRLERİ: FARKLILIK YARATAN
STRATEJİLERİN ÇÖZÜMLENMESİ**

DOKTORA TEZİ

Hazırlayan
Ufuk ALPŞAHİN

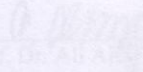
Tez Danışmanı
Prof. Dr. Ali AKDEMİR

Çanakkale – 2011

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürüğüne

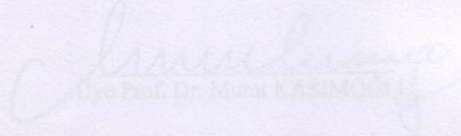
Ufuk ALPŞAHİN'e ait Kadın Girişimcilerin Başarı Faktörleri: Farklılık Yaratıcı Stratejilerin Çözümü adlı çalışması için yazılmış tez çalışması için kabul edilmiştir.

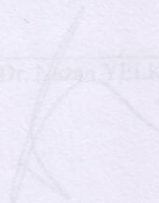
TAAHHÜTNAME


Doç. Prof. Dr. Ali KASIMIR
(Danışman)

Doktora Tezi olarak sunduğum "**Kadın Girişimcilerin Başarı Faktörleri: Farklılık Yaratıcı Stratejilerin Çözümü**" adlı çalışmamın, tarafımdan, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

Doç. Prof. Dr. İbrahim ANIL


Doç. Prof. Dr. Murat KASIMOĞLU


Doç. Doç. Dr. İzzet YELKIRALAN

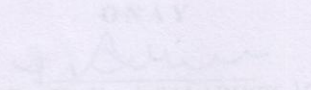
Tarih

27/04/2011

Ufuk ALPŞAHİN

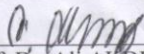



Tez No: 408280
Tez Kabul Tarihi: 24.04.2011

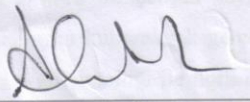
ONAY

Doç. Dr. Hamit PALABIYIK V.
Enstitü Müdürüğü
27.04.2011

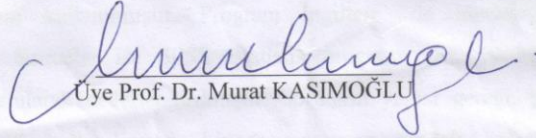
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü'ne

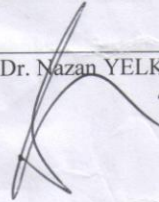
ALPŞAHİN' e ait **Kadın Girişimcilerin Başarı Faktörleri: Farklılık Yaratan**
Stratejilerin Çözümlemesi adlı çalışma, jürimiz tarafından İşletme Anabilim Dalı,
DOKTORA TEZİ olarak oybirliği/oyçokluğu ile kabul edilmiştir.


Üye Prof. Dr. Ali AKDEMİR
(Danışman)


Üye Prof. Dr. Erol EREN


Üye Prof. Dr. İbrahim ANIL


Üye Prof. Dr. Murat KASIMOĞLU


Üye Doç. Dr. Nazan YELKİKALAN

Tez No : 408280
Tez Savunma Tarihi : 21.07.2011.

ONAY


Doç.Dr. Hamit PALABIYIK V.
Enstitü Müdürü
29.07/2011

KADIN GİRİŞİMCİLERİN BAŞARI FAKTÖRLERİ: FARKLILIK YARATAN STRATEJİLERİN ÇÖZÜMLENMESİ

ÖZET

Bu tez çalışmasında Türkiye'nin örnekleme dahil edilen büyük kentlerinde faaliyet gösteren kadın girişimcilerin başarı faktörlerinin araştırılması amaçlanmıştır. Bu amaçla literatürle kadın girişimlerinin performansı ile ilişkilendirilen değişkenler incelenerek bu değişkenlerin girişim performansına etkisi araştırılmıştır. Performans parametreleri olarak karlılık, satış hacmi, işletme ömrü ve çalışan sayısı kullanılmıştır. Veriler kantitatif araştırma yöntemi olan soru formu kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Soru formları kadın girişimcilerin şahsına ve kadın girişimciliği ile ilgili organizasyonların e mail adreslerine gönderilmiştir. Toplamda 1000 noktaya soru formu gönderilmiştir. Soru formu hazırlanması ve gönderimi için Survey Monkey programı kullanılmıştır. Program İngiltere'de akademik araştırmalarda kullanılmaktadır. Sonuçlar ise SPSS istatistik programı, Survey Monkey ve Excel programları kullanılarak değerlendirilmiştir. Soruların yapısı gereği, χ^2 testi ve linear regresyon yöntemi kullanılmıştır. Linear regresyon modeli bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişkileri doğrusal bir model haline getirmemizi sağlamıştır.

Anahtar Kelimeler: Kadın Girişimleri, Karlılık, İşletme Ömrü, Çalışan Sayısı, Satış Hacmi

SUCCESS FACTORS OF WOMEN ENTREPRENEURS: ANALYZING THE STRATEGIES GENERATING DIFFERENCES

ABSTRACT

The aim of this thesis is to search about the success factors of female entrepreneurs who are running their business in our sample cities. The variables which are considered have a relationship with an enterprise's performance and are examined in terms of their effects on a enterprise's performance considering the aim of this study. The performance parameters are accepted as profitability, sales volume, survival and the number of employees. Data gathering method is the questionnaire, which is an quantitative research method according to the related literature. The questionnaire was sent to individual female entrepreneurs and to women related organizations via their e mails. Totally the number of sent questionnaire is 1000. The Survey Monkey, which is commonly being used by academic researchers in UK, was used to prepare and to send the questionnaire. The data was analysed by using SPSS, Survey Monkey and Excel. Due to the structure of questions, χ^2 test and linear regression model were used. Linear regression model provided to establish a linear model between the independent variables and the dependend variables.

Key Words: Female Enterprises, Profitability, Survival, Number Of Employees, Sales Volume

Önsöz

Bu çalışma kadın girişimcileri tanıma olanağını sağlamış olması açısından benim için büyük önem taşımaktadır. Prof. Dr. Ali AKDEMİR ve Prof. Dr. Murat KASIMOĞLU'na teşekkür ederim. Bu yolculukta bana destek vermeyi kabul eden değerli Hocam Doç. Dr. Nazan YELKİKALAN' a teşekkür ederim. Değerli hocalarım Prof.Dr. Erol EREN'e ve Prof.Dr. İbrahim ANIL'a teşekkür ederim. Bu çalışmamın bitmesini sabırsızlıkla bekleyen annem Tülay ALPŞAHİN, babam Hasan ALPŞAHİN'e sonsuz teşekkür ederim. Hayatım boyunca elde ettiğim tüm başarılarım annemin desteği ve kılavuzluğu sayesinde elde edilmiştir. Dostum Ebru İLGEN'e sonsuz teşekkür ederim. Dostlarım Burcu SÜMER ve Fisün BAŞAK'a teşekkür ederim. Onların desteği olmaksızın bu çalışmayı tamamlayabilmem olanaklı değildi. Bu tez çalışması bana kadın girişimciliği dünyasının kapılarını açtı. Her adımda daha ne kadar çok yol almam gerektiğini gördüm. En büyük dileğim, mücadelelerinde, kadın girişimcilere bir parça da olsa araştırmalarımla destek olabilmektir.

Special Thanks to

Helen Ahl, Dilani Jayawarna, Simon Law, Richard Holloway, Stephen Doolan, Pooja Konjier, Darta Viskna And

For those whose names don't appear on this page are still present in my mind.

Special thanks to Prof Ossie Jones

His thoughts and his doctrine will guide me as they have already

İÇİNDEKİLER

| | |
|----------------------------------|-----|
| ÖZET | i |
| ABSTRACT | ii |
| ÖNSÖZ | iii |
| İÇİNDEKİLER | iv |
| KISALTMALAR | xi |
| TABLO VE ŞEKİLLER LİSTESİ | xii |
| GİRİŞ | 1 |

BÖLÜM I**GİRİŞİMCİLİK**

| | |
|--|----|
| 1. Girişimcilik | 2 |
| 1.1. Girişimci Ve Girişimcilik İle İlgili Tanımlar | 2 |
| 1.1.1. Girişim Kavramı | 3 |
| 1.1.2. Girişimcilik Kavramı | 4 |
| 1.1.3. Girişimci Kavramı | 5 |
| 2. Girişimci Tipleri | 9 |
| 2.1. Girişimcilik Amacına Göre Girişimci Tipolojisi | 9 |
| 2.1.1. Esnaf Girişimci | 10 |
| 2.1.2. Fırsat Girişimcisi | 10 |
| 2.2. Girişimcinin Kişilik Özelliklerine Göre Girişimcilik Tipolojisi | 10 |
| 2.2.1. Pragmatik Ve Karizmatik Girişimci | 10 |
| 2.3. Girişimcinin Şirket Kurma Ve Sürdürme Davranışına Göre Girişimci Tipolojisi | 11 |
| 2.3.1. Seri Girişimci | 11 |
| 2.3.2. Portföy Girişimci | 12 |
| 2.4. Girişimcinin Yenilik Boyutuna Göre Girişimci Tipolojisi | 13 |
| 2.4.1. Taklit Girişimci | 13 |
| 2.4.2. İnovatif Girişimci | 13 |
| 2.5. Agarwal Tipolojisi | 13 |

| | |
|--|----|
| 2.5.1. Fırsatçı Girişimci | 14 |
| 2.5.2. İtici Faktör Girişimcisi | 14 |
| 2.5.3. Yönetici Girişimci | 14 |
| 2.5.4. Yeni Sanatçı Girişimci | 14 |
| 2.5.5. Fikirlerin Harekete Geçirdiği Fırsatçı Girişimci | 14 |
| 2.6. Daft Tipolojisi | 14 |
| 2.6.1. Idealist | 15 |
| 2.6.2. Optimizer | 15 |
| 2.6.3. Çok Çalışan | 15 |
| 2.6.4. Jonglör | 15 |
| 2.6.5. Düzenleyici (Sustainer) | 15 |
| 2.7. Yoo Ve Cooper Tipolojisi | 15 |
| 3. Girişimciliği Önemi | 15 |
| 4. Girişimciliğin Oluşumunu Etkileyen Faktörler | 18 |
| 4.1. Kişilik | 20 |
| 4.1.1. Girişimci Kişilik Özellikleri | 20 |
| 4.1.2. Girişimci Kafa Yapısı (Entrepreneurial Mindset) Kavramı | 25 |
| 4.2. Aile Ve Yakın Çevre | 26 |
| 4.3. Cinsiyet | 29 |
| 4.4. Davranış | 29 |
| 4.5. Deneyim | 32 |
| 4.6. Eğitim | 33 |
| 4.7. Genetik Faktörler | 35 |
| 4.8. Kültür | 37 |
| 4.9. Politik Ve Yasal Çevre | 50 |
| 4.10. Sosyal Yapı | 52 |
| 4.11. Girişimsel Ağlar | 53 |
| 4.12. Yaş | 55 |
| 5. Girişimcilik Ve Etik | 55 |
| 5.1. Oto Kontrol (Self Regulation) Ve Etik | 56 |
| 5.2. Düzenleyici Özsaygı Ve Etik | 58 |
| 5.3. Etik İmgeleme | 60 |
| 6. Yaratıcılık Ve Girişimcilik | 65 |

| | |
|--|----|
| 6.1. Yenilikçilik | 65 |
| 6.2. Bisociation | 65 |
| 6.3. Yaratıcılık | 66 |
| 6.4. İnovasyon | 66 |
| 6.4.1. Yıkıcı İnovasyon | 67 |
| 6.4.2. Destekleyici İnovasyon | 67 |
| 6.5. Kurallara Meydan Okuma Ve Yaratıcılık | 67 |
| 7. Motivasyon Faktörleri | 70 |
| 8. Dünya’da Girişimcilik | 75 |
| 9. Türkiye’ De Girişimcilik | 78 |
| 9.1. Osmanlı İmparatorluğu Donemi | 78 |
| 9.2. 1923-1929 Dönemi | 78 |
| 9.3. 1930-1946 Dönemi | 79 |
| 9.4. 1946-1960 Dönemi | 80 |
| 9.5. 1960-1980 Dönemi | 80 |
| 9.6. 1980’ Den Günümüze | 81 |
| 9.7. Türkiye’ye Özgü Sorunlar | 82 |

BÖLÜM II

KADIN GİRİŞİMCİLER

| | |
|---|-----|
| 1. Kadın Girişimciliğine Genel Bakış | 86 |
| 1.1. Kadın Girişimcilik Araştırmalarına Genel Bakış | 87 |
| 1.2. Başarılı Kadın Girişimci Profilinin Çıkarılması | 93 |
| 1.2.1. Yaş Faktörü | 94 |
| 1.2.2. Aile Ve Çevre Faktörü | 95 |
| 1.2.3. Eğitim Durumu Faktörü | 99 |
| 2. Kadın Girişimciler İle İlgili Tipolojiler | 99 |
| 2.1. Goffee Ve Scase Tipolojisi | 99 |
| 2.2. Carter Ve Cannon Tipolojisi | 100 |
| 2.2.1. Bir Girişimden Diğereine Keyfi Geçiş Yapan Genç Girişimciler | 100 |
| 2.2.2. Genç Başarılı Girişimciler | 101 |

| | |
|---|-----|
| 2.2.3. Başarı Odaklı Girişimciler | 101 |
| 2.2.4. Dönüş Yapan Girişimciler | 101 |
| 2.2.5. Geleneklerine Bağlı Girişimciler | 101 |
| 2.3. Nielsen Ve Kjeldsen Tipolojisi | 101 |
| 2.3.1. İşletme Sahibi Girişimci | 102 |
| 2.3.2. Geleneksel İşletme Sahibi Çalışan | 102 |
| 2.3.3. Büyüme Odaklı Girişimci | 102 |
| 2.3.4. Boş Vakit Yada Hobi Girişimcisi | 102 |
| 2.3.5. Aile İşletmeleri | 102 |
| 2.3.6. Şebekelenmiş Girişimci | 103 |
| 2.4. Welter Tipolojisi | 103 |
| 3. Türk Kadın Girişimcilerinin Özellikleri | 103 |
| 3.1. Yaş | 103 |
| 3.2. Eğitim Durumu | 104 |
| 3.3. Aile Kompozisyonu | 104 |
| 3.4. Faaliyet Alanı Ve Deneyim | 104 |
| 3.5. Fon Bulma | 105 |
| 3.6. Motivasyon Faktörleri | 105 |
| 3.7. Girişimcilik Sürecinde Karşılaşılan Sorunlar | 106 |
| 4. Kadın Girişimcilerin Beşeri Sermayelerinin Analizi | 106 |
| 4.1. Eğitim Bileşeni | 107 |
| 4.2. Deneyim Bileşeni | 112 |
| 5. Kadın Girişimcilerin Girişimlerinin Farklı Aşamalarında Finansal Sermayelerinin Analizi | 114 |
| 5.1. Kadın Girişimcilerin Alternatif Fon Kaynakları Yaratma (Bootsrapping) Teknikleri | 126 |
| 6. Kadın Girişimcilerin Sosyal Sermaye Yapılarının Analizi | 129 |
| 7. Kadın Girişimcilerin Motivasyon Faktörleri Ve Bu Faktörlerin Girişimlerin Başarısı İle İlişkisi | 138 |
| 8. Kadın Girişimlerinin Performans Parametreleri Ve Bu Parametreler Işığında Kadın Girişimlerinin Performans Değerlendirmesi | 147 |
| 8.1. Kadın Girişimciliği Araştırmalarında Kullanılan Performans Parametreleri | 152 |

| | |
|---|-----|
| 8.2. Kadın Girişimcilerin Başarı Algılaması Ve Başarı Algılaması İle Performans İlişkisi | 153 |
| 9. Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Engeller Ve Kadın Girişimcilerin Engel Algılamasının Değerlendirilmesi | 154 |
| 9.1. Sosyal Yapıların Kadın Girişimciliğine Etkisi | 156 |
| 9.2. Rol Çatışmasını Kadın Girişimciliğine Etkisi | 157 |
| 9.3. Algular Ve Psikolojik Alt Yapının Kadın Girişimciliğine Etkisi | 158 |
| 9.4. Girişimcilik Motivasyonunun Kadın Girişimciliğine Etkisi | 159 |
| 9.5. Fon Bulma Stratejilerinin Ve Karşılaşılan Engellerin Kadın Girişimciliğine Etkisi | 159 |
| 9.6. Feminen Stratejilerin Kadın Girişimciliğine Etkisi | 160 |
| 9.7. Beşeri Sermaye Düzeylerinin Kadın Girişimciliğine Etkisi | 161 |
| 9.8. Kadın Girişimciliğini Destekleme Amaçlı Organizasyonların Kadın Girişimciliğine Etkisi | 162 |
| 9.9. Yaşanan Ve / Veya Algılanan Ayrımcılığın Kadın Girişimciliğine Etkisi | 163 |
| 10. Kadın Girişimcilerin İzledikleri Stratejiler | 163 |

BÖLÜM III

KADIN GİRİŞİMCİLERİN BAŞARI FAKTÖRLERİ

| | |
|--|-----|
| 1. Araştırma Amacı ve Önemi | 171 |
| 2. Araştırma Yöntemleri | 173 |
| 2.1. Araştırma Değişkenlerinin Tespiti | 173 |
| 2.1.1. Literatür Tarama | 173 |
| 2.1.2. Örnek İnceleme | 173 |
| 2.2. Girişimin Performans Parametrelerinin Tespiti | 173 |
| 2.3. Soru Formunun Oluşturulması | 175 |
| 2.3.1. FSB Survey: Lifting Barriers To Growth In UK Small Business Businesses 2008 | 176 |
| 2.3.2. The NES Follow-Up Survey | 176 |
| 2.3.3. Soru İfadelerinin Oluşturulması | 177 |

| | |
|--|-----|
| 2.3.4. Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizi | 177 |
| 3. Araştırma Modeli | 179 |
| 4. Araştırma Hipotezleri | 180 |
| 4.1. Beşeri Sermaye ve İşletme Performansı İlişkisi | 180 |
| 4.2. Finansal Sermaye | 182 |
| 4.3. Sosyal Ağlar | 182 |
| 4.4. İşletme Stratejileri | 183 |
| 5. Araştırma Örnekleme | 184 |
| 6. Araştırma Bulguları | 185 |
| 6.1. Örneklem Profili | 185 |
| 6.2. Beşeri Sermaye Yapısı | 186 |
| 6.3. Girişimlerin Yapısı | 191 |
| 6.4. Büyüme Eğilimi | 194 |
| 6.5. Başarı Stratejileri | 197 |
| 6.6. Performans Parametreleri | 200 |
| 6.7. Engeller | 202 |
| 6.8. Motivasyon Faktörleri | 204 |
| 6.9. Fon Kullanım Stratejileri | 206 |
| 6.10. Sosyal Ağlar | 211 |
| 7. Araştırma Hipotezlerinin Test Edilmesi ve SPSS Sonuçları | 214 |
| 7.1. χ^2 Testleri | 219 |
| 7.2. Regresyon Analizi ve Araştırma Modelinin Kurulması | 221 |

BÖLÜM IV**SONUÇ VE ÖNERİLER**

| | |
|--|-----|
| 1. Sonuç ve Değerlendirme | 226 |
| 2. Gelecek Araştırmalar İçin Öneriler | 230 |
| KAYNAKÇA | 233 |
| EKLER | |
| Ek 1: Soru Formu Örneği | 258 |
| Ek 2: Kadın Organizasyonları Listesi | 273 |

KISALTMALAR

| | |
|----------|---|
| GEM | :Global Entrepreneurship Monitor |
| TUSIAD | :Türk Sanayicileri Ve İş Adamları Derneği |
| OECD | :Organisation for Economic Co-operation and Development |
| BİAE | :Balıkesir İşletme Araştırma El Kitabı |
| 5-HTT | : Saldırganlık Geni |
| DRD2 | :Kumarbazlarda Yaygın Olduğu Tespit Edilen Gen |
| χ^2 | : Ki Kare İstatistiksel Parametresi Gösterimi |

TABLO VE ŞEKİLLER LİSTESİ

| TABLO LİSTESİ | Sayfa No |
|---|-----------------|
| Tablo 1.1 Çağrışım ve Bisociation Karşılaştırması | 66 |
| Tablo 1.2 Girişimcilik İçin Yeni Paradigma | 77 |
| Tablo 2.1 Girişimciliği Tanımlayan Sözcükler ile Maskülen Sözcüklerin Karşılaştırılması | 92 |
| Tablo 2.2 Girişimciliği Tanımlayan Sözcüklerin Zıt Anlamlıları ile Feminin Sözcüklerin Karşılaştırılması | 93 |
| Tablo 2.3 Beşeri Sermaye Bileşenleri | 109 |
| Tablo 3.1 Araştırma Değişkenleri Tespit İçin Hazırlanan Özet Örneği | 175 |
| Tablo 3.2 SPSS Güvenilirlik Analizi Sonuç Tablosu | 177 |
| Tablo 3.3 Soru Formlarının Geçerlilik Analizi (Korelasyon) | 178 |
| Tablo 3.4 Yaş Aralığı | 185 |
| Tablo 3.5 Medeni Durum | 186 |
| Tablo 3.6 Çocuk Sahibi Olma Durumu | 186 |
| Tablo 3.7 Ailenin Girişimci Kompozisyonu | 186 |
| Tablo 3.8a Formal Eğitim Dışında Alınan Spesifik Eğitimler | 187 |
| Tablo 3.8b Formal Eğitim Dışında Alınan Spesifik Eğitimlerin Pareto Tablosu | 188 |
| Tablo 3.9 Eğitim Durumu | 188 |
| Tablo 3.10 Üniversite Bölümü | 189 |
| Tablo 3.11 Deneyim Durumu | 190 |
| Tablo 3.12 Önceki Girişimlerin Durumu | 191 |
| Tablo 3.13 Girişimin Başlangıç Şekli | 191 |
| Tablo 3.14 Girişimin Ortaklı Yapısı | 192 |
| Tablo 3.15 Sektör | 193 |
| Tablo 3.16 Başlangıç Sermayesi Miktarı | 194 |
| Tablo 3.17 Büyüme Eğilimi | 194 |
| Tablo 3.18a Büyüme Açısından Algılanan Engeller | 195 |

| | |
|---|-----|
| Tablo 3.18b Büyüme Açısından Algılanan Engeller Pareto Tablosu | 196 |
| Tablo 3.19a Büyümeme Kararında Etkili Olan Unsurlar | 197 |
| Tablo 3.19b Büyümeme Kararında Etkili Olan Unsurlar Pareto Tablosu | 198 |
| Tablo 3.20a Başarı Stratejileri | 198 |
| Tablo 3.20b Başarı Stratejileri Pareto Tablosu | 199 |
| Tablo 3.21 İş Yerinde Geçirilen Süre | 200 |
| Tablo 3.22 Karlılık Değişimi | 201 |
| Tablo 3.23 Satış Hacmi Değişimi | 201 |
| Tablo 3.24 Çalışan Sayısı Değişimi | 202 |
| Tablo 3.25 İşletme Yaşı | 202 |
| Tablo 3.26 Engeller | 203 |
| Tablo 3.27 Engeller Pareto Tablosu | 204 |
| Tablo 3.28a Motivasyon Faktörleri | 205 |
| Tablo 3.28b Motivasyon Faktörleri Pareto Tablosu | 206 |
| Tablo 3.29a Başlangıç Sermayesi Tercihleri | 207 |
| Tablo 3.29b Başlangıç Sermayesi Tercihleri Pareto Tablosu (Kişi Bazında) | 207 |
| Tablo 3.30 Dış Kaynak Kullanmama Nedenleri | 209 |
| Tablo 3.31 Girişim Faaliyete Geçtikten Sonra Kullanılan Fon Kaynakları | 210 |
| Tablo 3.32 Sosyal İlişkiler | 211 |
| Tablo 3.33 Sosyal İlişkilerin Gücü (Yoğunluğu) | 212 |
| Tablo 3.34 Sosyal İlişkilerden Sağlanan Yarar | 213 |
| Tablo 3.35 Araştırma Sorularının Değişken Yapıları | 214 |
| Tablo 3.36 χ^2 Analizi Sonuçları | 217 |
| Tablo 3.37 Linear Regresyon Analizi Sonuçları | 222 |

ŞEKİL LİSTESİ**Sayfa No**

Şekil 2.1: Büyüme Potansiyeli Üzerinde Cinsiyet Bazında, İnsan Sermayesi, Sosyal Sermaye ve Finansal Sermayenin Etkisi

107

Şekil 3.1: Çalışma Süresi Histogram

200

Giriş

Kadın girişimcilerin ekonomik birimler olarak kabul edilmesini izleyen dönemde aratırmacılar kadın girişimlerini önemli ekonomik birimler olarak kabul etmekle birlikte cinsiyet unsurunu göz ardı etmişlerdir. Bir grup araştırmacı kadın girişimcilerin kendine özgü ve erkeklerden farklı özellikler taşıdığını, diğer bir grup araştırmacı ise cinsiyet faktörünün belirleyici olmadığını savunmaktadırlar. Bu konu literatürde tartışılırken kadın girişimcileri anlamaya ve tanımaya yönelik yeni araçlar ve özellikle metodolojiler geliştirilmeye çalışılmaktadır. Tüm bu nedenlerle kadın girişimciliği tartışmaları, farklı boyutlarda olmakla birlikte, her zaman güncelliğini korumuştur. Tartışmalara farklı bir yönden baktığımızda ve kadının sosyal rollerine de odaklandığımızda kadın girişimcilerin erkeklerden farklı ekonomik birimler olduğunu görmek olanaklıdır. Bu tez çalışması, kadın girişimcileri anlamaya ve yorumlamaya yönelik küçük adımlardan biridir ve bu çalışma ile Türkiye de faaliyet gösteren ve başarılı olmuş kadın girişimcilerin izledikleri stratejiler, finansal, sosyal ve beşeri sermaye üçgeninde anlaşılmaya çalışılmıştır. Birinci bölümde girişimcilik ile ilgili kavramlar ve sınıflandırmalar tartışılmıştır. Bu bölümde kadın girişimciliğinden ziyade genel olarak girişimcilik ele alınmıştır. İkinci bölümde kadın girişimciliği küresel bir bakış açısı incelenmiştir. Bu bölümde kadın girişimciler tanıtılmaya çalışılmış ve farklı coğrafyalardan kadın girişimciliği örnekleri incelenmiş ve kadın girişimcilerin ortak karakteristik özellikleri ele alınmıştır. Genel olarak her coğrafyada kadın girişimlerinin performansı erkek girişimcilerle karşılaştırmalı olarak ele alınmakta ve kadın girişimlerinin performansının erkek girişimlerinin performansından düşük olduğu tartışılmaktadır. Tezin ikinci bölümünde kadın girişimlerinin görece düşük performansının nedenleri de incelenmiştir. Tezin son bölümünde kadın girişimlerinin performansını etkileyen değişkenler ve performansa etkilerini değerlendirmek amacı ile gerçekleştirilen saha araştırması açıklanmış ve araştırma verileri tartışılmıştır. Sonuç bölümünde ise elde edilen verilerden yola çıkılarak performans değişkenleri ile bağımsız değişkenler arasındaki ilişki yorumlanmış ve ileriki çalışmalar için önerilerde bulunulmuştur. Elde edilecek veriler ile var olma mücadelesi veren kadın girişimcilere destek olabilmek ve özellikle kadın girişimciliğini destekleme misyonu üstlenmiş devlet birimleri ve kadın organizasyonlarına da veri sağlanması amaçlanmıştır.

BÖLÜM I

GİRİŞİMCİLİK

1. Girişimcilik

1.1. Girişimci Ve Girişimcilik İle İlgili Tanımlar

Girişimcilik, “üstlenmek” ve “girişmek” anlamına gelen “enterprendere” kökünden gelmektedir(Kuratko ve Richard 1998:30). Latince’ de “intare” kökünden gelen girişimci kavramı, İngilizce’ de “enter” kökünden gelmekte olup, “entrepreneur” ilk girişen yada başlayan anlamındadır. İngilizce entrepreneur sözcüğünün Türkçe karşılığı “Girişimci” yada “müteşebbüs” olarak kullanılmaktadır.

Girişimci kavramı ilk olarak 17. yüzyılda Fransız askeri terminolojisinde uzun askeri yolculuklara rehberlik eden kişileri ifade etmek için kullanılmıştır (İraz 2005:149). Ekonomik anlamda bu kavramı ilk kullanan, İrlanda asıllı olup Paris’te bankacılık yapan ekonomist Richard Cantillon olmuş, ardından Frank Knight ile Amerikan literatürüne girmiştir (Foss ve Klein 2002: 102-103). İngiliz literatüründe kullanımı ise John Stuart Mill ile ve 19. yüzyılda başlamıştır. Kavramın iktisat literatürüne girişi de, 19. ve 20.yüzyıllarda başlamıştır. Kavramı ekonomiye, Fransız ekonomist Cantillon kazandırmıştır. J.Babtiste Say ile de bu kavram bugün kullandığımız anlama kavuşmuştur (Aytaç 2006:141). 19. yüzyılda Jean-Baptiste Say sermayedar ile işletmecilik faaliyetlerini birbirinden ayırmıştır. Bu açıdan sermayedar ve girişimci yönetici olarak iki grup oluşmuştur. Say, girişimcinin risk üstlenme özelliğini öne çıkarmış ve girişimcinin karının, “üretimin iyi yada kötü şanslarının peşinen kabul edilerek” ortaya çıktığını ileri sürmüştür (Alada 2001). 20. yüzyılda girişimcilik kavramı Jean Baptise Say ve Joseph Schumpeter ile birlikte sosyoloji, psikoloji ekonomik teori ve antropoloji çalışmalarında yer almaya başlamıştır. (Foss ve Klein 2002:91).

Girişimcinin evrensel olarak kabul edilebilir tanımı üzerine uzlaşma olmasa da en azından girişimcinin, nasıl tanımlanırsa tanımlansın, amaçlarını oluşturmak ve uygulamak için temel olarak başkalarına değil kendine inanarak bir girişimi başlatma ve kurma inisiyatifini alan, kendini motive eden bir birey olduğu üzerine bir parça genel kabul vardır. Bağımsızlık, kontrol ihtiyacı, kendine inanma, güven, girişkenlik ve beceriklilik

gibi kişisel özelliklere, girişimsel değer ve davranışlarla yakından ilişkili olarak sıkça atıf yapılmaktadır.

Bu bölümde girişimcilikle ilgili kavramlara, bu alanda çalışanların farklı bakış açıları da dikkate alınarak değinilecektir.

1.1.1. Girişim Kavramı

Girişim, girişimcinin hem kar ve hem de toplumsal hizmet sağlama amaçlarını kapsayan bir kavramdır. Girişim kavramı; kar veya başka biçimlerde yarar sağlamak amacıyla, ücret karşılığında satmak için mal veya hizmet üretmek, ya da fonlar sağlamak üzere kurulan, hukuki ve finansal kişiliğe sahip, devamlı nitelikte bir örgüt olarak tanımlanır (Tutar ve Küçük 2003:162). Bu şekilde tanımlanan girişimin özellikleri ise şu şekilde sıralanabilir: (Tutar ve Küçük 2003:162)

a) Girişimin amacı, kazanç veya yarar sağlamaktır.

b) Girişim, ücret karşılığında satmak üzere mal veya hizmet üretir veya fonlar sağlar. Bu özellik, girişim olmanın zorunlu unsurudur.

c) Girişimin üç temel işlevi, üretim, satış ve bu iki işlevin yerine getirilmesi için gerekli fonların sağlanması olan finansmandır.

d) Girişim hukuki bir birimdir. Tüzel kişiliğe sahip bulunan girişim, sahiplerinden ayrı bir tüzel kişiliğe sahiptir.

e) Girişim finansal bir birimdir. Girişimin kendisine ilişkin varlıkları ve bunları karşıladığı öz ve yabancı kaynakları bulunur.

Girişim kavramı soyut ve somut olmak üzere iki farklı bakış açısı ile ele alınabilir. Girişim kavramı; somut çerçevede, ürün / hizmet üretimi ve / veya pazarlanması amacı ile üretim faktörlerinin bir araya getirilmesi ve bu sürecin sonunda çıktılarının elde edilmesini sağlayan ekonomik, teknik ve hukuki birimlerdir (Küçük 2005:28). Soyut çerçevede ise girişim; girişimcilerin işletme kurmak için harcadıkları çaba ve katlandıkları zorluklardır. (Tutar ve Küçük 2003:162)

1.1.2. Girişimcilik Kavramı

Girişimci kişiyi esas alan ve kişiye bağlı özel yetenekleri vurgularken, girişimcilik ortaya konan eylem, organizasyon ve sonuçları ifade etmektedir. Girişimcilik, girişimcilerin risk alma, fırsatları kovalama, hayata geçirme ve yenilik yapma süreçlerinin tümüne verilen ad olarak da tanımlanmaktadır (TUSİAD 2002:34). Bu tanımından dolayı girişimcilik hem yenilik yapmayı hem de şirket açma sürecini kapsamaktadır (Casson 1995; TUSIAD 2002). Hisrich ve Peters (2002)' e göre girişimcilik yeni ve bilinmeyen bilginin yaratılmasıdır.

Girişimcilik konusunda araştırmacıların yanıt aradığı üç soru vardır (Shane ve Venkataraman 2000: 218):

a) Yeni ürün yada hizmet yaratma fırsatları nasıl, ne zaman ve neden ortaya çıkmaktadır?

b) Neden, nasıl ve ne zaman sadece bazıları bu fırsatları keşfedip kullanmaktadır?

c) Neden, nasıl ve ne zaman girişimcilik fırsatlarının ortaya çıkarılmasında ve kullanılmasında farklı aksiyon modları yada modelleri kullanılmaktadır?

Bu sorulardan yola çıkarak, girişimcilik, daha önce farkına varılmamış fırsatların fark edilmesi ve kullanılması olarak tanımlanmaktadır (Ireland vd 2003:965). Böylece girişimcilik sosyal bir olgu olarak ortaya konmaktadır. Girişimcilik kaynakların bir araya getirilmesini ve onları yeni organizasyonlar ile endüstriyel konfigürasyonlar yaratmak amacıyla kullanılmasını ifade etmektedir (Ireland vd 2003; Schoonhoven ve Romanelli 2001).

Başka bir tanıma göre girişimcilik ise, yeterli emek ve zaman ayırarak, mali, fiziksel ve sosyal riskleri göze alarak, parasal ödüller, kişisel tatmin ve bağımsızlık elde ederek yeni bir değer yaratma süreci olarak görülmektedir (Aytaç 2006:141). Casson ve Foss-Klein'a göre de girişimcilik, risk alma, fırsat kovalama, hayata geçirme ve yenilik yapma süreçlerinin tamamını ifade eder. Bu çerçevede, hem şirket açma süreci, hem de yenilik yapma süreci girişimciliğin kapsamına girer (Casson 1995; Foss-Klein 2002; TUSIAD 2002). Bu bağlamda Bridge vd. de, girişimciliğin daha öz olarak, bir işe başlamak, iş sahibi olmak ve işi geliştirme ve büyütme kapsadığını belirtirler (Bridge vd. 1998:35).

Girişimcilik kavramı, sanayi toplumunun benzer kavramları olan sermayedar, kapitalist, patron, iş adamlığı, esnafılık (Tutar ve Küçük 2001:164), tacirlik (Küçük 2005: 29) gibi kavramlar ile özdeşleştirilmektedir. Fakat girişimcilik bu kavramlardan ayrı bir

içeriğe sahiptir ve bu içerik özellikle insan unsurunun, risk üstlenme ve piyasalaşma boyutları ile ekonomik değer yaratma niteliğini ön plana çıkararak yaratılmıştır. (Müftüoğlu 2003:430). Bazı araştırmacılar girişimcilik yada girişim kavramını her türlü küçük örgütü, bazıları da yeni şirketi ifade etmek için kullanmaktadırlar. Girişimciliğin temelinde yaratıcılık ve yenilikçilik olması (Drucker 2000:121) her küçük yada orta ölçekli işletmeyi “girişim” olarak tanımlamamıza engel olmakta ise de çalışmamızın ileriki bölümlerinde girişimci sınıflandırması yapılırken konu daha ayrıntılı ele alınacaktır.

1.1.3. Girişimci Kavramı

Girişimci kavramı, girişimcinin farklı özelliklerine yada önemine vurgu yapılarak ele alınmış ve tanımlanmaya çalışılmıştır. Girişimcinin özellikleri yada girişimciliği etkileyen faktörlerle ilgili araştırmalar bize bir takım veriler sağlasa da girişimcilik eğilimini etkileyen tüm unsurlar henüz tam olarak ortaya konmuş değildir. Araştırmalar, girişimcinin kişiliği, yakın ve uzak çevresi ve bu çevre ile etkileşimi gibi birçok konuya odaklanmıştır. Son dönemde ise girişimcinin genetik özellikleri ve bilişsel süreçleri ele alınmaktadır.

Araştırmalar girişimcilik eğilimi, girişimcinin ilk girişim kurma ve girişimin başarısı ve sürekliliği aşamalarında farklı özellikler sergilediğini ortaya koymaktadır. Bu da demektir ki, başarılı bir girişimci olmak için girişimcilik eğilimine sahip olmak yeterli olmamaktadır. Girişimcilik yazınında yapılan kavramsal analizlerde, girişimci tanımı olarak verilen ifadenin de girişimin farklı safhalarındaki girişimci özelliklerine odaklandığı görülmektedir. Kimi girişimciyi açıklayan ifadeler, başarılı girişimciyi açıklamaya çalışırken; kimileri de girişimcilik eğilimine odaklanmaktadır. Bu bölümde girişimcilik sürecinin yada Schumpeter’in ifadesi ile neşe dolu macerasının farklı aşamalarında, girişimci özelliklerini açıklamaya çalışan tanımlara yer verilecektir.

Girişimcinin evrensel olarak kabul edilebilir tanımı üzerine uzlaşma olmasa da en azından girişimcinin, nasıl tanımlanırsa tanımlansın, amaçlarını oluşturmak ve uygulamak için temel olarak başkalarına değil kendine inanarak bir girişimi başlatma ve kurma inisiyatifi alan, kendini motive eden bir birey olduğu üzerine bir parça genel kabul vardır (Mueller ve Thomas 2000:55). İktisadi açıdan girişimci, arz ve talebi yönlendiren, pazar arayan kişi; girişimcilik ise, daha çok kaynakları ekonomik olarak seferber etme, harekete geçirme faaliyeti olarak anlaşılmaktadır. (Aytaç 2006:141) Say’a göre girişimci kavramı, bütün üretim faktörlerini bir araya getirerek kıymetli olduğu sanılan bir malı üreten ve elde

edeceği kâr için riski göze alan kişidir. Say'ın girişimci tanımı, risk üstlenme ile yöneticilik yeteneğinin her ikisine birden sahip olma esasına dayanmaktadır (Binks-Vale, 1990:119). Hisrich ve Peters (2001:9) de Say'ın girişimci tanımına paralel olarak, girişimciyi emek, hammadde ve diğer varlıkları daha büyük değer yada olanak yaratacak şekilde bir araya getiren kişi olarak tanımlamaktadır. Girişimci, aynı zamanda, değişiklik, yenilik ve yeni bir düzenin yaratıcısıdır (Aytaç 2006; Schumpeter 1972). Cantillon ise Say ile aynı özelliklere vurgu yaparak, girişimciyi henüz belirlenmemiş bir bedeller satmak üzere üretim girdilerini ve hizmetlerini bugünden satın alan ve üreten kişi olarak tanımlamıştır (İraz 2005:149). Girişimci, bir ekonomiye yön veren iki farklı kişi arasında yer alan ve işin merkezi yerinde bulunan, asıl işi örgütleyen dinamik kişidir (Caird 1991: 75). Girişimci kar elde etme amacı taşıyan ama bu amaca ulaşması belirsizlik taşıyan, risk üstlenerek ve gerekli kaynakları bir araya getirerek yeni bir iş yaratan kişidir (Zimmerer ve Scarborough 1998:3). Girişimci: risk alan ve sonuçlarına katlanan (Cromine vd 1992:66), mevcut kaynak ve yeteneklerin ötesindeki fırsatları hayal eden, fırsatları arayan (Kaish vd 1991:45) yada fırsatlara hazır bekleyen (Deakins 1999:10) ve fırsat ele geçirdiğinde gerekli kaynakları bir araya getiren (Zimmerer ve Scarborough 1998:3), sorunları yaratıcılığı ile fırsata dönüştürebilen kişidir. Girişimci, bir projektör gibi sürekli piyasaları gözleyip talep boşlukları yakalayan (Müftüoğlu 2003:431) ve yeni talepler yaratan, taleplerdeki değişimleri zamanında fark ederek gerekli uyumu sağlayan, kaynakları toplayarak yatırımları gerçekleştiren, rekabetten kaçmayan, tam tersi rekabeti; varlığının temel şartlarından biri olarak kabul eden, riske girmekten ve sorumluluk üstlenmekten çekinmeyen atak ve yaratıcı kişiler olarak tanımlanmaktadır. Girişimci, özellikle gelecekle ilgili sınırlı bilgi kısıtı karşısında, üstün özellikleri ve yaratıcılığıyla cesurca davranmakta; iktisadî kaynakları beklenmedik, sıra dışı ve şaşırtıcı yönlerle sürüklemek suretiyle iktisadî yenilenmenin önündeki engelleri yıkmaktadır. Bu girişimcinin yarattığı değişim ve yenilik ortamının bir başka görünümü iktisadî yapıdaki devinimsel harekettir.

Adam Smith girişimciyi bir dizi değişimin özü ve sistemi evrimleştiren değişim sürecinin baş aktörü olarak tanımlamıştır (Top 2006:4). Girişimci olan insanlar diğer insanların bakıp da göremediği fırsat ve imkanları görüp bunları analitik bir düşünceyle iş fikrine dönüştüren, üretim unsurlarını ve kaynakları koordine ederek üretim yapıp topluma katma değer yaratan kişilerdir (Kaya 2004:46).

Girişimci ortamı iyi gözlemleyerek, onları sezgileri ile yorumlayıp uzun dönemde ihtiyaç olacağını düşündüğü yada hayal ettiği ürün ve hizmetleri üretmek için gerekli kaynakları bir araya getirendir (TUSİAD 2002:37). Girişimci eskinin yerine yeniyi, bazen tamamı ile, bilinmeyen yepyeniyi getirdiği için geleneksele bağlı olanların direncini kırmak durumundadır.

Girişimcilikte dinamizm boyutunu ilk vurgulayan Avusturya okuluna mensup Schumpeter olmuştur. Schumpeter dinamizmin, süreçler, hizmet yada ürünlerde yenilikle sınırlı olmadığını, yeni pazarlar, yeni örgütlenme biçimleri, yeni kaynakları da kapsadığını belirtmiştir (Schumpeter 1961:147). Bu açıdan girişimcilerin ekonomik kalkınmanın önemli bir ögesi olduğunu vurgulamıştır. Schumpeter girişimciyi iktisadî değişim sahnesinin baş aktörü, yaratıcı yıkım sürecinin lideri, sezgi, irade ve/veya liderlik özellikleriyle iktisadî yenilenmenin hem nedeni hem de kaptanı olarak nitelendirmiştir (Schumpeter 1961: 87-94). Joseph Schumpeter, üretime teknik ve durağan bir işlem gibi değil sosyal ve dinamik bir olgu olarak yaklaşmış, merkezinde girişimcinin olduğu bir kurumsal yenilenme ve büyüme teorisi geliştirmiştir (Öztürk 2008:25). Schumpeter' in girişimcilik tanımında, yenilik de vardır ve bu yenilik eldeki kaynakların yeni bileşimlerini ifade etmektedir. Schumpeter'in girişimci kavramını ele alışında Weber' in etkisi olduğu ileri sürülmektedir (İraz 2005:155).

Weber eserlerinde kapitalizmi insanlığın çağdaş yaşamının ne güçlü belirleyicisi olarak tanımlarken, bu yapı içinde girişimciyi, geleneksel ekonominin hantal ve yavaş ilerleyen yapısını harekete geçirecek enerji dolu bir kişi olarak tanımlamaktadır (Arıkan 2002:4). Girişimciyi motive eden temel faktör ise dini inanç veya israf, dikkat çeken tüketim ve tembelliği hoş görmeyen sosyal normlar üzerine kurulu Protestan çalışma ahlakıdır. Schumpeter, ise girişimcilerin zaten dini motivasyonlar olmaksızın da girişimcilik faaliyetlerini sürdürdüklerini, Protestanlık' ın sadece girişimci faaliyetleri sosyal yapı içinde meşru kıldığını savunmuştur. Schumpeter girişimciyi bir savaşçı gibi görmüş ve bu savaşçının hakimiyet alanı yaratma, savaşma, fethetme, üstünlük kurmak gibi amaçlarına vurgu yapmıştır. Schumpeter'e göre girişimci sadece elde edeceği sonuçlar için değil, onu bu sonuca ulaştıracak maceranın(!) enerji ve haz dolu süreci dolayısı ile de harekete geçmektedir.

Schumpeter girişimci olmayı yenilik yapmak ile özdeşleştirdiğinden girişimcilik sürekli geçerli bir durum değildir. Girişimci yenilik yaptığı sürece girişimcidir ve girişimcilik bir davranış ve anlayış biçimidir (TUSİAD 2002:35). Schumpeter' e göre beş çeşit girişimci davranışı vardır:

- a) Yeni bir ürün yada servis üretimi
- b) Yeni bir üretim yönteminin geliştirilmesi
- c) Yeni bir pazarın oluşturulması
- d) Yeni bir hammadde kaynağının bulunması
- e) Endüstrinin yeniden yapılandırılması.

Schumpeter' in girişimci tanımı ile şirket kurucuları, yöneticiler sadece bu vasıfları ile girişimci olarak kabul edilemez. Yenilik yaptığı sürece, yönetici, şirket kurucuları, çalışanlar yada tüm organizasyon girişimci olarak kabul edilebilirler. Çalışanlar yenilik yaptıklarında girişimci olabilir ve bu tür şirket içi girişimciler “intrapreneur” olarak adlandırılmaktadır. Türkçe’ de kullanımı örgüt içi girişimcidir. Organizasyonların girişimciliği ise, tüm örgütü kapsayan değişim ve yeniliklerin hayata geçirilmesi demektir (TUSİAD 2002:36). Sonuç olarak girişimciliği belirleyen, kim tarafından gerçekleştirilirse gerçekleştirilsin yenilik ile özdeşleştirilmektedir.

Schumpeter'in fikirlerinden yola çıkan Israel M.Kirzner, girişimciyi başkalarının görmediği şeyleri anlayan ve bu sezgiye göre hareket eden kişi olarak tanımlamıştır (Foss ve Klein 2002:5). Albro Martin ise konuya farklı bir açıdan yaklaşarak, kimlerin girişimci olmadığına değinmektedir. Martin' göre; işletme sahipleri, sermayedar, sanat boyutunda yaratıcılık sergileyenler salt bu konularından dolayı girişimci kabul edilmemektedirler (İraz 2005:156). Girişimcinin ayırt edici özelliği, yaratıcı fikirlerin değerini bilen ve onları kullanan kişi olmasıdır.

Jennifer James ise, girişimciyi bilgi toplumu perspektifinden tanımlamıştır . James' e göre bilgi toplumunun girişimcileri dünyaya, alışılmışın dışında farklı bir perspektifle bakan, sorgulayıcı, mit ve semboller kullanan, geleceği tanıyan, daha hızlı yanıt veren ve uyum sağlayan, kaynakları rasyonel kullanan, çeşitliliği avantaj olarak görüp kullanabilen bireylerdir (Durukan 2006:32).

Girişimcilere yeni pazarlara giren kişiler olarak odaklanan bir yaklaşım da vardır (Lumpkin ve Dess 1996:136). Bygrave ve Hofer (1991:13) ise girişimciyi bir fırsatı algılayan ve onun peşine düşmek için bir örgüt yaratan kişi olarak tanımlamaktadır.

Zhen ve Arvey (2009)'a göre, girişimciler genellikle otonomi, yenilikçilik, ve yüksek risk alma gibi özellikler ile tanımlanmaktadır. Tanım olarak bir girişimci, girişim sürecinde yenilikçi ve başarılı olmak için kural yıkıcı olmalıdır. Kural yıkıcılık, grubun kabul edilebilir normatif beklentilerine uymakta başarısız olan birey davranışlarını ifade etmektedir. Bu tanım, kural yıkıcılığın olumlu ya da olumsuz olabileceğini göstermektedir. Çeşitli araştırmalar, yeni bir ürünün veya yeni üretim yönteminin icadı, yeni pazarların yaratılması ve yeni girişimlerin kurulması için olumlu kural yıkıcı olmanın girişimcilik başarısı açısından olumlu olduğunu ortaya koymuştur (Zhen Ve Arvey 2009: 436).

Schumpeter'in bir savaşçı ve lord olarak tanımladığı girişimci, yerini liderlik vasfını korumakla birlikte, eskisi kadar karizmatik değildir. Hayranlık duyulan kahramanlığı törpülenmiş, toplumu peşinden sürükleyen dava adamı kimliği yerini kapitalist topluma daha uyumlu bir insan tipine bırakmıştır (Brouwer, 2002: 101). Girişimci bireysel olmaktan ziyade, işlevleriyle ön plâna çıkartılmaya çalışılmaktadır (Reinert, 2002: 33).

2. Girişimci Tipleri

Bu bölümde farklı yaklaşımlar sonucu ortaya çıkan girişimci tipleri ele alınacaktır. Bu bölümde ele alacağımız girişimci tipolojisinde temel yaklaşımlar, girişimcileri, farklı kriterleri dikkate alarak sınıflandırmaktadır. Bu kriterler; yenilik, amaç, iş kurma davranışı, kişiliktir. Bu bölümde ayrıca kendi çalışmaları sonunda girişimci tipolojisine farklı boyut kazandıran, Agarwal (2004), Daft (2008) ve Yoo ve Cooper (1991)' in girişimci tipleri de açıklanmıştır.

2.1. Girişimcilik Amacına Göre Girişimci Tipolojisi

Girişimci tipolojisi ile ilgili farklı yaklaşımlar bulunmaktadır. Girişimcileri girişimcilik sürecinde yaratıcı ve yenilikçilik açısından sınıflandıran yaklaşıma göre iki tür girişimci tipi bulunmaktadır: esnaf girişimci ve fırsatçı yada fırsat girişimcisi (Rauch ve Frese 2000:118).

2.1.1. Esnaf Girişimci

Çalışma yaşamından gelmiş, görece düşük eğitim seviyesine sahip, yönetim ve liderlik özellikleri belirgin yada ayırt edici olmayan ve sermayesini yakın çevresi yada kendi olanaklarından edinen girişimcidir. Esnaf girişimci özellikle Türkiye’de sıkça rastlanan mikro işletme sahipleridir. Küçük gıda marketleri, lokanta, terzi gibi iş sahipleri bu sınıfa girmektedir.

2.1.2. Fırsat Girişimcisi

Fırsatçı girişimci olarak da adlandırılmaktadır. Bu girişimci tipi geleceğe dair öngörülerde bulunarak, karlı olabilecek alanlara yatırım yapan kişi olarak tanımlanmaktadır (Küçük 2005: 37). Fırsat girişimcisi, doğabilecek fırsatları kollamakta ve kar elde edebileceği konulara yatırım yapmaktadır. Fırsatçı girişimci esnaf girişimciye göre daha yüksek eğitim düzeyine sahip, yönetim deneyimi olan ve yönetim becerileri gelişkin, fırsatları görebilen ve yenilik ve yaratıcılık odaklı stratejiler ve çıktılar ortaya koyan, çok çeşitli finansman kaynaklarını kullanan girişimcidir. Türkiye’de yapılan çalışmada girişimci tipinin oluşumunda kişisel gelişimin önemli bir rol oynadığı ortaya konmuştur. Kişisel gelişime paralel olarak fırsatçı girişimcilik ağırlık kazanmaktadır. Bu durum da artan bilgi düzeyine bağlı olarak artan yetkinlikler ve analitik düşünme yeteneği gösterilmektedir (Özkul Ve Dulupçu 2007: 89). Das ve Teng (1997:75), özellikle risk eğiliminin girişimlerin kendi içinde farklılaştığını ve esnaf girişimcilerin kısa dönemli riskler üstlenirken, fırsat kollayan girişimcilerin ise uzun dönemli riskler üstlendiklerini belirtmektedirler.

2.2. Girişimcinin Kişilik Özelliklerine Göre Girişimcilik Tipolojisi

2.2.1. Pragmatik Ve Karizmatik Girişimci

McCarthy ve Leavy (1999) girişimcileri pragmatik ve karizmatik olarak ikiye ayırmaktadır. Pragmatik girişimci daha planlı, rasyonel ve riski azaltma eğilimine sahip olarak nitelirken; karizmatik girişimci, vizyoner, yüksek inisiyatif üstlenen ve yüksek risk alan grup olarak açıklamaktadırlar (Erdem 2001:47).

2.3. Girişimcinin Şirket Kurma Ve Sürdürme Davranışına Göre Girişimci Tipolojisi

Bu tipolojide girişimcilerin şirket kurma ve sürdürme davranışı temel alınmakta ve genel olarak girişimciler doğal girişimci olarak tanımlanmaktadır. Doğal girişimciler, genellikle yeni fırsatları araştırmaktan keyif alan yenilikçi insanlar olarak göz önüne alınmaktadır. Seri ve portföy girişimci olarak iki sınıfa ayrılmaktadırlar. Seri girişimcilerde mükemmellik, işin iyi yapılması ve sonucun başarılması gibi unsurlar daha önemli iken büyüme yönelimi, portföy girişimciler için çok daha güçlüdür. Portföy girişimciler, seri girişimciye göre çok daha “fırsatçı” görülmektedir. Portföy girişimcilik ile ilişkili etmenler, büyümeye odaklı olmak, bölgedeki ya da firmadaki kısıtlı büyüme fırsatlarıdır. Belli mesleki yeterlilik, yalnız çalışma isteği veya bağımsızlığına düşkünlük ise seri girişimcilik ile pozitif ilişkili unsurlar olarak kabul edilmektedir. (Huovinen ve Littunen 2009:17-18).

2.3.1. Seri Girişimci

İş gücü piyasası, girişimciliği; farklı ekonomik ve istihdam durumlarında, bireyin ücretli iş, girişimcilik ve işsizlik arasından en uygun alternatifini seçtiği bir kariyer tercihi olarak görmektedir. Birey, gelir düzeylerini, bağımsızlığı, ekonomik riskleri, iş yükünü ve her olasılığın faydalarını kıyaslayarak alternatifler arasında karar verir. Girişimcilik bu bakış açısından en uygun kariyer tercihi olmaktadır (Scarborough ve Zimmerer 2006:6).

MacMillan (1986) ve Kolvereid ve Bullvåg (1993) doğal bir girişimciyi, firmalar kurmada deneyimli ve en az iki firmaya eş zamanlı bağlı bir kişi olarak tanımlamaktadır (Huovinen ve Littunen 2009:7). Hall (1995) doğal girişimcileri ilk olarak seri ve portföy girişimci olarak iki gruba ayıran kişidir. Hall’a göre bir seri girişimci, bir zamanda sadece bir tane olacak şekilde birbiri ardına birçok firmaya sahip olan bir insandır. Bir seri girişimci orijinal firması satıldıktan veya kapandıktan sonra ikinci bir firmayı bulur, miras olarak alır veya satın alır (Huovinen ve Littunen 2009:7). Bireyin yaşam şeklinin yanında çevre, bir girişimci olmak için yeni amaç ve güdülere bir ihtiyaç yaratan bir şekilde değişebilir. Westhead ve Wright (1998:180) hem ilk kez girişimci olacakların hem seri girişimcilerin, firmalarını kurarken başlıca motivasyonlarının kişisel gelişim ihtiyacı ve bağımsızlık olduğunu belirtmektedirler. Niittykangas vd (2006)’ ne göre faaliyetlerini durdurmuş bir işletme sahibi olan girişimcilerin yaklaşık %15’i, hemen bir diğer firma ile girişim kariyerlerine devam etmektedir (Huovinen ve Littunen 2009:10). Flores-Romero

(2004)' da seri girişimcilerin sadece üçte birinin ve portföy girişimcilerin sadece onda birinin, kendi firmalarından vazgeçtikten sonra ücretli işe döndüklerini gözlemlemiştir. Bu durumda doğal girişimci olarak tanımlanan girişimci tipinin, girişimciliği en azından bir süre istikrarlı bir şekilde denediklerini ve kararlılıklarını göstermektedir. Westhead vd (2005:396)'ne göre aslında birçok seri girişimci, girişimciliklerinin başlangıcını, kötü bir deneyim olarak tanımlamaktadır. Genel olarak seri girişimciler, nispi olarak düşük risk düzeyiyle yönetilebilir bir işletmede girişimci olarak kendilerini geliştirmeyi amaçlamaktadır. Seri girişimciler, mümkün olduğunca az risk faktörü olan pazarlara girmekte ve pazarlardaki varlık süresini yani, işletmeden vazgeçiş zamanını doğru bir zamanda gerçekleştirmekte ve ondan sonra süreci tekrar etmektedir (Huovinen ve Littunen 2009:7). Bu sürecin bu şekilde gelişimi ise, seri girişimcinin finansal karını maksimize edebilme ve şirketini geliştirebilme konusundaki yetersizliği ile ilişkilendirilmektedir. Seri girişimcinin güçlü yanı, ticari ve pazar bilgisidir.

2.3.2. Portföy Girişimci

Portföy girişimci eş zamanlı olarak en az iki firmaya sahiptir. Huovinen ve Littunen (2009:7)' e göre, bir portföy girişimci, orijinal firmasına ek olarak ikinci bir firmayı bulur, miras olarak alır veya satın alır. Portföy girişimcilikte, girişimcinin büyüme stratejisi veya hayatta kalma stratejilerinden birinden etkilendiği görülmektedir. Portföy girişimcilerin küçük pazarlarda belli bir hedef kitle ile sınırlı kalmayı seçtikleri görülmektedir. Büyüme yönelimi genellikle portföy girişimcilerle bağlantılı bir eğilim olarak tanımlanmakta olup; seri girişimcilerin büyüme konusuna daha temkinli yaklaştıkları görülmektedir. Girişimcilerin güçlü başarı güdüsü, bir girişimcinin tutum ve davranışını en açık tanımlayan bir özelliktir (Huovinen ve Littunen 2009:7). Aynı zamanda, risk alma isteği ve büyüme yönelimi de girişimcinin diğer tipik özellikleri ve motivasyonlarıdır. Bu özelliklerden büyüme yönelimi genellikle portföy girişimcilerle bağlantılı olarak görülmektedir. İşsizlik, mevcut işinde memnun olmama, işsiz kalma riski, başka bir seçeneğin olmaması gibi itici (push) faktörlerinin, portföy girişimciler için, seri girişimcilerden çok daha etkili olduğu görülmektedir. Portföy girişimci ve ilk kez girişimci olanların, kar elde etme, iş fırsatlarının varlığı, yeni ürün yada fikirlerin olması yada rekabetin uygun olması gibi durumsal faktörlerden nerede ise aynı ölçüde etkilendikleri ortaya konmuştur. Aynı zamanda seri ve portföy girişimcileri kıyaslarken, pozitif durumsal ve çekme faktörleri, istatistiksel açıdan anlamlı tarzda bu grupları birbirinden farklı

kılmaktadır. İlk firmanın çalışma durumunda seri girişimciler, bir iş fırsatını, rekabetin azlığını, yeni bir fikir veya ürünü keşfetme gibi girişimciliği cesaretlendiren faktörlere, portföy girişimcilerinden daha fazla vurgu yapmaktadırlar, bu durumda bu faktörlerin seri girişimcileri daha fazla motive ettiği sonucuna bağlanmaktadır. Aynı zamanda seri girişimciler, maddi olmayan amaçlara portföy girişimcilerinden daha çok önem vermektedirler. Seri girişimciler, girişimcilik bilgi ve deneyimini kullanırken, bağımsızlıklarını riske etmemek konusunda daha duyarlıdırlar (Huovinen ve Littunen 2009:17-18).

2.4. Girişimcinin Yenilik Boyutuna Göre Girişimci Tipolojisi

Bu tipoloji, girişim sürecinin sonunda pazarlanan hizmet yada ürün ile ilgilidir. Hizmet yada ürün benzerlerinin taklidi ile pazara sunulmakta ise, taklit girişimcilik, yepyeni bir ürün ve/veya hizmet sunulmakta ise inovatif girişimcilik sınıfına girmektedir.

2.4.1. Taklit Girişimci

Taklit girişimciler, yenilik yapmak yerine mevcut ürün ve hizmetler ile pazara girmektedirler. Taklit girişimciliğin, daha az yaygın olan yenilikçi girişimcilikten çok daha büyük güçte bir ekonomik sürücü olduğu ileri sürülmektedir (Haris vd 2009:412). Powell (1990) gelişmekte olan pazarlarda, ekonomik büyüme üzerinde taklit girişimciliğin önemli bir unsur olduğunu öne sürmektedir (Haris vd . 2009:412).

2.4.2. İnovatif Girişimci

İnovatif girişimci, yeni fikir yada buluşu yada mevcut ürün yada hizmetin tasarım, fiyat, kalite gibi yönlerden iyileştirerek pazara sunan kişidir (Tutar ve Küçük 2003:172). İnovatif girişimci Schumpeter' in yaratıcı yıkıcı bireyidir ve girişimciliği yenilikçi faaliyetlerin lokomotifi olarak kabul etmektedir.

2.5. Agarwal Tipolojisi

Agarwal (2004)' e göre, beş tür girişimci vardır (Agarwal 2004:3-5). Agarwal (2004)' in girişimci tiplerinin belirleyicileri yada tipolojinin temel aldığı parametreler; yaş, geçmiş, eğitim, iş deneyimleri, kuruluş sermayesi ve işletme ölçeği ile rekabet stratejisi yönelimidir.

2.5.1. Fırsatçı Girişimci

Bu girişimcinin temel motivasyonu finansal kazançtır.

2.5.2. İtici Faktör Girişimcisi

Bu tür girişimciler, negatif itme faktörleri nedeni ile girişimcilik kariyeri seçmektedirler. Bu faktörlerin başında işsizlik, kendileri ve ailelerini geçindirebilme çabası yer almaktadır. Bir işletme kurma faaliyetine giren en yaşlı girişimci tipidir. Kuruluş sermayesi ve çalışan sayısı en düşük girişimci tipi de itici faktör girişimcisidir. Temel rekabet stratejisi düşük maliyettir ve maliyet liderliği stratejisi izlemektedir.

2.5.3. Yönetici Girişimci

Yüksek liderlik, idare ve çevre ile iletişim yetkinlikleri olan ve bu yetkinliklerini finansal getiri için kullanan girişimci tipidir. Yönetici girişimci diğer girişimci tipleri arasında en pazar odaklı rekabet stratejileri izleyen girişimcidir. Niş stratejisi izlemektedir. Yönetici ve yeni sanatçı girişimciler diğerlerine göre daha çok çalışan istihdam etmektedirler ve daha çok kuruluş sermayesine sahiptirler.

2.5.4. Yeni Sanatçı Girişimci

Bu girişimci tipi, çalışma yaşamında yüksek düzeyde otonomi isteyen, yeni ürün yada hizmet fikirleri geliştirmek konusunda istekli girişimci tipidir. Tüm girişimci tipleri arasında en eğitilmiş olan ve profesyonel bir geçmişi olan girişimcidir. Geçmiş iş deneyimlerinin büyük bir bölümü büyük özel şirketlerde edinmiştir. Rekabet stratejisi olarak, diğer girişimci tiplerine göre, en fazla müşteri sayısına odaklanan girişimcidir. Müşteri ortaklığı stratejisi izlemektedir.

2.5.5. Fikirlerin Harekete Geçirdiği Fırsatçı Girişimci

Bu tip Agarwal (2004) tarafından diğer girişimci tiplerinin de özelliklerini taşıdığından karışık girişimci olarak tanımlanmaktadır. En genç iş kuran girişimci tipidir.

2.6. Daft Tipolojisi

Daft (2008), New Era Of Management adlı kitabında beş tip girişimci tanımlamıştır (Daft 2008:181-183).

2.6.1. Idealist

En sık rastlanan girişimci tipidir. İnovasyona eğilimli, çalışmayı seven ve kişisel olarak anlamlı yada yeni ve yaratıcı çalışmalar yapmaktan hoşlanan girişimci tipidir.

2.6.2. Optimizer

Bu tip girişimcinin, temel motivasyonu işletme sahibi olmanın sağlayacağı kişisel memnuniyettir.

2.6.3. Çok Çalışan

Bu tip girişimci, uzun saatler daha fazla kazanç için çalışmaktan hoşlanan girişimcidir.

2.6.4. Jonglör

Bu tip girişimciler için girişim, her şeyi kendilerinin yapabilme olanağı olarak algılanmaktadır. En dikkat çeken özellikleri yüksek enerji düzeyleridir.

2.6.5. Düzenleyici (Sustainer)

İş ve kişisel yaşamını dengeleme düşüncesi ile hareket eden girişimcidir. Bu yaklaşımlarından dolayı çok büyümek istememektedirler. Zira büyümek onlar için kişisel yaşamlarından çok fazla ödün vermek anlamına gelmektedir.

2.7. Yoo Ve Cooper Tipolojisi

Yoo and Cooper (1991) girişimcileri iki gruba ayırmıştır: zanaatkar girişimci ve fırsatçı girişimci. Zanaatkar girişimciyi motive eden kişisel otonomi iken, fırsatçıları finansal kazanç motive etmektedir (Barbato 2009: 34).

3. Girişimciliği Önemi

Girişimciliğin son dönemde kazandığı popülaritenin başlıca nedenleri arasında üç gelişme sayılmaktadır (Foss ve Klein 2002; TUSİAD 2002): İstihdam sorununun artması,

yeni ekonominin gittikçe güçlenmesiyle değişen ekonomik yapı, ekonomi ve işletme alanlarında teorik gelişmeler ve girişimciliğin genel kabulü.

Temel olarak bir ekonominin başarı göstergeleri kabul edilen üretim, dağıtım ve bölüşüm sorunlarının çözümünde, serbest girişimlerin ve bunun arkasındaki girişimcilik hikâyelerini artmasının tek yolu olarak kabul edilmektedir. Girişimlerin artması, kaynakların ekonomik verimliliği düşük alanlardan, verimliliği yüksek alanlara kaymasında en önemli faktörlerden biridir. Girişimcilerin getirdiği yenilikçi ve yaratıcı düşünceler, ülke ekonomisinde yeni sektörlerin doğmasına sebep olarak ekonomik büyümenin lokomotifi olmaktadır (Öztürk 2008:24).

Girişimcilik alanında araştırmalar yapanların bir bölümü, girişimcilerin yeni ürün, süreç ve pazar yaratmak sureti ile refah yaratımın lokomotifi olduğunu belirtmektedirler. (Daily, McDougall, Covin ve Dalton 2002; Lumpkin ve Dess 1996; Smith ve Di Gregorio 2002). Bir takım araştırmacılar ise, girişimcilerin refah yaratmalarını, karlı fırsatları keşfedip ortaya çıkarmalarına bağlamaktadır (Ireland 2003: 965). Girişimcilerin refah yaratma yönündeki katkısı ne ile ilişkilendirilirse ilişkilendirilsin, üzerinde hem fikir olunan konu, fırsatları tanıyabilmenin girişimciliğin temeli olduğudur (Brown ve Eisenhardt 2000; McCline, Bhat ve Baj 2000).

Girişimcilerin fırsatları kullanması sürdürülebilir rekabet avantajı yaratılmasına katkı sağlamaktadır. Girişimciler bazen fırsatları tanımlar ve kullanırken sürdürülebilir rekabet avantajı yaratmak yerine geçici avantajlar yaratabilirler. Bu durum, girişimcinin kaynaklarını stratejik olarak yönetememesinden kaynaklanmaktadır. Refah yaratmak hem fırsat arama hem de avantaj arama davranışlarının bileşkesini gerektirmektedir. (Hitt ve Ireland 2002; McGrath ve MacMillan 2000).

Girişimci, özellikle gelecekle ilgili sınırlı bilgi kısıtı karşısında, üstün özellikleri ve yaratıcılığıyla cesurca davranmakta; iktisadî kaynakları beklenmedik, sıra dışı ve şaşırtıcı yönlere sürüklemek suretiyle iktisadî yenilenmenin önündeki engelleri yıkmaktadır. Bu girişimcinin yarattığı değişim ve yenilik ortamının bir başka görünümü iktisadî yapıdaki devinimsel harekettir. Böyle bir süreçte kredi hacmi genişler, fiyatlar yükselir, faiz oranları artar ve nihayetinde fiyat, maliyet ve miktar ilişkileri olarak tanımlanabilecek olan denge durumu bozulmaktadır (Kızılkaya 2005:32). Dolayısıyla, girişimci çevresindekiler için bir risk ve belirsizlik ortamı yaratmış olur.

Girişimciliğin tanımlanan amaçları büyüme ve refah yaratmaktır (Certo vd 2001; Ireland vd 2003). Girişimcilik, gelişmiş ve gelişmekte olan ekonomilerde refah yaratımının bir uyarıcısı olarak da kabul edilmektedir (Peng 2001; Ireland 2003). Girişimcilik faaliyetleri toplumun gelir düzeyi ile ilişkilendirilen bir faktördür. Girişimcilik, ekonomik hareketliliğin de lokomotifidir (Cuervo 2005:293). Girişimcilik sadece yeni düşüncelerin yaratılmasına değil, yeni sektörlerin yaratılmasına da yol açmaktadır (Özkul ve Dulupçu 2007:74). Girişimciler sayesinde, yeni iş olanakları yaratılmakta, yenilikler piyasada yerini almakta ve istihdam yaratılmaktadır.

Girişimciliğin en önemli ekonomik katkılarından biri de kaynak kullanımını ile ilgilidir. Girişimciler mevcut kaynakları farklı şekillerde kullanarak yada yeni kaynaklar bularak ekonomik değer yaratmaktadırlar. Girişimcilerin yeniliğe ve yaratıcılığa dönük çalışmaları ile ekonomik büyümeye katkı sağlamaktadırlar.

Dünya girişimcilik platformu (Global Entrepreneurship Monitor –GEM) tarafından 29 ülkede gerçekleştirilen çalışma, yüksek girişimcilik faaliyetlerinin ekonomik büyüme üzerinde olumlu etkileri olduğunu ortaya koymuştur (GEM 2001).

Büyük ölçekli firmaların verimlilik sorunlarına karşın, küçük ve orta ölçekli firmalar esnek ve değişime açık yapıları ile daha üretken olmakta ve daha çok istihdam sağlamaktadır (TUSİAD 2002:41). Yeni ekonominin yarattığı değişimin temelini ise, sadece yeni teknolojiler değil, aynı zamanda farklı iş modellerinin, üretim yapılarının ve teknolojik değişimlerin oluşmasında öncü rolü oynayan girişimciler de oluşurmaktadır (Hisrich vd. 2005: 8). Öte yandan yeni teknolojileri kullanan girişimcilerin de daha çok kazanç sağlamak ve daha fazla toplumsal yarar sağlamak konusunda üç nedeni vardır: yeni endüstrilerin doğmasına yol açmak, teknolojilerin kullanımını ile artan sektörel verimlilik ve sektörel büyüme (TUSİAD 2002:43).

Kirchhoff (1991:93) girişimciliğin, ekonomik büyümenin çoğunun kaynağı olabileceğini öne sürmüştür. Araştırmacılar, ekonomik pazarların büyüme ve gelişmesinde girişimciliğin rolünü incelemeye devam etmektedir ve girişimsel faaliyetin çok önemli oluşu üzerine genel fikir birliği olsa da girişim ve ekonomik gelişme arasındaki spesifik ilişki hakkında anlaşmazlık vardır (Haris vd 2009: 412)

Girişimciler, eninde sonunda önceden var olmadıkları pazarlar yaratarak, hissedarların yeni ağlarını yaratabilir. Diğer yönden, güçlü kurumlar ve pazarların yokluğunda, önceden kurulmuş girişimsel ağlar; gerçekte ek girişimsel faaliyetleri

körelterek ve yeni girişim kurmaya çalışan yeni gelenler için önemli işlem maliyetleri yaratarak, yeni girişimler için giriş bariyerine de neden olabilirler (Haris vd 2009: 412)

Baumol (1990) fırsatçı girişimsel rant aramanın, yolsuzluğu ve onun sonuçlarını cesaretlendirebileceğini belirtirken, böyle çıktılarını, pareto optimumu mekanizmalarının varlığını gösteren ve böylece zamanlama problemlerini temsil eden evrimsel bir süreç şeklinde daha iyi tanımlandığını öne sürmektedir (Davidson ve Ekelund 1994:266-267).

4. Girişimciliğin Oluşumunu Etkileyen Faktörler

Girişimciliğin oluşumu ve bu oluşumun alt yapısını oluşturan nedenler ile ilgili sayısız araştırmalar yapılmıştır. Bu araştırmaların bir bölümü girişimcinin özellikleri, bir bölümü ise girişimci ve çevresi ile olan etkileşimine odaklanmıştır. Girişimcilerin belirleyici özelliklerini ve neyin onları girişimci yaptığı incelenirken, özellikle girişimci adayları – girişimci, yönetici – girişimci karşılaştırmalı analizleri yapılmaktadır. Bu analizler ile girişimcileri diğerlerinden ayıran özellikler tespit edilmeye çalışılmaktadır.

Girişimcilik kavramını açıklarken değinildiği üzere girişimcilik konusunda çalışan araştırmacıların yanıt aradığı üç soru vardır (Shane ve Venkataraman 2000: 218): Yeni ürün yada hizmet yaratma fırsatları nasıl, ne zaman ve neden ortaya çıkmaktadır?, Neden, nasıl ve ne zaman sadece bazıları bu fırsatları keşfedip kullanmaktadır?, Neden, nasıl ve ne zaman girişimcilik fırsatlarının ortaya çıkarılmasında ve kullanılmasında farklı aksiyon modları/modelleri kullanılmaktadır? Bu bölümde yanıt aranan soru 2. sorudur. Ne bazı bireyleri diğerlerinden daha girişimci kılmaktadır? Bu soru çok sayıda araştırmacı tarafından açıklanmaya çalışılmaktadır.

Girişimciliğin oluşumunu etkileyen faktörler ile ilgili ilk yaklaşım, bu faktörleri üç ana başlık altında inceler. Bu başlıklar: girişimcinin kişiliği, sosyo kültürel faktörler ve politik faktörlerdir (İlhan 2003:62). Bu yaklaşıma göre girişimcilik oluşumu itibariyle belli koşullara bağlı karmaşık bir sosyo-ekonomik olgudur.

Bir diğer yaklaşımda, ilk yaklaşıma benzer ve fakat farkı bir gruplandırma söz konusudur. Bu yaklaşımda, girişimciliği oluşturan etmenler içsel ve dışsal olarak iki gruba ayrılmaktadır. Girişimci kişilik içsel faktör olarak; sosyo-kültürel/politik ve diğer faktörler ise dışsal faktörler olarak adlandırılmaktadır. (İlhan 2003:62)

Girişimcilerin nitelikleri, hem psikolojik hem de sosyolojik kuramda etraflı bir şekilde ele alınmıştır. Bazı bireylerin diğerlerine kıyasla niçin daha girişimci olduklarını açıklamaya çalışan bir diğer yaklaşım da, girişimcilik sürecini, kişilik kuramları (psiko dinamik, sosyal psikolojik), davranışsal kuramlar ve sosyolojik yaklaşımlar (Aytaç 2006; Bridge vd. 1998) olarak üç gruba ayrılan yaklaşımdır.

Girişimciliği etkileyen faktörler bir başka yaklaşıma göre, üç grupta incelenebilir: *Geçmişten Gelen Faktörler*: Genetik faktörler, aile, eğitim, ve deneyim gibi kişiye ait özellikler. *Örgüt Yapısı ile İlgili Faktörler*: Coğrafik konum, kazanılan bilgi, beceri ve deneyimler, iş arkadaşları ile ilişkiler ve motivasyon gibi örgüt yapısı ile ilgili olan özellikler. *Çevresel Faktörler*: Ekonomik koşullar, risk sermayesinin sağlanabilirliği, girişimcilik örnekleri, danışmanlık hizmetlerinden yararlanabilme, tüketicilerin kazanabilirliği, insan gücü ve hizmet desteğinin sağlanması gibi çevresel faktörler.

Girişimciliği oluşmasında kurumsal yapıların etkisi görülmektedir, bunun nedeni girişimciliğin ekonomik, sosyal, teknolojik ve kültürel yapıların bir bileşkesi sonucu ortaya çıkmasıdır (TUSİAD 2002:47).

OECD tarafından 1998 ve 2001 yıllarında gerçekleştirilen araştırmalar, girişimciliğin temelinde üç faktörün varlığını ortaya koymuştur: alt yapı koşulları, devlet programları ve kültürel davranış ve tutumlar.

GEM platformu tarafından gerçekleştirilen çalışmalarda ise, girişimciliği belirleyen etmenler iki grupta toplanmaktadır: ülke alt yapısı ve girişimcilik alt yapısı (GEM 2001). Ülke alt yapısında yer alan konular: ekonominin dışa açıklığı, devletin rolü, finans sektörünün etkinliği, teknoloji yoğunluğu, fiziksel alt yapı, yönetim becerileri, esnek iş gücü pazarı, yasal kurumlar, ekonomik büyüme, sosyal, politik ve kültürel çevre olarak açıklanmaktadır. Girişimcilik alt yapısını oluşturan konular ise: finans, devlet politikaları, devlet programları, eğitim, arge transferi, ticari alt yapı, iç pazarın dışa açık olması, fiziksel alt yapı ve kültürel normlar olarak belirtilmiştir.

İnsanların girişimcilik eğiliminin sektörlere göre değiştiği de ileri sürülmektedir. Bir insanın girişimcilik eğiliminin, kişinin çalıştığı sektörden etkilenebileceği bunun nedeninin de, kişinin sektör tarafından talep edilen yetenekler grubundan etkilenmesi olduğu ileri sürülmektedir (Nicolaou ve Shane 2009:10).

Bu bölümde çeşitli yaklaşımların altında incelenen ve girişimciliğin oluşumuna etkisi olan tüm kavramlar bağımsız olarak ele alınacaktır.

4.1. Kişilik

4.1.1. Girişimci Kişilik Özellikleri

Öncelikle kişiliği belirleyen faktörlere değinmek gereklidir. Kişiliği oluşturan faktörleri; genetik ve bedensel faktörler, aileye bağlı faktörler, sosyal ve kültürel faktörler, sosyal sınıf faktörü, coğrafi faktörler ve diğer faktörler biçiminde gruplandırmak olanaklıdır.

Kişilik kuramları bireylerin kişiliğinin, onların eylemlerini açıkladığını kabul ederler. En basit kuramlar, bireyleri girişimci davranışa, sahip oldukları özellik ya da özellikler konfigürasyonunun (İlhan 2003:62) hazırladığını öne sürmektedirler. Söz konusu özellikler; başarı güdüsü, risk alma isteği ya da kontrol etme arzusudur (Bridge vd. 1998: 42).

Sosyal bilimciler arasında girişimci tipin tanımlanması konusunda tam bir uzlaşma bulunmamakla birlikte, McClelland'a (1961) göre, ideal girişimci tipini tanımlamada sosyal bilimcilerin üzerinde birleştikleri noktalar şunlardır (Saylan, 1974:58):

- a) Belli konularda yetenekli olma ve kâr için mantıki riskleri göze alabilme;
- b) Enerjik bir kişilik;
- c) Kişisel sorumluluk duygusuna sahip olma;
- d) Verdiği kararların başarısını para ile ölçebilme yeteneği;
- e) Gelecek hakkında sağlam tahminler yapabilme;
- f) Örgütlenme yeteneği;
- g) Kendilerine prestij sağlama ve risk göze almaları karşılığı olarak kişisel yarar elde etme

Chell ise, girişimci kişiliğin temel özellikleri konusunda “gergin olma”, “proaktif olma”, “maceracı olma”, “yaratıcı olma”, “fikir adamı olma” gibi niteliklere vurguda bulunmaktadır (Chell vd. 1991:154). Bununla birlikte genel olarak; risk alma, liderlik

yeteneği, bağımsızlık duygusu, yaratıcı düşünme, doğru algılama ve hızlı karar verebilme yeteneği, esneklik ve iş bitiricilik, yüksek başarı güdüsü ve çalışkanlık, geniş bir hayal gücü ve vizyon sahibi olma gibi girişimci kişiliğe ilişkin tanımsal bir çerçeve oluşturmada esas alınabilecek bir dizi nitelik, girişimciliğin ortaya çıkmasını etkileyen kişilik özellikleri olarak kabul edilmektedir.

Girişimciliği ortaya çıkararak en önemli faktörün kişilik olduğunu savunanlara göre, girişimci bireyler başkalarının otoritesini kabul etmede ve bir örgüte angaje olmada uyumsuzdurlar. Gerginlik, güvensizlik ve tatminsizlik açısından süreklilik gösteren duyguları, onları bağımsızlıkları ve yazgıları üzerindeki denetimi maksimize etmek için bir meslek arayışına itmektedir (Chell vd. 1991:55). Fakat girişim sürecine daha geniş bir açıdan baktığımızda şirket içi girişimcilik yada şirket girişimciliği gibi kavramların, girişimcinin örgüt içinde varlık sürdürememesi iddiasını desteklemediği görülmektedir.

Kişilik kuramları içerisinde, psiko dinamik ve sosyal psikolojik yaklaşımlar, girişimci bireyi, sahip olduğu tutum ve tavır kombinasyonu, bakış ve yenilikçi / değişimci performansı ile farklı bir tip olarak resmetmektedirler (Aytaç 2006:142). Psiko dinamik ve sosyal psikolojik yaklaşımların vurguladıkları kişisel nitelikler arasında, girişimcilerin, proaktif, dinamik, amaçlı, pozitif ve inisiyatif alabilme yetenekleri, uyumlu olma, güven duygusuna sahip olma, ölçülü risk alma, kararlı olma, inatçı olma, sonuç almaya yönelik fikri kapasite ve kendine güven düzeyinin yüksek olması ön plana çıkmaktadır. Ayrıca, kimliği tanımlayıcı nitelikler olarak, yenilikçi, imajinatif, yaratıcı, esnek olduklarına da vurgu yapılmaktadır. Girişimcilik için gerekli görülen bu özellikler, kuşkusuz, yaşam deneyimlerinden, organizasyon ikliminden ve toplumsal kültürün imkanlarından beslenmektedir (Bridge vd. 1998:43). Bu çerçevede, girişimciler sevgileri güçlü, iyi gözlemci, hayal gücü yüksek, sosyal yönü kuvvetli, düşünme ve muhakeme yetenekleri gelişmiş insanlar olarak kabul edilmektedirler (Shane 2002; Westhead ve Wright 2000; TÜSIAD 2002).

Stevenson ve Gumpert, girişimcilerin en belirgin karakteristikleri olarak, risk alma eğilimine sahip olduklarını belirtmiştir. Timmons da, girişimcilerin, azimli (kararlı), problem çözme yeteneği güçlü ve güvenilir mizaca sahip kişiler olduklarını belirtir (Bridge vd. 1998: 42-43). Girişimciler, rekabetçi ve kazanma arzusuyla dolu hırslı insanlardır (Smilor-Sexton, 1996: 7-9). Kenneth Lawyer'e göre girişimcilerin ortak özellikleri; kabul edilebilir riskleri göze almak (Low ve MacMillan 1988; Virtanen 1997; Huovinen ve

Littunen 2009), kararlılık, çok yönlülük, iş bitiricilik, kendine güven, eksiklerini görme (Durukan 2006:30), taviz vermemek, ve değişiklikleri benimsemektir. Charles Handy'e göre, büyük girişimciler; yanlışları, eksikleri ve dünyaya uygun olmayanları görerek, düzeltmek, tamir etmek, boşlukları doldurmak ve yenilik meydana getirmek için çalışmaktadırlar.

Girişimcilik ve kendine güven arasında pozitif bir ilişkinin aranması, girişimcilik sürecinin doğası gereğidir. Girişimcilerin kendilerine duydukları güven onların hedefler koyma ve bu hedeflere ulaşmak için çaba harcamalarında etkili olan bir özelliktir. Bu konuda Gürol ve Atsan' ın (2004) 362 lisans son sınıf öğrencisi ile gerçekleştirdikleri araştırmalarında girişimcilik eğilimi ile kendine güven arasında pozitif ilişki saptanmıştır. Kendine güven duymak girişimcinin belirlediği hedeflere ulaşabilmesinde gereksinim duyduğu motivasyonu sağlamak açısından önemlidir. Bu nedenle girişimcilerin kendilerine ortalamanın üzerinde güven duydukları söylenebilir (Bozkurt 2007:101).

Öztürk (2008: 21)'e göre, girişimci, belirsizlik altında karar alabilen, kararlı ve azimli, güçlü sezgi sahibi, iyi gözlemci, hayal gücü yüksek, kaynaklara ulaşabilecek ilişkiler ağına sahip, çok yönlü düşünebilen, ikna gücüne sahip olan, bağımsız düşünebilen, esnek, yaratıcı kendine güvenen bir kişiliğe sahip bireydir.

Balıkesir Bölgesi girişimcileri örneklemini ile yapılan araştırmalarda (Aydın vd. 2007; BİAE 2007) ise, girişimcilerin öne çıkan kişilik özellikleri olarak: başarısızlığa karşı direnç, başarıya arzusu (Low ve MacMillan 1988; Virtanen 1997; Huovinen ve Littunen 2009), vizyon, belirsizliğe karşı direnç, yaratıcılık, iyimserlik, kadercilik olmama, özgüven, yüksek enerji düzeyi saptanmıştır. Bu bulgular Türk Girişimcisi' nin kişilik özellikleri olarak bir çok araştırma ile desteklenmektedir.

Girişimcilerin büyük çoğunluğu; fikirlerini değiştirip, metotları çeşitlendirebilen, problemlerin çözümünde değişik yollar arayan, çalışanları yönlendirebilen, başarısızlığa uğradıklarında tekrar deneme yapmaktan korkmayan, çabuk karamsarlığa kapılmayan, önsezilerine güvenen, sorunların üstesinden tek başına gelebilen, piyasaları takip eden ve fırsatları değerlendiren, uzun vadeli hedeflere sahip olan, sorunlar karşısında sıkıntı ve endişeye kapılmayan, her problemin bir çözümü olduğuna ve planlamanın sorunlara daha fazla çözüm ürettiğine inanan, insanları harekete geçirebilen, görevlerine odaklanabilen bir tablo sergilemektedir (Ceylan ve Demircan 2009:10). Girişimcinin sezgi özelliğinden de

sıkça söz edilmektedir (Shane 2002). Girişimci bağımsız düşünebilen, esnek , yaratıcı, kendine güvenen, dayanıklı ve ısrarcıdır (McGrath ve MacMillan 2000:3).

Çok başarılı ve deneyimli girişimciler ile MBA öğrencilerinin karşılaştırılmasından elde edilen sonuç, girişimcilerin çok daha büyük ölçüde etkin mantığa güvendikleridir (Baron 2009:310). Wiltbank ve diğerleri tarafından gerçekleştirilen çalışma, birçok yeni girişimi başlatma ve sürdürmenin bir fonksiyonu olarak, çok deneyimli girişimcilerin, karar alma faaliyetlerinde etkin mantığın kullanımına doğru kaydığını öne sürmektedir (Baron 2009:310).

DeCarlo ve Lyons (1979) ve Litzinger (1965), kendine güvenle yakından ilişkili bir kişilik özelliği olan bağımsızlıktan, girişimcilerin bir özelliği olarak söz etmiştir. Bir kişi girişimci olmayı isteyebilir, çünkü kendi kendinin patronu olabileceği düşüncesiyle bağımsız olmayı ister. Ancak kendine güvenli bir insan sadece bağımsız olmayı istemez, aynı zamanda çabalarının tek başına tamamlanması sayesinde vizyonunu taşıma yeterliliği olduğunu algılar. Böyle bir insan, firmasına katılacak işletme partnerlerini aktif olarak aramaz veya böyle partnerler gerektiğinde onlardan çok azına sahip olmayı tercih eder (Lee ve Tsang 2001: 586).

Van de Ven vd.(1984) yüksek performanslı girişimcilerin daha dışa dönük ve hem şirket içinde hem de dışındaki insanlarla sürekli geniş ve karmaşık ilişkiler ağını sürdürme eğiliminde olduklarını bulmuştur (Lee ve Tsang 2001: 588).

Başarma ihtiyacının çıktılarında biri olan başarılı girişimci ile ilgili ise kişisel faktörler şu şekilde sıralanabilir: Öztürk (2008: 21)

a) Üretim aşamasında, ürünün/hizmetin üretimiyle ilgili teknik bilgi ve girişimle ilgili yasal mevzuat hakkında bilgi sahibi olması.

b) Çalışanlar ve yöneticiler arasında motivasyon sağlayabilecek yöneticilik yeteneklerine sahip olması.

c) Çalışanlarının eylemlerini girişimin ortak hedefine yönlendirebilmesi, bu hedefe ulaşmada ortaya çıkabilecek motivasyon sorunlarına çözüm bulabilmesi

d) Amaçlara ulaşmak için sistematik bir inceleme yaparak hedeflerini somut kriterlerle tanımlamış ve sıralamış olması.

e) Yaratıcı olması,

f) Faaliyet gösterilen alandaki gelişmeleri sürekli takip etmesi.

g) Ulaşılması herkes için mümkün olmayan bilgi, fikir ve düşüncelere kolaylıkla ulaşabilmesi

h) Gerekli bilgiye ulaşılabilecek insan ve kurumlarla gelişmiş bir iletişim ağına sahip olması

i) Zamanı en verimli şekilde yönetmek için planlamalar yapması

j) Sorumluluk alma yetisine ve risk alabilme cesaretine sahip olması

k) Riskleri paylaşırması

l) İkna yeteneğine sahip olması

m) Sürekli kendini geliştirme arzusunda olması

n) Risk alma becerisi

Girişimci kişiliğinin özelliklerini, girişimciliğin farklı aşamaları sırasında ölçen Littunen (2000a), girişimcinin kişiliğinin öğrenme ile değiştiğini ortaya koymuştur. Girişimcinin başlangıç dönemindeki ilk faaliyetleri ve bir girişimci olarak en önce yaptıkları, etkileri girişimcinin kişisel özelliklerine de yayılabilen girişimsel öğrenme sürecinin parçasıdır. Değişen faaliyetlerin olduğu bir çevrede, girişimcinin karşılıklı ilişkilerindeki değişimlerin aynı zamanda girişimcinin kişisel özelliklerini etkilediği görülmektedir. Bu çalışmanın bulgularının işaret ettiği gibi girişimcilik ve kişisel özellikler, çevrenin özelliklerinden bağımsız olarak çalışamaz (Littunen 2000a).

Begley ve Boyd (1987), girişimcilik eğilimini etkileyen kişilik özelliklerinin girişimin büyümesini etkileyen önemli faktörler olmadığını savunmaktadır. Bulgular, psikolojik özellikler ve finansal performans arasında çok zayıf ilişki olduğunu ortaya koymaktadır. Kurulan modele göre, deneyimin büyüme üzerindeki baskın etkisinden dolayı, girişimciler dikkatlerini girişimsel özelliklerden girişimsel yeteneklere kaydırmaktadırlar. Çalışmalar, bu yeteneklerin yaparak öğrenme ile gelişebileceğini göstermektedir (Lee ve Tsang 2001: 597).

Girişimciler ile en çok ilişkilendirilen kişilik özellikleri, başarı ihtiyacı, bağımsızlık ihtiyacı, risk toleransı ve yaşamını kontrol etme arzusudur (Low ve MacMillan 1988; Virtanen 1997; Huovinen ve Littunen 2009).

Hem genetik faktörlerle hem de girişimcilik eğilimi ile ilişkilendirilen ikinci bireysel özellik, dışa dönüklüktür. Birçok çalışma dışa dönüklüğün (sosyallik, girginlik, konuşkanlık ve teşhircilik gibi bazı özellikleri birleştiren bir kişilik özelliği) kalıtsal olduğunu göstermiştir. Bazı ampirik çalışmalar dışa dönüklüğün, girişimcilik olasılığı ile pozitif ilişkili olduğuna kanıt sağlamaktadır (Nicolaou ve Shane 2009:3).

Girişimciler genellikle otonomi, yenilikçilik, ve yüksek risk alma gibi özellikler ile tanımlanmaktadır. Tanım olarak bir girişimci, girişim sürecinde yenilikçi ve başarılı olmak için kural yıkıcı olmalıdır. Kural yıkıcılık, “grubun kabul edilebilir normatif beklentilerine uymakta başarısız olan” birey davranışlarını ifade etmektedir. Bu tanım, kural yıkıcılığın olumlu ya da olumsuz olabileceğini göstermektedir. Çeşitli anekdot hikayeler, yeni bir ürünün veya yeni üretim yönteminin icadı, yeni pazarların yaratılması ve yeni girişimlerin kurulması için kural yıkmanın olumlu şekillerinin önemiyle ilgili ortaya çıkmıştır (Zhen Ve Arvey 2009:436).

Sexton (1985) girişimciler ve diğer işletme çalışanları ile karşılaştırmalı olarak gerçekleştirdiği araştırmasında, girişimcilerin anlamlı bir şekilde diğerlerine göre otonomi özelliği olduğunu tespit etmiştir (Barbato vd 2009:2).

4.1.2. Girişimci Kafa Yapısı (Entrepreneurial Mindset) Kavramı

Girişimci kafa yapısı McGrath ve MacMillan (2000)' ın tanımlaması ile, belirsizliğin yarattığı faydaları yakalamaya odaklanan bir düşünce tarzıdır. Daha önceki çalışmalarda girişimci kafa yapısı, esneklik, yaratıcılık, sürekli inovasyon ve yeniliği desteklemek yolu ile büyüme odaklanan bir perspektif olarak tanımlanmıştır. (Ireland vd 2003: 968). Diğer bir deyişle, girişimci kafa yapısına sahip bireyler, bilişsel yetenekleri ile, belirsizlik örtüsüne karşın, fırsatları tanıyıp kullanabilen bireylerdir.

Girişimci kafa yapısı hem bireysel hem de kolektif bir fenomendir ve bu nedenle sadece girişimcinin kendisinin değil, işletmenin yönetici ve çalışanları için de girişimci gibi düşünmek ve hareket etmek önemlidir. (Covin ve Slevin 2002:319). Araştırmalarla ortaya konan veriler, girişimci kafa yapısının tüm ekonominin gelişimine destek sağladığını ortaya koymaktadır (Ireland vd 2003: 968).

Girişimci kafa yapısının beş temel bileşeni bulunmaktadır (Ireland vd 2003: 968)

Girişimcilik Fırsatlarını Tanımak: Girişimcinin fırsatları tanıması, refah yaratmanın anahtar faaliyetidir ve girişimci kafa yapısını ortak ve genel çıktısıdır. Girişimcilik fırsatlarını yaratan pazardaki bilgi asimetrisidir. Değişen demografik yapı, sosyal değişim, yeni pazar segmentlerinin doğması ve hükümetlerin uygulamalarındaki değişiklikler girişimcilik fırsatlarını yaratmaktadır. Asimetrik bilgi stokları, herkes tarafından eşit ölçüde tanınamayan fırsatları ifade etmektedir. Girişimcilik fırsatlarını ortaya çıkararak bilgi asimetrisidir fakat gerçekte toplumun sadece bir bölümü girişimcilik fırsatlarını tanıyabilmektedir (Shane ve Venkataraman 2000:220).

Girişimci Uyanıklığı:* Girişimci, herhangi bir ürün yada hizmetin fizibil olduğu zamanı görebilen kişidir. Ireland vd (2003:968) e göre bu sezgisel parlamalar girişimcilik fırsatlarının tanınmasını sağladığı gibi, girişimci kültür ve liderliğin gelişimini de sağlamaktadır. Girişimcinin tetikte olma durumu, girişimci kafa yapısının güçlü bir göstergesi olarak kabul edilmektedir. McGrath ve MacMillan (2000:302), bu kişileri doğal (habitual) girişimci olarak tanımlamakta ve bu kişilerin dört özelliği olduğunu belirtmektedir. Bu özellikler: (1) fırsatları yakalama konusunda tutkulu bir arayış içinde olma, (2) yalnızca rekabet avantajı yaratacak fırsatları dikkate alma, (3) girişimcilik fırsatlarını dikkatle analiz etme ve fırsatları rekabet avantajı sağlamak için hızla kullanma. Fırsatları bireysel fırsatlar olarak değil, rekabet avantajı yaratacak fırsatlar olarak görme, (4) girişimcilik fırsatlarını tanıma ve peşine düşme konusunda mücadelesine bağlılık.

Gerçek Fırsatları Muhakeme Gücü: Bu özellik, girişimcilerin belirsizlik ortamında finansal kazanç elde edebilecekleri seçenekleri görme ve kullanmalarını ifade etmektedir.

Girişimcilik Yapısı: Girişimci yapı, amaç belirleme, fırsatları görme ve doğru zaman için stratejiler geliştirmeyi kapsamaktadır. (Ireland vd 2003: 969). Girişimcilik yapısı, girişimcinin fırsatları tanıma ve kullanabilme kapasitesi olup olmadığını değerlendirme konusunda stratejik bir düşünce yapısına sahip olmasını ifade etmektedir. (McGrath ve MacMillan 2000: 302). Girişimcilik yapısı aynı zamanda fırsatların doğru zamanda kullanılması anlamına da gelmektedir (Miller ve Folta 2002: 658-659)

4.2. Aile Ve Yakın Çevre

* Entrepreneurial Alertness: Girişimcinin her zaman tetikte olma durumunu ve halk dilinde kullanımı ile uyanıklığını ifade etmektedir.

Aile ve girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkinin varlığına yönelik araştırmalar, gelir durumu, yetiştirilme şekli yada aile ortamı ve değerleri, doğum sırası, çocuk sayısı ve ailede girişimci olup olmaması ile girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkileri incelemişlerdir. Araştırmalar, bu unsurlar bazında aile ile bireyin girişimcilik eğilimi arasında kesin bir ilişkiyi ortaya koyamamaktadır. Örneğin ailede girişimci olmasının bireyin girişimcilik eğilimi olumlu etkilediğini ortaya koyan araştırmaların yanında, böyle bir ilişkinin olmadığı yada negatif yönlü olduğunu ortaya koyan araştırmalar da vardır fakat ailenin, bireylere girişimci değerlerin benimsetilmesinde önemli bir konuma sahip olduğu da kabul edilmektedir. Bu bölümde ailenin girişimcilik üzerindeki etkisini inceleyen araştırmalar değerlendirilecektir.

Aile, girişimcilik için uygun bir zihinsel arka planı oluşturarak bireylerin girişimciliğe bakış açılarının biçimlenmesinde işlevsel bir role sahiptir (İlhan 2003:65). Ülkemizde yapılan bir araştırmaya göre, girişimcilerin % 62'si yaşadıkları çocukluk ve aile çevresinin kendilerini mücadeleci yetiştirdiğini, girişimcilik özellikleri kazandırdığını belirtmişlerdir (TÜSİAD 1987:37). İngiliz girişimciler üzerinde yapılan bir araştırmada ebeveynleri ya da diğer yakın akrabaları özel iş sahibi olan bireylerin de genelde, kendi işlerini kurma eğiliminde oldukları tespit edilmiştir (Bridge vd.1998:55).

Ataerkil aile yapılarında, ailenin etkisi, anne babanın sıkı denetimi ve itaat kültürü çok daha belirleyicidir (Jahoda, 1993: 625). Bu yapıların özelliği, dışa kapalı ve geleneksel denetiminin hakimiyetinin varlığıdır. Bu ortamda, aile üyeleri alışıldık, bilinen, benzerlik üzerine temellenmiş ilişkiler kurmaktadır. Bu yapı içinde girişimcilik eğilimini olumlu etkilediği ileri sürülen, yenilikçiliğe açık olmak, bireysel başarıyı hedeflemek, dinamik, üretken, risk almak gibi değerler teşvik görmemektedir. Dolayısıyla, geleneksel aile düzeni, girişimcilik eğilimini olumsuz etkileyen bir özellik göstermektedir. (Saylan, 1974: 209-211). Kühn (1998:36)' de bu görüşü destekleyerek, aşırı korumacı ailelerin çocuklarının girişimciliği üzerinde olumsuz etki yarattığını savunmaktadır.

Akraba ve arkadaş çevresinin değerler sisteminin dayanışmacı olması, başarının takdir edilmesi, başarısızlıkların mahkum edilmeyerek bilgi ve deneyim birikimine katkı olarak kabul edilmesi ve kazanılmış statünün değerli sayılması ise girişimcilik sürecini kolaylaştırıcı ve girişimciyi teşvik edici olarak görülmektedir (İlhan 2003:67).

Doğum sırasının da girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisi araştırılmaktadır. Ailenin ilk çocuğu olmak girişimciliği olumlu etkileyen bir faktör olarak ortaya konmaktadır (Lee

1997; Stevenson 1990; Koh 1995). Kadın girişimcilerde özellikle kalabalık ailelerde (Lee 1997:102) ilk (Lee 1997; Bowen ve Hisrich 1986) ve tek çocuk (Bowen ve Hisrich 1986) olmanın girişimciliği olumlu etkileyen bir durum olduğu ileri sürülmektedir. İlk çocuk olmak özellikle erkeklerde aile işine katılım ve sürdürmede olumlu etkiye sahiptir (Wooldridge 1993). Fakat cinsiyet, ailenin ilk çocuğu olmak ve girişimci aile bireyelerine sahip olmak ile girişimcilik arasında olumlu yada olumsuz herhangi bir ilişkinin var olmadığını savunan araştırmacılar ve araştırma bulguları bulunmaktadır (Birley 1986:42). Arslan (2002:11)' in araştırması da ailedeki çocuk sayısının az oluşu ile girişimcilik eğilimi arasında pozitif ilişkinin varlığını ortaya koymuştur.

Girişimcilik eğilimi ile ailede girişimci olması arasındaki ilişkinin varlığı ve yönü konusunda farklı araştırma bulguları, bu konuda kesin bir yargıya varmayı engellemektedir. Daha önce de belirttiğimiz gibi, girişimcilik eğilimi ile ailede girişimci olması arasında pozitif ilişkiyi ortaya koyan araştırmalar olduğu gibi (Machadove 2002; Lee 1997; Langowitz ve Minniti 2007; Aldrich ve Cliff 2003; Hisrich vd 1995; Koh 1995) aksini ortaya koyan (Birley 1986: 39) araştırmalar da vardır. Örneğin; Türkiye’de son sınıf öğrenci örnekleme ile yapılan çalışmada, girişimci olmayan ailelerin çocuklarında girişimcilik eğiliminin daha yüksek olduğu ve hatta ailede girişimci olmasının girişimcilik eğilimini negatif yönde etkilediği görülmüştür (Özyılmaz ve Kım 2008: 28). Gürol ve Atsan’ ın (2004) 362 lisans son sınıf öğrencisi ile gerçekleştirdikleri araştırmalarında ise girişimcilik eğilimi ile ailede girişimci olması arasında pozitif ilişki saptanmıştır. 332 üniversite son sınıf öğrencisi ile yapılan çalışmada, öğrencilerin ailesinde girişimci olması ile öğrencilerin girişimci olmayı düşünüp düşünmemeleri arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanmamıştır (Örücü vd 2007: 43). Konuya farklı bir boyuttan yaklaşan Johnes vd. (2005:14) ailede girişimci olmasının, bireyi 5 yaşına kadar etkilediğini tespit etmiştir.

Ailenin gelir durumu ve girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkinin özellikle Türkiye’ de en çok araştırılan konulardan biri olduğu görülmektedir. Ailenin gelir durumu ile girişimcilik eğilimi arasında pozitif ilişkinin (geliri yüksek olan öğrencilerin, girişimci olma isteklerinin daha fazla olması) varlığını ortaya koyan araştırmaların yanında (Örücü vd 2007; Arslan 2002) aksini ortaya koyan çalışmalarda vardır. Ayrıca, babanın eğitim düzeyi ile girişimcilik eğilimi arasında pozitif ilişki varlığını destekleyen araştırma bulguları da mevcuttur. (Arslan 2002:11)

Aile iş kurma sermayesinin temininde girişimciye sağladığı destek ile de girişimcilik açısından önemli bir faktördür. Yapılan araştırmalarda girişimcilerin ilk iş kurma sermayelerini büyük oranda aile çevresinden sağladıkları görülmektedir. (Özcan 1995; Esen ve Çonkar 1999; Ertübey 1992; Aydın vd 2007)

4.3. Cinsiyet

Cinsiyet ve girişimcilik ilişkisi ikinci bölümde ayrıntılı ele alınacağından burada kısaca değinilecek ve bir takım araştırma sonuçlarına yer verilecektir. Cinsiyetin girişimcilik eğiliminde belirleyici bir etmen olduğu belki de girişimcilik araştırmalarında üzerinde uzlaşa sağlanan tek konudur. Her toplumda erkek girişimcilerin sayısı kadınlardan fazladır. Bu durum kadınların ev ve iş sorumluluklarını dengeleme eğilimi, kültür, motivasyon faktörleri ve kadınların karşılaştıkları engellerin caydırıcılığı gibi etmenler nedeni ile ortaya çıkmaktadır. Fakat kadın ve erkek girişimci sayılarından ziyade, önemli olan girişimcilik eğilimlerinin karşılaştırılmasıdır. Minniti vd (2006)' a göre erkekler kadınlara oranla iki kat fazla girişimci olma olasılığına sahiptir. Erkek olmak ile iş kurma girişimi arasında olumlu bir ilişki saptanmıştır (Fuller-Love vd 2006:430) Türkiye'de son sınıf öğrenci örnekleme ile yapılan çalışmada, kadınlarda erkeklere göre daha yüksek girişimcilik eğiliminde olduğu tespit edilmiştir (Özyılmaz ve Kım 2008; Örucü vd 2007). Kadın ve erkek girişimcilerin sektör seçimi de farklılık göstermektedir. Erkekler tüm sektörlerde faaliyet gösterirken, kadınlar öncelikli olarak, tekstil, gıda ve giyim sektöründe faaliyet göstermektedirler (TUSİAD 2002:158). TUSİAD' ın araştırmasına göre kadın ve erkek girişimcileri arasındaki farklılıklar, evlilik ve çocuk sahibi olmaya bağlı olarak artmaktadır (TUSİAD 2002:157). Araştırmalar rekabete bakış açısının da eğitim düzeyi ile birlikte, cinsiyet ile ilişkili olduğunu ileri sürmektedir (TUSİAD 2002:104).

Kadın ve erkek girişimcilerin denetim noktası açısından da benzer olduğu belirtilmekte, fırsatları tanımlama da farklılaşırken, yaratıcılıkta benzer olduklarına yönelik veriler sunulmaktadır (Mueller ve Thomas 2000:66).

4.4. Davranış

Davranışsal kuramda, girişimcilik, planlı ve kasıtlı davranış süreci olarak kabul edilmektedir (Krueger 2000:413). Bu kurama göre, girişimcilik, kişiliğin dışında çok

sayıda faktörün etkileşiminden oluşan davranışsal bir süreçtir (Naffziger 1995:22). Davranışsal yaklaşımlar, davranışlardan hareketle girişimsel olanın doğasını açıklamaya çalışmaktadırlar. Bu yaklaşım, belli bir oluşumla ilgili bireysel yetenekleri temel alarak, zaman içinde davranışlardaki değişimleri, özellikle de iş sürecinin farklı aşamalarındaki değişimleri incelemektedirler. Girişimci davranış; yetenek, bilgi, performans ve psikolojik değişkenlerin etkileşiminden doğan bir sonuç olarak kabul edilmektedir (Bridge vd 1998: 50-53). Gibb (1987:37)' e göre, girişimci davranış; inisiyatif göstermek, ikna gücüne sahip olmak, ölçülü risk almak, yaratıcı olmak, bağımsızlık/özerklik, problem çözme, başarıma arzusu, kendi kaderini kontrol gücüne sahip olma, liderlik, sıkı çalışmak olarak belirtilebilir..

Gibb ve Ritchie (1982:33), girişimcilik için gerekli tutum ve davranışların olduğunu ve bu davranışların da; motivasyon, yetenek, düşünce ve kaynaklara sahiplik durumuna vurgu yapması gerektiğini belirtmektedir . Kimi girişimcilerde bu özelliklerin bir kısmı baskın iken, kimilerinde daha farklı özellikler ön plana çıkmaktadır. Her girişimcide, aynı kişisel özellikler belirleyici değildir (Aytaç 2006:144).

Girişimcilik ve davranış özellikleri konusunda yapılan çalışmalarda, kontrol odağı ve belirsizliğe karşı tutum boyutlarının girişimcilikle özellikle ilişkilendirildiği görülmektedir (Huovinen ve Littunen 2009; Littunen 2000a). Başarıma ihtiyacı, risk alma isteği ve yenilik açısından, girişimciler ve diğer paydaşlarının karşılaştırmalı analizi yapıldığında, girişimcilerin başarı gereksinimi, risk alma ve yenilik unsurları açısından yöneticilerden anlamlı ölçüde yüksek skor aldıkları görülmektedir (Karcıoğlu 2004:100). Bu davranış özellikleri taşıdıkları önem nedeni ile ayrı olarak ele alınacaktır.

McClelland'ın başarı ihtiyacı hakkındaki araştırmaları girişimcilerde var olan psikolojik özellikleri ortaya koymuş ve bu düşüncelerden hareketle girişimcilerin özelliklerine yönelik üç tutum belirlemiştir (Hisrich ve Peters, 2002:53): problem çözme, amaç belirleme ve bu amaçlara ulaşmada bireysel sorumluluk, yüksek düzeyde hesaplanmış risk alma arzusu, görevdeki başarının sonuçlarına ait bilgi.

Gibb ve Ritchie (1982:27) tarafından gerçekleştirilen çalışmaya göre ise girişimcilik davranışı, karşılaşılan durumların ve bireylerin ilişkide oldukları sosyal grupların türleri temelinde tamamen anlaşılabilir. Onların modeli, bireylerin yaşam boyunca değiştiğini ve bireyin belli sosyal çevrelerde ve referans gruplarındaki hareketlerinin insanı şekillendirdiğini varsaymaktadır. Durumsallık teorisi, girişimcilik üzerine araştırmalarda

çevrenin önemini vurgulamakta ve girişimcinin çevre ile girdiği etkileşim ve bu etkileşimin girişimci açısından girdi ve çıktıları, durumsallık yaklaşımının girişimcilik ile ilgili boyutunu oluşturmaktadır. Chell (1986)'in çalışmasına göre Gibb ve Ritchie tarafından geliştirilen model; girişimcinin davranışlarını ve sonuçta işletmesinin gelişimini etkileyen çevresel faktörleri sistematik şekilde dokümente ettiği için önemlidir, ancak davranışı tamamen sosyal etkilerin bir fonksiyonu olarak tanımladığından “durumsal” bir model olarak kalmaktadır. Littunen (2000a: 300) de girişimci davranışına durumsallık yaklaşımı çerçevesinde açıklık getirmektedir. Littunen (2000a: 296)' e göre, yaşamdaki bir değişim, bir ölçüde girişimcinin özelliklerini şekillendirmekte ve bu durum da durumsallık teorisinin bakış açısını desteklemektedir. Girişimci etkileşimde olduğu şirket içi ve dışı ağlar yada sosyal çevrenin etkisi ile davranışlarında değişim yaşamaktadır. Girişimcinin bu sosyal ağları kullanım yoğunluğu ve ağ sayılarının zaman içindeki seyri girişimcinin davranış değişikliğine yol açmakta, yaşanan değişimde sosyal ağlar ile iletişimini etkilemektedir. (Littunen 2000a:302).

Schumpeter girişimciyi bir savaşçı gibi görmüş ve bu savaşçının hakimiyet alanı yaratma, savaşma, fethetme, üstünlük kurmak gibi amaçlarına vurgu yapmıştır. Schumpeter'e göre girişimci sadece elde edeceği sonuçlar için değil, onu bu sonuca ulaştıracak maceranın(!) enerji ve haz dolu süreci dolayısı ile de harekete geçmektedir. Schumpeter girişimci olmayı yenilik yapmak ile özdeşleştirdiğinden girişimcilik sürekli geçerli bir durum değildir. Girişimci yenilik yaptığı sürece girişimcidir ve girişimcilik bir davranış ve anlayış biçimidir (TUSİAD 2002:35).Schumpeter' e göre beş çeşit girişimci davranışı vardır:

- a) Yeni bir ürün yada servis üretimi
- b) Yeni bir üretim yönteminin geliştirilmesi
- c) Yeni bir pazarın oluşturulması
- d) Yeni bir hammadde kaynağının bulunması
- e) Endüstrinin yeniden yapılandırılması.

Zhen ve Arvey (2009)'a göre, girişimciler genellikle otonomi, yenilikçilik, ve yüksek risk alma gibi özellikler ile tanımlanmaktadır. Tanım olarak bir girişimci, girişim sürecinde yenilikçi ve başarılı olmak için kural yıkıcı olmalıdır. Kural yıkıcılık, grubun kabul edilebilir normatif beklentilerine uymakta başarısız olan birey davranışlarını ifade

etmektedir. Bu tanım, kural yıkıcılığın olumlu ya da olumsuz olabileceğini göstermektedir. Çeşitli araştırmalar, yeni bir ürünün veya yeni üretim yönteminin icadı, yeni pazarların yaratılması ve yeni girişimlerin kurulması için olumlu kural yıkıcı olmanın girişimcilik başarısı açısından olumlu olduğunu ortaya koymuştur (Zhen Ve Arvey 2009: 436). Böylece yeni bir ürünün veya yeni üretim yönteminin icadı, yeni pazarların yaratılması ve yeni girişimlerin kurulması için olumlu kural yıkıcılığın ve grubun dışında düşünmenin önemini ortaya konmuştur (Zhen Ve Arvey 2009:437).

4.5. Deneyim

Bir girişimcinin deneyimi üç temel bileşeni içermektedir: girişimsel, sektörel ve yönetsel (Lee ve Tsang 2001:590). *Girişimsel deneyim*, önceki yeni girişim ilişkilerinin sayısını ve bu tür girişimlerde oynanan yönetici rolü düzeyini ifade etmektedir. *Sektörel deneyim*, girişimin içinde olduğu sektördeki deneyimi ifade etmektedir. *Yönetsel deneyim* ise, sektörü dikkate almaksızın yönetimdeki toplam deneyimdir. Gasse (1982)' nin belirttiği gibi, bir girişimcinin deneyimi, performansı pozitif ya da negatif etkileyebilir (Lee ve Tsang 2001:590). Örneğin önceki deneyim, zorlayıcı stratejik değişim gerektiğinde, bir engel olabilir. Jo ve Lee' nin (1996:165-171) çalışmasında yönetsel deneyim, performansı negatif etkilemiştir, oysa sektörel deneyimin genel performansı olumlu etkilediği ortaya konmuştur. Birçok çalışma, geçmiş deneyim ve girişim performansı arasında pozitif bir ilişki bildirmiştir. Örneğin, Stuart ve Abetti (1990:158-162) yönetsel deneyimin pozitif bir etkisini ortaya koyarken, Van de Ven vd. (1984:104) ve Vesper (1980) sektörel deneyimin pozitif etkisini ortaya koymuştur (Lee ve Tsang 2001:588). Dyke vd. (1992:73) hem yönetsel hem sektörel deneyimin pozitif etkisini ortaya koymuştur. Duchesneau ve Gartner (1990:305), yönetsel ve sektörel deneyimi birleştiren “yönetsel deneyimin genişliği” kavramını kullanmıştır ve birleşmiş deneyimin, girişim başarıları üzerine anlamlı bir etkisi olduğunu bulmuştur (Lee ve Tsang 2001:590). Başarı ihtiyacı ve deneyim arasında yapılan karşılaştırma, girişimin başarısında, başarıma ihtiyacının deneyimden daha az olumlu etki yaptığını ortaya koymaktadır. Araştırmalar, çeşitli modellere dahil edilen tüm değişkenler arasında, bir girişimcinin sektörel ve yönetsel deneyiminin, girişimin büyümesi üzerinde en büyük etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Deneyim ile artan ve/veya değişen girişimsel yetenekler, girişimlerin başarısı ile ilişkilendirilmektedir. Çalışmalar, yeteneklerin yaparak öğrenme ile gelişebileceğini göstermekte ve bir girişimcinin deneyimi, öğrenmesi ve yetenekleri

arasındaki karmakarışık ilişkinin dikkatli bir incelenmesinin, girişimsel sürecin yanı sıra girişim performansının da daha iyi anlaşılmasına neden olacağı savunulmaktadır (Lee ve Tsang 2001: 584). TUSİAD tarafından gerçekleştirilen bir çalışmada ise, sürekli yeni şirketler kuran girişimcilerin, girişim sayıları arttıkça daha başarılı olduklarını ortaya koymaktadır. Bu sonuç öğrenme süreci ile ilişkilendirilmektedir (TUSİAD 2002:159).

4.6. Eğitim

Girişimcilik eğilimi ve eğitim arasındaki ilişkilerin incelenmesinde önemli olan noktalardan biri eğitim ile kast edilen sürecin açıklanmasıdır. Bu süreç, girişimci adaylarına verilen kısa dönemli eğitimler yada girişimci adaylarının çocukluktan bu güne aldıkları eğitimler olarak kabul edilebilmektedir. Yapılan araştırmaların büyük bir kısmı bireylerin yaşam boyu aldıkları eğitimin belli aşamalarına odaklanarak, eğitimi uzun dönemli ve girişimcilik öncesi ile sınırlı olmayan eğitimler olarak kabul etmektedirler. Örneğin üniversite eğitimi gibi. Eğitim sürecinin tanımlanması girişimcilik eğilimi ve eğitim arasındaki ilişkilerin tanımlanmasında oldukça önemlidir. Girişimci adaylarının girişim sürecinde gereksinim duydukları bilgileri almalarına dönük kısa dönemli eğitimlerin yararlarına ilişkin yapılan araştırmalarda ortaya konan veri, bu eğitimlerin girişimcileri cesaretlendirdiği ve hatta girişimcileri daha yaratıcı ve yenilikçi olmaya teşvik ettiği yönündedir (Özkul ve Dulupçu 2007: 90). Fakat girişimcilik yazınında asıl araştırılan konu yaşam boyu alınan formal eğitim ve girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkidir.

Bu kapsamda eğitimin girişimcilik eğilimini ne ölçüde etkilediğini araştıran bir çok çalışma yapılmıştır. Eğitimin girişimcilik eğilimini olumlu (Nicolaou ve Shane 2009:10) etkilediği yönündeki bulguların yanında, eğitim ve girişimcilik eğilimi arasında herhangi bir ilişkiye rastlanmayan araştırmalar da mevcuttur. Bir takım araştırmalar ise eğitimin girişimcilik eğilimini değil fakat girişimcilerin yaratıcılık ve yenilikçiliklerini etkilediğini ortaya koymuştur. Eğitim, özellikle inşa ettiği örtülü (sözsüz) bilgi ve ilgili deneyim ile birleştiğinde, firma başarısının genel bir belirleyicisi olarak görülmektedir. Eğitim, firma çevresinde hakim faktörleri etkilemede girişimcilerin potansiyelini arttırmaktadır (Littunen ve Hyrsky 2000:44). ABD’de girişimcilikle ilgili yapılan bir araştırmada, girişimcilerin sanıldığından daha fazla eğitilmiş oldukları ancak almış oldukları eğitimin onların yaptıkları işlerle çok yakından ilgili olmadığı görülmüştür. Eğitimin girişimcilik eğilimi üzerindeki olumlu etkisini destekleyen araştırmalardan biri de Börü’ nün 2006 yılında üniversite öğrencileri örneklemini ile gerçekleştirdiği araştırmasıdır. Bu araştırma ile eğitimin

girişimcilik eğilimini artırdığı konusunda veriler sağlanmıştır. Hay ve Camp (1999) eğitimin bireye, otonomi, kendine güven ve bağımsızlık kazandırdığını savunmaktadırlar (Aytaç ve İlhan 2009:113). Eğitim aynı zamanda kişiye, alternatif kariyer seçenekleri sunmakta, ufku genişletmekte ve fırsatları algılamada avantajlı kılmaktadır (Verheul vd. 2003: 21). McClelland (1950) eğitim sürecinde teşvik edici öykü kitaplarının iktisadi büyüme ile pozitif ilişkisini olduğuna dair veriler sunmuştur (Güney vd 2006:69). Özellikle son dönemde girişimciliğin küçük yaşlarda öğretilmesi ve eğitim yolu ile girişimci davranışların teşvik edilebileceği tartışılmaktadır. Girişimcilik eğilimini artıran eğitim; kişilere risk ve sorumluluk almayı özendirilen, merak unsurunu kamçıl原因an bir süreç olarak tanımlanmaktadır. Türkiye’de, 2002 yılında TUSİAD’ ın yapmış olduğu araştırma ile ortaya konan sonuç, girişimcilerin üçte ikisini yüksek öğretim mezunlarının oluşturduğudur. Bu durum, kayıt dışı ekonomide farklı tespit edilmiştir. Kayıt dışı ekonomilerde eğitim seviyesi düşük bulunmuş (TUSİAD 2002:158) ve bu durum bu ekonominin girişimcilerinin ailesine ve kendine istihdam sağlamak için ve genellikle başka seçeneği olmayanlar tarafından seçilmesi ile ilişkilendirilmiştir.

Eğitimini yarıda bırakmış girişimcilerin başarı öyküleri renkli ve heyecan verici bulunsa da, dünya çapında iş çevresinin artan karmaşıklığı, eğitimi önemli bir girişimsel kalite haline getirmiştir. Cooper ve Dunkelberg (1987) ve Thompson (1986) Kanadalı ve Amerikalı girişimcilerin, genel populyasyondan anlamlı şekilde daha yüksek eğitim düzeyinde olduklarını belirtmiştir. Benzer şekilde Robinson ve Sexton (1994) girişimcilerin, maaşlı ve ücretli çalışan sektördeki diğerlerinden daha yüksek eğitim düzeyine sahip olduklarını bulmuştur. Ayrıca, eğitim düzeyi ile girişimcinin kazancı arasında pozitif ilişki olduğunu bulmuştur (Lee ve Tsang 2001: 583).

Kore şirketleri ile yapılan bir çalışmada, eğitim karlılık ile pozitif ilişkiye sahip tek değişken olarak tespit edilmiştir. Aynı çalışmada eğitim ile büyüme arasında ilişkiye rastlanmamıştır (Jo ve Lee 1996:165-171). Dyke vd (1992:82)’ nin çalışmasında, şirket sahiplerinin eğitim düzeyi ve performans değişkenleri arasında hem negatif hem de pozitif ilişki bulunmuştur. Teknik işletmeler ile yapılan bir çalışmada ise, eğitim düzeyi ile performans arasında negatif ilişki bulunmuştur (Stuart ve Abetti 1990:158-159). 151 küçük ve orta ölçekli Singapur işletmesi ile yapılan çalışmada ise, eğitim düzeyi ile satışlardaki büyüme arasında negatif ilişki bulunmuştur (Lee ve Tsang 2001: 584). Amerika’nın en hızlı büyüyen 100 girişimci şirketinin yöneticileri ve girişimcileri ile yapılan çalışmada,

katılımcıların büyük oranda, başarılı girişimci olmak için gerekli bilginin çoğunun okul eğitimi ile edinilebileceğine inandıklarını ortaya koymuştur (Hood ve Young 1993:130-131).

Girişimcinin eğitim düzeyinin ve işletme performansı arasındaki ilişkiyi arayan çalışmalar birbirleri ile çelişen bir takım bulgular nedeni ile bir diğer değişkeni de modellerine katmışlardır: şirket büyüklüğü. Ve işletme büyüklüğünün eğitim düzeyi ve performans ilişkisinde etkili bir unsur olduğu görülmüştür. Özellikle girişimin büyümesi aşamasında eğitimin etkisinin işletme büyüklüğüne bağlı olduğu görülmektedir; daha büyük firmalar için bu etki pozitif ve daha küçük firmalar için negatiftir (Lee ve Tsang 2001: 583). Kısaca girişimin ölçeği eğitimin performans üzerindeki etkisi ile doğru orantılıdır. Bunun nedeni, işletme büyüdükçe, operasyonların daha karmaşık bir hal alması ve daha fazla planlama ve bilgiye gereksinim olmasıdır. Eğitim düzeyi rekabete bakış açısını da etkilemektedir. Araştırmalar rekabete bakış açısının cinsiyet ile birlikte, eğitim ile ilişkili olduğunu ileri sürmektedir (TUSİAD 2002:104).

Tüm bu birbirleri ile çelişen bulgulara karşın girişimcilik yazınında eğitimin büyüme performansı üzerindeki olumlu etkisi genel kabul görmektedir. Bu kabulde eğitimin, bireyin analitik ve teknik yetkinliğini artırması ve bu yetkinliklerin de şirket yönetmek için mutlak gerekliliği ve temel oluşturması yatmaktadır.

4.7. Genetik Faktörler

Gen, üreme sırasında biyolojik çocuğa ebeveyninden geçen bir DNA parçası olarak tanımlanmaktadır ve bireyin görülen özelliklerini etkilemektedir. Bu durum fenotip (kalıtımla oluşan dış görünüm) olarak adlandırılmaktadır. Son yıllarda yönetim araştırmacıları, insanların girişimcilik eğilimini açıklarken bireysel farklar yerine durumsal faktörlerin rolünü vurgulama eğilimindedir. Genetik faktörler insanların girişimcilik eğilimini etkileyen bireysel özellikler geliştirmeleri için alt yapı hazırlayabilir. Bu bireysel özellikler, bununla sınırlı olmamakla beraber kişilik özelliklerini içerir ve aynı zamanda bilişsel süreçler ve tutumlar gibi özellikler içermektedir. Plomin vd (2001)'nin çalışmalarından Nicolaou ve Shane (2009)'in aktardığı üzere, kalıtsallık, belli bir zamanda, belli bir popülasyondaki belli bir özellik için bireyler arasında gözlemlenen farklara, genetik farkların katkısını ifade etmektedir. Araştırmacılar, genetik faktörlerin, insanların girişimcilik eğilimini tamamlayıcı nitelikte etkide bulunduğunu ifade etmektedirler. Bu

etki dört gruba ayrılmıştır. İlk olarak genler, insanların girişimcilik olasılığını arttırmak için beyindeki kimyasal mekanizmaları etkileyebilir. İkincisi, girişimcilik eğilimini etkileyen dışa dönüklük ve içsel kontrol alanı gibi bireysel özellikler geliştirmeleri için uygun alt yapıyı oluşturabilir. Üçüncüsü, genler girişimcilik olasılığını arttıran çevresel uyarıcıya karşı bazı insanları diğerlerinden daha duyarlı yapabilir. Dördüncüsü, genler girişimciliğe daha uygun çevrelere açık olmayı etkileyebilir (Nicolaou ve Shane 2009:1)

Araştırmalar, içsel kontrol odağının, dışa dönüklüğün, başarıma ihtiyacının ve sosyal yeteneklerin genetik faktörlerle ilişkisini ortaya koymuştur. Bu özellikler girişimcilik eğilimi ile pozitif ilişkili olduğu öne sürülen özelliklerdir (Nicolaou ve Shane 2009:2-3).

Genler, çevrelere açık olmayı etkiler, bu fenomen gen-çevre korelasyonu olarak adlandırılır. Bu nedenle genler aynı zamanda insanların farklı çevrelere seçimi yoluyla girişimcilik eğilimini etkileyebilmektedir. Girişimcilik eğilimi ve genetik faktörlerin ilişkisini araştıranlar, insanların girişimcilikle meşgul olma eğilimindeki değişikliği, gen-çevre etkileşimleri ile açıklamaya çalışmaktadırlar. Gen-çevre etkileşimi, bir genin belli bir çevresel uyarıcıya duyarlılık yaratması anlamına gelmektedir. Davranışsal genetik araştırması, gen-çevre etkileşimlerinin sosyal çıktılar üzerine etkilerine kanıt sağlamaktadır. Araştırmacılar henüz, girişimcilik eğilimini etkileyen hiçbir gen-çevre etkileşimi belirlememiştir (Nicolaou ve Shane 2009:2-3).

Fakat araştırmalarda beklenmeyen endişeli davranışla, negatif duygusallıkla ve saldırganlıkla ilişkili bir genin (5-HTT) varlığı ve bu gendeki çevre-gen etkileşimi sonucundaki genetik çok şekilliliğin, stresli olayların depresyon üzerine etkilerini hafiflettiği bulunmuştur. İş fırsatlarının bazı türlerini kovalamak diğerlerinden daha stresli olduğundan, daha stresli bir işe başlama fırsatıyla karşılaşıldığında, girişimcilik stresini kabul etmede 5-HTT geninin herhangi bir şekline sahip insanların, genden yoksun olanlardan daha duyarlı olabileceği ortaya konmuştur. Örneğin, genel popülasyona oranla aşırı kumarbazlar arasında daha yaygın olduğu görülen bir genin (DRD2) beyindeki ödül yollarını etkilediği ve riskli faaliyette bulunmaktan gelen psikolojik duyguları azalttığı kanıtlanmıştır.

Genetik faktörler eğitim ve meslek tercihlerinde de etkili olmaktadır. Genetik faktörler, insanların sahip olduğu yetenekleri etkiler. Araştırmacılar, hem sözel hem matematiksel yeteneklerin kalıtsal olduğunu göstermiştir. Bu nedenle genetik faktörler,

insanların sahip olduğu yetenekleri etkileyebilir, bu onların farklı sektörlerde çalışmayı seçmelerine neden olabilmektedir.

Ayrıca, genetik faktörlerin, insanların edindiği eğitim yıllarının sayısını etkilediğine ve genetik farkların, eğitimsel başarıdaki çeşitliliğin anlamlı miktarını açıkladığına dair ampirik kanıt vardır. Daha yüksek eğitilmiş insanların girişimcilik eğilimi diğerlerinden daha olası olduğundan, gen-çevre korelasyonları, insanların girişimcilik eğilimini etkileyebilir.

Baumol (1990:915), hangi sebeple olursa olsun girişimcilik eğilimli insanların, girişimsel faaliyette bulunmalarını, çevresel uyarıcıların bu tür faaliyetleri cesaretlendirmesine bağlamıştır. Çevresel uyarıcının cesaret kırdığı yerlere girişimsel faaliyetlerin azalacağını da savunmaktadır. Bu nedenle her popülasyonda çevresel etkinin büyüklüğü, genetik etkinin büyüklüğünden daha büyük veya daha küçük olabilir.

Genlerin kendileri, insanların yaşam dönemi boyunca değişmezken, genetik faktörlerin etkileri zaman içinde artabilir veya azalabilir. Genetik etkiler artabilir, çünkü genetik etkiler, gelişme döneminde gittikçe artar, bu da giderek artan fenotip etkilere neden olmaktadır. Genler, bazı koşullar altında ve gelişimin bazı dönemlerinde açığa çıkabilir ve diğerlerinde çıkmayabilir. Genetik etkiler aynı zamanda, zaman içinde çevresel faktörlere artan maruz kalma, çevresel faktörlerin etkisini arttırabileceğinden dolayı artabilir veya azalabilir. Örneğin girişimcilik örneğinde, genetik yapının, bir kişinin girişimcilikle meşgul olma olasılığı üzerine etkisi, kişi yaşlandıkça artabilir, çünkü genetik, girişimci olma olasılığını arttıran seçimlerin bir aralığını yaratarak, kişinin seçtiği çevresel koşulları etkiler.

Tüm bu araştırmaların ışığında araştırmacıların uzlaştıkları konu, girişimcilik eğilimi olan insanların “girişimcilik geni” ile doğmadıklarıdır (Nicolaou ve Shane 2009:17).

4.8. Kültür

Son zamanlarda, araştırmalar, insanların girişimcilik eğilimini açıklamada bireylerin rollerine giderek daha az ve çevresel koşulların rolüne giderek daha çok odaklanmaya yönelmiştir (Nicolaou ve Shane 2009:14). Bu yönelim çevre birey etkileşiminde durumsallık yaklaşımlarının da etkisini araştırmayı kapsamaktadır. Araştırmacılar, birey ve etkileşimde olduğu sosyal çevre ile arasındaki ilişkilerin değişen doğasının, bireyin girişimcilik eğilimi ve girişimin başarısı üzerindeki etkisini araştırmaktadırlar.

Kültür altı özellik ile tanımlanmaktadır: grup üyeleri tarafından keşfedilmiş, geliştirilmiş paylaşılan temel varsayımlar, dış çevreye uyum ve içsel entegrasyonu başarabilme yolu, algı, hissetme ve düşünmede doğru yol (Ireland vd 2003: 970).

Girişimcilik tartışmalarında kültür, bireylerin yaklaşımlarını belirleyen bir etken olarak kabul edilmektedir. Toplumsal kültürün girişimcilik kültürü üzerine etkilerine yönelik yaygın tartışma, genel anlamda hangi kültürlerin girişimcilik özelliklerini daha fazla destekledikleri yönündedir.

Her çağ ve kültür kendisine ev sahipliği yapan toplumsal gereksinimlere göre girişimcilik modeli oluşturmaktadır. Bu açıdan bir çok araştırmacı girişimci kültür yada girişimcilik kültürünün varlığını kabul etmekte ve bu kültürün öğelerinin girişimciliği desteklediğini savunmaktadır. Fakat girişimciliği destekleyen ve girişimcilik eğilimlerinin oluşmasında pozitif etkisi olan kültürlerinde farklı özellikler taşıdığı ve girişimciliğe farklı açılardan destek sağladığı görülmektedir. Bu açıdan girişimci kültür olarak tanımlayabileceğimiz tek bir kültür özellikleri reçetesi bulunmamaktadır. Bundan dolayı, girişimcilik, farklı kültürler açısından farklı şekillerde var olmakta, ülkeden ülkeye, hatta bölgeden bölgeye farklılık göstermektedir (Bygrave-Minniti 2000:25). Fakat etkin girişimcilik kültürü, çok yönlü beklentiler ile karakterize edilmekte olup, kaynakların stratejik yönetimini kolaylaştırmaktadır. Girişimcilik kültürü, fırsat ve avantaj arama, yeni fikirler ortaya çıkarma, yaratıcılık, riske karşı tutum ve cesaret ile öğrenmeyi teşvik etme ve hatalara karşı geliştirilen toleransın belirleyici öğelerinden biri olarak tanımlanmaktadır.

Kültür, toplumda hiyerarşik yapıların oluşumu, yenilikçi davranışların gelişimi açısından ortak bir anlayış gelişimine zemin hazırlamakta (Güney vd. 2006: 58) farklı kişilik, benlik ve karakter yapılarının oluşumuna kaynaklık etmektedir (Aytaç 2006:149). Kültür girişimcilik faaliyetlerinin oluşumuna zemin hazırlayan yenilikçilik, bağımsızlık, risk alma ve başarısızlığa yaklaşımı belirleyen, toplumun girişimcilik sürecine ve girişimciye bakışını şekillendiren bir unsur olarak kabul edilmektedir (Güney vd 2006: 58).

Kültürle girişimcilik faaliyeti arasında bir ilişki kurulurken, hangi tür kültürlerin girişimciliğe destek verdikleri, hangilerinin ket vurucu etkilere sahip oldukları sorunu girişimcilik çalışmalarının odak noktasıdır. McClelland (1962), girişimciliğe destek veren kültürlerin üç temel davranışı öne çıkarttıklarını belirtmektedir. Bu davranışlar: yüksek sorumluluk üstlenme, hesaplı risk alma ve performansla dönük geribildirim talep etmektir. (Johnson 1990:40)

Her bir kültür, diğerine göre, farklı anlam ölçülerine, değer ve norm sistemlerine, tutum ve davranışlara göndermede bulunmaktadır. Bu nedenle, her kültürün insan tipi görece farklılık göstermektedir (Aytaç 2006:149). Kültürel farklılıklar, farklı düşünme, davranma ve kişilik yapılarının oluşmasına doğrudan etki etmektedirler. Geleneklerden aile içerisinde alınan eğitime, ahlaki kurallara, kişilik yapısına, davranış biçimine, yaşam tarzına ve sosyal çevreye kadar bir çok ögede kültürün izleri görülmektedir. Ön kabullerimiz ve tercihlerimiz büyük ölçüde, içerisinde yaşadığımız toplumsal kültürün bir eseri olarak kabul edilmektedir (Aytaç 2006:153)

Huisman (1985) çapraz kültürlerdeki girişimsel faaliyetlerde büyük değişiklikler fark etmiştir ve kültürel değerlerin girişimsel davranışı etkilediği sonucuna varmıştır. Öztürk (2008:24)'e göre de bazı kültürler girişimciliği, yani risk almayı, bireysel davranışları, kaybederek, tecrübelerden öğrenmeyi teşvik ederken, bazı kültürler istikrara çok fazla değer verip, düzeni değiştirecek, alışılmış kalıpların dışına çıkmayı tetikleyecek ortalama dışı davranışları hoş görmemekte ve bastırmak istemektedir.

Morrison (2000)'a göre ise girişimcilik eğilimi ve başarısı ile kültür arasında anlamlı bir ilişki vardır ve kültür girişimciliğin başlatılmasına yönelik bireysel tutumu belirlemektedir. Başarısızlıkların büyütülmediği, hataya tolerans gösteren kültürler bireyleri yenilikleri denemeye teşvik etmekte; ulaşılabilir kaynaklar yaratma, girişimcilik başarılarını duyurma ve fırsat çeşitliliği yaratma yoluyla da, girişimcilik için etkili bir çevre oluşturmakta ve dolayısıyla girişimciliği desteklemektedirler.

Yenilikçilik de toplumsal bir olgu olarak kabul edilmekte ve gelişmesi için toplumdaki birey ve kurumlar arasında etkili iletişimin gerekli olduğu ileri sürülmektedir (İraz 2005:129). Bu açıdan kültür ile ilişkilendirilmektedir. Ireland vd (2003:970) girişimci yada yenilikçi kültürün öğelerini açıklamıştır. Bunlar: kişiler arası enformasyon, saklanan bilgi, dışsal ortamın gereksinimlerini karşılayan yetkinlik ve bu üç faaliyetin bileşimi olan yaratıcılıktır. İsveçli akademisyen Anderson ise, bir takım faktörlerin bir araya gelerek dinamik bir sinerji yaratmak suretiyle yenilikçi kültür tesis ettiklerini ileri sürmektedir (İraz 2005:129). Bu faktörler ise; iyi düzenlenmiş bir finans sistemi, özgün bilgi ve yetkinlik, gereksinimler ve imkanlar arasındaki dengesizlik, kültürel çeşitlilik arz eden bir topluluk ve etkili iletişimdir.

Hofstede, bireyci, eril, düşük güç mesafesini kabul eden ve belirsizlikten kaçınmanın düşük düzeyde olduğu kültürlerin girişimcilik için destekleyici kültür kodları olduğunu

belirtmekte ve girişimcilik ve girişimci bireyin ortaya çıkmasının kolektivist ve bireyci toplumsal yapılar açısından farklılık olduğunu ifade etmektedir. Hofstede, bu toplumsal yapıların, girişimci eylem kalıplarının ortaya çıkmasında belirleyici olduğunu belirtir. Ona göre, kolektivist toplumlar girişimci eğilimleri baskımlarken, Bireyci toplumlar bunu teşvik eder ve geliştirirler (Hofstede 1994: 67-73). Tiessen (1997) ise toplumun bireyci yada kolektivist özellikler göstermesi girişimcilerin kaynak temini stratejilerinin farklılaşmasına neden olduğunu belirtmiştir. Mueller ve Thomas (2000:58)' e göre, bireysel kültürlerde sosyal kimlik, bireysel katkı temellidir. Temel sosyal değerler, kişisel inisiyatifi ve başarıyı vurgular. Özerklik, çeşitlilik, keyif ve kişisel finansal güvenlik grup sadakatinden önce gelmektedir. Toplumcu kültürlerde insanlar, onları sadakat karşılığında koruyan geniş ailelerin veya klanların içine doğarlar. Sosyal kimlik, grup üyeliği temellidir. Toplumcu kültürlerde grup kararları, bireysel kararlardan üstün olarak göz önünde bulundurulur.

Hofstede' in kültür boyutlarının, girişimsel yönelimle ilişkili kültürün temel bileşenlerini belirlemede temel alınması girişimcilik konusunda çalışan araştırmacıların ortak eğilimidir. Bu nedenle Hofstede'nin bireyci ve kolektivist toplum özelliklerine yer verilecektir. Ona göre, kolektivist toplumların özellikleri şunlardır:

- a) Kolektif çıkarlar bireysel çıkarların üzerindedir
- b) Özel hayat cemaat tarafından denetlenir
- c) Kararlar grup tarafından önceden alınır
- d) Ekonomi kolektif çıkarlara dayanır
- e) Eşitlik anlayışı bireysel özgürlükler üzerine baskındır
- f) Toplumda uyum ve konsensüs nihai bir hedeftir
- g) İnsanlar geniş aile yada sadakate dayalı gruplar içinde doğar ve yetişirler
- h) Kimlikler, birbirine bağlı sosyal ilişki ağları içinde oluşur
- i) Çocuklar, “ben” yerine “biz” duygusu etrafında yetiştirilir
- j) Eğitimin amacı, “nasıl yapılacağını öğretmektir”
- k) İşveren ile işçi arasındaki ilişki ahlaki değerlere dayanır.

Hofstede'ye göre bireyci toplumların özellikleri ise şunlardır;

- a) Bireysel çıkarlar kolektif çıkarlara baskındır

- b) Özel hayat gizlilik esaslarına tabiidir
- c) Herkesin, kendine özgü düşüncelere sahip olması beklenir
- d) Ekonomi bireysel çıkarlar üzerine temellenir
- e) Bireysel eşitlik ideolojileri, eşitlik ideolojileri üzerine baskındır
- f) Her bireyin kendisini gerçekleştirme nihai bir hedeftir
- g) Kimlik bireysel esaslar üzerine inşa olur
- h) Çocuklar “biz” yerine “ben” terimi etrafında yetiştirilir
- i) Eğitimin amacı “öğrenmeyi nasıl öğretmektir”
- j) İşveren ve işçi arasındaki ilişki karşılıklı çıkar üzerine temellenmiş bir sözleşmeye dayanır
- k) Yönetim bireyci bir yönetimdir

Aile ve toplumsal bağların güçlü olduğu, sosyalleşmede sosyal sorumluluk ve dayanışmacı bağların vurgulandığı kültürel koşullarda, kolektivist yada toplulukçu eğilimler bundan büyük destek görmektedirler (Kağıtçıbası, 2000:105). Toplulukçu kültürlerdeki başarı güdüsü, bireyci/yarışmacı kültürlerden farklı bir görünümde. Toplulukçu (kolektivist) kültürlerde, başarı güdüsü, “bireyselliğin”, “benliğin” ve “ilişkisel benliğin” ötesine geçer ve başkalarının benliğine yayılır. Karşılıklı bağımlılığa dayalı insan ilişkilerinin baskın olduğu bu toplumlarda, “sosyal bir başarı güdüsü” olduğu ileri sürülmektedir (Agarwal ve Misra 1986; Bond 1986; Kağıtçıbası 2000).

Kültürün cinsiyetinin de, girişimci edimleri belirleyen bir etken olduğu dile getirilmektedir. Hofstede’e göre (1980: 42-63), erkek ve dişi kültürler için girişimcilik değişik şekillerde ortaya çıkmaktadır. Erkek kültürler, girişken, saldırgan, kararlı kişilikler üretirken, dişi kültürler uyumcu, fazla öne çıkmayan, içe dönük karakterlere açıklık gösterir. Kültürün erkeklik boyutu; para kazanmaya önem verme, materyalist eğilimli olma, atılganlık, gözü peklik gibi özellikler sergiler. Dişi kültür, geleneksel anlamda dişilikle özdeşleştirilen şefkat, merhamet, nezaket, sadakat vb. özelliklere sahiptir. Erkek kültürlerde, çalışmak için yaşamak ilkesi benimsenirken dişi kültürlerde yaşamak için çalışmak ön plana çıkar. Erkek kültürde insanların kendine güvenleri daha fazladır. Erkek kültürlerde çocuklar; hırslı, girişken, rekabetçi bir tarzda yetiştirilirler. Bu kültürel

nüanslar, girişimci kişiliklere açık olmayı önemli ölçüde belirler. Bir başka deyişle, erkek kültürler, girişimci kişilik/benlik oluşumunda daha bir etkindir. (Aytaç 2006:155)

Belki de girişimci özellikleri söz konusu olduğunda üzerinde yaygın olarak uzlaşılan ve araştırma verileri ile de desteklenen girişimci özelliği ve aynı zamanda kültür boyutu, içsel kontrol odağıdır (Gürol ve Atsan 2004:400). İçsel kontrol odağı, girişimcilik araştırmalarında en çok çalışılan psikolojik özelliklerden biridir. Birçok çalışmada kontrol alanı Rotter'in (1966) I-E ölçeği ile değerlendirilmiştir. İçsel kontrol odağı yönelimi, hareket için bir ön koşul olarak görülebilir. Mueller ve Thomas (2000)' in on beş ülkede yirmi beş bin üniversite öğrencisi ile gerçekleştirdiği çalışmasında, bazı kültürlerin girişimcilik eğilimini diğerlerinden daha fazla desteklediğini ortaya koymuştur. Çalışmaları bireyci kültürlerde, içsel kontrol odağı yöneliminin daha yüksek olduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca, içsel kontrol odağı ve yenilikçiliğin birleşimi olarak tanımlanan ve girişimcilik eğilimini pozitif etkileyen ortamın toplumcu ve belirsizlikten yüksek düzeyde kaçınan kültürlerde; bireyci ve belirsizlikten düşük kaçınan kültürlerle oranla daha düşük olasılıkla oluştuğu da ortaya konmuştur. Sonuç olarak bireyci ve belirsizlikten kaçınan kültürlerde içsel kontrol odağı ve yenilikçi davranışlar baskındır.

Yasin (1996:75) tarafından, Filistinli Müslüman ve Yahudi girişimciler üzerine yapılan araştırmada da, başarıya ihtiyacına yönelik iki grup arasında fark bulunamamış ve bu durum, ortak kültürel değerlerin, dini değerlerden çok daha iyi bir belirleyici olduğu şeklinde yorumlanmıştır. Busenitz ve Lau (1996) bazı kültürlerin neden diğerlerine göre daha fazla girişimci yarattıklarını ve işletme kurduklarını bilişsel model yardımıyla açıklamaktadırlar. Bu modele göre bireycilik, belirsizlikten kaçınma, güç mesafesi ve zaman yönelimi değerlerinden oluşan kültürel değerler; sosyal hareketlilik, ekolojik niş ve pazar koşullarından oluşan sosyal bağlam; risk alma, kontrol odağı ve başarıya ihtiyacından oluşan bireysel değişkenler birlikte bir bilişsel durum oluşturarak, işletmenin kurulmasını sağlamaktadırlar. Yine bu çalışmada kültürel değerlerin kavrayış üzerindeki etkisine, belirsizlikten kaçınma eğilimi örnek olarak verilmiş; toplumda bu eğilim yüksekse bireylerin daha düşük bir olasılıkla girişimcilik düşüncesini geliştireceği, düşük düzeyde belirsizlikten kaçınanların ise, pazar boşluğunu daha hızlı bir biçimde bir iş fırsatı olarak göreceği vurgulanmıştır. Bu durum, yüksek belirsizlikten kaçınma eğilimi ile girişimcilik eğilimi arasında olumsuz bir ilişkinin varlığını anlatmakta ise de Hofstede

(1994) belirsizlikten kaçınmanın yüksek olduğu toplumlarda bireylerin belirsizliği azaltmak için yüksek risk alabileceklerin belirtmiştir.

Erdem (2001:55-57)'in araştırmasında, girişimcinin genel risk alma eğilimi ile belirsizliğe tolerans düzeyi arasında var olduğu düşünülen ilişki, bazı demografik ve işletme özellikleri de dikkate alınarak analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda, risk alma genel bir eğilim olarak alındığında belirsizliğe tolerans düzeyi ile aralarında ilişki olduğu tam olarak söylenememektedir. Fakat aynı çalışmada riskleri, kariyer riski, ekonomik risk, rekabet riski, sağlık riski ve sosyal risk olarak kategorileştirilerek ele alındığında risk eğilimi ile belirsizliğe tolerans ilişkisinde, tek bir riskli durum için (ikili rekabet senaryosu) güçlü bir ilişki saptanmıştır. Girişimcilerin, ikili rekabet durumundaki risk eğilimleri ile belirsizlik toleransı arasında anlamlı, ancak, ters yönde bir ilişki vardır ve bu durum sadece eğitim düzeyi ile farklılaşan girişimciler için geçerlidir. Diğer bir deyişle, lise ve altı düzeyde eğitime sahip girişimcilerin ikili rekabet durumunda belirsizliğe toleransları azalırken, risk alma eğilimleri güçlenmektedir. Bu çalışmanın önemi girişimcinin farklı özelliklere sahip riskli durumlara (ekonomik, kariyeri sağlık, sosyal gibi) farklı tepkiler verilebileceğini göstermesi ve risk alma eğilimini genelleştirmenin sorunlu olabileceğine dikkat çekmesidir.

Dokuz ülkeden (Brezilya, Kamerun, Kolombiya, Endonezya, Japonya, Kenya, Hollanda, İngiltere ve Almanya) yaklaşık 2700 girişimci üzerinde yapılan bir çalışmada, endüstrileşmiş ülkelerdeki girişimcilerin işlerine tutku ve hırs gibi çekici faktörlerden çok, tatminsizlik gibi itici faktörlerin etkisiyle başladıkları, iş kurmada kişisel inisiyatifin önemli rol oynadığı (Japonya ve Endonezya gibi kolektivist ülkelerde grupsal inisiyatif), işletmenin daha çok işin kurumsallaşması olarak görüldüğü (kolektivist ülkelerde aile şirketi), girişimcilerin, teşebbüs yetenekleri itibarıyla daha fazla kişisel ve kendine güvenlerinin yüksek olduğu (kolektivist kültürlerde çevreden yardım ve destek) ve ayrıca, yüksek bireyci eğilimlere sahip oldukları (Japonya ve Endonezya en az bireyci toplumlar) bulgusuna ulaşılmıştır (Bridge vd., 1998: 64).

Girişimcilik ile ilişkilendirilen özelliklerden birisi de yüksek başarıma ihtiyacıdır. (Gürol ve Atsan 2004:400). McClelland'ın başarı ihtiyacı hakkındaki çalışmaları girişimcilerde var olan psikolojik özellikleri ortaya koymakta ve girişimcilerin özelliklerine yönelik üç tutum belirlemektedir (Hisrich ve Peters 2002: 53): problem çözme, amaç belirleme ve bu amaçlara ulaşmada bireysel sorumluluk, yüksek düzeyde

hesaplanmış risk alma arzusu, görevdeki başarının sonuçlarına ait bilgi. McClelland' a göre, yüksek başarı ihtiyacı, bireylerin girişimci davranışlarda bulunmasına neden olmaktadır. Bazı çalışmalar başarı ihtiyacı ve girişimcilik arasında ilişki olduğunu gösterirken bazıları bunun aksini ortaya çıkarmaktadır (Hisrich ve Peters 2002: 53).

Mueller ve Thomas (2001) tarafından dokuz ülkede, girişimcilik potansiyeli üzerine yapılan araştırmada ise, girişimciliğin temel özellikleri arasında kabul edilen kontrol odağı ve yenilikçilik, ülkelere göre farklı bulunmuştur. Girişimcilerin risk alma ve belirsizliğe tolerans özellikleri üzerine yapılan çalışmalar kapsamında, Singapur'da başarılı ve başarısız girişimciler üzerine yapılan bir araştırmada (Chew ve Kohn 1993), iki grup arasında risk eğilimleri arasında fark bulunamazken, belirsizliğe tolerans özellikleri arasında anlamlı bir fark saptanmıştır. Ray'ın (1994), Singapurlu girişimciler ile Singapur'da faaliyet gösteren Çinli girişimciler üzerine yaptığı çalışmada ise, Çinli girişimcilerin daha fazla riske eğilimli olduklarını, çünkü bu girişimcilerin, başarılı olmak için risk almanın gerekli olduğuna inandıklarını; buna karşın, Singapurlu girişimcilerin ise, bu kültürde başarısızlığın kınanması nedeniyle, risk almaya teşvik edilmediklerini belirtmiştir. Diğer yandan Teoh ve Foo (1997)'nin yine Singapurlu yetmiş girişimci üzerine yaptıkları çalışmanın bulgularına göre, yüksek risk alma eğilimine ve belirsizlik toleransına sahip olan girişimciler için bu özellikler, girişimcilik rolünün yol açtığı stresi en iyi dengeleyen unsurlar olarak kabul edilmiştir (Erdem 2001:50-55).

Kültürün girişimcilikle ilgili diğer boyutu da bilişsel çerçeveyi ve dolayısı ile algılamayı etkilemesinden kaynaklanmaktadır. (Johnson 2002). Değerler ve normlar, insan davranışını yönetme ve kontrol etmede etkili güçlerdir. Erez ve Earley (1993) kültürün, motivasyonel değişkenlere ve rehber seçimlerine, sorumluluklara ve davranış standartlarına anlam ve değerler yükleyen bilişsel şemayı şekillendirdiğini belirtmiştir.

Begley ve Boyd (1982) girişimcilerin (kurucuların); başarı ihtiyacı, risk alma eğilimi ve belirsizliği tolere etmede küçük işletme yöneticilerinden (kurucu olmayanlar) anlamlı şekilde daha yüksek skor kaydettiklerini bulmuştur. Brockhaus birçok özellik çalışmasını gözden geçirmiş ve girişimsel davranışla ilişkili üç tutarlı özellik belirlemiştir: başarı ihtiyacı, içsel kontrol alanı ve risk alma eğilimi (Mueller ve Thomas 2000:55).

Risk, olası çıktılardan dağılımındaki çeşitliliğin, onların ilişki olasılıklarının ve bu çeşitli olası çıktılara verilen subjektif değerlerin bir fonksiyonu olarak kavramsallaştırılmıştır (Zhen Ve Arvey 2009:438). Risk bir karar özelliğidir ve kararların

uygulanmasının sonucunda elde edilecek çıktılarına ilişkin belirsizliği anlatmaktadır (Brockhaus 1980:512). Bu belirsizlik, kararların sonuçlarının hayal kırıklığı da yaratabileceği anlamına gelmektedir. Girişimcinin risk alma özelliğini ilk vurgulayan, Richard Cantillon' dur (İraz 2003:153). Üç risk düzeyi tanımlanmıştır: düşük-orta ve yüksek (Brockhaus 1980:512). Girişimci bu üç tür ortamda yeni bir girişim kararı vermektedir. Bird (1988) ise, riskleri beş türe ayırmaktadır ve bunlardan dördü, her potansiyel girişimci ile açıkça ilgilidir: ekonomik risk, sosyal ilişkilerdeki riskler, kariyer gelişimindeki riskler, psikolojik riskler ve sağlık riskleri. Liles (1974) ise girişimcinin karşılaştığı riskleri: finansal refah, kariyer olanakları, aile ilişkileri ve fiziksel iyilik olarak dört gruba ayırmıştır (Brockhaus 1980:510).

Risk, girişimcinin sürekli olarak belirsiz bir çevrede karar vermek durumunda olması nedeniyle, girişimcilik davranışının temel özelliklerinden biridir ve risk eğilimi, girişimcilik yazınında farklı yaklaşımlarla açıklanmaya çalışılan bir konudur. Özellikler yaklaşımı risk eğiliminin, başarıma ihtiyacı, iç kontrol odağı, belirsizliğe tolerans gibi tipik bir girişimci özelliği olduğunu savunurken, bilişsel yaklaşım, girişimcinin riskli durumları algılama sürecine ve bu süreci etkileyen faktörler üzerine yoğunlaşmaktadır. Risk alma davranışı, belirsizliğe tolerans ve eğitim düzeyi arasındaki ilişkiler incelendiğinde, eğitim faktörünün, belirsizliğe tolerans ve risk alma eğilimi arasındaki, aynı yönde beklenen ilişkiyi ters yönde geliştirdiği ile ilgili bulgular elde edilmiştir. Erdem (2001)'e göre, bu bulgular, eğitim düzeyinin artması ile girişimcinin riskli durumlara daha ihtiyatlı tepki vermesi veya riski hesaplayarak alması anlamına gelmektedir (Erdem 2001:56).

Çeşitli kişilik özellikleri girişimcilik eğilimi ile ilişkili olarak gösterilmiştir. Yeni bir girişim yaratmak riskli bir davranıştır ve risk alma, girişimsel davranışların temel özelliği olarak kabul edilmektedir (Zhen Ve Arvey 2009:444).

Sitkin ve Paolo'nun modelinde (1992), bir karar alıcının, bir sorun karşısında düşük ve yüksek risk içeren tepkiyi seçmesi üç faktörle ilişkilendirilmektedir: Bireyin özellikleri, örgütün özellikleri, sorunun yapısı veya soruna yönelik deneyim. Bu modelde bireyin özellikleri ile kastedilen, risk eğilimi, risk algısı ve risk tercihidir. Riskli karar alma sürecinde, tek başına risk alma davranışına yol açmayan ancak en önemli özellik olarak kabul edilen risk eğilimi, bireyin risk alma veya kaçınma şeklindeki karar anındaki eğilimidir (Erdem 2001:45). Buna göre, bireyin riskten kaçınma eğilimi yüksekse, olumsuz çıktıları olumlu çıktılardan daha öncelikli bulmaktadır.

Girişimsel davranışın temel bir parçası risk almadır ve risk eğilimi; girişimsel karar almaya (Mullins ve Forlani, 2005:47) ve girişim performansına (Begley ve Boyd 1987; Brockhaus 1980) bağlı değişmez bir bireysel fark faktörü olarak kabul edilmektedir. Girişimcilerin riskli duruma yönelik herhangi bir öznel deneyime sahip olup olmadıkları bilinmediği için, neden her konuda aynı düzeyde risk almadıkları açık değildir (Erdem 2001:56)

Girişimcinin faaliyet alanı ile risk alma eğilimi arasında ise tutarlı bir ilişkiye rastlanmıştır; bölgesel pazar, yüksek riski tercih etmeyen girişimciler için en uygun alan olarak seçilmektedir (Erdem 2001:56).

Risk tercihi ise bir bireysel özelliktir; risk almanın gerektirdiği mücadeleden hoşlanan bir karar alıcı, daha fazla riskli eylemler yüklenecektir (Sitkin ve Paolo 1992:30-32). Risk alma eğilimini zamanla ve deneyimle değişebilen bireysel kapasite olarak görmek mümkündür (Kets de Vries 1996).

Williams ve Narendran (1999), kültürel ve toplumsal ön kabullerin ve belirli kişisel özelliklerin desteklenmesinin, riskli durumu algılama yollarını etkilediğini belirtmekte ve Avrupalıların, Amerikalılara göre daha fazla riskten kaçınmasını, bu duruma örnek olarak vermektedirler. Dorfman ve Hovell (1988) ise, bireyin kültüründen etkilenmesinin değişebileceğini, geleneksel değerlere sahip toplumlarda bireylerin, kültürel değerlere bağlılığının güçlü; modern değerlere sahip toplumlarda ise, bireylerin toplumsal değerlere bağlılığının zayıf olabileceğini vurgulayarak (Williams ve Narendran 1999) etkilenme düzeyini sınırlandırmaktadırlar.

Belirsizlikten kaçınmayı bir kültürel değer olarak gören Hofstede'e göre (1991:154), yüksek belirsizlikten kaçınma değerine sahip toplumlarda gerek kurumlarda, gerekse insan ilişkilerinde yapılandırılmış durumlar tercih edilir; muğlaklık korku yaratır, tahmin edilebilirlik aranır, güvenlik ihtiyacı önemlidir, belirsizliğin yarattığı stres ve kaygı yüksektir. Ancak, paradoksal olarak bireyler, belirsizliği azaltmak için yüksek risk içeren davranışlar da gösterebilirler.

Hofstede'in, dört kültürel boyutu (güç mesafesi, bireyci-ortaklaşa davranış, erillik-dişlilik ve belirsizlikten kaçınma) içeren araştırmasının sonucunda, toplumların bazıları yüksek düzeyde belirsizlikten kaçınan (örneğin: Yunanistan, Japonya, Fransa, Türkiye), bazıları ise belirsizliğe yüksek tolerans gösteren toplumlar (örneğin: Danimarka, İngiltere, İsveç) olarak belirlenmiştir. Türk toplumuna yönelik daha sonra yapılan diğer araştırmalar

da (Sargut 1994; Wasti 1995; Erdem 1996; TUSİAD 2002), toplumda belirsizlikten kaçınma düzeyinin yüksek olduğunu desteklemektedir.

Genellikle üzerinde durulan ekonomik riskler, girişimciler için sadece bir boyuttur; belirsiz bir çevrede kariyer riski, sosyal riskler, psikolojik ve fiziksel riskler, çoğu zaman ekonomik risklerle bir aradadır (Brochhaus, 1980:510)

Camphell (1992), girişimcilik eylemlerinin, doğası itibariyle risk ve belirsizlik içerdiğini, her şeyden önce girişimci olma kararının diğer alternatiflere göre riskli olduğunu belirtirken, olayın sadece psikolojik faktörlerle belirlenmediğini, girişimcilik eyleminin başlamasını teşvik eden dış faktörlerin de önemli olduğunu vurgulamaktadır.

Bu konuda alternatif yaklaşım olarak ileri sürülen bilişsel temelli yaklaşım, risk eğilimini kişisel bir özellikten ziyade girişimcilerin riskli durumları nasıl algıladıklarına yönelik süreç ile ilgilenmektedir. Ayrıca, yaş, cinsiyet, deneyim, eğitim durumu, aile yapısı, girişimcinin geçmişi, sosyo-ekonomik statü gibi demografik faktörler de (Lau ve Chan, 1994; Kets de Vries, 1996; Minniti ve Bygrave 1999) algılamaları etkileyen bireysel faktörlerdir.

Perry'e göre (1990), risk alma bir özellik, bir yaklaşım veya bir tepki değil, girişimcinin dünyayı algılama biçimidir ve girişimciler riskli durumları diğerlerine göre daha iyimser algılamaktadırlar. Thompson (1999), girişimcilerin, çevredeki karışıklıklara ve belirsizliğe, kendileri için güçlü bir stratejik pozisyon yaratarak tepki verdiklerini ve yenilik getirme, katma değer yaratma, kaos ortamında fırsatları görme gibi proaktif eylemler ile aslında başkaları için belirsizlik yarattıklarını; bu eylemlerin ise bir risk alma davranışı olduğunu belirtmektedir.

Stewart ve Roth (1992) tarafından yapılan bir meta-analitik çalışmada, girişimcinin risk eğilimine yönelik araştırmalarda kullanılan ölçekler ve sonuçlar karşılaştırmalı olarak incelenmiş; bazı araştırmalarda girişimciler ile diğer gruplar (yöneticiler, işletme sahipleri) arasında risk alma eğiliminde fark bulunmazken (Brockhaus 1980; Ray 1982), bazı araştırmalarda girişimcilerin risk eğiliminin görece olarak daha yüksek bulunduğu vurgulanarak risk ölçüm araçlarına dikkat çekilmiştir.

Girişimcilerin risk alma eğilimi ve belirsizliğe toleransları konusundan yapılmış bir çok çalışma bulunmaktadır. Risk alma eğilimi yaygın olarak girişimci kişiliğin temel bileşenlerinden kabul edilmekte (Gürol ve Atsan 2004:400) ise de risk eğilimi ve

belirsizliğe tolerans arasındaki ilişki oldukça tartışmalıdır. Belirsizliğe toleransı düşük toplumların risk eğilimlerinin de düşük olduğu, çünkü riskin alma davranışının, beraberinde yüksek düzeyde belirsizlik getirdiği bir gerçektir.

Fakat belirsizliğe toleransı düşük olan toplumlar ve bireylerde de yüksek risk alma eğiliminin olabileceği belirtilmektedir. Bu davranışın altında yatan etmenin, risk alarak belirsizliği azaltmak olduğu söylenebilir. Bu noktada, risk alma davranışı yüksek yada düşük belirsizliğe tolerans kültür boyutu ile ilişkili olabilir.

Hofstede belirsizlikten kaçınmayı, bir kültürün üyelerinin, belirsiz veya bilinmeyen durumlar tarafından tehdit edilmiş hissetme derecesi olarak tanımlamaktadır. Düşük belirsizlikten kaçınma kültürlerinde, sosyal açıdan normalden sapanlar tehdit edici olarak algılanmaz, bu nedenle yaratıcı veya garip davranışlar için daha çok tolerans vardır. Ayrıca risk almak için daha çok istek vardır ve başarı genellikle öncü çabalar açısından takdir edilir. Yüksek belirsizlikten kaçınma kültürlerinde, normalden sapan insanlar ve fikirler tehlikeli olarak görülür, bu nedenle farklı olarak algılanan her şey veya herkese karşı tolerans azdır. Yaşamdaki güvenlikle ilgili daha çok endişe vardır ve başarı, güvenlik açısından tanımlanır. Hofstede ayrıca, yüksek belirsizlikten kaçınma toplumlarında daha büyük başarısızlık korkusu, risk almaya daha az istek, daha düşük seviyede hırs ve belirsizlik için daha az tolerans olduğunu bulmuştur (Mueller ve Thomas 2000:60-61). Huisman (1985) çapraz kültürlerdeki girişimsel faaliyetlerde büyük değişiklikler fark etmiştir ve kültürel değerlerin girişimsel davranışı etkilediği sonucuna varmıştır. McGrath vd. (1992) girişimcilerin, hak, eşitlik ve başarı gibi değerlere ve inanışlara sahip olmak konusunda diğerlerinden anlamlı ve olumlu şekilde farklılaştığını tespit etmiştir.

Belirsizlik, geleceğe dönük neden sonuç ilişkileri ile ilgili bilgi eksikliğinin yarattığı ve gelecekle ilgili olasılıkları belirlemeyi olanaksız kılan algısal bir fenomendir (Ireland vd 2003:968). Araştırmalar, belirsizlikten kaçınmanın düşük ve bireyci kültürler ile girişimcilik eğilimi arasındaki pozitif ilişkiyi ortaya koymaktadır. İçsel kontrol odağı ise, daha önce de değinildiği gibi, kolektivist ve yüksek belirsizlikten kaçınmanın olduğu kültürlerden ziyade, bireysel, düşük belirsizlikten kaçınma kültürlerinde karşılaşılan bir kültür boyutudur. Risk ve muğlaklık örgütsel belirsizliğinde bir parçası olarak kabul edilmektedir (Priem, Love ve Shaffer 2002: 725-746). Belirsizlik koşulları altında rekabet

avantajı yaratabilme ve kazanç sağlamanın yolu girişimci kafa yapısına (Ireland vd 2003:967-968) sahip olmaktır. Belirsizliğe karşı yüksek tolerans göstermek, girişimci kişiliğin bir göstergesi ve girişimci davranışların alt yapısını oluşturan özelliklerden biri kabul edilmektedir. Belirsizlikten kaçınma davranışı ve girişimcilik faaliyetleri arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalarda ortaya konan sonuç oldukça ilginçtir. Araştırmalar, düşük düzeyde belirsizlikten kaçınmanın girişimciliği teşvik eden bir unsur olduğu ile ilgili veriler sunarken, yüksek düzeyde belirsizlikte kaçınmanın da, belirsizliği ortadan kaldırma isteğinden doğan bir dürtü ile bireyleri harekete geçmeye zorladığı ve dolayısı ile girişimciliği teşvik ettiği yönünde veriler de mevcuttur. Belirsizliğe tolerans ve risk alma konusunda istekli olma da, kültürel ön kabullerle yakından ilişkilidir. Belirsizlikten kaçınmaya destek veren toplumlarda, kurumlar ve insan ilişkilerinde, yerleşik kalıplar tercih edilmektedir. Belirsizlik ve muğlaklık, endişe, korku ve stres yaratmakta ve güvenli bulunmamaktadır. Kimi kültürel değerlerin ve ön kabullerin desteklenmesi ve teşvik görmesi de, girişimciliğe dolayısıyla, riskli durumlara yönelik algılamalara etki etmektedir (Williams ve Narendran, 1999). Belirsiz bir durum, birey tarafından, yeterli veri olmaması nedeniyle tam olarak yapılandırılmayan veya kategorize edilemeyen durum olarak tanımlanabilir (Teoh ve Foo, 1997:72). Belirsizlik toleransı ise, belirsiz durumlara olumlu tepki verebilme yeteneğidir. Birey, belirsiz bir çevrede aldığı karara, daha fazla bilgi aramaya kalkışmaksızın halen güvенеbiliyorsa, yüksek toleransa sahip demektir (Teoh ve Foo, 1997:72). Hofstede'ye göre (1991) risk, bir olayın meydana gelme olasılığının oranı iken, belirsizlik ise, bir olasılığa bağlı kalmadan, herhangi bir şeyin olabileceğine yönelik beklentidir ve kaygı yaratır. Eğer belirsizlik, risk olarak açıklanabiliyorsa bir kaygı kaynağı olmaktan çıkar (Muller 2009:6).

Busenitz ve Lau (1997:31)' da yaptıkları araştırmada, belirsizlikten kaçınmanın yüksek düzeyde yaşandığı kültürlerde girişimci eğilimlerin var olamayacağını belirtmektedirler. Onlara göre kültürlerde bir takım değerler (bireycilik, belirsizlikten kaçınma, güç mesafesi ve zaman yönelimi), uygun sosyal bağlam (sosyal hareketlilik, ekolojik niş ve Pazar koşulları) ve kimi bireysel değişkenler (risk alma, başarıma isteği ve kontrol odağı), hep birlikte yeni bir düşünme şekli oluşturmakta, yeni teşebbüslere ve işletme kurma çabalarına destek vermektedir. Bu konuda Türk toplumunun kültürel niteliğine bakıldığında, belirsizlikten kaçınma düzeyinin yüksek olduğu sonucuna varılabilir. Bunun nedeni Sargut'a göre, Türkiye'de uygulanan yaşam boyu istihdam

anlayışı, yani, belirsizlikten ve risk algısından çok, güvencede olmaya atfedilen yüksek prestijdir (Sargut 2001: 180).

Belirsizlikten kaçınma davranışı yaratıcılık ve yenilikçilik ile de ilişkilidir. Yaratıcılık ve yenilikçilik için ise, girişimcilerin bir diğer genel özelliği olan belirsizlik için yüksek toleransın gerekli olduğu ifade edilmektedir. Girişimciler iyimser bir ön yargıya sahip olma eğilimindedir ve belirsiz durumları, olduğundan yada genel algılandığından daha olumlu olarak değerlendirirler. Dışsal kısıtları önemsememe eğilimi, yaratıcı bireylerin temel bir özelliği olarak görülmektedir. Yaratıcı ve girişimsel davranış, sosyal bağlamda normalden sapma olarak tanımlanırken, bazı araştırmacılar, başarılı girişimcilerin kibarca sosyopat (sociopathic) olabileceğini önerecek kadar ileri gitmişlerdir.

Birçok araştırmanın ortaya koyduğu gibi, girişimciler, karar alma tarzlarında girişimci olmayanlardan farklılaşmaktadır. Mueller ve Thomas (2000:65-66) araştırmalarında yenilikçi ve yaratıcılığın belirsizlikten kaçınma davranışı ile ilgili olmadığını tespit etmiştir. Buna karşın araştırmalar yüksek belirsizlikten kaçınma kültürlerinde (Japonya gibi) daha taklitçi tarzların, düşük belirsizlikten kaçınma kültürlerinde (Amerika gibi) ise daha inovatif tarzların ortaya konduğunu belirtmektedirler.

Bazı araştırmacılar politik, sosyal ve iş liderlerinden desteğin, girişimsel faaliyetin cesaretlendirilmesi için çok önemli olduğunu belirtmekte (Krueger ve Brazeal 1994) iken bir diğer grup destekleyici kültürün, girişimcileri global ve rekabetçi bir pazarda harekete geçmek ve motive olmak için teşvik eden temel unsur olarak kabul etmektedir. Brockhaus (1980), 1975 ve 1978 de karşılaştırmalı olarak yaptığı çalışmasında, iki yıl arasında varlığını sürdürebilen işletmelerin sahiplerinin, sürdüremeyenlerden daha fazla içsel kontrol alanı sergilediklerini tespit etmiştir (Lee ve Tsang 200:587). Johnes vd (2005:3) girişimcinin bireyselliğinin yanında, girişimciyi, toleransı yüksek ve maskülen oryantasyonu olan bireyler olarak tanımlamıştır.

4.9. Politik Ve Yasal Çevre

Etkin adalet mekanizmasının ve devlet yönetiminin genel olarak ülkelerin ekonomik büyümesini olumlu etkilediği yönünde bulgular mevcuttur (Karakayalı ve Yanıkkaya, 2002:339). Özellikle, sermaye sıkıntısının önemli bir sorun olduğu ülkelerde devletin, sermayenin temini yönünde olumlu adımlar atması, girişimciliğin oluşmasının ve gelişmesinin temel koşullarından biri olarak görülmektedir.

Girişimcilik ortamını hazırlayan faktörler şu şekilde verilebilir (İlhan 2003:69):

- a) Devlet tarafından enerji, ulaşım ve iletişim alanlarında kolaylıklar sağlanması,
- b) Vergi oranlarında indirime gidilmesi,
- c) Altyapı hizmetleri,
- d) Bürokratik engellerin azaltılması yada ortadan kaldırılması,
- e) Siyasal ve ekonomik istikrarın tesis edilmesi,
- f) Danışmanlık ve rehberlik hizmetlerinin sağlanması yoluyla yaygın ve etkin bir bilgi sirkülasyonu ağının kurulması,
- g) Girişimciliği esas alan eğitim programlarının geliştirilerek hayata geçirilmesi,
- h) Girişimciler için rahat ve güvenli bir çalışma ortamının hazırlanması,
- i) Adil rekabet ortamının tesis edilmesi,
- j) Adil bölüşümün sağlanması,
- k) Girişimcilere uygun üretim alanlarının ve bu alanlarda yatırımda bulunmanın kısa, orta ve uzun vadede getirilerinin neler olabileceğine ilişkin fizibilite çalışmaları ve girişimcilerin öz güven kazanmalarının diğer gereklerinin yerine getirilmesi,
- l) Yabancı sermayeyi tevsik edici ve ülke yararına hizmet etmesini sağlayıcı düzenlemelerin yapılması,
- m) Uluslararası pazarlarda girişimcilerin payının artması için gerekli önlemlerin alınması
- n) Piyasada ekonomik belirsizliğin olmaması
- o) Siyasal sistemin, girişim özgürlüğünü yasal güvenceye kavuşturması ve finansal olanaklarla desteklemesi

Gelişmiş ülkelerde girişimciliğin ortaya çıkmasında pazar mekanizmaları etkili iken, gelişmekte olan ülkelerde, hükümet politikalarının belirlediği ekonomik güdülerin daha baskın olduğu savunulmaktadır (Naffziger, 1995:32).

4.10. Sosyal Yapı

Sosyal yapı, kurumlaşmış sosyal ilişki ağları olarak tanımlanmaktadır. Sosyal yapılar, nitelikleri ölçüsünde davranış kalıpları, kurumsal örüntüler ve kültürel formlar üretirler. Sosyal yapılara egemen değerler ve normlar, o toplumdaki insan ilişkilerine, yaşama biçimlerine, düşünme ve algılama sistemlerine yön verirler. Her sosyal yapı, belli insan tipi, düşünme ve yaşama tarzı, nasıl ve ne şekilde davranılacağına ilişkin kalıplaşmış modeller sunmaktadır. Böylelikle birey, çoğunlukla, onay görmüş davranışlar sergileyerek toplumca kabul görmüş bir kişilik haline gelmektedir (Aytaç 2006:147).

Sosyologlar, toplumsal eylem kalıplarının ortaya çıkmasının sosyal yapı içindeki; kurumlar, sosyal ilişkiler ve toplumsal örgütlenme biçimleriyle ilişkili olduğunu belirtmektedirler. Sosyal yapıyı oluşturan kurumsal örüntüler, kişilik yapıları üzerinde oldukça belirleyici olarak kabul edilmektedir. Eğitim, politik sistem, aile, din, hukuk vb. kurumlar, tipik davranış kalıpları ve düşünme biçimleri üreterek toplumsal uygulamalara yön vermekte yada bu davranışlara temel oluşturan alt yapıyı şekillendirmektedirler (Giddens 2000; İlhan 2003). Toplum kişileri, belli bir role karşı yönlendirmekte yada hazırlamaktadır. Toplumun sunduğu fırsatların farklılığı, insanları değişik iş ve uğraş edinmeye yöneltmektedir. Örneğin, girişimci ailelerden gelenlerin, yine benzer bir iş kurduğu yada aile işini büyüttüğüne ilişkin bir çok veri elde edilmiştir. Bu durum, mevcut sosyo-ekonomik koşulların, kariyer tercihi yapmada belirleyici rol oynayabileceğini ortaya koymaktadır (Bridge vd. 1998:54). Bu etki doğrudan bir neden sonuç ilişkisini açıklamaktan ve genel bir kabul olmaktan uzak ise de, girişimcilik eğilimini etkileyen unsurlar olarak üzerinde önemle durulan konulardan biridir. Dolayısı ile sosyal etkenlerin yada uyarıların, pek çok davranış için motivasyonel bir etkide bulunduğunu kabul etmek doğru bir yaklaşım olacaktır (Aytaç 2006:145). Girişimcinin çevre ile etkileşimi ve bunun sonucu olarak girişimcilik faaliyetlerinde bulunması, sosyolojik kuramın popülasyon ekolojisi yaklaşımı ile benzerliğini de oluşturmaktadır. Popülasyon ekolojisi yaklaşımı da

organizasyonların çevre ile etkileşimini incelemekte ve çevrenin organizasyonları optimize ettiği görüşünü savunmaktadır. (Koçel 2007: 276-277)

Sosyolojik teoride girişimcilik, genelde, toplumsal koşullarla ilişkili, bu koşulların biçim verdiği bir faaliyet olarak görülmekte ve bireysel kararların sosyal çevre uyarıcıları etkisinde verildiği kabul edilmektedir. Girişimci ve sosyal çevre etkileşimini inceleyen Çevreci Düşünce Okulu (Ten School Of Thought, Mintzberg, Http://Www.12manage.Com/Methods_Mintzberg_Ten_Schools_Of_Thought.Html) potansiyel girişimcinin yaşam biçimini etkileyen ve sosyal çevrenin bileşenleri olan dışsal faktörlerle ilgilenmektedir (İlhan 2003:64).

Sosyolojik kuramda toplum ne kadar fırsat sunarsa, girişimcilik için o kadar açık bir toplumsal ortam oluşmuş olur (Bridge vd. 1998:54). Sosyologlar, girişimciliği sosyolojik olarak temellendirirken girişimci edimlerin ortaya çıkmasında sosyal çevre, aile kökeni, eğitim, yas, cinsiyet, etnisite, ırk vb. sosyal faktörleri fazlasıyla önemserler. Onlara göre, sosyal yapılar, ortamlar ve etkenler; girişimsel fikirler, fırsatlar, kaynaklar, beceriler ve başarı için motivasyonel etkide bulunur.

Basu (2003)'nun aktarması ile, Shapero, kişinin bir iş ve şirket kurma isteğini, sosyal kabul edilebilirlik beklentisinin belirlediğini ileri sürmekte ve Casson ise, diğerlerinden saygı görme arzusu ve benlik saygısını kazanma isteğinin girişimci edim içine girmeyi belirleyebildiğini belirtmektedir (Basu 2003:295).

Etnik girişimcilik araştırmaları, girişimsel eyleme katılmada, ırk ve etnisitenin pozitif olduğu kadar negatif etkileri olduğuna da işaret etmektedirler. Auster ve Aldrich, etnik bir azınlık gruba ait olmanın işe girme yada iş kurmada saf önyargıları da işin içine çektiğini belirtmektedirler. Onlara göre, emek piyasasındaki ayrımcılık ve etnik azınlık üyelerinin iticiliğine dair çok sayıda önyargı mevcuttur. Bu önyargılar, söz konusu grup üyelerini diğerleriyle temas kurmaktan alıkoyacağı gibi, grubu kendi içinde daha bir bütünleşik hale getirmektedir. (Aytaç 2006:146)

4.11. Girişimsel Ağlar

Girişimsel ağlar, farklı kaynaklardan elde edilen iki tür halinde sınıflandırılabilir: informal ve formal ağlar. Informal girişimsel ağlar; kişisel ilişkileri, aileleri ve iş ilişkilerini içermektedir. Formal ağlar ise risk sermayecilerini, bankaları, muhasebecileri, kredi verenleri, avukatları ve ticaret birliklerini içermektedir. Kültürel açıdan teşvik edilen

değerler, tutumlar ve davranışlar, ilişkilerin doğasını açıklamada birinci derecede önemlidir. Bir girişimci çevresiyle etkileşim halinde hareket edip, kişisel ağlar belirgin şekilde arttığında ya da azaldığında, bu değişimlerin aynı zamanda güdülleri, değerleri, tutumları veya bir girişimcinin kişisel özelliklerini etkileyebilmesi mümkündür. Ancak bağlantılar açık değildir. Kişisel ağlarla ilgili hipotezleri test ederken girişimcinin mikro düzeyde kişilik özelliklerindeki değişimler, sosyal ilişkilerdeki makro düzeyde değişimler ile ilişkilidir (Littunen 2000b:62). Araştırmalar, girişimcinin işbirliklerinin miktarındaki değişimlerin girişimcinin başarıma güdüsü üzerinde etkisi olmadığını ortaya koymaktadır (Littunen 2000b:63).

Bir girişimcinin kişisel ilgi ağlarındaki fazlalığın ve çok yönlülüğünün varlığı, girişimciliğin kaynaklarını artırır, çünkü girişimcinin eğitim ve deneyimindeki olası boşlukları doldururlar. Mükemmeli aramadaki farklar, kişisel ilgi ağlarının fazlalığının başarıma güdüsü üzerine etkisine işaret etmektedir.

Bir girişimcinin sadece kendi kendine çalışmaması, yeni fikirlerin oluşmasına yardım edebilecek, problemleri çözebilecek ve yeni işler geliştirebilecek işletme partnerleri sayesinde birçok yetenek, bağlantı ve diğer kaynakları kazanmaya çalışması önemlidir. Bu nedenle partnerlerin varlığı, firmaya daha geniş bir kaynak havuzunun akmasını sağlar, gelişimini ve büyümesini kolaylaştırır. Yeni girişim kurma çalışmaları, grup girişimlerinin, sadece tek bir kişi tarafından başlatılanlardan daha yüksek başarı şansına sahip olduğunu öne sürmektedir. Dyke vd. (1992) gıda imalatçıları için partner sayısının, girişimin büyümesi ile pozitif ilişkili olduğunu bulmuştur (Lee ve Tsang 2001: 587).

Aldrich ve Zimmer (1986) girişimcilerin faaliyetlerini kolaylaştırmada ve kısıtlamada sosyal ağların önemine işaret etmiştir. Başarılı bir girişimci, sadece firmasının içsel operasyonlarını yönetmeye ihtiyaç duymaz, aynı zamanda dışsal ağlar kurmaya da ihtiyaç duyar. Bazı çalışmalar (Aldrich vd 1987; Ostgaard ve Birley 1996) bir girişimcinin ağ davranışının girişim performansı üzerine etkisini incelemiştir ve genellikle ağ ve performans arasında pozitif bir ilişki bulmuştur. Örneğin Duchesneau ve Gartner (1990) başarılı firmaların girişimcilerinin, iş partnerleri, müşterileri, tedarikçileri ve çalışanları ile iletişim kurmaya, başarısız firmaların girişimcilerinden daha çok zaman harcadıklarını tespit etmiştir. Kısacası çalışmalar genellikle böyle ağ davranışları ve girişim performansı arasında pozitif bir ilişki bulmuştur (Lee ve Tsang 2001: 588).

Birikmiş girişimsel deneyim, gelişmiş yönetsel yetenekler, bilgi ve ağlardan dolayı, yeni fırsatların fark edilmesini kolaylaştırabilir ve onlardan yararlanmayı yoğunlaştırabilir. Önceden yaratılmış ağlar sayesinde ihtiyaç duyulan bilgiye ulaşım kolaylaşır, kaynaklar sağlanır, yenilik ve küçüklüğün dezavantajları azalır. (Huovinen ve Littunen 2009:9).

4.12. Yaş

Yaş ve girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkileri inceleyen araştırmaların odaklandıkları konu, girişimcilerin hangi yaş aralığında bir işyeri açtıklarıdır. Yaş ve girişimcilik eğilimi arasındaki ilişki ise, araştırmacılar tarafından fazlaca ele alınmamıştır. Bunun nedeni diğer faktörler yanında yaşın girişimcilik eğilimi yada iş kurma üzerindeki etkisinin görece daha zayıf olmasından kaynaklanmaktadır. Yaş ilerledikçe azalan fiziksel ve mental kapasite girişimcilik konusunda negatif etki yapabilmektedir. Langowitz ve Minniti (2007: 342-349)' nin araştırmalarında girişimcilik eğilimi ile yaş arasındaki negatif ilişkinin varlığı tespit edilmiştir.

Girişimcilerin en aktif oldukları yaş ile ilgili araştırmalar, en aktif yaş aralığının 25 ile 35 yaş aralığı olduğunu ortaya koymaktadır. (Lee 1997; Reynolds vd 2002). 25-35 yaş aralığı hem kadın ve hem erkek araştırmalarında ortaya konan ortak aralıktır ve hem kadın hem erkek için geçerli olduğu tespit edilmiştir (Özyılmaz ve Kım 2008:23). Lee (1997) ise kadın girişimcilerin çoğunlukla 35 yaşına kadar bir iş kurduklarını belirtmektedir. TUSİAD'ın 2002 yılında Türkiye' de 172 girişimci ile yaptığı araştırmada girişimcilerin büyük çoğunluğunun (%61) 25-45 yaş aralığında olduğu tespit edilmiştir. Aynı zamanda, girişimcilerin büyük çoğunluğu ilk işletmelerini 30 yaş öncesinde kurmuşlardır (Özyılmaz ve Kım 2008:23).

5. Girişimcilik ve Etik

Etik; bir birey, grup veya toplum tarafından inanılan doğru, iyi veya kabul edilebilir hareket veya davranış normlarını ifade etmektedir (Reynolds 2006:233). Etik ile ilgili olarak verilmesi gerekli tanımlar ise şunlardır:

Etik farkındalık, etik içerik taşıyan ve yasal olarak etik bir bakış açısından ele alınabilen bir durumu bir kişinin saptaması olarak tanımlanmaktadır. Bu nedenle bir kişi, farklı durumlarda farklı etik farkındalık modelleri sergileyebilir (Bryant 2009:507).

Etik duyarlılık, etik bir bileşene sahip bir durumla yüzleşildiği zaman insanların etik konuları belirleyebilme ölçüsünü ifade etmektedir (Zhen Ve Arvey 2009:444).

Etik kimlik, bir bireyin etik idealleri ve kişisel sorumluluğundan oluşan kişilik kavramını tanımlamak için kullanılır. Bu nedenle etik kimliğin yüksek seviyelerindeki bireyler, kendilerini, “etik düşünce, duygu ve davranışları olan etik insan” gibi etik terimlerle tanımlamaya yönelmektedirler. Düşük etik kimlikli bireyler, kendilerini, etik olmayan terimlere tanımlamaya yönelecektir. Bu nedenle etik kimlik, karar alıcının bir kararda sahip olduğu kişisel çıkarları belirlemede bir rol oynayarak ve böylece karar alıcının etik yargılarını etik amaçlara dönüştürmesine yardımcı olmaktadır (McVea 2009: 498-500)

Etik, yeni durumlar ve ortamlar yaratan girişimcilerin karşı karşıya olduğu temel sorunlardan biridir. Olağan dışı durumları yaratan ve bu durumlarla ilk yüzleşen kişiler olarak, girişimcilerin etik değerlerini nasıl oluşturdukları, yeni durumlara özgü yeni etik ilkeleri nasıl belirledikleri, özellikle son dönemde üzerinde hassasiyetle durulan bir konudur. Bu nedenle bu bölümde etik ile ilgili bir takım unsurlar ve etik ile ilişkileri konusu ele alınacaktır.

5.1. Oto Kontrol (Self Regulation) Ve Etik

Oto kontrol, bireyin, ulaşmak için davranış ve düşüncelerini yönlendireceği amaçlar belirlemesini sağlayan bir süreç olarak tanımlanmaktadır (Byrant 2007:1). Bir diğer tanıma göre oto kontrol, kişisel standartlarımıza uyup uymadığına bağlı olarak, kendi davranışlarımızı bilişsel olarak pekiştirme veya cezalandırma sürecidir. Davranış kontrolüne yönelik olan bu süreç, a) istenen ve istenmeyen davranışları yaratan şartların gözlenmesi, b) kişisel çevrenin arzulan davranışı kolaylaştıracak şekilde oluşturulması ve istenmeyen davranışı yaratma eğilimi gösteren koşullardan kaçınılması ve c) davranışların değerlendirilmesi ve pekiştirilmesi gibi alt süreçler yoluyla gelişmektedir (Bandura ve Locke 2003:91).

Yeni teknolojilerin doğasından ve yeni ürünler ve hizmetlerin yaşamlarımızda köklü değişimler yaratma potansiyellerinden dolayı öncü girişimsel kararlar, potansiyel olarak

çok büyük etik önem taşımaktadır. Özellikle teknolojik gelişmeler, etik fikir birliğine olanak vermediğinden ve yerleşik etik ilkelerin yeni durumlara uygulanabilirliğinin olmamasından dolayı, girişimciler genellikle bu kararlarını alırken ve kararlarının etik olup olmaması konusunda karar verirken açık bir rehber olmaksızın hareket olmak zorunda kalmaktadırlar (McVea 2009:491).

Girişimcinin karar süreçlerinde unsurlara gösterdiği duyarlılık ve takındığı tavır, girişimcilikte ve küçük işletmelerdeki liderler için, geleneksel görevlendirme ortamlarındaki yöneticiler için olduğundan çok daha önemlidir. Bu önemin nedeni, girişimcilerin üst düzeyde yapılandırılmamış bir çevreyle ve finansal performans için daha şiddetli baskıyla yüzleşmeleridir. Girişimcilerin davranışsal eğilimlerine ve sezgilerine karşı tetikte olmaları ve girişim süreçlerinde etik karar almayı geliştirecek adımlar atmaları önemlidir (Zhang ve Arvey 2009: 444)

Bu bölümde etik ve oto kontrolü birlikte ele almamızın nedeni, oto kontrolü daha güçlü olan girişimcilerin, girişim sürecinde olası kazançlar ve kişisel fikirlerle ilgili etik farkındalıklarının da daha yüksek düzeyde olmasından kaynaklanmaktadır (Bryant 2009:506). Oto kontrol, sosyal ve bilişsel değişkenler arasındaki ilişkileri inceleyen sosyal bilişsel süreçlerle ilgili çalışmalarda, önemli bir yere sahiptir (Byrant 2007:2). Sosyal bilişsel teori, aynı zamanda, motivasyonel güce, amaç peşinde koşarken kendine başvurma ve kendine karşı koyma süreçlerine odaklanmaktadır.

Bandura (2006:171) bireylerin kendi düşüncelerini ve davranışlarını, etik kimlik ve etik idealler bilinci ile sürekli olarak denetlediklerini açıklamaktadır. Bu etkileşimli süreçler yoluyla sosyal ve bilişsel bileşenler, etik kimlik yaratılmasını ve davranışsal normların gelişmesini sağlamaktadırlar. Oto kontrol bileşenleri aynı zamanda, bir insanın etik değer yargılarında anlamlı bir rol oynamaktadır. Camacho vd (2003) ile Higgins (2005)'in gösterdiği gibi bir kişinin oto kontrol yönelimi ve amacına ulaşmak için seçtiği araçlar arasındaki uyumun derecesi, elde edilen çıktının etik açıdan doğru veya yanlış olarak kabulünü etkilemektedir (Bryant 2009:506). Oto kontrol, sosyal biliş ile ilgili bir konudur, fakat sosyal ve bilişsel değişkenler arasındaki etkileşime odaklanması ile sosyal olmayan bilişten farklılaşır. Oto kontrol, kişisel amaçlar oluşturmayı ve bu amaçlara ulaşmaya yönelik kendini yönetmeyi içeren insan düşünce ve davranışlarının sistematik bir süreci (Bryant 2009:507) olarak görülmektedir ve bu nedenle, girişimcinin amaçlarına ulaşmada izleyeceği yol seçiminde, düşünce ve davranışlarında rol oynamaktadır. Oto

kontrol çalışmalarında kullanılan birçok teorik çerçeve vardır. Bunlar amaç oluşturma teorisini (Latham ve Locke 2004: 388), kontrol teorisini, sosyal bilişsel teorileri ve kendisiyle tutarsızlık teorisini içermektedir (Bryant 2009:507). Denetleyici odak teorisinin kendisi, temelde motivasyon sistemleri, amaç çerçeveleri ve ilgili duygulanım ve bilişsel özellikler ile ilgilidir.

Oto kontrol ve girişimcilik kariyeri arasındaki ilişkiyi inceleyen araştırmaların bir bölümü, girişimcilik kariyeri ile oto kontrol arasında pozitif ilişkinin varlığını ortaya koymakta ve oto kontrolün yapısı, girişimcinin belirli bir işle ilgili kendine inancını ifade eden özgüven olarak bilinmektedir. (Scherer, Adams ve Carley 1989; Byrant 2007). Diğer bölümü ise, girişimcilikte oto kontrolün rolü ile ilgili daha geniş kapsamlı araştırmalar olarak bilinmekte olup, oto kontrol ve girişimcilik arasında herhangi bir ilişkinin olmadığını ortaya koymaktadır. (Baron ve Ward 2004; Forbes, 2005).

5.2. Düzenleyici Özsaygı* Ve Etik

Düzenleyici özsaygı, bir kişinin kontrol odağının kronik bir şekli olarak tanımlanmakta (Byrant 2009:507) ve bireyin yetişkinlik deneyimi kadar erken dönem aile yaşantısından da etkilendiği savunulmaktadır (Byrant 2007: 3). Kontrol odağı ise, bir kişinin gelecekteki amaçlara ve kendi durumlarına yönelimi olarak tanımlanmaktadır. Kontrol odağı, teşvik etme ve önleme odağı şeklinde iki tür yönelimden oluşmaktadır, bunlar insanların keyif aradığı ve acıdan kaçındığı şeklindeki hedonik* prensipten elde edilmiştir (Bryant 2009:508). Higgins vd. (2001) tarafından açıklandığı gibi teşvik edici ve önleyici özsaygı, teşvik etme ve önleme amaçlarına erişmedeki geçmiş başarıların tarihsel bilincinden elde edilen yeni iş amaçlarına yönelme olarak kavramsallaştırılmıştır (Higgins vd 2001:21). Daha güçlü teşvik edici özsaygısı olan insanların ihmal hatası yapmaları daha az olasıdır, daha güçlü önleyici özsaygısı olan insanların ise işlem hatası yapmaları daha az olasıdır. Daha yüksek teşvik edici özsaygı aynı zamanda her amacın araç sayısı ile pozitif ilişkilidir. Eğer insanlar teşvik edici özsaygı ile hareket ediyorsa, sonuçtaki istek yönelimi onları, kazançlara yol açabilecek daha çok araç kullanmaya iter. Önleyici özsaygı ile

* Regulatory Pride: Düzenleyici Özsaygı olarak çevrilmiştir.

* Hedonizm, Kirene Okulu'nun, yani Sokrates'in öğrencisi Aristippos' un (M.Ö. 435-355) öğretileridir. Hazın mutlak anlamda iyi olduğunu, insan eylemlerinin nihai anlamda haz sağlayacak bir biçimde planlanması gerektiğini, sürekli haz verene yönelmenin en uygun davranış biçimi olduğunu savunan felsefi görüştür. Kaynak: <http://tr.wikipedia.org>)

hareket eden insanlar ise dikkatli bir yönelime sahiptir, bu onları kayıpları önlemek için daha az gereksiz araç kullanmaya iter. Teşvik edici özsaygı insanları kazanç elde etmek için istekleri doğrultusunda araçları kullanımına yönelttiği için, aynı zamanda daha riskli olmakla ve fırsat yönelimi ile ilişkilidir. Önleyici özsaygı ise insanları kayıpları önlemek için dikkat yada önleyici araçları kullanmaya yöneltir ve bu nedenle daha dikkatli ve tedbirli olmakla ilişkilidir (Bryant 2009:508). Teşvik edici özsaygı ile hareket eden bir girişimci, yeni fırsatların kullanılmasında kendini gerçekleştirme duygusuyla ilgili olarak etik konuların daha fazla farkında olabilir. Fırsat odaklılık, teşvik edici özsaygıya sahip olanların, kendini gerçekleştirme ve fırsatların kullanılması ile ilgili etik farkındalık geliştirmesine neden olmaktadır. Önleyici özsaygı ile hareket eden kişi ise, gelecekteki kayıpların önlenmesi ve olması gerekli kendi durumuyla ilgili etik konulara daha çok dikkat gösterip, onların daha farkında olabilir (Bryant 2009:508).

Reynolds (2006) etik farkındalığın, şartlarla ilgili iki özelliğe gösterilen dikkat tarafından teşvik edildiğini belirtmektedir. Bunlar: zararın varlığı ve davranışsal normların ihlali. Bir insanın girişim yolu ile sağlayacağı kişisel yararlılık düzeyi, bu insanın girişimsel durumların özelliklerine tepki verme şeklini etkileyecektir. Güçlü girişimsel kendine yararlılığa sahip bir insan, daha güçlü etik kimlik duygusunun, etik değerleri ve kendi yerleşik gidişatını korumada daha büyük ısrarcılığın yanı sıra girişimsel durumlarda daha yüksek güven ve bağlılık sergileme eğilimi gösterecektir (Bryant 2009:508).

Oto kontrol, girişimciler arasında hem etik farkındalığın gücünü hem de amacını belirlemede önemli bir rol oynamaktadır. Bazı girişimciler, pozitif amaç başarısındaki geçmiş başarıyı yansıtır görünen girişimsel kendine yararlılık ve teşvik edici özsaygı açısından nispi olarak güçlü oto kontrole sahiptir (Higgins 1998:38). Böyle girişimciler, kendi ideal durumlarına ve olası kazançlarına ulaşmak için girişim ile ilgili görevlere daha güçlü bir kendine yararlılık ve istek duygusuyla yaklaşma eğilimindedir. Bu girişimciler, kendi ideal durumlarına ve olası kazançlarına karşı yönelen zararlara daha çok dikkat gösterir görünmektedir ve bu nedenle böyle konular hakkında etik farkındalık sergilemektedirler. Bu girişimcilerden bazıları aynı zamanda, girişimsel kendine yararlılık duyguları ile güçlü ilişkide görünmemesine karşın güçlü önleyici öz saygıya sahiptir. Bununla birlikte önleyici bir yönelimle hareket edildiği zaman bu girişimciler, olası kayıplar ve olması gereken kendi durumlarıyla ilgili davranışsal normların zarar görmesine

dikkat gösterir ve bu nedenle bu konular hakkında da etik farkındalık sergiler (Bryant 2009:508).

Bryant (2009:515-516)' in araştırmasında, oto kontrol, etik farkındalık ve bir girişimcinin etik kimlik ve amaç duygusu arasında pozitif bir ilişki ortaya konmuştur. Bu bulgular, teşvik edici odaklı insanların daha güçlü amaç duygusuyla kendi ideal durumlarına göre motive olduklarını gösteren önceki çalışmaların bulgularını desteklemektedir. Bu nedenle girişimsel durumlarda oto kontrol, özellikle girişimin ilk aşamalarında girişimci takımlar arasında etik kimliğin gelişiminde önemli bir rol oynayabilir. Girişimciler arasında kişiler arası güven ve etik farkındalık arasında pozitif ilişki de tespit edilmiştir. Bu bulgulara göre güven, girişimsel takım oluşturmada ve risk almada temel bir rol oynamaktadır. Sosyal bilişsel oto kontrol, etik farkındalığın uzlaştırıcı etkisiyle güven oluşturmada bir rol oynamaktadır. Bu süreçler, bir insanın girişimsel kendine yararlılığının gücü ve denetleyici özsaygı temelinde değişmektedir. Aynı araştırma bulgularına göre, denetleyici özsaygı ve girişimsel kendine yararlılığının, girişimcilerin etik farkındalığını belirlemede ortak etkisi olduğunu öne sürmektedir. Çalışma, oto kontrol ve etik farkındalık arasındaki pozitif ilişkiyi ve bu bileşenlerin girişimciler arasında etik düşünme üzerine sahip olabileceği etkiyi ortaya koymuştur.

5.3. Etik İmgeleme

Etik imgeleme, girişimcilerin hem mevcut etik kısıt ve kuralların ötesine geçmesine olanak tanıyan yaratıcı düşüncelerin ve hem de etik katılımın birleştirdiği bir yaklaşım olarak kabul edilmektedir. Bu açıdan etik yaklaşım girişimcinin yaratıcı olma özelliğini yeni durumlara uygun etik ilkeler geliştirme için de kullanmasını gerektirmektedir. Etik imgeleme, alınmaya çalışılan kararlardaki potansiyel etik uygulamalar ve boyutları fark etme yeterliliğini ifade etmektedir. Etik imgelemenin çerçeveselendirilmesi, durumun etik olarak açık bir tanımını içerebilir veya içermeyebilir, ama hareketlerin diğerlerinin refahını nasıl etkileyebileceğinin temel bir farkındalığını ifade etmektedir. Moberg ve Seabright, etik imgelemenin, etik duyarlılığı birçok yolla potansiyel olarak geliştirebileceğini ileri sürmektedir. İlk olarak, etik imgelemenin, geleneksel taslak ve senaryolara meydan okuması için karar alıcıyı cesaretlendirdiğini iddia etmektedirler (McVea 2009:493).

Etik imgeleme, yerleşik zihne meydan okuyan, etik olarak belirsiz durumlarda etik karar almaya yarayan bir yaklaşım olarak ileri sürülmektedir ve karar alıcının, çözümsüz

görünen ekonomik ikilemler karşısında geçerli alternatif çözümleri yaratıcı şekilde düşünmesine izin vermektedir. Karar almanın hem yaratıcı hem etik meydan okumalarıyla ilgili olarak etik imgeleme, girişimsel durumlara ışık tutmada büyük potansiyele sahiptir. Etik imgeleme, son zamanlarda geleneksel yaklaşımların ötesinde daha pratik ve üretken bir etik karar alma yaklaşımı olarak etik literatüründe yerini almıştır.

Girişimsel bilişsel süreçler ile ilgili çalışmalar, girişimcilerin belirsizliğe rağmen nasıl karar aldıklarını anlamaya çalışmaktadırlar fakat, girişimcilerin aldıkları kararların etik boyutlarını nasıl belirledikleri hakkında bilinenler oldukça yetersizdir. Bu da belli bir girişimsel durumda etik karar almanın iyi anlaşılmadığı anlamına gelmektedir. Araştırma göstermiştir ki faaliyet gösterdikleri çok belirsiz durumlardan dolayı girişimciler karar almada farklı bilişsel yaklaşımlar geliştirmektedirler. Örneğin, çalışmalar girişimcilerin daha az rasyonel, daha az kapsamlı ve buluşsal yöntemlere daha çok güvenen karar alma yaklaşımları uygulama eğiliminde olduklarını ve girişimci olmayanlardan farklı şekillerde, farklı bilgi kaynaklarını göz önünde bulundurmaya yöneldiklerini göstermiştir. Ayrıca girişimcilerin, örneğin girişimsel faaliyetler nedeni ile yeni amaçlar ortaya çıktığında, etkin düşünce veya araç odaklılığı daha çok kullandıkları bulunmuştur. Çeşitli çalışmalar, girişimcilerin diğer yöneticilerden daha çok veya daha az etik davranmaya yönelip yönelmediklerine odaklanmıştır. Araştırmalar, bazı çelişkili bulgular ortaya koymaktadır ve girişimcilik ve etik ilişkisi ilerde daha çok araştırmanın konusu olacak gibi görünmektedir.

Buchholz ve Rosenthal (2005), etik ve girişimciliğin yakın bağlantılı olduğunu öne sürerek, başarılı girişimcilik için gerekli özellikler olan hayal gücü, yaratıcılık, yenilik ve duyarlılığın etik karar almada sistematik ve teorik olarak çok önemli olduğunu iddia etmektedir (Harris vd 2009:408). Dunham vd (2008) ise, girişimsel başarıda yeni bir girişim başlatmanın stratejik boyutlarının etkin bir kullanımı kadar, etik imgelemenin de gerekli olduğunu iddia etmektedir. Bazı araştırmalar, girişimcilerin aslında etik davranış üzerine genellikle daha büyük bir vurgu yapabildiğini ve etik düşüncenin daha üst düzeylerini sergileyebildiklerini göstermektedir. Araştırmalar, aynı zamanda adil davranışın ve prosedürel uygunluğun da girişimci için bir dizi istenen çıktıya neden olarak, girişimciler ve temel yatırımcılar arasındaki ilişkileri yönetmede önemli bir bileşen olduğunu göstermektedir (Harris vd 2009:408).

Bireylerin, toplumda kendi etik kimliklerini tanımlarken kullandıkları ifadelerden yola çıkarak, kendilerini, yüksek (yani etik düşünce, duygu ve davranışları olan etik insan) yada düşük olarak tanımladıkları ve bu tanımlamanın da kullanılan ifadelerden çıkarıldığı ortaya konmuştur (McVea 2009: 498-500). Bireyler toplumda kendilerine statik bir etik kimlik tanımlamaktadırlar. Girişimcilerin ise, etik kimliklerini tanımlarken, karar süreçleri boyunca tanımlamayı sürdürdükleri yani etik kimlik tanımında dinamizm sergiledikleri ortaya konmuştur. Bu, durum, etik kimliğin, sadece amaç oluşturmanın sonraki aşaması sırasında değil, karar sürecinin her aşamasında etik yaklaşımın kullanımını etkileyebileceğini ortaya koymaktadır.

Girişimciler ile gerçekleştirilen araştırmalar, girişimcilerin sorunlara yaklaşımlarında farklılaşan iki özelliğini ortaya koymuştur. Girişimcilerin etik perspektifinde, karmaşıklık arama ve uzun dönemli stratejik sonuçları göz önünde bulundurma özellikleri tespit edilmiştir. Girişimciler sorunları çok daha karmaşık tanımlamaktadırlar ve bunun nedeni de etik ile ilgilidir. Yeni durumlara etik yaklaşımda, girişimcileri farklılaştıran bir diğer özellik de geleneksel etik kuralların ötesinde alternatif arayışındaki etik yargı ile ilgilidir. Girişimcilerin etik yargısındaki öne çıkan iki özellik: olay/durumun gerçeklerine meydan okuma ve kişisel hikayeler veya analogik hikayelerin kullanımı. Araştırmalar, girişimcilerin genellikle gerçeklerin anlamını yeniden yorumlamada ve olaydaki verilerin doğruluğunu sorgulamada kendilerine güvendiklerini, dolayısıyla olayın yerleşik kısıtlarını esnettiklerini ve daha geniş alternatifler yaratmak veya farklı paydaş grupları arasındaki gerilimleri yok edecek yollar bulmak için daha yaratıcı düşünceye yer hazırladıklarını ileri sürmektedir. Girişimcilerin, analogi kullanımlarında ise tamamen kişisel deneyimlerinden yola çıktıkları görülmektedir. Araştırmalar, girişimcilerin yöneticilerden daha büyük miktarda ve daha çok çeşitte bilgiye baktıklarını ortaya koymaktadır. Belli insanların ve durumların içerdiği ilişkilerin detaylarına, paydaşların istek, ihtiyaç, değer ve arzularına, uzun ve kısa dönemde tüm paydaşlar için yapılandırılabilir potansiyel olumlu sonuçlara odaklanmaktadır. Önemli bir diğer noktada, etik imgelemi güçlü girişimcilerin, kendilerine rasyonel karar almalarını sağlayacak bilgiyi ve anlayışı sağladıklarıdır. Girişimciler sorunlara duygusal olarak bağlanmakta ve kendi inanç ve değerleri öncülüğünde bir karar alma eğilimi göstermektedirler. Bu çok kişisel yaklaşım, girişimcilerin birçok yöneticiden daha fazla kendi değerlerine göre hareket etme eğiliminde olduğunu ortaya koymaktadır. Girişimcilerin “kişisel yaklaşımı”, girişim sürecinde kararların etkinliğini olumsuz etkileyen bir durum olarak eleştirilmektedir. Fakat McVea (2009) çalışmasında kişisel

yaklaşımın ve güçlü kişisel duruşun, daha güçlü bir sorumluluk bilincine ve böylece sorunların etik de dahil olmak üzere boyutlarıyla ele alınmasına ve böylece daha büyük meydan okumalara öncülük ettiğini ortaya koymuştur. Çalışmasında girişimciler, başlangıçtan itibaren problemi etik yüklü olarak çerçeveleştirerek üst düzeyde etik duyarlılık sergilemiştir. Girişimciler tarafından sergilenen etik duyarlılığın, problemin karmaşıklığını kabul etme ve uzun dönemli sonuçlara işaret etme eğilimi ile ilgili olduğu görülmektedir. Girişimcilerin, etik imgeleme kullanımı ve paydaş çıkarlarının çok geniş düşünülmesi arasında güçlü bir ilişki olduğu öne sürülmektedir. Paydaşların geniş ve her şeyi kapsayan şekilde düşünülmesi, etik imgeleme ile geniş çapta ilişkilidir. Buradaki bulgular aynı zamanda, etik imgelemenin, sadece göz önüne alınan paydaşların alanını arttırarak değil, aynı zamanda karar alıcı ve potansiyel paydaşlar arasındaki ilişkinin doğasını daha çok göz önüne alarak perspektif kazanmayı etkileyebileceğini göstermektedir (Moberg and Seabright 2000:851). Girişimcilerin etik imgelemelerinde onları farklılaştırıcı bir bileşen de, gelenekselin ötesindeki alternatiflerin göz önüne alınmasıyla etik yargılamaya ulaşmaya çalışmalarıdır (Caldwell ve Moberg 2007:194). Bu tür etik imgeleme, belli senaryoların yeni yorumlamalarının geliştirilmesine yardım etmektedir. Girişimsel etik imgelemenin, etik yargının oluşturulması sırasındaki iki özellikle ilişkilendirildiğini ileri sürülmektedir: kişisel deneyimler temelinde vaka gerçeklerine meydan okuma ve gerilimleri çözme veya çözüm yaratma için kişisel hikayeler veya analogilerin kullanımı (McVea 2009: 501). Hikaye kullanımının, etik imgeleme sürecini aktive etmeye yada tetiklemeye yardımcı olduğu ileri sürülmektedir (Caldwell ve Moberg 2007: 194). Analogik düşüncenin bu türünü gerçekleştirecek bir aracın, karar alıcıya yeni olasılık ve sonuçları hayal etmesi için yardımcı olmada önemli bir rol oynayabileceği düşünülmektedir. Sonuçta bu, sezgilerin ötesindeki tehlikeler veya dolaylı ortaya çıkabilecek ek sonuçları belirlemek ve farklı çıkarlar arasındaki gerilimleri çözecek yeni çözümler yaratmak için bir araç olarak hizmet verebilecektir. Bu durum, karmaşık ve evrim geçiren durumların anlamlandırılması için metafor, analogi ve düşünce deneylerinin kullanımının önemli olduğu görüşlerini de desteklemektedir (McVea 2009: 501).

Girişimciler, sektör ortamı ve işletmenin spesifik doğası nedeni ile bir çok engeller ile karşılaşmaktadırlar. Yeni girişimler genellikle sürekli değişim ve kısıtlı finansal kaynaklarla yüzleşmektedirler. Bu baskılar, etik karar alma süreçleri üzerinde derin bir etkiye sahip olabilmekte, girişimciler için belirsizlikle dolu etik durumlarla

sonuçlanabilmektedir. Kaynakların kısıtlılığı, girişimcilerin etik standartlarını etkileyebilir. Girişimciler için özellikle çarpıcı belli etik ikilemler; örgüt içinde karların bölünmesi, yenilikle ilişkili yüksek risk ve izlenim yönetimi, meşrulaştırma ve dürüstlük arasındaki gelgitlerle ilgili olarak ortaya çıkabilir. Dahası girişimciler, kendi değerlerini, örgüt kültürünü, çalışan refahını, müşteri tatminini ve dışsal hesap verebilirliği içeren etik ikilemlerle yüzleşme eğilimindedir (Haris vd . 2009:409) Öte yandan araştırmalar, aynı zamanda girişimcilerin, etik konuları yeterince ele almalarını engelleyebilen ve etik duyarlılıklarını azaltan güçlü bir “faaliyet eğilimine” sahip olduğunu da ortaya koymaktadır (Bhide 1996; Longenecker vd 1989). Bu yöndeki bulguları sağlayan araştırmalar, başkalarının zararına olsa veya adaletin normlarına zarar verse bile, girişimcilerin kişisel finansal kazanç, büyük firma yöneticilerinden daha çok odaklandığını öne sürmüştür (Haris vd. 2009: 408) Kets de Vries (1985), girişimcilerin kişiliğine yayılabilen ve onların davranışlarında baskın olabilen belli negatif faktörlerin var olabileceğine dikkat çekmektedir. Bu durumu Haris vd (2009: 408) “Girişimciliğin Karanlık Yüzü” (The dark side of entrepreneurship) olarak adlandırmaktadırlar.

Sosyal ağlarında bir takım yazılı olmayan anlaşmalar ile kötü davranışları kolaylaştırabileceği ve küçük firmalara bağlı küçük hissedar ağlarının, etik olmayan davranışları arttırmada bir rol oynadığı gösterilmiştir.

Fakat girişimciler etik imgelemesi ve duyarlılığı konusunda kendi içlerinde homojen bir yapı sergilememektedirler. Girişimciler, hem taşıdıkları etik değerlerle hem de bu değerleri etkilediği varsayılan demografik faktörlerle ilgili olarak heterojenlik sergilemektedirler. Girişimciler etik bilişsel süreçler açısından, etik konulara duyarlılıklarında veya etik farkındalıklarında farklılık göstermektedir. Bu farklılık, sosyo-kültürel etkilere bağlı olabilmektedir (Haris vd 2009: 409).

Araştırmacılar kural yıkıcılıktaki geçmiş deneyimlerin, kritik işletme kararları alırken, bireyleri etik konularda daha az dikkatli yapabileceğini iddia etmektedir. Hunt ve Vitell’ in (1993) etik teorisine göre, bireylerin etik duyarlılığı, etik karar almada önemli bir rol oynamaktadır. Kural yıkıcı davranışlara daha çok bağlanan insanların, etik duyarlılık eşik seviyelerini giderek azaltabilmeleri ve böylece etik olmayan karar almaya daha meyilli olmaları olasıdır. Bu mantık temelinde risk eğilimi, etik farkındalığı etkileyebilen bireysel eğilimlerin bir ölçüsüdür. Daha yüksek risk eğilimi, daha çok kural yıkıcılığa

sebepler olmakta, bu da sonuçta açıkça etik olmayan (örneğin yanlış finansal temsil) veya sınırdaki davranışların sergilenmesi olasılığını arttırabilmektedir (Zhen Ve Arvey 2009:444).

Karar almadaki etik bileşenlere karşı tetikte olmak, girişimcilikte ve küçük işletmelerdeki liderler için, geleneksel görevlendirme ortamlarındaki yöneticiler için olduğundan belki de daha çok önemlidir, çünkü girişimciler üst düzeyde yapılandırılmamış bir çevreyle ve finansal performans için daha şiddetli baskıyla yüzleşir. Girişimcilerin davranışsal eğilimlerine ve sezgilerine karşı tetikte olmaları ve girişim süreçlerinde etik karar almayı geliştirecek adımlar atmaları önemlidir. McGrath vd. (1992:450) girişimcilerin, hak, eşitlik ve başarı gibi değerlere ve inanışlara sahip olmak konusunda diğerlerinden anlamlı ve olumlu şekilde farklılaştığını tespit etmiştir (Mueller ve Thomas 2000:58).

6. Yaratıcılık Ve Girişimcilik

6.1. Yenilikçilik

Bir firmanın kuruluş aşamasında, bir girişimcinin sahip olması gereken önemli özellikler arasında yenilikçilik ve harekete geçme isteği vardır. Yenilikçilik, girişimcinin yeni koşullar altında çözüm üretebilme yeterliliğine sahip olması gerektiği anlamına gelmektedir. Bu muhtemelen girişimcinin eğitim ve deneyim yoluyla elde ettiği yeterlilikleri ile bağlantılıdır. Harekete geçme isteği ise kısmen deneyimin bir ürünü olmakla beraber, muhtemelen girişimcinin eğitimi ve onun kontrolü altındaki kaynaklarla bağlantılıdır (Littunen 2000b: 60-62).

Girişimciliği yenilikçi faaliyetlerin lokomotifi olarak kabul eden tanım ve yaklaşımlar olsa da girişimciliğin yenilik yaratmak ve bu yeniliklerden kazanç sağlama yönü, çalışmamızda girişimcileri için temel koşul olarak alınmamıştır. Buna karşın yenilikçilik ve yaratıcılık, girişimcilik davranışı ve özelliği olarak kabul edilmektedir. Yenilikçi ve yaratıcı bireylerin girişimcilik eğilimlerinin olmasının yüksek bir olasılık taşıdığı kabul edilmektedir (Gürol ve Atsan 2004:400).

6.2. Bisociation

Bisociation, daha önce birbirleri ile ilişkisi olmayan iki yada daha çok bilgi yada beceri matrisinin kombine edilmesi durumu olarak tanımlanmaktadır (Smith ve Di

Gregorio 2002:129). Terim, Koestler tarafından, yaratıcılığa öncülük eden metaforik düşünce tipi (metaphoric thinking) ile benzer, çağrışımsal düşünme tipini (associative thinking) ayırt etmek için geliştirilmiştir (<http://www.bisonet.eu/node/15>). Koestler'e göre bisociation, ilişkili olmayan ve sıklıkla da birbirleri ile çelişen bilginin yeni bir yolla bir araya getirilmesidir (<http://www.bisonet.eu/node/15>). Koestler (1964) aynı zamanda bisociation terimini, yaratıcılık ile sonuçlanan süreç olarak tanımlamaktadır (Ireland vd 2003:980).

Tablo 1.1 : Çağrışım Ve Bisociation Karşılaştırması (Koestler 1976:113)

| Alışkanlık (association) | Orijinallik (bisociation) |
|---|---|
| Verilmiş matrisin sınırları içinde çağrışım | Bağımsız matrislerin bir araya gelmesi |
| Ön bilinç ve ekstra bilinç süreçleri tarafından yönlendirme | Normal koşullarda baskı altındaki alt bilinç süreçleri tarafından yönlendirme |
| Dinamik denge | Rejeneratif potansiyellerin aktivasyonu |
| Konu üzerinde esnek varyasyonlar konusunda katılık | Süper esneklik |
| Tekrarlama | Yenilik ve değişkenlik |
| Klasik | Yıkıcı / yapıcı |

Bisociation, bireyler fırsatları tanıdıkları yada rekabet avantajı yarattıklarında ortaya çıkmaktadır ve girişimcinin tetikte olma durumunun bir fonksiyonu olarak kabul edilmektedir. Bisociation, zihinsel bir kuluçka döneminin ardından ortaya çıkan fırsatları tanımaya öncülük etmektedir.

6.3. Yaratıcılık

Yaratıcılık, uygun fikirler, süreçler ve çözümler ile yeniliklerin doğumuna öncülük eden bir yaklaşım olarak tanımlanmaktadır (Perry-Smith ve Shalley, 2003: 90). Yaratıcılık sürekli bir süreçtir.

6.4. İnovasyon

Christensen (1997)' e göre iki tür inovasyon vardır: yıkıcı ve destekleyici. Yıkıcı inovasyon, devrimsel (Ireland vd 2003: 981) değişimi ifade ederken, destekleyici inovasyon kademeli (Tushman ve O'Reilly 1996) değişimi ifade etmektedir.

Destekleyici inovasyon rekabet avantajı yaratmak amacı ile, fırsatların nasıl daha iyi değerlendirilebileceğini öğrenmenin sonucunda ortaya çıkmaktadır. Yıkıcı yada radikal inovasyon ise, yine rekabet avantajı yaratmak amacı ile, yeni yetenekler yaratmak için kaynakların yeniden kombinasyonu ile girişimcilik fırsatlarını tanımak ve kullanmaktan ortaya çıkmaktadır.

6.4.1. Yıkıcı İnovasyon

Yıkıcı inovasyon, sıklıkla pazara yeni girişlerden kaynaklanmaktadır ve yeni pazarın ve iş modellerinin yaratılmasına öncülük etmektedir (Christensen, Johnson ve Dann 2002:28). Yıkıcı inovasyon, rekabet oyununda yeni yollar (Ireland vd 2003:981) ortaya koymaktadır. Bu yollar mevcut iş modellerinden farklı modeller ile çelişmekte ve farklılık göstermektedir. Yıkıcı inovasyona örnek olarak internet bankacılığı verilebilir.

Yıkıcı inovasyon, bir dereceye kadar olanaklıdır zira pazarın liderleri çoğunlukla yeni ürün ve hizmetler geliştirmeye odaklanmaktadır. Bu durum, pazarın yerleşik oyuncularının, temel müşterilerini memnun etmek için, daha düşük maliyetli, daha uygun ve daha az karmaşık inovasyonlara yönelmelerini engellemektedir. Böylece rekabet küçük inovasyonlar ve fırsatlar üzerinden sürdürülmektedir. Ekonomik açıdan sözü edilen daha basit inovasyonların ise pazar dinamikleri üzerinde yıkıcı etkisi vardır. Yıkıcı inovasyonlar, sadece, endüstri liderlerinin pazar paylarını etkilediklerinde tehdit olarak algılanmaktadırlar. Ve yıkıcı inovasyonlar stratejik girişimciliğin bir parçası kabul edilmektedir (Ireland vd 2003:982).

6.4.2. Destekleyici İnovasyon

Destekleyici inovasyon ise, en iyi müşterilere daha iyi ürünler satarak, pazardaki şirketlere daha yüksek kar marjları sağlamaktır ve yıkıcı değildir. Bu inovasyon türü, hem basit mühendislik tasarımlarını hem de performans gelişimindeki yüksek atılımları kapsamaktadır. (Christensen, Johnson ve Rigby 2002:23). Destekleyici inovasyon yaratıcı kreasyonlar olarak da düşünülebilir. Bu kreasyonlar rekabet avantajı sağlayan büyümeyi destekleyen kısa yolları ortaya koyan kreasyonlardır. Yeni ürün yada hizmetten çok yeni süreçlerin geliştirilmesine odaklanmakta ve mevcut kapasiteden en çok yararı sağlamayı amaçlamaktadır.

6.5. Kurallara Meydan Okuma Ve Yaratıcılık

Girişimciler genellikle otonomi, yenilikçilik, ve yüksek risk alma gibi özellikler ile tanımlanmaktadır. Tanım olarak bir girişimci, girişim sürecinde yenilikçi ve başarılı olmak için kurallara meydan okumalı yani kural yıkıcı olmalıdır. Kural yıkıcılık, “grubun kabul edilebilir normatif beklentilerine uymakta başarısız olan” birey davranışlarını ifade etmektedir. Bu tanım, kural yıkıcılığın olumlu ya da olumsuz olabileceğini göstermektedir. Çeşitli anekdot hikayeler, yeni bir ürünün veya yeni üretim yönteminin icadı, yeni pazarların yaratılması ve yeni girişimlerin kurulması için kural yıkmanın makul şekillerinin ve grup normları dışında düşünebilmenin önemli olduğunu ortaya koymuştur (Zhen Ve Arvey 2009:436).

Argyle vd (1981)’ne göre kurallar, belli durumlarda sergilenmesi veya sergilenmemesi gereken davranışlar hakkında resmen paylaşılan inançlar olarak tanımlanmaktadır. İlgili bir kavram olan normlar, belli bir sosyal grup tarafından izin verilen veya beklenen davranış alanıdır (Zhen Ve Arvey 2009:439). Morrison (2006:16) kurallara meydan okuma davranışının yapıcı, olumlu, başkalarına yardımı amaçlayan sosyal davranışlar olarak sergilenebileceğini ve bu davranışın örgütün veya onun paydaşlarından birinin refahını teşvik etme temel niyetiyle kuralların kasti bir ihlali olarak tanımlamaktadır . Bu tür kural yıkıcılık, örgütsel verimliliği, yanıt vermeyi, uyma yeteneğini ve yenilikçiliği pozitif etkileyebilen yenilikçi teşebbüsleri yansıtmaktadır.

Kurallara meydan okuma davranışı, kısaca kural yıkıcılık davranışı, suçluluk (örneğin grup kavgaları, okul eşyalarına kasten zarar verme vb.), aile ve okul suçları (örneğin okulda disipline gitme veya okuldan atılma), resmi ilişki (polis tarafından götürülme), uyuşturucu kullanımı, yasa dışı suç (hırsızlık) gibi ergenlikteki negatif kural yıkıcılık şekilleriyle ilgilidir. Önem derecelerine bağlı olarak, kural yıkıcılığın bu şekilleri iki kategoride gruplanmaktadır: makul (modest) kural yıkıcılık ve şiddetli (severe) kural yıkıcılık (Zhen Ve Arvey 2009:439).

Willis (1963) ergenlikteki kural yıkıcılığın altında yatabilecek iki farklı güdü iddia etmektedir: bağımsızlık ve yerleşik olana muhaliflik (Zhen Ve Arvey 2009:439). Negatif doğal tüm kural yıkıcı davranışlar, referans grubun normlarından özerklik ve gerçek bağımsızlığı yansıtabilir ve bu iki özellik, bir bireyin girişimci olması için önemli özelliklerdir. Aynı zamanda diğer teoriler, zararlı kural yıkıcılık ve yenilikçilik arasındaki bağlantıya destek sağlamaktadır. Araştırmacılar, normalden sapmış olarak etiketlenen bireylerin, toplum için bir zarar (bir suçlu) veya bir fayda (ahlaklı bir girişimci)

olabileceğini iddia etmektedir. (Becker 1963; Anderson ve Stoffer 1979; Cunningham vd 1974; Chassin vd. 1988), farklı yapıdaki örneklerle gerçekleştirdikleri araştırmalarında, suç işlemiş ve / veya bir takım bağımlılıkları olan erkek ve kadınlarda yaratıcı düşünme potansiyelinin ve maceraperest eğilimlerin, suç işlememiş olanlardan daha yüksek olduğunu ortaya koymuştur (Zhen Ve Arvey 2009:440) .

Gelişimle ilgili psikologlar ergenlikteki deneyim ve davranışların, bireyin yetişkin yaşamı ve kariyeri üzerinde derin etkileri olabileceğini öne sürmektedir. Makul kural yıkıcılığın altında yatan özerklik ve bağımsızlık, bireyin grubun dışında düşünme alışkanlığı oluşturmaya ve yenilikçi bir şekilde davranmasına yardım edebilmektedir. Bu deneyimler, bireyin girişimsel bir rotada gelişimine neden olabilir ve sonraki girişimsel çabalarını kolaylaştırabilir. Benzer mantık, girişimcilerin gençlere özgü suçlara yakın kişiler olduklarına inanan Gould (1969:718) tarafından da sağlanmıştır.

Araştırmalar, risk eğilimi, başarı ve sosyal potansiyel değişkenleri kontrol altında olmak kaydı ile, ergenlikte makul kural yıkıcılığın üst düzeylerinde olan bireylerin girişimci olmaları şirket yöneticisi olmalarından daha yüksek bir olasılık olduğunu ortaya koymaktadır. Risk eğilimi ve girişimcilik eğilimi arasındaki anlamlı pozitif ilişkiye, kısmen makul kural yıkıcılığın aracılık ettiğini tespit edilmiştir. Risk eğilimi yüksek bireyler, ergenlikte daha çok makul kural yıkıcılık sergileme eğilimindedir, bu, sonuçta yetişkinlikteki girişimcilik statüsü ile pozitif ilişkilidir. Şiddetli kural yıkıcılığın girişimcilik eğilimi ile anlamlı bir ilişkisi ise tespit edilememiştir. Bu durum, şiddetli kural yıkıcılığın, bireyin kariyer elde etmesini engelleyebileceğini ve bir girişimci veya yönetici olma olasılığını azaltabileceğini ortaya koymaktadır. Anekdot hikayeler, erken yaşam dönemindeki davranışsal problemlerin, eşsiz yeteneklerin bir göstergesi olabileceğini ortaya çıkarmaktadır. Araştırma bulguları, makul kural yıkıcılığın, yetişkinlikteki girişimsel statü ile pozitif korelasyonunu göstermiştir (Zhen Ve Arvey 2009:444).

Yaratıcılık ve yenilikçilik için, girişimcilerin bir diğer genel özelliği olan belirsizlik için yüksek toleransın gerekli olduğu ifade edilmektedir. Girişimciler iyimser bir ön yargıya sahip olma eğilimindedir ve belirsiz durumları, olduğundan yada genel algılandığından daha olumlu olarak değerlendirirler. Dışsal kısıtları önemsememe eğilimi, yaratıcı bireylerin temel bir özelliği olarak görülmektedir. Yaratıcı ve girişimsel davranış, sosyal bağlamda normalden sapma olarak tanımlanırken, bazı araştırmacılar, başarılı

girişimcilerin kibarca sosyopat (sociopathic) olabileceğini önerecek kadar ileri gitmişlerdir (Mueller ve Thomas 2000:60-61).

Mueller ve Thomas (2000:65-66) ise araştırmalarında yenilikçi ve yaratıcılığın belirsizlikten kaçınma davranışı ile ilgili olmadığını tespit etmiştir.

7. Motivasyon Faktörleri

Girişimcileri motive eden faktörler, girişimcilik eğilimini etkileyen faktörlerden bağımsız düşünülmemelidir. nkn girişimcileri harekete geçiren faktörler aynı zamanda girişimcilik eğilimini etkileyen faktörlerdir. Girişimcileri motive eden faktörler girişimci tipolojisi sürecinin de girdisidir. Örneğin, itme faktörlerinin faktörlerin etkili olduğu bireyler için kazanç sağlama temel motivasyon iken, çekme faktörlerinin etkili olduğu bireylerde başarı, bağımsızlık gibi faktörler etkilidir. Son zamanlarda girişimcilerin motivasyonu ile ilgili çalışmalar, girişimcilerin türlerine göre farklı motivasyonları olduğunu ve bu nedenle her girişimci tipinin ayrı ele alınması gerektiğini ortaya koymaktadır. Girişimci motivasyonunda çalışan sayısının bile etkili olduğu savunulmaktadır (Barbato vd 2009: 38-39).

Klasik iktisat anlayışına göre bireysel çıkarların en st düzeye çıkarılması girişimciliği ateşleyen en önemli gddr (ztrk 2008:21). Girişimcilik araştırmalarında ortaya konan motivasyon faktörlerinden bazıları şunlardır:

- a) Bağımsız olma arzusu
- b) Kendi isinin patronu olmak (Norman ve Zimmer 1996)
- c) Bir fikri ya da düşünceyi kendi isini kurarak gerçekleştirmek,
- d) İstediği bir iste çalışabilmek ve böylece sahip olduğu potansiyellerine ulaşmak.

(Norman ve Zimmer 1996)

- e) Tanınma ve prestij kazanma, yaptıklarıyla toplumda iz bırakma İsteği,
- f) Para kazanma, gelir düzeyini arttırma ve refah içinde yasama isteği,

g) Başka insanların göremedikleri ya da uğraşmadıkları işleri keşfedip bu fırsattan yararlanabilmek için işyeri kurmak.

Girişimcilerin büyük çoğunluğu için ilk işletmelerini kurmalarında en fazla etkili olan faktörler kendi kendilerinin patronu olma ve daha fazla para kazanmadır. Daha fazla kazanma arzusu eğitim düzeyleri ne olursa olsun girişimcileri ilk işletmelerini kurmalarında etkileyen önemli bir faktörken, ilkokul mezunu bireylerin aile geleneğini devam ettirme arzusu diğerlerine nazaran daha fazladır. Kendi kendinin patronu olma arzusunun eğitim düzeyiyle birlikte artış gösterdiği ve kadın girişimcilerin bu arzuya daha fazla sahip olduğu görülürken, topluma faydalı olma arzusunun kadın ve erkekler arasında fazla fark göstermediği gözlenmektedir (Ceylan ve Demircan 2009: 10). Daha fazla kazanma arzusu üzerinde başarı ve güç ihtiyaçlarının, kendi kendinin patronu olma arzusu üzerinde güç ihtiyacının, topluma faydalı olma arzusu üzerinde de bu üç ihtiyacın etkisi tespit edilmiştir. Benzer şekilde girişimci kişilik özelliklerinin, bu üç ihtiyaca sahip olma düzeyleri arttıkça daha fazla yansıtıldığı da ortaya çıkarılmıştır. (Ceylan ve Demircan 2009: 17)

TUSİAD' ın gerçekleştirdiği araştırmasında ise, Türkiye'de girişimcileri motive eden faktörler olarak şunlar tespit edilmiştir (TUSİAD 2002:156).

- a) Bağımsız olmak
- b) İstihdam yaratmak
- c) Daha fazla para kazanmak
- d) Kişisel tatmin
- e) Kendine ve ailesine istihdam yaratmak
- f) Ailede girişimci olması (Yıldız 2001)

Arthur Andersen' in 2002 yılında gerçekleştirdiği araştırma da ise motivasyon faktörleri olarak şunlar tespit edilmiştir (TUSİAD 2002:156):

- a) Kendi işinin patronu olmak
- b) Daha fazla para kazanmak

Girişimcileri motive eden faktörlerden biri de kendinin ve ailesinin refahını artırmaktır. (Westhead ve Wright 1998; Huovinen ve Littunen 2009).

Shapero (1975) ise, olası girişimcinin harekete hazır oluşunun, mevcut fırsatların algılanması ve önceki deneyimlerle bağlantılı olduğunu belirtmektedir.

Gartner (1985) yeni bir girişimin yaratılmasını, dört boyut arasındaki bir etkileşim olarak tanımlamaktadır: girişimcinin (birey) kişisel özellikleri, rekabetçi giriş stratejileri (örgüt), itme ve çekme faktörleri (çevre), girişimi var etmek için girişimci tarafından yapılan faaliyetler (süreç) (Mueller ve Thomas 2000: 53-54).

McClelland (1964), girişimcilerin yüksek düzeyde başarı motivasyonları olduğunu belirtmiştir. Başarı ihtiyacı bir çok başarılı girişimci ile yapılan araştırmalarda ortak bir unsur olarak tespit edilmiştir (Smith vd 1987; Johnson 1990; Shane vd 2003).

Otonomi ise, girişimcilik eğiliminde anahtar özellik olarak kabul edilmektedir. Araştırmalar girişimcilerin, diğer çalışma partnerlerine göre bağımsızlıklarına çok daha düşkün olduğunu göstermektedir (Lumpkin ve Dess 1996; Barbato vd 2009; Douglas ve Shepherd 2002).

Girişimcilerin, girişimci olmayanlara göre işlerinden de daha memnun oldukları, bunun nedeninin de kendi işlerini yapmaktan sağladıkları otonomi olduğu tespit edilmiştir (Barbato vd 2009; Hundley 2001).

Son dönemde yapılan çalışmalar kadın ve erkek girişimcilerin motivasyon faktörlerinde farklılaşmanın olduğunu tespit etmiştir. Kadın girişimciler özellikle, esnekliğin getirdiği iş ve aile sorumluluklarını dengeleyebilmekten dolayı motive olmaktadır. (DeMartino ve Barbato 2003; Feldman ve Bolino 2000; Barbato 2009)

Yoo and Cooper (1991)'a göre girişimcilerin motivasyon faktörleri, girişimci tipine göre farklılık göstermektedir. Girişimcileri iki gruba ayıran Yoo ve Cooper, zanaatkar girişimciyi motive eden unsuru kişisel otonomi, fırsatçılığı motive eden unsuru da finansal kazanç olarak ortaya koymaktadır (Barbato vd 2009:34).

Esnek çalışma saatleri de girişimcileri motive eden unsur olarak tespit edilmiştir (Barbato 2009:34)

Motivasyon faktörlerin ev merkezli çalışan girişimcilerin de diğerlerinden farklılaştığı tespit edilmiştir. Ev merkezli çalışan girişimcileri motive eden faktörler olarak, otonominin öncelikli olduğu tespit edilmiştir. Diğer bir motivasyon faktörü de yaşam stiline gereksinimlerini karşılayabilme olarak tespit edilmiştir (Jurik 1998:26). Barbato (2009) araştırmalarında ev merkezli çalışan girişimcilerin diğerlerinden daha fazla

özgürlük gereksinimi olduğunu ortaya koymuştur. Ev merkezli çalışan kadın girişimcilerin ise motivasyon faktörlerinin otonomi ve iş – aile yaşamını dengeleyebilmek olduğu ortaya konmuştur (Walker and Webster 2004: 409).

Araştırmacılar iş veren olan ve olmayan girişimcilerinde motivasyon faktörlerinin farklılaştığını savunmaktadır. İş veren olmayan girişimcilerin başarıma arzusunun, işveren olanlardan daha zayıf olduğu, kendi patronu olmanın verdiği otonomi ve esneklik ile motive olduğunu ortaya konmuştur. Ayrıca aile – iş dengesi de işveren olmayan girişimciler için daha önemli olarak tespit edilmiştir. Bu tip girişimcilerin kazançları sınırlı olmasına karşın, özgürlük ve esnekliklerine gelebilecek kısıtlardan kaçınmak için bu durumu kabullendikleri görülmektedir. Bu durum özellikle evli girişimcilerde daha baskındır (Barbato2009).

Carter vd tarafından gerçekleştirilen araştırmalar, kendini gerçekleştirme, finansal başarı, inovasyon ve bağımsızlığın, girişimcilik kariyerinin seçiminde en önemli faktörler olduğunu ortaya koymuştur (Carter vd 2003).

Girişimsel biliş, bireyin fırsatları değerlendirmesi, girişimi yaratması ve büyümesi ile ilgili değerlendirme, yargılama ve kararlarını vermesinde kullandığı bilgi yapıları olarak tanımlanmaktadır. Bu anlamda girişimcinin bilişsel süreçlerinin girişimci olmayanlardan farklılık gösterdiği savunulmaktadır . Bilişsel faktörlerde son dönemde özellikle ele alınan motivasyon unsurlarından biridir. Robert Baron, girişimcilik ve bilişsel süreçler ile ilgili çalışmalarında, bilişsel uyarılara açıklık, senaryo düşünme gibi bilişsel süreçlerin girişimcilik kariyeri seçiminde etkili olduğu kanıtlamaya çalışmaktadır.

Bryant, araştırmasında girişimcilik kariyerinin seçiminde etkili olan faktörler olarak, kişisel geçmiş ve daha önceki deneyimleri göstermiştir (Bryant 2007:733). Etik bölümünde de ele aldığımız gibi, bireyin düzenleyici özsaygısı da girişimcilik kariyerinin seçiminde etkili bir faktör olarak gösterilmektedir. Bireylerin geçmiş aile ve kişisel başarı öykülerinin de girişimcilik kariyeri seçiminde etkili olduğu savunulmaktadır (Bryant 2009: 508).

Evli ve çocuksuz erkek girişimci ile bekar erkek girişimcilerin kariyer motivasyonları benzerlik göstermektedir (DeMartino ve Barbato 2003:830). Kadın ve erkekler farklı kariyer motivasyonlarına sahiptir. Kadınların kariyer beklentisi, ev ve iş arasındaki sorumluluklarını dengeleyebilecekleri esneklik ve bağımsızlığa kavuşmak iken, erkekler daha refah yaşam beklentisi içinde olmaktadır.

Girişimcilik motivasyonu konusundaki araştırmaların ortak bulgusu, girişimcileri motive eden başarıma ihtiyacıdır. Bu ihtiyaç girişimcileri harekete geçiren en temel dürtü olarak görülmektedir. O nedenle başarı ihtiyacı bu bölümde daha kapsamlı olarak ele alınacaktır.

Başarma güdüsü ve kontrol alanı, bir girişimci olarak başarıyı açıklamak ve girişimciler ve diğer insanlar arasında ayırım yapmak için varsayılan psikolojik faktörlerdir. Başarı ihtiyacı aynı zamanda girişimcilik ile en çok ilişkilendirilen faktördür. Girişimcilerin, sosyal çevreleri tarafından kontrol beklentisi yada dışsal kontrol beklentileri, girişimin başlangıç aşamasından itibaren anlamlı şekilde azalmaktadır. Bu, durum, girişimcilerin zaman içine girişimciliklerinin neden olduğu bir bağımsızlık artışı olarak yorumlanmaktadır (Littunen 2000b:62). Yüksek düzeyde başarılı kişiler, kendilerine meydan okuyan amaçlar ve standartlar koyarak başarılı olmak için güçlü bir isteğe sahiptir. Smith ve Miner (1984) girişimcilerin başarı yönelimi ve firmalarının büyüme oranı arasında pozitif bir korelasyon bulmuştur (Smith ve Miner 1984: 345). Davidsson (1989), küçük işletme sahipleri arasında büyüme isteği ve başarı ihtiyacı arasında pozitif bir ilişki bulmuştur (Lee ve Tsang 2001: 586). Başarı ihtiyacı, girişim performansı üzerinde en büyük etkiye sahip kişilik özelliğidir. Toplumun başarısızlık konusunda düşük tolerans göstermesi, başarısızlık korkusu ve doğal olarak başarmak için güçlü bir isteğe neden olmakta ve bu durum da, bu toplumlarda girişimin büyümesi ve işletme başarısının temel nedenlerinden biri olarak kabul edilmektedir. Ancak başarı ihtiyacı ve deneyim arasında yapılan karşılaştırma, başarma ihtiyacının deneyimden daha az olumlu etki yaptığını ortaya koymaktadır. Araştırmalar, çeşitli modellere dahil edilen tüm değişkenler arasında, bir girişimcinin sektörel ve yönetsel deneyiminin, girişimin büyümesi üzerinde en büyük etkiye sahip olduğunu göstermektedir. (Lee ve Tsang 2001:583).

McClelland (1967) başarı ihtiyacının, girişimcinin temel özelliklerinden biri olduğunu öne sürmüştür. Cassidy ve Lynn (1989) bireyin başarı güdüsünü etkileyen yedi farklı boyut tanımlamıştır. Bu boyutlar; bireyin başarı güdüsü; iş etiği, para hırsı, baskınlık, mükemmellik, rekabetçilik, statü isteği ve egemenliktir (Huovinen ve Littunen 2009:11). Güçlü bir başarı güdüsü, bir girişimcinin tutum ve davranışını en açık tanımlayan bir özelliktir. Aynı zamanda, risk alma isteği ve büyüme yönelimi gibi girişimcinin diğer tipik özellikleri ile yakından ilgili bir boyuttur. Bazı araştırmalar, başarı güdüsünün işletmenin kuruluş aşamasında özellikle önemli olduğunu ortaya koymaktadır. (Carland vd 2000:172).

Araştırmalar, başarıma ihtiyacının, kişisel sorumluluk içeren görev ve faaliyetleri üstlenmeye insanları iten, bireysel çaba ve yetenek gerektiren, orta düzeyde risk içeren ve açık geri bildirim sağlayan bir güdü olduğunu ortaya koymuştur. Bazı çalışmalar başarı güdüsünün kalıtsallığına kanıt göstermektedir. Ampirik araştırmalar başarı ihtiyacı ve girişimcilik eğilimi arasında açık ve anlamlı bir ilişki göstermektedir (Nicolaou ve Shane 2009:3).

8. Dünya’da Girişimcilik

Girişimcilik ekonomisinin anlaşılabilmesi için, kapitalist ekonomik teorinin geçmiş aşamalarını incelemek gerekmektedir (Gürol 2000:68). Sanayi devrimine kadar girişimcilik kişilerin kendi sermayeleri ile iş kurması olarak algılanmaktaydı. Adam Smith ve erken dönem İngiliz klasik iktisatçıları, girişimciye tüm ekonomik aktivitelerde oldukça önemsiz bir rol vermişlerdir. Klasik iktisatçılar girişimciyi “bir lider veya bir yönetici” olarak değil sadece “kapital sağlayan bir kişi” olarak görmüşlerdir. Bunun yanı sıra, arz fonksiyonu ekonominin lokomotifini olarak görülmüş, “ne üretirsem satarım” ilkesi içinde talebin ön plana çıktığı bir girişimcilik türü oluşturulamamıştır (Küçük 2005:32).

16. yüzyıldan itibaren 17. yüzyılın sonlarına kadar Avrupa’da geçerli olan iktisadi düşünce akımı Merkantilizm olmuştur. Merkantilist dönemlerde ülkeler ihracat gelirlerini artırıp, ithalat giderlerini azaltmak için çok kapsamlı müdahale sistemleri geliştirmişlerdir. 18. yüzyıl başlarından itibaren Merkantilizm Akımı’nın yerini klasik liberalizm almış ve böylece yeni ekonomik düzende, serbest fiyat mekanizması ve özel girişimcilik yer almıştır (İraz 2005:152). İlk kez, 18.yüzyılda Fransa’da Richard Cantillon, işadammının emeğin istihdamı, sermaye sağlama işlevleri ile belirsiz gelecek karşısındaki karar alma durumunu birbirinden ayırarak ayrı ayrı değerlendirmiştir. Cantillon ekonominin insan bileşenini üç gruba ayırmıştır: bağımsız arazi sahipleri (sermayedarlar), bağımlı girişimciler ve bağımlı işçiler. İşçilerin konumu değişmez iken, girişimciler kazançları arttıkça sermayedar da olmaktadır. Girişimcinin bu yatırımları nedeni ile toplumun sınıf yapısı değişkendir (Savaş 2000:201).

Ekonomi biliminin temellerini atan Adam Smith, girişimci ve kapitalisti özdeşleştirmektedir. Başlangıcı 19. yüzyıla tarihlenen neo klasik ekonomi bu görüşü

sürdürmüş ve girişimciyi iş yeri yöneticisi olarak kabul etmiştir. Neo klasik anlayışa göre ekonomi bir sistemdir ve dışardan gelen etkilerden dolayı harekete geçer ve dengeye ulaşmaya çalışmaktadır. Bu dönemin girişimcisi, özel bir ekonomik konumu ve önemi olmayan maaşlı çalışan bir yöneticidir. Bu yaklaşımın temelinde 18. yüzyıldan beri süregelen üretimin ve sermaye yatırımlarının otomatik süreçler olarak algılanması ile hayal gücü ve yaratıcılığa sahip girişimcilere ihtiyaç duyulmaması var olmuştur. Bu süreçte de ekonomi bilimi makro düzeydeki dengelerin anlaşılmasına odaklanarak, işletme içi gelişmeleri göz ardı etmiştir (TUSİAD 2002:35).

19. yüzyılda Jean-Baptiste Say sermayedar ile işletmecilik faaliyetlerini birbirinden ayırmıştır. Bu açıdan sermayedar ve girişimci yönetici olarak iki grup oluşmuştur. Say, girişimcinin risk üstlenme özelliğini öne çıkarmış ve girişimcinin karının, “üretimin iyi yada kötü şanslarının peşinen kabul edilerek” ortaya çıktığını ileri sürmüştür (Alada 2001).

Weber ise Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu (1905) adlı eserinde, kapitalizmi çağdaş yaşamın kaderini en derinden etkileyen güç olarak belirtmektedir (İraz 2005:155). Weber’in, kapitalizmin ilk ortaya çıktığı zamanlarda bazı ülkelerde başarılı olmasının ardında Protestan dininin çalışmaya ve para kazanmaya karşı olumlu yaklaşımı olduğu görüşü yaygın kabul görmüştür (Swedberg 2000:51-52). Bu olumlu tavır, girişimcileri toplum gözünde meşru kılmıştır. Birçok toplumun değer sisteminde para kazanmak ve başarı dürtüsü çok farklı olmakla birlikte, bu farklılıklar bireylerin girişimci olup olmamasında belirleyicidir. Dolayısı ile Weber, Protestan çalışma ahlakını girişimciyi motive eden temel faktör olarak kabul etmiş ve girişimciye yaklaşımı ile Schumpeter’i etkilemiştir.

20. yüzyıla gelindiğinde ise, Joseph Schumpeter isimli Avusturyalı ekonomist “The Theory of Economic Development” kitabı ile girişimciliğin ekonomik teorisinin temellerini atmıştır (İraz 2005:154). Schumpeter, iktisadi-sosyal sistemin koşullarını oluşturduğu süreci yenilik ve girişimci kavramlarından hareket ederek açıklamaya çalışmıştır (Öztürkler 1989:169). Schumpeter neo klasiklerin aksine ekonomi sisteminin değişimlerini içerdan gelen etmenlerin harekete geçirdiğini savunmuştur. Ekonomik hareketin merkezinde de girişimciyi görmüştür. Schumpeter’ e göre girişimcinin en önemli fonksiyonu yenilik yapmaktır.

Girişimcilik kavramının popülerliğindeki artış 1980’ lerde yaşanmıştır. 1980’lerde ABD ve İngiltere de iktidara gelenler, serbest piyasa ekonomisinin yayılmasını

tetiklemiştir. Uygulanan politikalar, devletin küçülerek, ekonomik ve sosyal alanlardan çekilmesine neden olmuştur. Bu dönemde girişimciliğe büyük destek verilmiştir. Bu dönemde aynı zamanda sivil toplum kuruluşları ve kar amaçsız örgütlerde teşvik edilmiştir. Bu durum girişimciliğin daha çok kabul görmesine de neden olmuştur (TUSİAD 2002:45). 1980'lerdeki bu gelişmelerin ardından girişimcilik en büyük sosyal ve ekonomik hareketlilik gücü olarak kabul edilmiştir. Fırsat eşitliği yaratarak, insanların din, ırk, sınıf farkı gözetilmeksizin sadece performansları ölçüsünde ödüllendirilmelerinin girişimcilik sayesinde olacağı kabul edilmiştir. Yükselen piyasa ideolojisi ve teorik alanlardaki gelişmeler girişimciliğin gelişimini olumlu yönde etkilemiştir (Casson 1995; Westhead ve Wright 2000)

1990'larda Avrupa ve Sovyet Rusya'daki komünist bloğun yıkılması, Çin'in dışı açılması, yüksek işsizlik oranlarının ortaya çıkması girişimciliğin önemini daha da artırmıştır. ABD ve Avrupa Topluluğu ülkelerinde çok önemli teşvik araçları kullanılmış ve bu ülkelerde girişimcilik çok yaygınlaşmıştır (İraz 2005:156). İşletme okullarında artan girişimcilik eğitimleri ve araştırmaları, girişimcilik konusunun daha anlaşılır olmasına katkı sağlamıştır (TUSİAD 2002:45). Aynı zamanda girişimcilik konusunda birçok dergi de yayınlanmaya başlamıştır. Rea (2010:1) ise ekonomik açıdan girişimcilik ile ilgili sorunların varlığına işaret ederek ekonominin can damarı olan girişimcilik ile ilgili sorunları aşağıda verildiği gibi sıralamaktadır: disipline edilmemiş girişimsel davranışlar ekonomik açıdan sorunların temelini oluşturmaktadır, kaçınılmaz olarak kapitalist pazarların spekülasyonla hareket etmesi, çoğu girişimci, işletme sahibi, çalışanları ve tedarikçilerin , kendi kontrolleri dışındaki faktörlerden olumsuz olarak etkilenmeleri, refah yaratımı için girişime tanınan özgürlük ile girişimcinin topluma karşı sorumluluğu arasındaki dengesizlik, ulusal ekonomilerdeki bankalar, likidite, krediler, riskler ile ilgili temel sorunlar, girişimciliğe yeni fırsatlar, değer kaynakları, iş ve ticari girişim yaratımı açısından ihtiyaç duyulması, girişimcilik sürecinde geçmiş olumsuz deneyimlerden ders alınmaması, daha iyi düzenlemeler gerek olması, etik davranış uygulamaları ve sorumlu davranış konusunda eğitime gerek olması.

Aşağıdaki tabloda araştırmacının yeni paradigma tanımlaması yer almaktadır.

Tablo 1.2: Girişimcilik İçin Yeni Paradigma (Kaynak: Rae (2010:8))

| Eski girişimcilik | Yeni girişimcilik |
|-------------------|---------------------------|
| Bireyci | Bireyci – takım liderliği |

| | |
|---|---|
| Neoliberal kapitalizm | Ağ yapılanması ve kolektivism |
| Sonuçlarına aldırmaksızın fırsatları kovalama | Sosyal bağlantıları kapsayan |
| Kısa dönem kar ve büyüme | Etik açıdan sorumluluk taşıyan |
| Sadece finansal değer yaratma | Kaynak tasarrufuna ve yeniden kullanıma duyarlı |
| Kaynakları sömürmek ve israf etmek | Değer yaratımının çeşitli formları |
| Ayrıcalıklı rol modeller | Ekonomik ve çevresel sürdürülebilirlik |
| Maskülen tutumlar: saldırganlık, güç, çatışma | Feminen değerler: ilişkisel, işbirlikçi, sezgisel |
| Borçla iş görme | Halka yakın girişim ve kaynak |

9. Türkiye' De Girişimcilik

Türkiye'de girişimciliğin tarihine bakıldığında başka ülkelerde olduğu gibi, Türkiye'de de girişimciliğin seyrinin devletin uyguladığı ekonomi politikalarından bağımsız olmadığı kabul edilmektedir. Girişimciliğin bu topraklarda gelişimi altı aşamada ele alınacaktır:

9.1. Osmanlı İmparatorluğu Dönemi

Selçuklu Devleti zamanında Türk girişimciliği Ahilik Teşkilatına dayalı iken, Osmanlı İmparatorluğu'nda ticari konular daha ziyade Rum, Ermeni ve Yahudi gibi gayri Müslim azınlıkların tekelinde kalmıştır. Türkler genellikle çiftçilik, devlet memurluğu, askerlik ve esnafılık yapmışlardır. Bu durumda, Türk asıllı sanayicilerin sayısının oldukça az olmasına yol açmıştır. Osmanlı İmparatorluğu döneminde Türkler' in gerek dinsel, gerekse sosyo-kültürel ortamdan kaynaklanan nedenlerle sanayi, ticaret ve hizmet alanlarından uzak kaldıkları ve iş ortaklıkları türünde girişimcilik faaliyetlerine katılsalar da yüksek oranda girişimci kişilik sergilemedikleri görülmektedir. Ülkemizde Cumhuriyet öncesi dönemde İngilizlere tanınan geniş imtiyazlar, devletin teşvik veremez hale gelmesi ve verilen teşviklerin etkisiz kalması, Osmanlı İmparatorluğu'nun bir tarım toplumu olması, ekonomi hukukunun olmayışı ve kurumlar arasındaki eşgüdüm eksikliği girişimcilik olgusunu engelleyen faktörler olarak sıralanabilir (İraz 2006: 157).

9.2. 1923-1929 Dönemi

Bu dönemde uygulanan politikalarda özel girişimciliği ön plan çıkartan oluşumlara yer verilmiştir. Türk'ten işadamı ve tüccar yapma çabaları yeni Türk Cumhuriyeti'nin ekonomi alandaki en önemli stratejilerinden birini oluşturmuştur (Öztürk 2008:30).

Bu anlayışın temelini sanayi politikalarıyla ulusal unsurlardan oluşmuş bir girişimci burjuva sınıfı var etmek oluşturmaktaydı. Cumhuriyet'in ilk yıllarında uygulanan ekonomik politikalarda amaç özel girişimciliğin teşviki olmuştur. İlk kez, daha Cumhuriyet ilan edilmeden dokuz ay önce, 1923 Şubat ayında İzmir'de toplanan İzmir İktisat Kongresi'nde serbest piyasa koşullarına zemin hazırlayacak ve özel mülkiyeti teşvik edici şartlar belirlenmiş ve girişimcilere yönelik özendirici teşviklerin verilmesi üzerindeki ilkeler benimsenmiştir (Müftüoğlu ve Durukan 2004:11). Bu dönemin girişimcisi, devletin yüksek kademelerinde çalışan bürokratlardır. Türkiye'nin ilk girişimcileri devletin içinden gelen bürokratlar olduğundan Schumpeter'in yaratıcı yıkıcılığından uzak, istikrar ve statükoyu destekleyen bireylerdir (Öztürk 2008:30).

Özetle girişimcilik açısından değerlendirildiğinde Türkiye'de bu dönem şu özellikleri taşımaktadır (İraz 2006: 161):

- a) Ulusal girişimciler yaratma çabalarının başlaması
- b) Türkiye Sanayi ve Maadin Bankası' nın kurulması
- c) Ulusal ekonominin temellerinin atılması
- d) Teşvik-i Sanayi Kanunu çıkarılması

9.3. 1930-1946 Dönemi

1932 sonrasında sanayide devletçilik dönemidir. Bu dönemde 1929 yılındaki Büyük Buhran nedeniyle Türkiye'de de devletin piyasadaki rolü öne çıkmış ve kamu müdahalesini öngören bir ekonomi anlayışını ortaya çıkarmıştır. 1932 yılından itibaren, devlet öncülüğünde başlatılan sanayileşme hareketi, oldukça başarılı sonuçlanmıştır (Sönmez 1999:4). Cumhuriyet tarihinin hiçbir döneminde sanayi sektörü, 1930-1939 dönemindeki büyüme hızına ulaşamamıştır (İraz 2005:163). Bu yıllarda devlet üretim, ulaşım, bankacılık ve finans alanında etkindir ve piyasaya doğrudan müdahale etmekte ve fiyatları kontrol etmektedir. Bu dönemin özellikleri Türkiye'ye özgü olmayıp dünyadaki hakim eğilimleriyle örtüştüğü görülmektedir. ABD'de müdahalecilik yönünde kendini gösterirken, Almanya, İtalya ve Japonya merkezîyetçiliğe kaymıştır. İktisat literatüründe neo-klasik iktisadın yerini, müdahaleciliğin teorik gerekçesini açıl原因an Keynezyen iktisat almıştır. Dönemin dinamiklerinin bir sonucu olarak, rekabetin teşvik edilmemesi ve sınırlandırılması küçük sanayiciyi ve girişimcileri olumsuz etkilemiştir(Buğra 1991: 156-157). Bu dönemde 2.Dünya Savaşı'nın patlak vermesi

1940'larda savaşın da etkisiyle, ekonomide görülen sıkıntılardan ötürü devletin müdahalesi artmıştır. Savaş ekonomisinde özel sektörün içinden bazı kesimlerin vurguncu stratejiler izlemesi devlet – özel sektör ilişkilerini olumsuz etkilemiştir. Türkiye Cumhuriyeti'nin ilk yıllarında ülkenin Kurtuluş Savaşı'ndan yeni çıkmış olması, nüfus hareketleri, altyapı yetersizliği gibi iç faktörler, Türkiye'nin ihracata yönelik tarım ve madencilikte uzmanlaşmasını öngören uluslar arası işbölümü, 2. Dünya Savaşı'nın etkisi gibi dış faktörler nedeniyle sanayileşmede istenen seviyede bir gelişme yaşanmamış, 1930 - 39 döneminde yakalanan büyüme hızı devam ettirilememiştir (İraz 2005:162).

9.4. 1946-1960 Dönemi

Bu dönemin başında da liberal ekonomiye geçiş ile devlet müdahaleleri arasında gidip gelen bir dönem yaşanmıştır. Fakat önceki dönemlerle karşılaştırıldığında çok önemli adımlar atılmıştır. 1950'de Sınai Kalkınma Bankası'nın kurulması, sağlanacak kredilerle özel sektörü geliştirmeyi hedeflemesi örnek olarak verilebilir. Bu gelişme girişimcilik tarihimizdeki önemli adımlardan biri olarak kabul edilmektedir. Bu dönemde bugün kavramlaştırdığımız girişimci ruhun hala ortaya çıkmadığı görülmektedir. Bu dönemin girişimcisi vurguncu tavır sergileyen küçük işletmelerdir ve bu tavrın nedeni, devletin özel sektöre yönelik bir stratejik planının olmaması ve sistematik olmayan müdahaleler olarak kabul edilmektedir. Böylece ideal ve verimli olabilecek bir girişimci profilinin ortaya çıkmadığı görülmektedir (Öztürk 2008: 31).

9.5. 1960-1980 Dönemi

1950-1980 döneminde girişimciliğin desteklenmesi ve özel mülkiyetin tabana yaygınlaştırılmasında alt yapı oluşturulmuştur (Çelik Ve Akgemci 1998:27). Marshall Yardımı ardından 1961'den itibaren Almanya'ya giden Türk işçileri de dövizlerini Türkiye' ye göndermiştir. 1970' li yıllardaki girişimcilerin temel nitelikleri olarak şunlar sayılabilir (Arıkan 2002: 15):

- a) Çoğunlukla yüksek öğrenim görmüş kişilerdir,
- b) Var olan geleneksel tüccar zihniyetini aşmaya çalışan kişilerdir,
- c) Var olan geleneksel mal üretimini bir ileri aşamaya götürmek amacındadırlar,
- d) Üretme hırsına sahiptirler. Ancak yatırımın diğer boyutları olan yönetim felsefesi, verimlilik, kalite ve uygun fiyat ilkelerini pek düşünmemektedirler.

Bu girişimciler, devletin sağladığı geniş teşviklerden de yararlanmışlardır. Tüm bu koşullar 1970’li yıllarda sayıları hızla artan girişimcileri ortaya çıkarmıştır. Ancak, 1960’lı yılların sonu ile 1970’li yılların başlarındaki serbest piyasa ekonomisine dönüş ve bilgi toplumuna giriş ile küreselleşmenin gelişinin zamanında fark edilememesi nedeni ile Türkiye’de gerekli düzenlemelere gidilebilmesi 5-10 yıllık gecikmeyle ve 24 Ocak 1980 gerçekleştirilmiştir (Müftüoğlu ve Durukan 2004:11).

Bu dönemde aynı zamanda planlı ekonomi denemesi yapılmıştır. Devlet Planlama Teşkilatı kurulmuş ve planlama uygulanmaya çalışılmıştır. Ancak 70’li yıllarda yaşanan gelişmeler -petrol krizi, Kıbrıs Çıkartması, ekonomik ambargo gibi- ekonomik ortamı olumsuz etkilemiştir. Bu dönemde, planlamanın bürokratik karmaşıklığı ve özel sektör-devlet arası bilgi akışında yaşanan sorunlar girişimciliğin gelişimini olumsuz etkilemiştir (Öztürk 2008: 31). 1980 başında 24 Ocak kararlarıyla başlayan süreçte dışa açık liberal ekonomiye doğru yönelim başlamıştır. Bu dönemde dışa açık liberal ekonomi ile, girişimciler, dış rekabetin disiplinine edici etkisini yaşamış ve bu durum da yerli firmaları ihracatlarını artırmaya yöneltmiştir.

Özellikle küçük ve orta ölçekli şirketlerin piyasada hayat bulabileceği, rekabet edebileceği, yeni pazar olanaklarını hızlıca değerlendirebildiği, piyasa koşullarının hakim olduğu ortam şubat 2001 ekonomik krizinden sonra oluşmuştur.

9.6. 1980’ den Günümüze

1980 Türkiye ekonomi politikasında radikal değişimlerin başlangıcı olarak kabul edilmektedir. Liberal ekonomiye geçiş süreci 24 Ocak Kararları olarak adlandırılan program çerçevesinde gerçekleştirilmiştir. Bu süreçte devletin hizmet ve ürün fiyatları üzerindeki kontrolü önemli ölçüde azaltılmıştır ve dış ticarete kısmen liberalizasyon başlamıştır. Dönemin ekonomik politikası ihracat artışı, ithalatın liberalizasyonu ve ihracatın teşvik edilmesi yönündedir. Bu dönemde özel girişimciler ekonominin temeli kabul edilmekte olup; özel sektörün operasyon alanı artırılmıştır. Türkiye 1980’lerde ihracat kampanyası ile dışa açılıma ön ayak olmuştur. 1980 – 1990 arası ihracattaki ortalama büyüme oranı % 18,2 olarak kaydedilmiş olup; ihracat hacmi dört kat artmıştır. 5 Ocak 1994 tarihi ise ekonomide diğer bir dönüm noktasını belirtmektedir. Bu tarih yeni bir ekonomik programın uygulanmaya başlandığı tarihi belirtmektedir. Bu yeni programın amaçlarından bazıları ise, özelleştirme yolu ile devletin ekonomideki rolünü azaltmak, enflasyonu

düşürmek ve finansal pazarlarda istikrarı sağlamak olarak sıralanabilir. Alınan bazı önlemler ise; tarımsal sübvansiyonların azaltılması, geç emeklilik, ek vergiler ve fiyat artışı olarak belirtilebilir. 1994'lerde, programın uygulanmasını izleyen erken dönemde, finansal pazarlardaki düzenlemeler, bütçe açığının azaltılması ve Türk Lira'sının güven kazanması açısından kayda değer başarı kazanılmıştır. Ekonomideki derin durgunluk nedeni ile kaydedilen % -6 negatif yıllık büyümeye rağmen enflasyon oranında düşüş sağlanamamıştır (The Turkish Economy 95, 1995).

9.7. Türkiye'ye Özgü Sorunlar

Türkiye' de mevcut koşulların girişimcilik üzerindeki etkisini inceleyen araştırmaların bulguları, girişimciliğin oluşumunu olumsuz etkileyen bir takım durumları ortaya koymaktadır. Araştırmacıların bir bölümü kültürel alt yapının (Hofstede 1972; Sargut 2001; Güney 2006) girişimcilik eğilimini olumsuz etkilediğini savunmakta iken, bir bölümü ise politik ve yasal çevre koşullarının olumsuz etkisini ortaya koymaktadır.

Bugün ülkeler bazında yapılan karşılaştırmalı analizler, Türkiye'nin girişimcilik altyapısı bakımından geride kaldığını göstermektedir. Bu durum, 1980'lerde uygulanmaya başlanan ihracata dayalı kalkınma modelinin gerektirdiği yapısal dönüşümün tamamlanamamasına bağlanmaktadır. Bu dönüşümün tamamlanamamasındaki etkenler olarak, genç nüfustaki işsizlik sorunu ve kadınların girişimcilerin iş yaşamındaki yetersiz varlığı gösterilmektedir. Ülkemizde tasarruf düzeyinin düşüklüğü de sermaye birikimi açısından olumsuz bir faktör olarak belirtilmektedir. Ekonomik büyümenin teknoloji transferini gerçekleştirecek örgütlerin kurulmasını gerekli kıldığı da ifade edilmektedir. Böylece teknolojik girişimcilik özendirilecektir (Dolgun 2007: 151).

Türkiye' ye özgü kabul edilen sorunlardan biri de yüksek vergi oranlarıdır. (Yeşilay 2006:120-121).

Türkiye'de girişimciliği olumsuz etkileyen faktörlerden biri olarak, kültürel alt yapının girişimciliği teşvik etmemesi gösterilmektedir. Diğer bölümlerde tartışıldığı üzere, bireysellik, içsel kontrol odağı gibi kültür boyutları girişimcilik eğilimi ile pozitif korelasyon sergilemektedir. Oysa, araştırmalar Türk İnsanı' nın çoğunlukla kolektivist, dışsal kontrol odağına sahip bireyler olduklarını ortaya koymaktadır (Sargut 2001; Hofstede 1984). Bu nedenle, Türk Toplumunu genelde, cemaat bağlılığı yüksek, bireyciliğin gelişmediği, kişisel inisiyatif ve girişimci değer ve faaliyetlerin zayıf olduğu bir sosyal

dokuya sahip olarak kabul edilmektedir. Hofstede' nin kültür ile ilgili çalışmasında ise Türkiye' de belirsizlikten kaçınma boyutu ve güç mesafesi boyutu yüksek değerler almıştır. (Güney 2006:67) Bu değerler ise girişimciliğin oluşumunu destekleyen değerler olarak kabul edilmemektedir.

Bir diğer unsur da toplum – devlet ilişkisidir. Türk Toplumunu kamucu bir toplum görüntüsü vermekte ve geçim sağlamada devlete sorumluluk yüklemektedir. Bu toplum daha çok bürokratik yada memur toplumunun karakteristiklerine yatkınlık göstermektedir (TUSİAD 2002:22).

Girişimci güdüler ile girişimci benliğin ve girişimciliği destekleyen kültürel alt yapının oluşmasının önündeki engellerden birinin de toplumun örgütlenme tarzı olduğu savunulmaktadır (Prens Sabahattin 1965; Keyder 1983; Mardin 1992).

Durukan' a göre (2006:33-34) Türkiye'de girişimciliğin gelişimini engelleyen faktörler ise aşağıda maddeler halinde verilmiştir.

- a) Baskıcı bir çevre ve aile yapısını içeren sosyal çevre
- b) İşletme sahiplerinin teknik kökenli olması ve piyasaya yönelik olarak düşünme ve değerlendirme ve finansman konularında yeterince başarılı olamaması
- c) Fizibilite çalışmalarının yetersizliği:
- d) Piyasa araştırmasına yeterli özen gösterilmemesi
- e) Yenilik yapamama
- f) Geleneksel aile işletmeciliği
- g) Düşük faizli ve uzun vadeli kredi bulma konusunda yaşanan finansman sorunu
- h) Bilgi edinme, bilgi işleme ve bu bilgileri değerlendirme konusunda eksiklik
- i) Devlet yönetiminin girişimciye bakış açısı
- j) Toplumun, girişimciye bakış açısı

Türkiye' de girişimcilik faaliyetlerini olumsuz etkileyen unsurları sosyo kültürel, ekonomik, politik çevre ile ilişkilendiren Güney (2006)' e göre ise Türkiye de girişimcilik faaliyetlerini olumsuz etkileyen unsurların başında Osmanlı İmparatorluğu' nun merkezîyetçi yapısından kaynaklanan sorgulamama ve kanaatkar insan tipi gelmektedir. Bunu Osmanlı toplumunda servet ve zenginliğin iktidar ile doğru orantılı edinilmesi ve

resmi mekanizmaların ağır işleyen bürokratik yapısı ile baskıcı yasal düzenlemeler izlemektedir.

İlhan (2003)' a göre ise, Türkiye'de girişimciliğin oluşumunu ve gelişmesini olumsuz etkileyen faktörlerin başında geleneksel bürokratik örgütlenme biçiminin yarattığı bürokrasi gelmektedir. Türkiye'de sosyo-ekonomik yapının rasyonel bir düzleme oturtulamamış olması ve buna bağlı olarak çalışma ilişkilerinin nesnel bir temelde kurumsallaşmamışlığı mevcut bürokratik uygulamaların önemli nedenleri arasında yer almaktadır (İlhan 2003:72). Bürokratik yapının, özellikle, karmaşık ve uzun zaman alan bir işlemler dizisi gerektirmesi, potansiyel işletmelerin kurulması açısından caydırıcı bir nitelik arz etmektedir. Ülkemizde yapılan bir araştırmada, Türkiye'de bir işletmenin açılabilmesi için 60 civarında kamu kuruluşuna başvuruda bulunulması gerektiği, bu kuruluşlardan çoğunun girişimci adayların işlerinin kuruluş aşamasında birinci derecede önemli olmadıkları ve bu durumun girişimciler üzerinde önemli ölçüde olumsuz etkilerinin bulunduğu ortaya çıkmıştır (TÜSIAD, 1987:49). Bürokratik yapının oluşumunda geleneksel devletçi zihniyetin aylıklı memuriyeti teşvik ettiği, böylece bireyi ve toplumu devlete ayarlı kıldığı bir örgütlenme biçimini oluşturduğu ve bürokratik mekanizmanın gücünü arttırdığı da belirtilmektedir. Bürokratik yapının girişimciliği engelleyici bir unsur olmasının yanında, girişimciliğin oluşumuna ve gelişmesine katkıda bulunabileceğini savunanlar da bulunmaktadır (İlhan 2003:70).

Gerni (2001)' nin 100 girişimci ile gerçekleştirdiği araştırmasında ise, girişimcilerin Türkiye' ye özgü sorunlarının başında, devlet politikaları, eğitim kurumlarının yetersizliği, eğitim sisteminin iş yaşamından kopukluğu, rekabet koşulları ve toplumun kolektivist yapısının geldiği görülmüştür.

Bir araştırmaya göre, Türkiye'de girişimci ortamına ilişkin faktörlerden ekonomik (% 72,4) ve siyasal (% 58,6) istikrarsızlığın çok önemli olduğu açığa çıkmıştır (TÜGIAD 1993:33).

Türkiye de, yukarıda da değindiğimiz gibi, devletçilik değerinin girişimciliğe ters bir düşünce biçimi olduğu ifade edilmektedir (TUSİAD 2002:103). Bu durum aynı zamanda bireylerin geçim sorumluluğunu devlette görmesine de etki etmektedir. 2002 yılında TUSİAD tarafından yapılan araştırmada, Türkiye'de geçimin bireysel sorumluluk olduğunu düşünenler ile devletin sorumluluğu olduğunu düşünenlerin oranının birbirine

oldukça yakın olduğu tespit edilmiştir (TUSİAD 2002:104). Türkiye’ de rekabete bakış açısı da girişimcilik açısından olumsuz bir ortamın varlığına katkı sağlamaktadır.

Türkiye de şirketler ve araştırma kurumları arasında ciddi sorunlar bulunmaktadır. Bu sorunların başında şirketlerin üniversite ve araştırma kurumlarını danışma noktası yada bilgi kaynağı olarak görmemesi gelmektedir. Bunun yanında şirketlerin kendi aralarında da ilişkilerin başarısız olduğu birtakım araştırmalarla ortaya konmaktadır (TUSİAD 2002:108). Türkiye’ de ihtiyaçtan kaynaklanan girişimcilik oldukça yaygın bir yöntemdir. DİE tarafından yapılan bir ankette girişimcilerin büyük bir bölümü kendine ve ailesine istihdam yaratmak amacı ile iş kurduklarını belirtmişlerdir.

Türkiye’de firmaların taklit ürünlere yöneldikleri görülmektedir. Bu sonuç, şirket sayısına karşın patent alınmaması ile ilişkilendirilmektedir. Taklitçilik sorununun Türk ekonomisinde yeniliklerin önünü tıkadığı, katma değeri yüksek ürünlerin üretilmesini engellediği ve dolayısı ile rekabet gücünü zayıflattığı ileri sürülmektedir.(Odabaşı 2002:167-168). Türkiye’de arge harcamaları düşük bulunmakta ve yenilik yapamamanın bir risk oluşturduğu ileri sürülmektedir. Yenilik yapamama gerekçesi olarak bir takım araştırmalarla ortaya konan sonuç, yetersiz finansman olarak belirtilmektedir.

BÖLÜM II

KADIN GİRİŞİMCİLER

11. Kadın Girişimciliğine Genel Bakış

Kadın girişimcilerin ekonomik gelişim için taşıdıkları önem bugün gelinen noktada tartışma götürmez bir gerçektir. Kadın girişimlerinin ekonomik açıdan öneminin, yaratmış oldukları istihdam ile sınırlı olduğunu düşünmek, kadın girişimlerine dar bir perspektiften bakmak demek olacaktır. Zira kadın girişimciler aynı zamanda ekonomik süreç içinde girişimcilik açısından çeşitlilik de yaratmaktadırlar (Verheul vd 2006; Verheul ve Thurik 2001; Lee vd. 2009). GEM (Global Entrepreneurship Monitor 2001) raporuna göre, formal ekonomi dahilinde toplam işletmelerin % 25-33'ünün sahibi kadınlardır. Bu oran informal ekonomik sektörde daha da fazladır. Tüm ülkelerde kadın girişimciler ekonomik hayatta önemli varlık göstermektedirler. Kadın girişimciler 1980 ler öncesinde ekonomik birimler olarak dikkate alınmaz iken, araştırmalarla ortaya konan bulgular hükümetlerin, araştırmacıların, medyanın ilgisinin kadın girişimcilere odaklanmasına neden olmuştur. Elbette artan rol modeller ve bu rol modellerin görsel medyada varlık göstermesi de kadın girişimlerine artan ilginin nedenlerinden biri olarak kabul edilebilir. Hükümetler kadın girişimcileri desteklemek için bir takım yapılanmalara gitmekte, finansal kurumlar kadın girişimlerinin yapısına uygun kredi seçenekleri geliştirmekte, medya kadın girişimcilerin hikayelerine daha çok yer vererek aynı zamanda girişimci olmayı düşünen kadınlar için rol modeller yaratmakta, araştırmacılar ise çok yönlü araştırmalar ile girişimcilerin başarısını desteklemeye çalışmaktadırlar. Brush ve Hisrich (1987:187) kadınların girişimcilik macerasını, çok çalışmak, yalnızlık ve belirsizlikle dolu bir deneyim olarak tanımlamaktadır. Bu tanımlama ilk anda abartılı ve fazlası ile romantik olarak algılansa da,

kadınların karşılaştıkları cinsiyet temelli engellere karşın başarılı olmalarının, bu bölümde ayrıntılı olarak ele alacağımız gibi, başlı başına bir meydan okuma olduğu görülecektir.

Girişimcilik araştırmalarında kültür boyutu da ele alınan konulardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Zira yaşam tarzının, sosyal yapılanmaların ve değer yargılarının farklı kültürlerde farklı yapılar göstermesi girişimcilerin motivasyon, karşılaştıkları engeller ve izledikleri stratejiler üzerinde etkisi olduğu düşünülmektedir. Öte yandan bu çalışmanın ileriki bölümlerinde ele alınacağı üzere, birbirinden farklı kültür kodlarına sahip toplumlarda kadın girişimcilerin motivasyonu, profili, karşılaştıkları engeller büyük benzerlik göstermektedir. Araştırmalar farklı sosyo, kültürel ve ekonomik ortamlarda faaliyet gösteren kadın girişimcilerin birçok ortak özellikler taşıdığını ortaya koymaktadır. Kadından beklenen roller, kadınların bu rollerle ilgili algılamaları, aile ve sosyal kurumların yapıları ve kadınların önlerinde aşması gereken engeller farklı coğrafyalarda büyük benzerlikler göstermektedir. Bu aşamada kadın girişimciliği araştırmaları ile ilgili bir durum tespiti yapmak yararlı olacaktır.

11.1. Kadın Girişimcilik Araştırmalarına Genel Bakış

Kadın girişimciliği ile ilgili ilk makale 1970'lerin ortalarında yayınlanmıştır. Elenor Brantley Schwartz, 1976 yılında yayınlanan "Entrepreneurship, A New Female Frontier" başlıklı öncü makalesinde, kadın girişimcilerin motivasyonlarını, karakteristiklerini ve tutumlarını ele almıştır (Casson vd 2006:612). Araştırmasında, kadınların da erkeklerinkine benzer şekilde, başarı gereksinimi, iş memnuniyeti ve bağımsızlık motivasyonu ile hareket ettiğini tespit etmiştir. Schwartz (1976)'ı, Brush ve Hisrich (1983, 1984, 1985, 1986, 1987) takip etmiştir. Brush ve Hisrich, makalelerinde kadın girişimcilerin karakteristikleri ve başarılarının altında yatan faktörleri incelemişlerdir. Araştırmaları sonucunda, kadınların erkeklerle aynı motivasyon faktörlerine sahip olduklarını, fakat daha az işletme eğitimi aldıklarını, sermayeye ulaşma konusunda engellerle karşılaştıklarını ve girişimlerinin erkeklerinden daha yavaş büyüdüğünü tespit etmişlerdir. 1990'ların sonlarına kadar gerçekleştirilen araştırmalar, tanımlayıcı niteliktedir. Bu araştırmalar kadın girişimcilerin karakteristiklerini tespit etmeye odaklanmıştır (Casson vd 2006:613). Özellikle Brush ve Hisrich' in ilk dönem araştırmalarında, ayrımcılık konusuna da özellikle önem verdikleri görülmektedir (Hisrich ve Brush 1985:567). Öte yandan literatürde kadın girişimcilere ilgilinin, ekonomik açıdan artan önemlerine paralel gelişmediği görülmektedir. 1992-2004 yılları arasında

gerçekleştirilen yayın taramaları kadın girişimcilerle ilgili makalelerin oranının % 3,5 ile % 7 arasında kaldığını göstermektedir (Brush 1992; Baker vd 1997; Brush ve Edelman 2000; Gatewood vd 2002a; Terjesen 2004). Kadın girişimci araştırmalarının bu kadar az olmasını Casson vd (2006:615-616) üç nedene bağlamaktadırlar. Bu nedenler şöyle sıralanabilir:

- a) Kadın girişimciler yeni bir fenomendir
- b) Kadın ve erkek girişimciler arasında farklılık yoktur. Bu nedenle erkek girişimciler temel alınarak gerçekleştirilen çalışmalardan elde edilen bulgular kadınlar için de geçerlidir
- c) Kadın girişimciliğinin, meşruluk, kurumsal destek ve fon sağlama açısından eksiklikleri bulunmaktadır. Bunun iki nedeni vardır. İlki, kadınların daha az kalifiye, daha az yetkin ve sonuç olarak daha az girişimci olduklarına dair önyargılar. İkincisi ise, araştırmacıların büyük şirketlere yönelmesi ve büyük şirketlerin de ezici bir çoğunlukla erkek girişimleri olmasıdır.

Casson vd (2006:616)'ne göre kadın girişimciliği araştırmalarında iki dönem bulunmaktadır. 1980'lerde cinsiyet bir değişken olarak kabul edilmiştir, 1990'larda ise cinsiyet bir merceğe gibi ele alınmıştır. Erken dönem araştırmalar iki konuya odaklanmıştır: kadın girişimci kimdir? Ve erkekler için geliştirilmiş modelleri kadınlar için uygulanabilir midir? Araştırmalar kadın girişimlerine dört açıdan yaklaşmıştır: girişimcinin kendisi, girişimin kendisi, girişimcinin ekipleri ve sosyal ilişkileri. Bireye odaklanan araştırmalar, kadın girişimcilerin kişisel amaçları, girişimcilik kariyerini seçme nedenlerini incelemiştir. 1990'larda kadın girişimciliği araştırmalarının daha titizlikle gerçekleştirildiği görülmektedir. Bu dönem araştırmaları ise üç konuya odaklanmıştır (Casson vd 2006:617): Kadınların girişimciliği seçmelerinde etkili olan unsurlar nelerdir?, Kadın girişimlerinin büyüme ve gelişimini etkileyen unsurlar nelerdir?, Ülkenin şartlarının kadın girişimleri üzerindeki etkileri nelerdir?

Marlow vd (2009:140) ise, ilk araştırmaların kadınların demografik ve kişilik özellikleri, motivasyonları ve geçmişine odaklandığını belirtmektedir. Araştırmacıya göre sonraki aşamada araştırmaların odağının, girişimin başlangıç aşamasından işletme performansının değerlendirilmesi aşamasına doğru değiştiği görülmektedir. Bu aşamada ana konu kadın girişimlerinin başarısıdır. Çalışmalar, işletme ömrü, çalışan sayısı, büyüme, ihracat, müşteri sayısı, gelir gibi başarı parametreleri ile bir takım değişkenler arası ilişkilere yoğunlaşmıştır (Fisher 1992; Fisher 1993; Kalleberg ve Leicht 1991; Loscocco, Robinson,

Hall ve Allen 1991; Kalleberg ve Leicht 1991). Bu değişkenler, kadınların kişilik ve demografik özellikleri, motivasyonları, geçmişleri, fon bulma şekilleri, beşeri sermayeleri yada ağ yapıları gibi parametrelerdir.

Kadın girişimciler bir çok yönden erkek girişimleri ile rekabet edebilmek açısından dezavantajlı konumda kabul edilmektedirler ve bu nedenle erkeklerin kurup işlettikleri işletmelerin gösterdikleri performans kadınlar için daima bir hedef oluşturmaktadır. Bu noktada araştırmacıların farklı değerlendirmelerine yer vermek doğru olacaktır. Daha önce de belirttiğimiz gibi bir grup araştırmacı, kadınların erkeklerden farklı enstrümanlar ile değerlendirilmesi gerektiğini çünkü birçok açıdan kadın ve erkek girişimciliğinin farklı yapılar olduğunu savunmaktadırlar. Bu araştırmacılara göre, sosyal kurumlar ve yapılar da kadının önüne bir çok engel koymaktadır (Manolava 2006; Unger ve Crawford 1992; Jones ve Jayawarna 2009) ve bu engeller kadınların erkeklerle eşit şartlarda rekabet etmelerini engellemektedir. Brush ve Hisrich (1987: 187)' ye göre kadınlar için yeni bir iş kurmak daha zordur, çünkü kadınlar bir takım yetkinlikler, eğitim ve gerekli destek sistemler açısından daha zayıf konumdadırlar.

Kadın ve erkek arasındaki farkı açıklamaya çalışan teorik yaklaşımların büyük bir bölümünün feminist teoriyi referans aldığı görülmektedir. Feminizm teorileri ışığında kadın girişimciliği mercek altına alındığında, her teorinin kadının erkekte göre daha az başarılı olması durumunun farklı açıklamaları olduğu görülmektedir (Ahl 2004:7). Liberal Feminizm Teorisi, kadın girişimlerinin göre daha düşük performansa ulaşabilmelerinin, kadınların doğrudan yada dolaylı olarak maruz kaldıkları ayrımcılıktan kaynaklandığını ileri sürmektedir (Ahl 2004; Amine vd 2009; Ganesan 2002; Loscoco ve Robinson 1991). Sosyal Feminizm Teorisi ise, tersine, kadınların erkeklerle aynı tercihleri yapmalarının zaten olanaklı olmadığını savunmaktadır (Fagenson 1993; Neider 1987; Sexton-Bowman Upton 1990; Zapalska 1997). Feminizm teorisyenlerine göre, kadınlar erkeklerden farklı yetiştirilmektedirler. Kadınlar yetiştirme süreçlerinin her aşamasında erkeklerden daha farklı davranılmaktadırlar ve bu durum kadınların bilişsel süreçlerinin ve çevreyi algılamalarının erkeklerden farklılaşmasına neden olmaktadır (Lerner, Brush ve Hisrich 1995; Chan ve Foster 2001; Cromie ve Birley 1992). Bu nedenle de benzer durumlarla karşılaştıklarında, doğal olarak, erkeklerden farklı tepkiler vermektedirler. Feminist teorinin “yoksunluk” argümanı ise, kadın girişimcilerin göre daha düşük performansları altında yatan etkenin, toplumun kadına bakışı ve kadına yaklaşımı olduğunu ileri sürmektedir (Greene vd

2003:10-12). Bu yaklaşım kadınların erkeklere göre, eğitim ve kritik iş olanaklarına ulaşımını engellemektedir. Diğer bir ifade ile, kadınlara eşit kaynak ve olanaklar sunulduğunda erkeklerle aynı performansı sergileyebileceklerdir. Özetle Feminist Teori, kadın ve erkek arasındaki farkı iki boyutta açıklamaktadır. Birinci boyut, sosyal çevre ile ilgilidir ve sosyal çevrenin kadın ve erkeğe farklı değerler ile yaklaştığını savunmaktadır (Hooks 2000). İkinci boyut ise, Feminist Teorinin erkek ve kadın arasındaki farklılıkları açıklamakta yararlandığı ikinci argümanı oluşturmaktadır. Bu boyut, kadın ve erkeğin yaratılış olarak farklı yapıda olduklarını ileri sürmektedir. Daha açık bir ifade ile kadın ve erkek zaten bu farklılıkları taşıyarak doğmaktadırlar. Bu iki argüman kadın girişimcilerin erkeklere göre görece gösterdikleri düşük performansı açıklamak için araştırmacıların referans aldıkları teorileri oluşturmaktadır. Bu iki argümana dayanarak özetlenebilir ki; kadınlar sosyal çevrelerinde farklı davranıldığı (Belcourt, Burke ve Lee-Gosselin 1991; Stevenson 1986; Belcourt vd 1991; Hisrich ve Brush 1987) ve doğuştan taşıdıkları farklılıkları nedeni ile karşılaştıkları benzer durumlar karşısında farklı tepkiler vermektedirler. Kadının sosyalleşmesi, motivasyonu ve girişimleri de, feminist teoriye göre bu nedenle erkeklerden farklılık taşımaktadır (Mirchandi 1999). Bu durum girişimci kadınların, farklı stratejiler izlemesine ve farklı yönetim tarzları sergilemelerine neden olmaktadır (Buttner 2001; Cron vd 2006). Feminist Teorinin “oryantasyon” argümanı ise, kadın ve erkeğin yaşamlarının erken dönemlerinde yaşadıkları deneyimlerin birbirinden tümüyle farklı olduğunu savunmaktadır. Bu durum da dünyayı algılama şekillerinde köklü değişikliklerin olmasını doğurmakta, kısaca kadın ve erkek yaşadıkları çevreyi birbirlerinden çok farklı algılamaktadırlar. Bu algılama farklılıkları bir cinsi diğerine göre üstün yada fonksiyonel yapmamaktadır. Aslında erkek ve kadının doğasında var olan tüm yaşamlarına yayılan ve görünmeyen bir oluşumdur (Cron vd 2006; Powell ve Graves 2003).

Feminist teorinin kadın ve erkek ayrımının cinsiyet temelinde şekillenmediği görülmektedir. Bu açıdan teorisyenler, performans farklılıklarının cinsiyet temelinde açıklanamayacağını ve cinsiyetin performans üzerinde belirleyici bir rolü olmadığını savunmaktadırlar. Teorisyenler, belirleyici olanın cinsiyetin bir takım tutum ve davranışlara önderlik etmesi olduğunu ileri sürmektedirler. Bu perspektifin ortaya çıkardığı sonuç, kadın ve erkeğin farklı davranmalarının yaradılışlarının bir parçası olması olarak yorumlanabilir. Kadınların doğaları gereği sergiledikleri tutumların, profesyonel yaşamları

ve motivasyonları üzerinde belirleyici etkisi olmaktadır (Scherer, Brodzinski Wiebe 1990; Moore ve Buttner 1997; DeMartino ve Barbato 2003; Valian, 1998; Cron vd 2006).

Rasyonel ekonomik model ise, girişimcinin kadın yada erkek olmasının belirleyici bir etkisi olmadığını, cinsiyetten bağımsız olarak bireylerin rasyonel ekonomik tercihler yaptıklarını, yani bireysel ve işletmelerinin karını maksimize edecek kararları aldıklarını ileri sürmektedir (Nelson vd 2009:63). Bu durum müşteriler için de geçerlidir. Karını maksimize edecek şekilde davranan bir müşteri, aldığı hizmet yada ürünün hangi girişimden geldiği ile ilgilenmeyecek, sadece faydaya odaklanacaktır. Ürün ve hizmet sağlayıcının cinsiyeti onu ilgilendirmeyecektir.

Bu güne değin gerçekleştirilen araştırmalar, kadın ve erkek girişimlerinin performansları ile ilgili elde edilen sonuçları tamamen feminist teori yada rasyonel ekonomik model ile açıklanamayacağını ortaya koymaktadır. Zira araştırmaların bir bölümü, kadın girişimcilerin erkeklerden daha düşük performans gösterdiklerini ortaya koysa da (Hisrich ve Brush 1984; Loscocco, Robinson, Hall ve Allen 1991; Lustgarten 1995; Chaganti ve Prasuraman 1997; Fasci ve Valdez 1998), bir bölümü de aynı koşullar altında performanslar arasında farklılık olmadığına dair bulgular ortaya koymaktadır (Fischer, Reuber ve Dyke 1993; Kalleberg ve Leicht 1991). Öte yandan Boden ve Nucci, 1982 – 1987 yılları arasında gerçekleştirdikleri ve girişimcilik ile cinsiyet, eğitim, medeni durum, gelir, sektör ve bölge arasındaki ilişkileri araştırdıkları çalışmalarında, cinsiyet, kendi işini kurma konusundaki değişkenliği en çok açıklayan değişken olarak tespit etmişlerdir (Boden ve Nucci 1997:351).

Kadın girişimciliği araştırmalara bir takım eleştiriler de getirilmiştir. Bu eleştirilerin başında bu araştırmaların bir takım ihmalleri yada eksiklikleri olduğunun geldiği görülmektedir. Ahl (2006:600-611) “Why Research on Women Entrepreneurs Need New Directions?” adlı makalesinde bu ihmalleri: tek yanlı ampirik odaklanma, teorik alt yapının yetersiz oluşu, yapısal, tarihsel ve kültürel faktörlerin dikkate alınmasındaki yetersizlik, erkek odaklı ölçüm enstrümanlarının kullanımı, güçlü bir perspektifin olmayışı, belirgin bir feminist analizin olmayışı (Ahl 2006: 596) olarak belirtmiştir. Bu noktada cinsiyet ayrımı konusuna değinmek yararlı olacaktır. Daha önce feminist teorinin cinsiyet tanımlamasının biyolojik temelini yanı sıra sosyal yapılanmalar ile ilgili olduğu vurgulanmıştı. Paralel olarak girişimcilik araştırmalarında cinsiyet, sadece biyolojik cinsiyet ayrımının ötesinde sosyal olarak yapılandırılmış bir kavram olarak kabul edilmektedir. Cinsiyet, toplumsal

yapı ve yapılanmanın maskülen ve feminen olarak ayırdığı davranış şekilleri ve tutumlar olarak da algılanmaktadır. Cinsiyet bu açıdan ele alındığında, biyolojik ayırmadan bağımsız ve kültür ile doğrudan ilişkili bir kavram haline gelmektedir (Ahl 2006: 597). Cinsiyetin bu bakış açısı ile ele alınması durumunda kadın ve erkek olmanın ötesine odaklanılması gerektiği görülmektedir. Cinsiyet ayrımı ile ilgili biyolojik ve sosyal temelli ayırım yaklaşımlarının var olmasına karşın, girişimcilik yazınının neredeyse tamamında cinsiyetin, biyolojik bir ayrımı ifade ettiği görülmektedir. Bir takım yazarlar girişimciliğin maskülen bir kavram olarak kabul edildiğinde hem fikir olmaktadır. Bem (1993:138) “Lenses Of Gender” adlı eserinde, yaygın olarak kullanılan maskülen ve feminen kavramlar ile ilgili bir derleme yapmış ve bu derlemede erkek ve kadını tanımlayan kavramlar üzerinde çalışmıştır. Ahl (2006:600-601) ise bu çalışmadan yararlanarak maskülen ve feminen kavramlarla girişimcilik ile ilgili tanımlamaları karşılaştırarak, girişimciliğin maskülen kavramlarla ilişkilendirildiğini ortaya koymaya çalışmaktadır. Aşağıda girişimciliği açıklayan ifadelerin maskülen ve feminen formu ilişkisi tablo halinde verilmiştir.

Tablo 2.1: Maskülen Sözcükler İle Girişimciyi Tanımlayan Sözcüklerin Benzerliklerinin Karşılaştırılması (Ahl 2006:57)

| Maskülen Sözcükler | Girişimciyi Tanımlayan Sözcükler |
|----------------------------------|--|
| Kendine güven | Ben merkezli, iç kontrol odağına sahip, kendine inanan, özgür düşünen, yetenekli |
| İnandıklarını savunan | Güçlü iradeli |
| İddialı | Muhalif düşüncelerle karşı koyabilen |
| Güçlü kişilik | Azimli |
| İrade sahibi | Alışılmışın ötesinde enerjik, sürekli çaba gösterme kapasitesine sahip, aktif |
| Liderlik yeteneklerine sahip | Organize etme becerisi olan, vizyoner |
| Risk almaya istekli | Zorlu şartları arayan, optimist, gözü pek, cesur |
| Kolay karar verebilen | Belirsizliğe karşın karar alabilen |
| Kendine yeten | Bağımsız |
| Baskın, agresif | Etkili, güç arayan, kendi etki alanında hakim olmayı isteyen |
| Bir görüşü benimseyen ve savunan | Yöntemlerine bağlı |
| Lider gibi hareket eden | Ekonomik ve psikolojik gelişime liderlik eden, yönetici |
| Bireysel | Bağımsız |
| Rekabetçi | Savaşmayı, fethetmeyi ve üstünlük kurmayı seven |

| Maskülen Sözcükler | Girişimciyi Tanımlayan Sözcükler |
|---------------------------|--|
| Hırslı | Başarı odaklı |
| Bağımsız | Bağımsız, özgür düşünen |
| Analitik | Sorgulayan, üstün iş yapma yetenekleri olan, ileri görüşlü, zeki, yüksek kavrama yeteneği olan |

Tablo 2.2: Girişimciliği Tanımlayan Sözcüklerin Zıt Anlamlıları İle Feminen Sözcüklerin Karşılaştırılması (Kaynak: Ahl 2006:58)

| Feminen Sözcükler | Girişimciyi Tanımlayan Sözcüklerin Zıt Anlamlıları |
|---|---|
| Nezaket ve şefkat | Tedbirli |
| Sadık | İzleyici, bağımlı |
| Başkalarının gereksinimlerine karşı hassas | Bencil olmayan, bağlı |
| Utangaç | Cesur olmayan |
| Yumuşak başlı | Yumuşak başlı, dünyaya kalıcı bir şey bırakma ihtiyacı duymayan, başkasının izinden giden, korunan, tereddüt eden, zayıf, takipçi, dış kontrol odağı olan, kadercı, zayıf karakterli, davasına bağlı kalmayan, güçten kaçınan, çaba ve rekabetten kaçınan, kendinden şüphe eden, kendini geliştirme gereği durmayan |
| Kolay ikna edilebilir | Kolay ikna edilir, uzun vadeli düşünemeyen, ileriye göremeyen, etkilenebilir, başarısız sorgulamalar yapan, yeteneksiz, mental kapasitesi kısıtlı, iyi organize olamayan, kaotik, işletme yetenekleri yetersiz olan, psikolojik yapısı değişken |
| Sempatik, sevecen, anlaşılabilir, sıcak kanlı, şefkatli, yumuşak başlı, çocukları seven, iletişimde kırıcı tarz kullanmayan, neşeli, çocuksu, övgüden etkilenen | Eşleşen sözcük bulunamamıştır |

Tablolardan da açıkça görülebileceği gibi, girişimcilik cinsiyetler açısından nötr değil, maskülen bir kavramdır.

11.2. Başarılı Kadın Girişimci Profiline Çıkarılması

Kadın girişimcilerin profili ile ilgili en kapsamlı çalışmalardan biri Lerner vd (1997:315-317) tarafından gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın en ilginç bulgularından biri kadın girişimcilerin çocuklarının yaşı ile işletmelerinin karlılıkları arasında tespit edilen pozitif ilişkilidir. Bu durum küçük çocuklu kadınların öncelikle aile içi sorumluluklarını yerine getirmeleri gerekliliğini bir sonucu olarak dikkat çekici bulunmaktadır. Bu bölümde başarılı kadın girişimcileri daha yakından tanımamıza yardımcı olacak araştırma bulguları değerlendirilecektir. Bölümde, başarılı kadın girişimcilerden, kadın yada yalnızca girişimci olarak söz edilecektir.

Kadın girişimciliği araştırmaları, kadın girişimci kimdir ve özellikleri nelerdir sorularına yanıt aramakla başlamıştır. Bu nedenle kadın girişimcilerin demografik özellikleri ile ilgili oldukça tatmin edici sayıda araştırma bulgusu vardır. Bu bulgulardan yola çıkarak özetle kadın girişimcilerin 35-45 yaşları arasında iş kurdukları, toplumun genelinden ve erkeklerden daha iyi eğitilmiş oldukları, evli ve çocuk sahibi oldukları söylenebilir. Hisrich ve Brush (1985; 1987) kadın girişimcilerin tipik olarak ailenin ilk çocuğu olduklarını tespit etmiştir. Araştırmalarında elde ettikleri diğer bulgular ise, orta sınıf ailelerden geldikleri, girişimcilik kariyerine, çoğunlukla sosyal bilimler alanındaki eğitimlerini tamamlayıp, çocukları büyüdükten sonra, yani ortalama 35 yaşından sonra atıldıklarıdır. Kadın girişimcilerin ortalama yarısının babaları kendi işinin sahibidir, anneler ise ev hanımıdır (Hisrich ve Brush 1985:1987; Hisrich ve O'Brien 1982).

11.2.1. Yaş Faktörü

Bir takım araştırmalar da kadınların yaşı ile girişimin performansı arasında pozitif ilişkinin varlığını ortaya koymaktadır (Stevenson ve Jarillo 1990; Vesper 1990; Gartner 1985; Cooper 1981). Brush vd (2006) ise yaş ile büyüme motivasyonu arasında pozitif ilişki bulunduğunu tespit etmiştir. Walker ve Joyner (1999:95-96) ise, yaş ile sektör seçimi arasında ilişki bulunduğunu; genç girişimcilerin, daha yaşlı olanlarla karşılaştırıldıklarında erkek egemen sektörlere daha eğilimli olduklarını ortaya koymaktadır. Araştırmacıya göre, yaş ile dış kaynak kullanımı arasında da ilişki bulunmaktadır. Genç girişimcilerin daha

yaşlı olanlara göre daha çok dış kaynak kullanma eğiliminde oldukları savunulmaktadır. Tominc ve Tebernik (2006:335)'e göre yaş ile girişimcilik motivasyonu arasında ilişki bulunmaktadır. Araştırmacılar, genç girişimcilerin daha ağırlıklı olarak pazar fırsatlarını değerlendirme amacıyla girişimci olduklarını belirtmektedirler.

Kadın girişimciler ile ilgili araştırmalar kadınların büyük bir çoğunluğunun daha önce de belirttiğimiz gibi, 35 yaş sonrasında iş kurduklarını göstermektedir. Genellikle araştırmalarda tespit edilen yaşlar itibari ile 35-45 yaş aralığı kadınların girişimci olmayı seçtikleri aralık olarak kabul edilebilir. Hisrich ve Brush (1985:570) da kadın girişimcilerin büyük çoğunluğunun 35-45 yaş aralığında iş yaşamına atıldıklarını tespit etmiştir. Yazarların birkaç yıl sonra gerçekleştirdikleri diğer araştırmalarında ise, kadın girişimcilerin yaş aralığı 38-48 olarak tespit edilmiştir (Hisrich ve Brush 1987:190). Diğer bir araştırma da ise, yaş aralığı 30-39 olarak tespit edilmiştir (Hisrich ve O'Brien 1982:56). Lerner vd (1997)' nin araştırmasına göre yaş ortalaması ise 50 olarak tespit edilmiştir.

Demografik özelliklerine farklı coğrafyalar açısından baktığımızda, Danimarka'da gerçekleştirilen bir araştırma, kadının kendi işinin sahibi olduğu yaş itibari ile erkeklerden yaşlı ve büyük çoğunluğunun evli olduğunu ortaya koymuştur (Neergaard, Nielsen ve Kjeldsen 2006:93). Erkekler ile karşılaştırıldığında daha genç yada yaşlı da iş kursalar kadınların iş kurdukları yaşı etkileyen en önemli faktörün aile olduğu görülmektedir. Norveç girişimci kadınları ile gerçekleştirilen araştırmaya göre, bu grup 30-40 yaş aralığında iş kurmaktadır ve büyük bir bölümü evli ve çocuk sahibidir. Henry, Johnston ve Hamouda (2006:264) da İrlanda da kadın girişimcileri ile ilgili bir çalışma gerçekleştirmiştir. Çalışmada elde edilen bulgular şu şekilde özetlenebilir. İrlandalı kadın girişimciler 35-40 yaş aralığındadır ve toplumun geneli ile karşılaştırıldıklarında daha iyi eğitim düzeyine sahiptirler. Öte yandan Díaz ve Jiménez (2006:349) ise İspanyol girişimci kadınları ile gerçekleştirdikleri çalışmalarında kadınların iş yaşamına erkeklerden önce atıldıklarını tespit etmiştir. Kadınlar ortalama 34 yaşında iş kurarken erkekler için bu yaş 40 olarak belirlenmiştir. Aynı zamanda kadın girişimciler erkeklerden daha iyi eğitimlidir ki bu bulgu bir çok farklı ülke örneklemleri ile gerçekleştirilen araştırmalarla da desteklenmektedir.

İlginç olan kadınların çocuk sahibi olmalarının girişimcilik kariyeri üzerindeki etkisidir. Araştırmalar çocuk sahibi olmanın kadının girişimcilik kariyerini seçmesinde

pozitif etkisi olduğunu ortaya koymuştur (Lerner vd 1997; Amine vd 2009; Hisrich ve Brush 1984; Kovalanien ve Arenus 2006; Welter 2006).

11.2.2. Aile Ve Çevre Faktörü

Kadın araştırmalarında, aile, kadının işini yürütebilmesi önünde engel yada finansman kaynağı olarak sorunsallaştırılmıştır. Ahl (2010:5)' a göre aile, ekonomik ve toplumsal yapı üzerinde derin etkilere sahiptir ve bu alan araştırma boşluğu olan alanlardan birini oluşturmaktadır.

Araştırmacılar, aile içindeki rollerinin kadınların girişimlerinin performansı üzerinde olumsuz etkisi olduğunu belirtmektedirler (Ahl 2006; Amine 2006; Greene vd 2003). Kadınların ev içi sorumluluklarının girişimlerinin başarısı üzerindeki etkisi ile ilgili araştırmalara göre, kadının iş kadını ve ev kadını olarak rolleri çakışmaktadır ve birbirleri ile tutarsızlık sergilemektedir (Stoner vd 1990:30-34). Bir takım yazarlar ise kadının ev içi sorumluluklarının iş açısından ilham verici olabileceğini belirtmektedirler. Ev içi sorumlulukları sayesinde kadınlar, demokratik liderlik, ağ kurma ve ağ iletişimi, pazarlama ve ilişkiler konusunda benzersiz beceriler kazanmaktadırlar (Carter ve Allen 1997; Cox vd 1984). Kadının ev ile ilgili sorumlulukları hem engel hem de ilham kaynağı olarak da kabul edilse, iş yaşamında erkeklerle eşit koşullarda rekabet edememelerinin temel nedenlerinden birini oluşturmaktadır ve bu durum kadın girişimciliği konusunda sosyal, kültürel farklılık arz etmeyen nadir konulardan biri olarak kabul edilebilir. Bu durum, aile ve iş yaşamları arasında denge kurmak gibi, kadınlara özgü sorunları da beraberinde getirmektedir (Aldrich 1989; Greene 2003; Ufuk ve Özgen 2001:a). Kadın, aile içinde, anne, ev kadını ve bu iki eksen etrafında gelişen daha farklı bir takım rolleri üstlenmektedir. İş yaşamında ise, bir birey, bir profesyonel ve sosyal çevrenin bir parçası olarak hareket etmek durumundadır. Hisrich ve Brush (1986)' e göre kadınlar, birey olarak kendileri için zaman ayırmak yerine, bu zamanı aile ve iş arasında paylaştırmaktadırlar. Tüm bu rolleri üstlenmek, çalışan bir kadın olarak kendilerine zaman ayırmaksızın aile ve iş sorumluluklarını yerine getirmek, kadınların yaşamlarından memnuniyetlerini olumsuz etkilemekte ve onları stres altına sokmaktadır. Eş desteği konusunda ise araştırmalar erkek girişimcilerin kadınlardan çok daha fazla eşlerinin desteğini aldığını ortaya koymaktadır (Birley, Moss ve Saunders 1986). Bu durumda erkeklerin görece yüksek performansını açıklamaya yarayan argümanlardan biri olarak kullanılmaktadır.

Öte yandan aile/arkadaş desteğinin ve çocukluk evresinde ailenin girişimciliği özendirici ve destekleyici davranışlarının kadınları girişimci olmak konusunda cesaretlendirdiği görülmektedir (Amine vd 2009:194). Kadının yetiştiği aile ortamına odaklanıldığında, erken dönemdeki sosyal öğrenme deneyimlerinin kariyer seçimini etkilediği kabul edilmektedir. Araştırmalar bu deneyimlerin erkeklerde daha yüksek düzeyde kendine güven ve yüksek beklentiler olarak kendini gösterdiğini; bu durumun da yüksek girişimcilik performansını doğurduğunu ortaya koymuştur (Mathews ve Moser 1996; Scherer, Brodzinski ve Wiebe 1990).

Kadının eğitim, hizmet yada bakım gibi sektörlerde faaliyet göstermesi ve erkeklere göre daha az zamanlarını iş ile ilgilenerken geçirmeleri, ev işleri ve çocuk sorumluluğundan kaynaklanmaktadır ki bu durum bir çok araştırma bulgusu ile desteklenmektedir. Marlow vd (2008), kadınların geleneksel kadın sektörlerinde faaliyet göstermesinin tek nedeninin, kendilerinden beklenen ailelerine karşı sorumluluklar olduğunu belirtmektedir.

Sosyal öğrenme yada girişimsel sosyalizasyon, girişimcilik davranışı ve kariyer gelişimini açıklamaya çalışan araştırmacıların yararlandığı bir teori olarak dikkat çekmektedir. Sosyal öğrenme, başkalarını izleyerek ve referans alarak rol geliştirme davranışı olarak açıklanabilir (Lerner, Brush ve Hisrich 1997: 323). Bireyin sosyalleşme süreci, öncelikle ailede, sosyal normların, dilin, eğitim istekleri ve kariyer tercihlerinin, bireyin gözleyerek öğrenmesi ve modellemesi yoluyla biçim olması olarak gelişmektedir (Bandura 1977:138). Sosyal öğrenme teorisinin girişimcilik literatürüne katkısı, girişimcilik kariyerinin seçimini açıklamak konusunda araştırmacılara destek olması olarak kabul edilmektedir. Sosyal öğrenme teorisine göre, ailede girişimci olması bireyin girişimcilik kariyerini seçmesi için olumlu bir etki yapmalıdır. Scherer vd (1989:60) araştırmaları ile bu konuda destek sağlamıştır. Araştırma bulgularına göre, ailede girişimci bir rol model olan bireyler, daha çok eğitim almakta, kendine güven düzeyleri daha yüksek olmakta ve ailesinde girişimci olmayanlara göre yüksek düzeyde girişimcilik kariyeri seçmekte ve bu konuda daha iyi performans göstermektedirler. Bu tür bulgular ailede girişimci olmasının önemini vurgulamakla birlikte kadınlar için bu durumun gerçekleşmesi daha kapsamlı incelenmesi gereken konulardan biridir. Kadınlar rol modellerin varlığına karşın, onlardan beklenen anne, eş ve ev hanımı rolleri nedeni ile girişimci ebeveynlerini rol model olarak alamayabilmektedirler (Lerner, Brush ve Hisrich 1997: 323).

Araştırmalar kadınların girişimci olmadan önce evlenip çocuk sahibi olduklarını ve girişimcilik kariyerini ağırlıklı olarak aile ve iş arası sorumluluklarını dengeleyebilmek yani ailelerine, özellikle de çocuklarına daha çok vakit ayırabilmek için seçmekte olduklarını göstermektedir (Foss ve Ljunggren 2006; Kovalanien ve Arenus 2006; Amine vd 2009; Hisrich ve Brush 1984; Lerner vd 1997). Kadınların bu temel motivasyonu işletmelerinin performansını da etkileyen temel değişkenlerden biridir. Bu kadına özgü motivasyon faktörü kadının işletmesine her zaman aile önceliği ile yaklaşmasına neden olmaktadır. Araştırmacılara göre, evliliğin başarı üzerindeki pozitif etkisinin nedeni, eş ve ailelerinin desteği olarak belirtilmektedir (Amine vd 2009; Hisrich vd Brush 1984). Fakat diğer bir grup araştırmacıya göre evli olmak kadın girişimlerinin performansı üzerinde negatif etkilidir (Shragg, Yacuk ve Glass 1992; Aldrich 1989; Greene 2003; Ufuk ve Ozgen 2001a; Loscoco ve Robinson 1991; Brush 1992; Buttner 1993).

Başarılı kadın girişimcilerin çoğunun çocuk sahibi oldukları da görülmektedir (Amine vd 2009; Hisrich ve Brush 1984; Kovalanien ve Arenus 2006). Öte yandan çocuk sahibi olmanın girişimin başarısı üzerinde olumsuz etki yarattığını savunan araştırmacılarda bulunmaktadır. Welter (2006)'e göre çocuk sahibi girişimciler için çocuk bakımı ve çocukların gereksinimleri öncelik taşımakta ve bu durum da girişimin performansını olumsuz etkilemektedir. Ayrıca kadınlar girişimci olmak için çocuklarının büyümesini beklemektedir. Bu durum kültürel çevre ile de ilişkilendirilmektedir. Güçlü aile bağlarının olması bu durumun nedeni olarak görülmektedir.

Hakim (1979) ise, kadınların iş yaşamı döngüsünün iki aşamadan oluştuğunu belirtmektedir. Bu aşamalar, ilk çocuğun doğumundan önceki aşama ve en genç çocuğun okul çağına gelmesinden sonraki aşama verilmektedir. Bu konuya odaklanmış ilk çalışma olması açısından taşıdığı önem bir yana daha sonra gerçekleştirilen çalışmalar kadınların iş yaşamlarının çok daha karmaşık aşamalardan oluştuğunu ortaya koymuştur (Carter ve Cannon 1988:1).

Hisrich ve Brush (1987:190) un ilginç bulunabilecek bir bulgusu ise girişimlerinin sayısı ile ilgilidir. Araştırmacılara göre, mevcut girişimlerinin, kadınların % 80'inin ilk girişimi olduğunu ve % 64 oranında kadının da deneyim sahibi olduğu sektörde iş kurmayı seçtiği görülmektedir. Hisrich ve Brush (1987:198)'un beş yıl süre ile izlediği kadın girişimlerinin, %30-40'ı başarısız olmuş ve bir daha girişimde bulunmamıştır.

Girişimci bir eşe sahip olmak yada girişimci aile fertlerinin varlığı ile girişim performansı arasında pozitif ilişki bulunmaktadır (Lin, Picot ve Compton 2000; Stevenson ve Jarillo 1990; Vesper 1990; Gartner 1985; Cooper 1981; Sherer vd 1989). Kadınların da, eşlerinin girişimci olmasını, girişimcilik açısından olumlu bir etken olarak kabul ettikleri saptanmıştır (Lin, Picot ve Compton 2000). Kadın girişimciler ailelerinde bir girişimcinin olmasının onları motive ettiğini belirtmiştir (Hisrich ve O'Brien 1982:57). Araştırmacılar örneklemlerinin yarısından çoğunun ailenin ilk çocuğu olduğunu ve orta yada üst sınıftan geldiklerini belirtmişlerdir (Hisrich ve Brush 1985:570). Babalar popülasyonun geneline göre iyi eğitilidir. Aynı zamanda girişimci kadınların eşlerinin de eğitim durumlarının toplumun genelinden yüksek olduğu görülmektedir (Hisrich ve Brush 1985:570). Eşler büyük oranda profesyonel yada teknik mesleklerde çalışmaktadırlar. Bir araştırmaya göre eşlerin % 24'ü girişimcidir ve % 20'si profesyoneldir (Hisrich ve O'Brien 1982:57). Araştırmacılara göre girişimci aile fertlerinin varlığı kadınların daha yüksek eğitim için teşvik edilmelerine ve daha yüksek kendine güven duygusuna sahip olmalarına neden olmaktadır. Bu nedenlerden ötürü de girişimci aile fertlerinin varlığı, girişim performansı ile pozitif ilişkilidir. Lerner, Brush And Hisrich (1997) ise girişimin performansı ile ailede girişimci bulunması arasında ilişki bulunmadığını savunmaktadırlar.

11.2.3. Eğitim Durumu Faktörü

Kadınların aldıkları eğitimin sosyal bilimler alanında olduğu, mühendislik eğitimi alan kadınların ise küçük bir azınlığı oluşturduğu görülmektedir (Hisrich ve Brush 1987:190). Geleneksel kadın sektörlerinde faaliyet göstermeyen kadınların ise, bu sektörlerde faaliyet gösterenlerden daha iyi eğitilmiş oldukları görülmektedir (Hisrich ve O'Brien 1982:61).

Eğitim düzeyi açısından da Norveç örneğinde kadın girişimciler genel popülasyondan ve erkek girişimcilerden daha iyi eğitim düzeyine sahip olup, hem özel hem kamu sektörü deneyimine sahiptirler (Foss ve Ljunggren 2006:158). Brush (1997) ve Greene vd (2003:23) başarılı kadın girişimcilerin bir bölümünün girişimcilik eğitimi aldıklarını ortaya koymuştur. Shragg, Yacuk ve Glass (1992:40-49) ise kadınların başarısında işletme yönetimi eğitimi almış olmanın önemini vurgulamışlardır. Dolinsky vd (1993:46) ise işletme ömrü daha uzun olan kadınların daha iyi eğitilmiş olduklarını ortaya koymuştur. Bu bulguyu destekleyen diğer bir araştırma ise Jayawarna ve Jones (2010)

tarafından gerçekleştirilmiştir. Araştırmacılar başarılı kadın girişimcilerin daha iyi eğitilmiş olduklarını savunmaktadırlar.

12. Kadın Girişimciler İle İlgili Tipolojiler

12.1. Goffee ve Scase Tipolojisi

Goffee ve Scase (1995), iki temel faktörü dikkate alarak kadın girişimcileri sınıflandırmıştır. Bu faktörlerden ilki kadınların bireysellik ve özgüven formundaki geleneksel girişimcilik ideallerine göreceli olarak bağlılıklarıdır. İkinci faktör ise, kadınların genellikle erkeklere tabi oldukları yönündeki geleneksel cinsiyet rollerini kabullenme derecesidir. Bu iki faktör ışığında dört girişimci tipi tanımlanmıştır (Carter ve Cannon 1988:2-3).

Geleneksel: Hem geleneksel cinsiyet rollerine hem de girişimcilik ideallerine yüksek düzeyde bağlılık gösteren kadın girişimciler

Inovatif: Girişimcilik ideallerine yüksek düzeyde bağlı olup, geleneksel cinsiyet rollerine görece daha az bağlılık gösteren kadın girişimciler

Evcimen: Geleneksel cinsiyet rollerine yüksek düzeyde bağlılık gösteren, iş yaşamlarını tamamen ailelerine göre düzenleyen ve girişimcilik ideallerine düşük bağlılık gösteren kadın girişimciler

Radikal: Hem geleneksel cinsiyet rollerine hem de girişimcilik ideallerine düşük bağlılık gösteren, girişimciliği politik kolektivist temelde organize eden kadın girişimciler.

Bu ve diğer sınıflandırmalar kadın girişimcilerin homojen bir grup olmadıklarını tekrar tekrar göz önüne sermektedir.

12.2. Carter Ve Cannon Tipolojisi

Carter ve Cannon (1988) ise, kadın girişimcileri davranışsal bazda sınıflandırmıştır. Yazarlar kadın girişimcilerin işletmelerinin farklı aşamalarında, davranışsal açıdan mutlaka bu gruplardan birine dahil olduklarını belirtmektedirler. Bu sınıflandırmaya göre beş tür kadın girişimci davranışı bulunmaktadır. (Carter ve Cannon 1988:32-34)

12.2.1. Bir Girişimden Diğere Keyfi Geçiş Yapan Genç Girişimciler (Drifter)

Yazarlar bu grup kadın girişimciler bir girişimin başlangıç safhasından diğerine atlayan kadın girişimci tipi olarak tanımlamaktadırlar. Yaşları 25 ve altındadır ve girişimci olmadan önce her hangi bir işte çalışmamaktadırlar. Bu nedenle girişimciliği bir seçenek olarak görmektedirler. Girişimlerinde başarılı olana dek motivasyon düzeyleri ve işlerine bağlılıkları düşük düzeyde olmakla birlikte, başarılı olmaları durumunda yüksek düzeyde bağlılık ve motivasyon sergileyerek, başarılı genç girişimciler sınıfına dahil olmaktadır. Başarısızlık ise, iş hayatından tamamen kopmaları ile sonuçlanmaktadır.

12.2.2. Genç Başarılı Girişimciler

Genç başarılı kadın girişimciler için girişimcilik uzun vadeli düşünülen bir kariyer seçeneğidir. Bu girişimciler iyi eğitilmiştir, eğitim süreçlerinin ardından girişimci olmaktadır. İş deneyimleri tatillerinde yaptıkları yarı zamanlı işlerden ibarettir. Eğitim ve bilgi eksiklerini kurslara katılarak, yararlı sosyal ve işletme ağları kurarak kapatmaktadırlar.

12.2.3. Başarı Odaklı Girişimciler

Genç başarılı girişimciler gibi, bu grupta yüksek kariyer odaklıdır. Büyük bir bölümü çocuk sahibidir. Yaşamlarında, kariyerlerini ve işletmelerinin başarısını etkileyebilecek değişiklikler öngörmemektedirler. Çocuğu olmayanlar ise, çocuk sahibi olmayı, uzun dönemli olmasını düşündükleri kariyerlerini etkileyeceğini düşündüklerinden istememektedirler.

12.2.4. Dönüş Yapan Girişimciler

Bu gruba dahil olan girişimciler, annelik sürecinin sonunda ekonomik yaşama atılmaktadırlar. Bir bölümü yönetim ve iş deneyimine sahip olmakla birlikte, ailevi sorumluluklar nedeni ile kariyerlerine ara vermek durumunda kalmışlardır. Girişimciliğe yarı zamanlı kariyer olarak ve aileleri ekseninde başlamakta, daha sonra tam zamanlı çalışmaya geçmektedirler. Bu grup için de girişimciliği uzun vadeli bir kariyer ve yatırım olarak gördükleri söylenebilir.

12.2.5. Geleneklerine Bağlı Girişimciler

Geleneklerine bağlı kadın girişimciler, diğer gruplara göre daha yaşlıdırlar. İşletmeleri ile ilgili kararlarını aile üyelerinde oluşan grup ile almaktadırlar. Aile her zaman önceliği oluşturmaktadır. Ailenin iş yaşamı için engel olmadığını düşünmektedirler ve aile sorumluluklarını yerine getirebilmek için profesyonel hizmetlerden yararlanmaktadırlar. Örneğin; çocuk bakımı gibi.

12.3. Nielsen ve Kjeldsen Tipolojisi

Nielsen ve Kjeldsen (2000: 13-15), yeni bir girişimin sahibi olma durumunu, “yeni bir işletme kurmuş yada var olan bir işletmeyi satın almış kişi” olarak tanımlamakta ve istatistikler temelinde yeni işletme sahiplerini altı kategoriye ayırmaktadır (Neergaard, Nielsen ve Kjeldsen 2006: 93). Bu kategoriler aşağıda açıklanmıştır.

12.3.1. İşletme Sahibi Girişimci (Self Employed)

Bu sınıfta yer alan kadın girişimciler işletmelerinin her fonksiyonunu tek başına üstlenmektedirler. Personel istihdamını düşünmemekte, tek kişilik işletmelerinde hem bir muhasebeci hem de bir girişimci gibi hareket etmektedirler. Bu nedenle hem bir girişimci hem de kendi kendilerinin çalışanı durumundadırlar. Geleneksel kadın girişimci sektörlerinde faaliyet göstermektedirler.

12.3.2. Geleneksel İşletme Sahibi Çalışan (The Traditional, Self Employed Worker)

Bu sınıfta yer alan kadın girişimciler hali hazırda faaliyette olan başka bir işletmenin yönetimini ele alarak iş sahibi olmaktadır. Bu sınıflandırmayı yapan Neergaard, Nielsen ve Kjeldsen (2006)’ a göre, bu sınıfa giren kadın girişimciler satın alma yoluyla işletme sahibi olduklarından girişimci olarak kabul edilmemektedirler.

12.3.3. Büyüme Odaklı Girişimci (Growth Oriented Entrepreneur)

Bu sınıfta yer alan kadın girişimciler, sınırlı sayıda işletme kurmaktadır. Fakat aynı zamanda ücretli çalışanlar olduklarından girişimci olarak kabul edilmemektedirler.

12.3.4. Boş Vakit Yada Hobi Girişimcisi (The Leisure And Hobby Entrepreneur)

Bu sınıfta yer alan kadın girişimciler, hem ek gelir sağlamak hem de değer yaratmak için işletme sahibi olmaktadır. Sayıları artış göstermekle birlikte bu tür girişimcilerin iş dünyasında oldukça düşük etkinlikleri ve performansları olduğu görülmektedir.

12.3.5. Aile İşletmeleri (Family Business)

Bu sınıfta yer alan kadın girişimcilere, işletmeleri aileden, geleneksel olarak da babadan, miras olarak kalmıştır. Kendileri de şirketlerinin maaşlı bir çalışanı olduklarından Neergaard, Nielsen ve Kjeldsen (2006)'e göre girişimci olarak kabul edilmemektedirler.

12.3.6. Şebekelenmiş Girişimci

Bu sınıfta yer alan kadın girişimciler, bir projeden diğerine geçerek yada bir işten diğerine atlayarak çalışan, serbest ajanlar olarak tanımlanmaktadır. En önemli özellikleri kendileri gibi çalışan diğer kadın girişimcilerle kurdukları ortak işbirlikleri olarak gösterilmektedir.

12.4. Welter Tipolojisi

Welter (2006:131) ise kadın girişimcileri hayal eden, gerçekleştiren ve hareket etmeyen girişimciler olarak üç gruba ayırmıştır. *Hayal eden* girişimci kadın, henüz bir adım atmamıştır fakat ticari bir ürüne dönüştürebileceğine inandığı bir fikri bulunmaktadır. Welter'e göre bu fikir büyük ölçüde algılanan pazar fırsatlarının sonucu ortaya çıkmaktadır. *Gerçekleştiren girişimci* kadınlar ise, iş kurmak için ilk adımlarını atmıştır ve temel motivasyonu bir işletme vücuda getirmektir. *Hareket etmeyen* girişimci ise, geçici bir süre için işi ve proje planlamayı bırakmıştır yada bir nedenle – ki bu yaşadığı hayal kırıklığı yada cesaretinin kırılması olabilir- tamamen girişimcilikten vaz geçmiştir (Welter 2006:131).

13. Türk Kadın Girişimcilerinin Özellikleri

TÜİK Hanehalkı İşgücü Anketi 2006 yılı verilerine göre Türkiye'de çalışan kadınların yüzde 9'unu girişimciler oluşturmaktadır (Karakoç ve Kolaşın 2008:1). Bu tez çalışmasında global düzeyde gerçekleştirilmiş çalışmaların bulguları yer almaktadır. Türk

kadın girişimcileri ile ilgili gerçekleştirilen araştırmalar incelendiğinde bu global düzeydeki araştırmalarla benzer bulgulara ulaşılmaktadır. Buna karşın Türk kadın girişimcisi örnekleminde elde edilen spesifik sonuçlar bu bölümde ele alınacaktır.

13.1. Yaş

Bir araştırma Türk kadın girişimcisinin yaş aralığını 35 - 44 olarak tespit etmiştir (Ertübey 1993:249-252). Hisrich ve Öztürk (1999:119) ise, Türkiye genelinde gerçekleştirdikleri çalışmalarında yaş aralığını 26-35 olarak tespit etmiştir. Karakoç ve Kolaşın (2008:2) ise kadın girişimciler arasında orta yaşlı kadınların çokluğuna dikkat çekerek; girişimci kadınların yarıya yakınının (yüzde 45) 30-39 yaş aralığında olduğunu tespit etmişlerdir. Kutanis ve Hancı (2004:461) da kadın girişimcilerin yaş aralığının 31-40 olduğunu belirterek, genel bir tablo çıkarmışlar ve Türk kadın girişimcisinin evli, tek çocuk sahibi yada çocuksuz ve iyi eğitimi olduğunu belirtmişlerdir. Ufuk ve Özgen (2001:302) ise kadın girişimcilerin yaş aralığını 22-55 ve ortalamasını da 39 olarak tespit etmiştir.

13.2. Eğitim Durumu

Yine dünyadaki meslektaşları gibi toplumun geneline ve erkek girişimcilere göre iyi eğitimidirler (Ertübey 1993; Hisrich ve Öztürk 1999). Hisrich ve Öztürk (1999:119) kadın girişimcilerin % 67 sinin üniversite, % 3 ünün ise yüksek lisans mezunu olduğunu tespit etmiştir. Eşleri de iyi eğitimi olup; % 83'si lisans yada master derecesine sahiptir (Hisrich ve Öztürk 1999:119). Karakoç ve Kolaşın (2008:1) ise bölgesel çalışmalarında girişimci kadınların ortalama eğitim düzeyinin oldukça düşük olduğunu: yarısından fazlasının ilkokul ve alt düzeyinde eğitim almış olduklarını tespit etmiştir. Ufuk ve Özgen (2001:302)'e göre, kadın girişimcilerin büyük çoğunluğu lise, ardından ilkokul, ortaokul ve üniversite mezunudur. Araştırmacılara göre çoğunun eşi üniversite yada kolej mezunu olup, girişimcidir.

13.3. Aile Kompozisyonu

Araştırmalar kadın girişimcilerin ağırlıklı olarak ailenin ilk çocukları olduklarını ortaya koymaktadırlar. Türkiye çapında gerçekleştirilen bir araştırma da kadın girişimcilerin yarısına yakınının ailenin ilk çocuğu olduğunu ortaya koymuştur (Hisrich ve Öztürk 1999:119). Kadın girişimciler büyük oranda evli ve çocukludur. Hisrich ve Öztürk

(1999:119)' ün araştırmasında evli kadın girişimci oranı % 72 olup; % 59'u çocuk sahibidir. Karakoç ve Kolaşın (2008:2) araştırmasında kadın girişimcilerin % 70' inin evli olduğu görülmektedir. Ailelerindeki girişimcilerin varlığı incelendiğinde ise, büyük bir çoğunluğunun ailelerinde girişimci olduğu görülmektedir (Kutaniş ve Hancı 2004:3)

13.4. Faaliyet Alanı Ve Deneyim

Ertübey (1993:246) kadınların faaliyet gösterdikleri sektörlerin ise turizm, gıda, sağlık ve hizmet sektörleri olduğunu belirtmiştir. Bir takım araştırmacılara göre kadınların faaliyet gösterdiği alanların, tıp, muhasebe, reklamcılık, danışmanlık, üretim ve perakendecilik alanları olduğu görülmektedir (Hisrich ve Öztürk 1999; Kutaniş ve Hancı 2004). Başka bir araştırmada ise kadınların perakendecilik ve hizmet sektörlerinde faaliyet gösterdiği, üretim sektöründe varlık göstermedikleri tespit edilmiştir (Ufuk ve Özgen 2001:302). Hisrich ve Öztürk (1999:119), kadın girişimcilerin deneyimli oldukları alanlarda girişimde bulduklarını açıkça ortaya koymuştur. Ufuk ve Özgen (2001:302)' in bulgularına göre, kadın girişimcilerin çoğu (60.9%), girişimci olmadan önce çalışmaktadırlar. Çalışan kadınların sadece % 8'i daha önceden girişimcilik deneyimine sahiptir.

13.5. Fon Bulma

Ertübey (1993:247), başlangıç sermayelerinin ise ailelerinden yada miras yolu ile edinildiği savunmaktadır. Hisrich ve Öztürk (1999:122) İrlanda örneği ile paralel olduğunu ileri sürerek Türk kadın girişimcisinin başlangıç aşamasında devlet desteğinden yararlandığını ortaya koymuştur. Örneklemlerinde, kadın girişimcilerin % 70'i başlangıç sermayesi için devlet desteği almış olup; % 26'sı kendi birikimlerini, %22'si de eşlerinin birikimlerini kullanmıştır. Bir diğer araştırmada da Türk kadın girişimcisinin ana finansman kaynağının kendi birikimleri olduğu, takip eden fon kaynaklarının da sırasıyla; kendi ve eşinin birikimi, eşinin birikimi, borç ve aile desteği, sadece aile desteği, eşi ve aile desteği olduğu tespit edilmiştir (Kutaniş ve Hancı 2004: 461). Ufuk ve Özgen (2001:302) ise araştırmalarında kadın girişimcilerin % 70.4 ünün kendi birikimleri ile, % 18.2 sinin akrabalarından alınan para ile, % 8.2 aile desteği ile ve % 3.2 sinin de banka kredisi kullanarak işe başlangıç yaptıklarını ortaya oymuştur.

13.6. Motivasyon Faktörleri

Ertübeý (1993:248) kadın girişimcilerin üç farklı boyutta erkeklerden ayrıldığını ileri sürmektedir. Bu boyutların ilki motivasyon ile ilgili olup; erkekler kar maksimizasyonu amaçlarken kadınlar statüye öncelik vermektedir. Kadınlar daha yüksek düzeyde riskten kaçınma eğilimi ve düşük düzeyde kendine güven sergilemektedirler. Özel yaşamlarına zaman ayırabilme erkeklerden çok daha önemlidir. Karakoç ve Kolaşın (2008:3)' e göre kadın girişimcilerin ortalama çalışma süresi haftada 44 saat olarak belirlenmiştir. Türk kadın girişimcisinin motivasyonu ise, Hisrich ve Brush (1999:120) araştırmasında sırası ile, bağımsız olmak ve başarıya ihtiyacı olarak belirlenmiştir. İş memnuniyetsizliği, ekonomik zorunluluklar ve güvenlik gereksinimi ise, en zayıf motivasyonlar olarak belirlenmiştir. Aynı çalışmada kadınların kendilerini başarılı buldukları alanlar; kaynak yönetimi, pazarlama, inovasyon, operasyon ve kontrol, planlama ve strateji ve organize etme olarak tespit edilmiştir. Kadınların kendilerini en zayıf hissettikleri alan ise, diğer ülkelerdeki meslektaşları gibi finansal yönetimidir. Kutanis ve Hancı (2004:461), bölgesel olarak gerçekleştirdikleri araştırmalarında ise girişimin başlangıç motivasyon faktörleri olarak, sırası ile; bağımsızlık, kendi işini kurma, ekonomik nedenler, sosyal statü, eşine destek olma olarak belirtmişlerdir. Bir diğer çalışmada kadınları girişimci olmaya iten faktörler ailenin ihtiyacını karşılamak, sosyal ilişkiler geliştirmek ve kendini geliştirmek olarak tespit edilmiştir (Ufuk ve Özgen 2001:302).

13.7. Girişimcilik Sürecinde Karşılaşılan Sorunlar

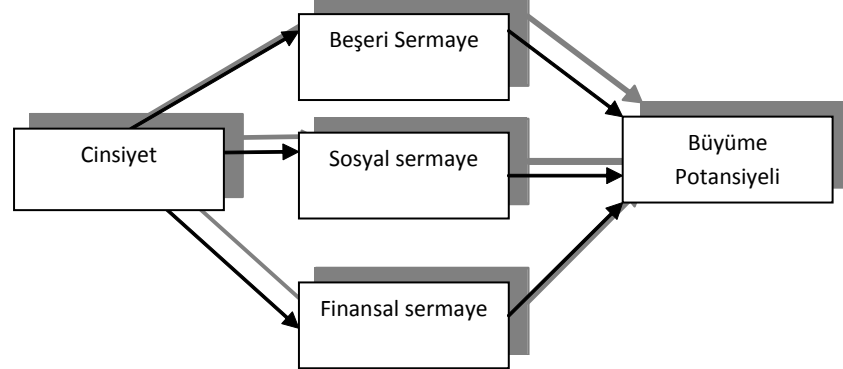
Hisrich ve Öztürk (1999:122), araştırmalarında kadın girişimcilerin % 38'inin başlangıç aşamasında çeşitli kurs ve seminerlere katıldığını ortaya koymuştur. Bu durum kadınların iş kurarken özellikle eksikliğini hissettikleri yönetim ve finansal becerilerini geliştirme amaçlıdır. Araştırmacılara göre, kadınların yaşadıkları başlangıç aşaması sorunları, finansal, dış finansman sağlama, uygun eleman bulma, yol gösterecek bir mercinin olmaması, teminat yetersizliği olarak verilebilir (Hisrich ve Öztürk 1999:123). İşletme faaliyete geçtikten sonra, yaşanan sorunlarda çeşitlenmektedir. Bunlar; finansal, pazarlama ve personel gibi operasyonel konuların yanında, meslektaşları ile işbirliği geliştirme, kredi alma ve tedarikçi ile ilişkilerde deneyimsizlik olarak belirlenmiştir (Hisrich ve Öztürk 1999:123). Kutanis ve Hancı (2004:462) ise, kadınların yaşadıkları sorunları; sosyal baskılar, operasyonel sorunlar ve ayrımcılık olarak belirlemişlerdir.

14. Kadın Girişimcilerin Beşeri Sermayelerinin Analizi

Beşeri sermaye kavramı, iktisadi faaliyetlerle ilgili olarak bireylerde oluşan bilgi, beceri ve diğer nitelikleri kapsamaktadır. Bu tanım bir insanın üretken olarak ortaya koyabileceği tüm nitelikleri içermektedir (OECD 1988: 8). Beşeri sermaye yada insan sermayesi perspektifi, bireyin eğitim düzeyinin (Birley vd 1987; Nelson 1987; Relegrino ve Reece 1982), eğitim alanının, geçmiş girişimcilik deneyiminin, iş deneyimi ve mesleki yetkinliklerinin girişim performansını etkilediğini ileri sürmektedir (Lerner, Brush ve Hisrich 1997: 324). Bu nedenle girişimcilik eğilimi ve girişim performansı ile doğrudan ilişkili bulunmaktadır. Brüderl vd (1996) araştırmasında, beşeri sermayenin ekonomik başarı ve işletmenin devamlılığı açısından önemli olduğunu ortaya koymuştur. Welter (2006:135) ise daha kısa süre ayakta kalan işletmelerin kurucularının daha düşük düzeyde beşeri sermayeye sahip olduklarını tespit etmiştir. Brush (1992)'a göre, kadın ve erkek girişimlerinin performansını etkileyen temel unsurlardan biri de cinsiyet temelinde farklılaşan beşeri sermaye birikimleridir.

Beşeri sermaye – performans ilişkilerine cinsiyet faktörü de eklendiğinde, ortaya farklı bir model çıkmaktadır. Manolava (2006), beşeri ve sosyal sermayenin cinsiyet temelinde farklılaştığını ileri sürerek bu ilişkileri aşağıdaki tabloda vermektedir.

Şekil 2.1: Büyüme Potansiyeli Üzerinde Cinsiyet Bazında, İnsan Sermayesi, Sosyal Sermaye Ve Finansal Sermayenin Etkisi (Kaynak Manolava 2006:238)



Manolava (2006)'ya göre beşeri sermaye unsurları özellikle gelişmekte olan ülkelerde cinsiyet temelinde belirgin farklılıklar taşımaktadır. Araştırmacı, kapsamı gelişmekte olan ülkeler ile sınırlandırmış olsa da, kadınların beşeri sermaye birikimlerinin sosyo kültürel farklılıklara karşın her coğrafyada, cinsiyet temelinde farklılaştığı görülmektedir. Farklı görüşler olsa da özellikle feminist teorisyenler beşeri sermaye unsurlarındaki cinsiyet temelli farklılıkların ortadan kalkmasının kadın ve erkek girişimlerinin performansları arasındaki farklılıkları en aza indirgeyeceğini belirtmektedirler. Liberal Feminist Teori kadınların erkekler ile eşit eğitim, deneyime sahip

olmaları durumunda, girişim performansları arasındaki farklılığın tamamen ortadan kalkacağını savunmaktadır. Bir takım yazarlar bu yaklaşımı bir umut (Jennings ve Cash 2006:62) olarak değerlendirmektedir.

14.1. Eğitim Bileşeni

Bir takım araştırmalar ile eğitim-ölçek-büyüme eğilimi arasında pozitif ilişkinin varlığını ortaya konmuştur (Foss ve Ljunggren 2006; Henry, Johnston ve Hamouda 2006; Diaz ve Jimenez 2006; Lee vd 2009; Jayawarna ve Jones 2010). Araştırmacılar özellikle daha düşük eğitim seviyesine sahip kadınların daha fazla finansman bulma yada uygun insan kaynağına ulaşma sorunları yaşadıklarını ve bu sorunlardan dolayı işletmenin ömürlerinin görece kısaldığını belirtmektedirler (Welter 2006; Brush ve Hisrich 1991; Maysami ve Goby 1999; Schwenk ve Shrader 1993; Lerner vd. 1997). Brush vd (2006:188) Amerika'nın yüksek büyüme kaydeden işletmelerinin başındaki kadınların, yavaş büyüyen işletmelere göre daha iyi eğitilmiş olduklarını ortaya koymuştur. Araştırmacı aynı zamanda genel eğitim düzeyi ile büyüme oranı arasında pozitif ilişki olduğuna dair bulgular elde etmiştir (Brush vd 2006). Daha erken dönem araştırmalarında ise, araştırmacı, kadınların aldıkları formal eğitim alanlarının, girişimleri ile ilgili stratejileri ve karar süreçlerini etkilediğini tespit etmiştir (Brush 1992). Araştırmacıya göre, kadınların beşeri sermaye düzeyleri geliştikçe iş kurma olasılıkları da artmaktadır. Bu durum da beşeri sermayenin işletme performansından başka, kadınların girişimcilik eğilimlerini de etkilediği yönündeki bulguları desteklemektedir.

Kadın girişimcilerin erkek girişimciler ve toplumun geneli ile karşılaştırıldığında daha yüksek eğitim düzeyine sahip oldukları görülmektedir (Foss ve Ljunggren 2006; Henry, Johnston ve Hamouda 2006; Diaz ve Jimenez 2006; Boden ve Nucci 2000; Lee vd 2009; Stevenson ve Jarillo 1990; Vesper 1990; Gartner 1985; Cooper 1981; Box vd 1993; Coleman 2004; Kovalainen ve Arenus 2006). Beşeri sermaye ile işletme performansı arasında pozitif ilişkinin varlığını savunan araştırmacılara göre bu durumda kadın girişimlerinin erkeklerden daha yüksek yada en azından eşit düzeyde performans sergilemesi beklenirken, araştırmalar kadın girişimlerinin, erkek girişimlerinden daha küçük ölçekli olduğu ve daha düşük karlılık ile faaliyet gösterdiğini ortaya koymaktadır (Barret 2006; Cliff 1998; Jennings ve Cash 2006; Nielsen ve Kjeldsen 2000). Öte yandan beşeri sermaye ve girişim başarısı arasında pozitif ilişkinin varlığını sorgulayan araştırma bulguları da dikkat çekicidir. Beşeri sermaye birikiminin, doğal olarak, girişim performansı

ile doğru orantılı olması beklenirken, örneğin Foss ve Ljunggren (2006) formal eğitim düzeyi ile girişim performansı arasında negatif korelasyon tespit etmiştir. Madsen vd (2003:427) ise bu iki değişken arasında korelasyon tespit edememiştir. Farklı bir bakış açısı ile Brush (1992) ise sosyal bilimler alanında eğitim almış olmanın işletme performansını negatif etkilediği sonucuna ulaşmıştır. Box, White ve Barr (1993:43) ve Brush and Hisrich (1991:10)'e göre formal eğitimin süresi işletme performansı ile doğrudan ilişkilidir. Dolinsky vd (1993:47) ise eğitim düzeyi ile girişimlerin sayısı ve girişim ömrü arasındaki pozitif ilişkiyi ortaya koymuştur. Araştırmacıya göre, genel eğitimin süresi ve işletme yaşı arasında da pozitif ilişki bulunmaktadır. Yazarların bu bulguları Jayawarna ve Jones (2010)'un gerçekleştirdikleri araştırma ile de desteklenmektedir. Kadınların sektör seçiminin aldıkları eğitimle doğrudan ilişkili olduğunu belirten Hisrich (1986), kadınların özellikle sosyal bilimler alanında eğitim almalarının onları üretim, finans yada teknoloji yoğun sektörlerden uzak tuttuğunu belirtmektedir (Lerner, Brush ve Hisrich 1997: 325). İstatistikler, kadınların büyük bölümünün perakende satış ve hizmet sektöründe faaliyet gösterdiğini ortaya koymaktadır ki bu sektörler artık kadın girişimcilerin geleneksel sektörleri olarak kabul edilmektedir (Kalleberg ve Leicht 1991; Belcourt vd 1991).

Eğitim düzeyi ve daha genel kapsamda beşeri sermaye ile girişim başarısı arasındaki ilişkiyi inceleyen araştırmaların ortaya koyduğu birbirleri ile çelişen bulgular, araştırmacıları beşeri sermaye unsurlarına farklı açılardan bakmaya yöneltmiştir. Araştırmacılar öncelikle beşeri sermaye unsurları olan eğitim ve deneyimin, girişim performansına etkisi açısından farklılaştığını ve kendi içinde alt gruplara ayrılması gerektiğini ortaya koymaktadırlar. Neergaard, Nielsen ve Kjeldsen (2006:100), Madsen vd (2003:427) den aktardıkları tabloda görüldüğü üzere beşeri sermayeyi iki gruba ayırmaktadırlar. Bu gruplar, genel beşeri sermaye ve spesifik beşeri sermaye olarak belirtilebilir.

Tablo 2.3: Beşeri Sermaye Bileşenleri (Kaynak : Madsen Vd (2003))

| | Genel | Spesifik |
|---------|--|--|
| Eğitim | Kolej, üniversite yada işletme eğitimi | Faaliyet alanı ile ilgili spesifik eğitimler, örneğin tekstil, tasarım gibi. |
| Deneyim | Daha önceki iş | Her hangi bir alandaki |

| | | |
|--|-----------------------------------|---|
| | deneyimleri (yöneticilik dışında) | daha önceki girişimcilik ve yöneticilik deneyimleri |
|--|-----------------------------------|---|

Yukarıdaki tablodan da görüleceği gibi beşeri sermaye, tüm bireysel eğitim ve deneyimi kapsamakla birlikte kendi içinde alt gruplara ayrılmaktadır. Eğitim genel ve spesifik eğitim olarak sınıflandırılmıştır. Genel eğitim, formal eğitimi ifade ederken; spesifik eğitim doğrudan faaliyet alanı ile ilişkili her türlü bilgilendirici faaliyeti kapsamaktadır. Beşeri sermayeye ait her alt grubun girişim performansına etkisinin ve ilişkisinin farklılaştığı görülmektedir. Araştırmacıların bir bölümü beşeri sermayenin alt gruplarını dikkate almaksızın beşeri sermaye – girişim performansı ilişkisini açıklamaya çalışırken (Foss ve Ljunggren 2006; Henry, Johnston ve Hamouda 2006; Diaz ve Jimenez 2006; Boden ve Nucci 2000; Lee vd 2009; Stevenson ve Jarillo 1990; Vesper 1990; Gartner 1985; Cooper 1981; Box vd 1993; Coleman 2004) bir bölümü yukarıdaki tabloda verilen her alt grup için beşeri sermaye bileşeni – girişim performansı ilişkisini açıklamaya çalışmaktadır (Madsen vd 2003; Brush 1997; Greene vd 2003). Bu noktada genel ve spesifik beşeri sermayeyi ayırarak işletme performansı üzerinde asıl pozitif etkiyi sağlayanın spesifik beşeri sermaye olduğunu belirtmektedirler (Madsen ve 2003; Brush 1997; Greene vd 2003; Shragg, Yacuk ve Glass 1992). Örneğin Brush (1997:11) ve Greene vd (2003), girişimcilik eğitiminin işletme performansı ile pozitif ilişkili olduğunu ortaya koymuştur. Shragg, Yacuk ve Glass (1992:40-49) ise işletme yönetimi alanında alınan eğitimin işletme performansını pozitif yönde etkilediğini savunmaktadır. Öte yandan Diaz ve Jimenez (2006:369), sosyal bilimlerde eğitim almanın işletme performansını negatif yönde etkilediğini savunmaktadır. Yazarlara göre sosyal bilimlerde alınan eğitimler, kadınları hizmet sektörüne yönlendirmekte ve bu sektörlerin yapısı gereği de kadınlar erkeklerle karşılaştırıldığında daha düşük performans kaydetmektedirler. Bu noktada kadınların eğitim alanları ile girişim performansları arasındaki ilişkileri açıklamaya çalışan araştırmacılar, ilginç bir sonuç elde etmiştir. Kadınların eğitim düzeylerinin, görece yüksek olmasına karşın eğitim aldıkları alanlar açısından, geleneksel kadın sektörleri yaratmaları gibi, geleneksel kadın eğitim alanları yarattıkları görülmektedir. Kadın girişimcilerin genel eğitim alanlarının sosyal bilimlerde, hukuk ve işletme alanlarında yoğunlaştığı görülmektedir (Kovalainen ve Arenus 2006:124). Fisher vd (1993:162) erkeklerin ise daha mühendislik ve üretim odaklı eğitim aldıklarını ortaya koymuştur. Díaz ve Jiménez (2006:352), İspanyol kadın girişimcileri ile gerçekleştirdiği

araştırmasında, kadınların, teknik yada mühendislik eğitimi yerine sosyal bilimler alanında eğitim aldıklarını tespit etmiştir. Neergaard, Nielsen ve Kjeldsen (2006:100)'in Madsen vd (2003)' den aktardığı beşeri sermaye unsurlarının sınıflandırmasında da açıkça görüldüğü gibi, kadınlar işletme performansı ile daha zayıf ilişkide olan genel eğitim düzeyi açısından avantajlı konumda bulunmaktadır. Diğer bir deyişle kadınların beşeri sermaye birikimi açısından güçlü oldukları yönlerin işletme performansı ile zayıf ilişkiye sahip olduğu görülmektedir (Diaz ve Jimenez 2006; Boden ve Nucci 2000; Lee vd 2009). Zira genel eğitim düzeyinin girişim performansına etkisinin, spesifik, diğer bir ifade ile, doğrudan sektör ve çevresi ile ilişkili eğitimin performansa etkisinden çok daha zayıf olduğu ortaya konmuştur. Neergaard, Nielsen ve Kjeldsen (2006:101)'e göre girişimci kadınlar, geleneksel sektörlerde faaliyette bulunmayı seçerek, çok daha az eğitim gerektiren alanlara eğilim göstermektedirler. Bu açıdan formal eğitimlerinin işletme performansına katkısı minimum düzeyde olmakta, zira bu eğitimle elde ettikleri bilgi ve yetenekleri kullanabilecekleri alanlarda faaliyet göstermemekte ve/veya eğitim alanlarının yaptıkları iş ile doğrudan ilgisi bulunmamaktadır. Eğitimleri genel kapsam ile sınırlı olup faaliyet gösterdikleri alanlar ile ilgili spesifik eğitimlerinin açıkça yetersiz olduğu görülmektedir.

Welter (2006), kadınların eğitim alanları tercihlerinin, artan bir ivme ile sosyal bilimler alanlarından mühendislik alanlarına doğru kaydığını ortaya koymuştur. Araştırmacıya göre bu durum kadınların erkek egemen sektörlerde faaliyet göstermeyi tercih etmelerini hızlandırmaktadır (Welter 2006:136). Öte yandan daha öncede belirttiğimiz gibi, genel eğitim düzeyinin kadın girişimlerinin erkeklerle kıyaslandığında daha düşük performans sergilemelerinde etkili olduğu yönünde de bulgular mevcuttur (Madsen vd 2003; Begley ve Boyd 1996; Fisher 1992; Fisher 1993; Diaz ve Jimenez 2006). Foss ve Ljunggren (2006:157) artan genel eğitim düzeyi ile riskten kaçınma davranışının doğru orantılı olduğunu tespit etmiştir. Araştırmacılara göre, genel beşeri sermayenin bireylerin riskten kaçınma olasılığını arttırdığını fakat spesifik beşeri sermayenin ise daha önceki deneyimler doğrultusunda bireyi iş kurmaya yönelttiğini ortaya koymuştur. Bu bulgulara karşın bir grup araştırmacı, eğitim ile işletme başarısı arasında herhangi yönde bir ilişkinin varlığını kabul etmek için eldeki verilerin yeterli olmadığını belirtmektedirler (Begley ve Boyd 1996; Fisher 1992; Fisher 1993). Begley ve Boyd (1986:10) ise, eğitim ve büyüme arasında herhangi bir ilişki olmadığını savunmaktadır. Paralel bir görüş olarak, Lerner vd (1997) de eğitim seviyesi ve eğitim alanı ile performans arasında ilişki bulunmadığını savunmaktadır.

Kadın girişimcilerin eğitime bakışları da, aldıkları eğitim ve girişimleri arasında kurdukları ilişkiyi irdelemek açısından önemlidir. Örneğin Avustralya’ da gerçekleştirilen bir araştırma, kadınların eğitim sisteminin genel olarak mükemmel olduğunu, fakat girişimcilik açısından uygulamaya dönük olmadığını düşündüklerini ortaya koymuştur. İşletme öğrencilerine muhasebe teorileri kapsamlı olarak öğretildiğini ama kaynak bulmak ve kaynağın işletmenin gelişimi için nasıl kullanılacağını belirlemek için muhasebe eğitiminin yeterli olmadığını altını çizmişlerdir (Barret 2006: 35).

14.2. Deneyim Bileşeni

Kadın girişimcilerin, erkeklerden görece daha az sektörel (Brush ve Hisrich 1991; Moore ve Buttner 1997; Maysami ve Goby 1999; Cron vd 2006; Valdez 1998), girişimcilik (Madsen vd 2003; Brush vd 2006; Brush 1997; Greene vd 2003; Box, White ve Barr 1993; Brush ve Hisrich 1991; Ronstadt 1988) ve yöneticilik deneyimine sahip oldukları araştırmalarla ortaya konmuştur. Kadınların iş kurma aşamasında genel olarak yöneticilik ve işletmecilik deneyimi açısından erkeklere göre dezavantajlı olmaları, Neergaard, Nielsen ve Kjeldsen (2006:103)’e göre cam tavan sendromu nedeni ile, kadınların maaş terfi gibi olanaklardan yararlanamamasından kaynaklanmaktadır. Bu durum diğer bir takım araştırmalarla da doğrulandığı üzere kadınların yeterli yöneticilik deneyimi kazanmalarını engellemekte ve onları girişimci olmaya iten nedenlerden biri olarak görülmektedir. Diğer yandan Bates (1990:554) ve Boden ve Nucci (2000) yöneticilik deneyimi ile işletmenin devamlılığı arasında anlamlı ilişkiye ulaşamamıştır. Neergaard, Nielsen ve Kjeldsen (2006) sektörel deneyimin bir girişimcinin başarısının altın anahtarı olduğunu ortaya koymuştur.

Altı yıl ve üzeri sektörel deneyime sahip kadın girişimcilerin işletmelerinin elde ettikleri performansının erkek girişimlerine yakın olduğu tespit edilmiştir. Boden ve Nucci (2000:348), işletmelerinin ömrü uzun olan girişimcilerin en az 10 yıllık işveren deneyimine sahip olduklarını tespit etmiştir. Araştırmacılara göre kadınların geçmişte herhangi bir iş kurma deneyimleri olmaksızın iş hayatına atılmaları onlar için dezavantaj teşkil etmektedir. Brush vd (2006:171)’ne göre ise hızlı büyüyen işletmeleri yavaş büyüyen işletmelerden ayıran faktörlerin başında girişimcinin sektörel deneyimi gelmektedir (Brush vd 2006:189). Foss ve Ljunggren (2006:163)’ de teknik ve sektörel deneyimin iş kurma olasılığını pozitif etkilediği sonucuna varmıştır. Kadın girişimcilerin işveren olarak daha az deneyime sahip olmaları da işletmelerinin hayatta kalma olasılıklarını etkilemektedir (Brush vd 2006:188). Kadın girişimcilerin iş kuracakları faaliyet alanlarını seçerken,

eğitimi yerine, geçmiş iş deneyimleri doğrultusunda, bilgi sahibi oldukları sektörlerde eğilim gösterdikleri de görülmektedir (Barret 2006:35). Deneyimin işletme performansı üzerindeki pozitif etkisi araştırmalarla ortaya konmakla birlikte Tablo 2.2’ de de görüldüğü gibi deneyimin genel yada spesifik olmasının performans ile olan doğrudan ilişkisini etkilemektedir. Örneğin Bruin Ve Flint-Hartle (2006:302) daha önceki iş deneyimleri başarısızlıkla sonuçlanan girişimcilerin, deneyimden öğrenme olanağı elde ettiklerini belirtmektedirler. Box, White ve Barr (1993:34) ve Brush and Hisrich (1991:14)’e göre ise daha önce bir girişimde bulunmuş olmak, performansla doğrudan ilişkilidir.

Fisher (1992:1993)’ nin performansı, işletme ölçeği, büyüme ve verimlilik (Fisher vd 1993: 163) olarak tanımladıkları araştırmalarında vardıkları sonuç ise eğitim ve deneyim farklılıklarının kadın ve erkek girişimciler arasındaki performans farkını açıklamakta neredeyse hiçbir önem taşımadığı yönündedir (Fisher 1992:11). Girişimcilik literatüründe saygın bir yer edinmiş Brush’un son dönem çalışmalarına göre, kadın ve erkek girişimciler arasındaki performans farklılıkları, sadece eğitim yada deneyim farklılıkları ile açıklamak olanaklı değildir (Brush vd 2006:189). Kadınların sektörel deneyimlerinin eksikliği ve performansları arasındaki ilişkiler bir çok çalışmanın konusu olmuştur. Sektörel deneyimin performans üzerinde etkili olmasının nedeni sosyal ağların kurulması olarak belirtilmektedir. Sektörel deneyim girişimciye destek sağlayan sosyal ağların diğer bir ifade ile ilişkilerin kurulmasına olanak sağlamaktadır (Loscocco, Robinson, Hall ve Allen 1991; Zimmerman ve Zeitz 2002; Silversides 2001). Lerner vd (1997) araştırmasına göre, geçmiş girişimcilik deneyimleri ve sektördeki girişimcilik deneyiminin performans üzerindeki etkilerinde farklılık tespit edilmiştir. Geçmişte bir iş kurmuş olmanın mevcut girişim performansını etkilediğine dair kanıt bulunamamıştır. Araştırmacılara göre daha önceden maaşlı bir işte çalışmış olmak, karlılığı pozitif etkilemekte ve sektörel deneyim ise gelirli pozitif etkilemektedir. Valdez (1998) ise, araştırmasında sektörel deneyim ve işletme performansı arasında güçlü ilişkinin varlığını kanıtlayacak veriler elde etmiştir. Çalışmasında gelirin deneyim ile de doğru orantılı olarak arttığını ortaya koymuştur. Ronstadt (1988:31-40) bir işletmenin daha başarılı olmasının ve daha uzun süre yaşamasının, daha önceki girişimcilik deneyimi ile ilgili olduğu sonucuna varmıştır. Diğer bir takım araştırmalarda da, geçmiş deneyimlerin, performans, karlılık üzerine olumlu etkisi olduğu kanıtlanmıştır (Lerner, Brush ve Hisrich 1997; Miskin ve Rose 1990). Hisrich ve Brush (1984:1991) kadınların büyük bir bölümünün deneyimli oldukları alanlara yöneldiklerini (Barret 2006:35) ve benzer alanlardaki geçmiş deneyimin

büyüme ile pozitif ilişkili olduğunu tespit etmiştir. İş konusundaki yetenek yada yetkinlikleri ise özellikle yaratıcılık ve insan ilişkileri konularındaki performansla pozitif ilişkili bulunmuştur (Brush ve Hisrich 1991:15). Miskin ve Rose (1990) kadınların özellikle girişimlerin başlangıç aşamasında sürekli öğrenme süreci yaşadıklarını ve bu nedenle başlangıç aşamasında, daha yetkin oldukları ileriki aşamalara göre daha az başarılı olduklarını belirtmektedir. Schwenk ve Shrader (1993) ise meta analizi çalışmasında, organizasyonel planlama yeteneğinin işletme performansı ile en güçlü pozitif ilişkiye sahip yetkinlik olduğunu ortaya koymuştur.

15. Kadın Girişimcilerin Girişimlerinin Farklı Aşamalarında Finansal Sermayelerinin Analizi

Kadın girişimlerinin erkek girişimlerine kıyasla düşük işletme performansı kaydetmelerinin temel nedenlerinden biri olarak yetersiz sermaye ile başlangıç yapmaları ve süregelen zaman içinde de yetersiz kaynaklardan ötürü yatırım yapamamaları olarak belirtilmektedir (Brush 1997; Greene 2003; Shragg, Yacuk ve Glass 1992; Lerner, Brush ve Hisrich 1997). Carter ve Rosa (1998:228) aynı sektörde faaliyet gösteren kadın ve erkek girişimlerini karşılaştırmış ve erkeklerin kadınlardan üç kat daha fazla sermaye ile iş kurduklarını ortaya koymuştur. Başlangıç sermayesi kullanım miktarlarındaki bu büyük farklılık kadın girişimlerinin ileriki aşamalarda gösterdiği performans üzerinde doğrudan etkilidir. Araştırmacılar, başlangıç sermayesi miktarı ile, sabit varlıkların güncel değeri, satış cirosu, çalışan sayısı ve çekirdek tam zamanlı çalışan sayısı arasında ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Bu durumda kadınlar, daha az başlangıç sermayesi kullanarak uzun dönemde dezavantajlı konumlarını işletmelerini kurarken sağlamaktadırlar. Cooper vd (1994) ne göre ise finansal sermaye beklenmeyen şoklar için bir tampon oluşturmakta ve sermaye yoğun stratejiler izlenebilmesine olanak vermektedir. Araştırmacılara göre, yeterli başlangıç sermayesini uygun koşullarda bulabilme girişimin başarı ve performansını etkileyen en önemli çevresel faktördür (Lerner, Brush ve Hisrich 1997: 326). Miskin ve Rose (1990) araştırması, kadınların parasal kaynaklara ulaşmada erkeklerle eşit olanaklara sahip olduğu Amerika'da bile kadınların özellikle dış kaynaktan fon sağlamak konusuna sıcak bakmadığı ve bu nedenle bu algıdan kaynaklı kendilerine engel olduklarını ortaya koymuştur. Bu bölümde kadın girişimcilerin fon bulma stratejileri ve bu stratejilerin işletmelerinin performansına etkisi incelenecektir.

Avrupa KOBİ leri gerçekleştirilen bir araştırma da, küçük ölçekli işletmelerin finansman sorunlarının, onların yenilikçiliğini olumsuz etkilediğini ve bu durumunda büyümelerini engellediğini ortaya koymuştur (Eurostat 2002). Headd (2003) girişimcinin finansman kaynaklarının ve başka kaynaklara ulaşabilme becerisinin başarılı bir başlangıç ve büyüme için önemli olduğunu belirtmektedir. Frank Ve Kessle (2010: 9), işletmenin kalitatif büyümesi için finansmana ihtiyaç duyduğunu belirtmektedir. Yazarlara göre işletmelerin büyümesini, kısıtlayan en etkili faktörlerden biri finansal kaynaklardır. Finansal kaynaklar yüksek düzeyde esneklik göstermektedir. İşletmelerin inovasyon projelerini hayata geçirebilmeleri ve buna bağlı hızlı büyüme kaydedebilmeleri için daha çok finansal kaynağa gerek durmaktadırlar. Diğer bir ifade ile ne kadar çok finansal kaynağa ulaşabilirlerse yeni stratejiler üretmek için o kadar geniş alana sahip olmaktadır. Yetersiz sermaye ile işe başlamak, kadın girişimlerinde, uzun dönemde negatif etkiler yaratmaktadır (Brush vd 2006:190). Díaz ve Jiménez (2006:350)' e göre kadın girişimcilerin önündeki en büyük sorun ise işletmelerini geliştirmek için fon bulma ve etkin bir planlama anlayışlarının olmamasıdır. Manolava (2006) da gelişmekte olan ekonomilerde kadınların işletmelerini büyütmek için daha az kaynağa sahip olmasının kadının önündeki en büyük engellerden biri olduğunu belirtmektedir (Manolava 2006; Tan 1996). Bir takım araştırmalar, kadın ve erkeklerin farklı finansal stratejiler izlediklerini ve bu durumun da kadınların işletmelerinin büyümesinde etkili olduğunu göstermiştir. Winborg ve Landstrom (2001:235) finansal sorunların KOBİ lerin gelişimini engelleyen en önemli etken olduklarını ifade etmektedirler (Watson, Newby ve Mahuka 2006:205). Haynes ve Haynes (1999:5), bankalardan finansal kaynak kullanımının gelecek satış hacimleri üzerinde pozitif etkisi olduğunu ortaya koymuştur. National Foundation Of Women Business Owners (2001) araştırmasına göre, hızlı büyüyen işletmeler yavaş büyüyenlere göre daha çeşitli finansal kaynak kullanmaktadırlar. Bu bulgular Gundry ve Welsch (2001) araştırması ile de doğrulanmıştır (Brush vd 2006:192). Finansal kaynakların varlığının büyüme üzerinde en önemli etken olduğu kabul edilmektedir. Drucker (1995)'a göre sermaye yetersizliği başlangıç aşamasında girişimciler için en önemli engeli oluşturmaktadır (Henry, Johnston ve Hamouda 2006:259).

Kadın girişimcilerin fon kaynakları incelendiğinde özellikle başlangıç sermayesi olarak kişisel birikimlerini kullanma yoluna gittikleri görülmektedir. GEM İrlanda araştırmasında, girişimcinin kendisine ait ve yakınlarından derlediği kaynakların, tek başına bir girişimin başlangıcı için gerekli en büyük kaynağı oluşturduğu tespit edilmiştir

(GEM Ireland 2001:28). Henry, Johnston ve Hamouda (2006:265)' a göre politikacılar bu noktayı gözden kaçırmaktadırlar. GEM tarafından Avustralya'da kadın girişimcileri ile gerçekleştirilen araştırma ise, kadın girişimlerin en önemli fon kaynağının kişisel birikimleri olduğunu ortaya koymuştur. Diğer en popüler fon kaynaklarını ise sırasıyla aile ve hükümet destekleri oluşturmaktadır (GEM Australia 2003:16-17). Welter tarafından Alman girişimci kadınları ile gerçekleştirilen araştırmada ise, benzer şekilde kadınların başlangıç sermayesini kendi birikimleri ve ailelerinden aldıkları desteklerin oluşturduğu görülmektedir (Welter 2006:143).

Araştırmada çok küçük bir azınlığın dış kaynak kullandığının tespit edilmesi ise beklenmeyen sonuç olarak değerlendirilmektedir. Brush, Amerikan kadın girişimcilerin düşük sermaye ile işe başlamalarının nedenlerini araştırmış ve nedenin kadın girişimcilerin öncelikle kendi birikimlerini kullanmaları olduğunu tespit etmiştir (Brush vd 2006:190). İrlanda örneğinde de kadınların başlangıç sermayesi olarak kendi ve yakınlarının birikimlerini kullandıkları ve bunun nedeninin ise kadınların dış kaynağa ulaşmak konusunda önlerinde bir çok engel var olduğunu düşünmelerinin geldiği görülmektedir (Henry, Johnston ve Hamouda 2006:264). Araştırmalar mikro işletmelerin kısa dönemli kredi alımlarında en çok zorlanan işletmeler olduklarını ortaya koymaktadır. Bu durum da kadınların dış kaynak kullanmama eğilimlerinin açıklamalarından biri olarak kabul edilmektedir (Welter 2006:143). Haynes ve Haynes (1999:12) ise kadınların erkeklere oranla daha çok aile ve arkadaş yolu ile sermaye edindiklerini ortaya koymuştur. Bu durum kadın girişimlerinin büyümesi önünde bir engel olarak kabul edilmektedir. Kadınların dış finansal kaynaklara başvurmamalarının girişimlerinin ömrü ve büyüklüğü üzerindeki etkisi, girişimcinin cinsiyetinden çok daha önemli olmaktadır (Coleman ve Carsky 1996; Wolken 1995). Borzi (1994:28) ise, başlangıç sermayesi edinim sürecinde cinsiyet temelinde farklılaşan engeller olduğunu belirtmektedir. Araştırmacıya göre iki nedenden dolayı kadınlar özellikle başlangıç aşamasında fon bulma konusunda dezavantajlı konumdadırlar. Bu nedenlerden birincisi kadınların daha az varlıklı olmaları, ikincisi ise sermaye edinebilmek için sınırlı ağ iletişimlerinin olmasıdır. Kadınların iletişim halinde olmayı seçtikleri ağlar incelendiğinde, bunların işletme birliklerinden ziyade, yakın arkadaş, eş ve aile fertlerinden oluşan gruplar oldukları görülmektedir. Kadınların ağ yapıları ilgili bölümde ayrıntılı olarak incelenecektir. Neergaard, Nielsen ve Kjeldsen (2006) de, kadın girişimcilerin iş kurmak için öncelikle kendi birikimlerini kullandıklarını tespit etmiştir. Araştırmalar kadınların banka kredileri kullanmaktan kaçınırken kullandıkları alternatif fon

kaynaklarının orta ve uzun vadede daha maliyetli olduğunu ortaya koymaktadır (Constantinidis vd 2006:135-142). Öte yandan kadınlar bir finansal kuruluşa başvurduklarında genellikle aldıkları informal öğütlerle hareket ederlerken, erkekler ticari birlikler, destek kuruluşlar yada profesyonel danışmanlık hizmetlerinden yararlanmaktadır (Welter 2006:139). Carter ve Rosa (1998:232) ise, özellikle hizmet sektöründe faaliyet gösteren erkek girişimcilerin, kadın girişimcilerden daha fazla olarak finansal konularda profesyonel danışmanlar kullandıklarını da ortaya koymuştur. Carter ve Rosa (1998:230), kadın girişimciler için, işletmelerinin kuruluş aşamasında ve faaliyet aşamasında finansal kaynak tercihleri değiştiğini; hem kadın hem de erkek girişimciler için ana sermaye kaynağının kişisel birikimler olduğunu ve diğer ana kaynakların sırası ile, hesaptan fazla para çekme ve krediler olduğunu belirtmektedirler (Carter ve Rosa 1998:230). Araştırmacılara göre en nadir başvuru kaynakları ise, iştirakler, ihracat finansmanı kredileri ve daha önceki girişimlerden elde edilen karların kullanımı olarak verilebilir. Carter ve Rosa (1998:231), faaliyet aşamasında kullanılan ana finansman kaynağının ise banka hesabından fazla para çekmek olarak belirlemiştir. Kişisel birikimler, aileden ve arkadaşlardan alınan destekler, faaliyet aşamasında da girişimcinin önemli fon kaynaklarını oluşturmaktadır (Carter ve Rosa 1998:232).

Watson, Newby ve Mahuka (2006) dış kaynak kullanımı açısından kadın girişimcileri üç gruba ayırmıştır. Bu gruplar şu şekilde sıralanabilir.

- a) *Cesareti Kırılmış Girişimci*: Bu tip girişimci kesinlikle dış kaynak kullanmama kararı almıştır.
- b) *Başarısız Girişimci*: Dış kaynak arama girişimlerinde başarısız olmuş girişimcidir.
- c) *Başarılı Girişimci*: Dış kaynak arama girişimlerinde başarılı olmuş girişimcidir.

Bir ve üçüncü grup karşılaştırıldığında, üçüncü grup tarafından hükümet düzenlemelerinin temel engel olarak belirtildiği, operasyonel sorunların olabileceğine daha az değinildiği görülmektedir. Her üç grupta yer alan girişimciler içinde potansiyel finansman kaynakları; bankalar, hisse senetleri ve leasing olarak sıralanmıştır. Üçüncü grup girişimciler birinci gruba göre daha fazla sayıda olası dış finansman kaynakları tanımlamışlardır. Bu durumun nedeni üçüncü grup girişimcilerin işletmelerini geliştirmek konusunda daha kararlı olmaları ve bu nedenle kaynak aramaya daha fazla enerji ve zaman harcamaları ile ilişkilendirilmektedir. Birinci grupta yer alan girişimcilere neden dış kaynak kullanmadıkları sorulduğunda Jensen ve Meckling (1976:310)' in Kıdem Sırası

(pecking order) hipotezi ile tutarlı şekilde, katılımcılar iç kaynakların yeterli olduğunu belirtmişlerdir. Diğer nedenler ise, dış kaynak kullanımının taşıdığı riskler, yükleyeceği sorumluluklar ve başvurularının kabul edilmemesi olarak sıralanmıştır. Birinci grup üçüncü gruba göre büyümenin getireceği iş yükü ve zorluklara daha fazla odaklanmaktadır. Bu durumda birinci grubun cesaretlerinin kırılmış olmasında dış etkenlerden çok iç etkenlerin etkili olduğunu ortaya koymaktadır. Her üç grup içinde risk, dış kaynak kullanımının ana sorunu olarak belirtilmiştir. Bu riskler içinde en göze çarpanı ise faiz oranlarındaki artış potansiyelidir. Yine bir ve üçüncü grup karşılaştırıldığında birinci grubun işletmeleri üzerindeki kontrolü kaybetmek ile daha ilgili oldukları görülmektedir. Cressy (1995:292) kontrol isteğinin tek başına bir girişimcinin finansman kararını etkilediğini ileri sürmektedir. Bu eğilim ne kadar güçlü ise girişimci o kadar iç kaynaklara yönelmektedir. Bu durum bir girişimin gelişiminde içsel faktörlerin önemini vurgulamaktadır. Birinci grubun tüm katılımcıları kontrolü sağlamayı “çok önemli” olarak işaretlemiştir (Watson, Newby ve Mahuka 2006:222-223). Kon ve Storey (2003:38-40)’e göre dış kaynak kullanmaktan kaçınan girişimciler, iyi bir projeleri olduğuna inanmakla birlikte bankaların onlara bu fikir için kredi vermeyeceklerini düşündüklerinden başvurma girişiminde dahi bulunmamaktadırlar. Sonuç olarak bir girişimcinin dış kaynak arama davranışı etkileyen temel nedenler risk ve kontrol tutumları olarak belirlenebilir. Dış kaynak aramayan girişimciler işletmeleri üzerindeki kontrollerini kaybetmek istememektedirler (Watson, Newby ve Mahuka 2006:227).

Jennings ve Cash (2006)’ e göre kadınların başlangıç aşamasında ve faaliyetlerin devamlılığı için başvurdukları fon kaynakları farklılık göstermektedir. Kadın girişimciler başlangıçta dış kaynak kullanımını tercih etmezken, ileriki aşamalarda dış kaynak kullanmaya başlamaktadırlar (Jennings ve Cash 2006:74). Watson, Newby ve Mahuka (2006:212) kadınların banka kredilerine başvurma eğilimlerinin işletmelerinin beşinci yılından sonra ivme kazandığını tespit etmiştir. Hisrich ve Brush (1987:192)’ a göre ise kadınlar başlangıç aşamasında dış fon kaynaklarından yararlanmamakla birlikte, bu durum ilerleyen aşamalarda farklılık göstermektedir. Hisrich ve Brush (1987:192), kadınların % 55’inin ilerleyen aşamalarda banka kredisi kullandığını tespit etmiştir.

Berggren vd (2000:3-4) bir girişimcinin banka kredisi kullanma kararını etkileyen beş unsur olduğunu ortaya koymuştur. Bunlar şu şekilde sıralanabilir.

a) İşletmenin büyüklüğü,

- b) Teknolojik gelişmişliğin derecesi,
- c) İşletmenin varlığını sürdürebilmesi için büyümenin ne derece hayati önem taşıdığı konusunda girişimcinin düşüncesi,
- d) Dış kaynağa başvurmadan sağlanabilecek finansman desteğinin miktarı ve
- e) Girişimcinin işletme üzerinde kontrolünü kaybetmeye karşı yaklaşımı.

Berggren araştırmasında bu faktörler arasında en etkili olanın işletmenin kontrolünü elinde tutma eğilimi olduğunu ortaya koymuştur (Watson, Newby ve Mahuka 2006:213). Berggren' in bulgularına paralel olarak, Jennings ve Cash, kadınların kasıtlı olarak dış kaynak kullanımından kaçındıklarını ve bunun nedeninin, onların, büyüme ve kontrole karşı tutumlarının bir yansıması olduğunu savunmaktadırlar (Jennings ve Cash 2006:74). Ek olarak kadın girişimciler daha az deneyimli olmalarının getirdiği bir sonuç olarak, dış finansal kaynağa başvurmayı daha az güvenli ve güvenilir bulmaktadırlar. Hutchinson (1995)' da, girişimcinin riskten kaçınma eğilimi ile işletmesini kontrol etme isteğinin bir araya gelmesi ile, girişimcinin, öz sermaye kullanımı ve artırımına sınırlamalar getirdiğini savunmaktadır (Hutchinson 1995:238). Watson, Newby ve Mahuka (2006:212)' ya göre banka kredileri gibi dış kaynakları kullanmaktan kaçınan girişimcilerin, işletmeleri üzerindeki kontrollerini kaybedebilecekleri riskini göz önünde bulundurdukları görülmektedir. Araştırmacılar bu yaklaşımın özellikle kadın girişimciler için geçerli olduğunu belirtmektedirler.

Leitch, Hill ve Harrison (2006:324) kadınları dış kaynak aramaktan alıkoyan nedenleri aşağıda verildiği gibi sıralamaktadırlar.

- a) Fon sağlayan kurum ve kuruluşlarda üstü örtülü uygulanan cinsiyet ayrımcılığı
- b) Cinsiyet ile ilgili gizli sosyal varsayımlara dayanan yapısal konular
- c) Kadınların dış kaynak için harekete geçseler dahi başarısız olacaklarına dair inançları
- d) Kadınların seçtikleri sektörlerin yapısı
- e) Kadınların seçtiği yaşam tarzı
- f) Bilgi eksikliği

Romano vd (2001:304) ise finansman bulma konusundaki sorunların temelinde, girişimcinin alternatifler konusunda uyanık yada bilinçli olmamasının var olduğunu belirtmektedir.

Greene vd (2000:23) ise kadınların artan öz kaynak gereksinimleri konusunda zorluk yaşamalarının dört temel nedeni olduğunu tespit etmiştir. Bu nedenler şu şekilde sıralanabilir.

- a) Kadınlar dış kaynak aramamaktadırlar
- b) Kadınların algıladıkları engeller onları dış finansal kaynaklara ulaşmasını engellemektedir
- c) Kadın finansal kaynaklara ulaşabilmek için yeterli bilgi ve yetkinlik düzeyinde bulunmamaktadır.
- d) Kadınlar yatırımcıların ve bankaların ilgi göstermedikleri sektörlerde faaliyet göstermektedirler

Kadınların iş kurarken görece daha az kişisel birikime sahip olmaları, finansal konulardaki deneyim eksiklikleri ve Borzi (1994:35) nin bulguları ile tutarlı olarak, gerekli ağlarla iletişimde olmamaları da dış kaynak kullanmamalarının nedenleri olarak gösterilmektedir (Jennings ve Cash 2006:78). Neergaard, Nielsen ve Kjeldsen (2006:97), iş kurmak isteyen kadın girişimcilerin % 50 sinin gerekli sermayeyi bulabileceklerine inanmadıkları için iş kurma fikrinden vazgeçtiklerini ortaya koymuştur. İrlanda da kadın girişimciler dış kaynak kullanmak yerine kendilerinin ve ailelerinin birikimlerini kullanmayı tercih etme nedenleri olarak ailelerinin refahını tehlikeye atmak istememelerini göstermişlerdir (Leitch, Hill ve Harrison 2006:319). Öte yandan Neergaard, Nielsen ve Kjeldsen (2006:98) ise kadınların erkeklere göre daha gerçekçi amaçları olduğu ve finansal açıdan daha yaratıcı çözümler ürettiklerini ileri sürmektedir. Yeni Zelanda' da gerçekleştirilen geniş kapsamlı araştırmada Hamilton ve Fox (1998:241) küçük işletmelerin dış kaynaklı fonlardan yararlanma davranışlarının, arzın yetersizliğinden ziyade talep eden tarafın kararının bir sonucu olduğunu ortaya koymuştur.

Chaganti vd (1996:73) ise, KOBİ lerin sermaye yapısında en önemli etkenin girişimcinin amaçları olduğunu belirtmektedir. Kadınların başarı kriterlerinin erkek girişimcilerden anlamlı ölçüde farklılaştığı bir çok araştırma ile tespit edilmiştir. Kadın girişimciler için başarı kriterleri erkek girişimcilerden farklı olarak, karlılık ve büyümeden

ziyade, kendini gerçekleştirme, aile ve iş arasında dengeyi koruyabilme ve bir işletme vucuda getirebilme olarak tespit edilmiştir (Buttner ve Moore 1997:34). Araştırmacılara göre farklı motivasyona sahip olmak, büyüme eğilimlerini etkilemekte ve dolayısı ile fon bulma davranışları da farklılaşmaktadır. Fox vd (1995:210-211) da, kadın girişimcilerin motivasyon faktörlerinin doğrudan dış kaynak kullanımından kaçınma davranışına neden olduğunu belirtmektedir. Fon sağlama sürecinde, sosyal faktörlerden biri olarak, özellikle androsentrizmin de (androcentrism) etkili olduğu ortaya konmuştur (Leitch, Hill ve Harrison 2006:324). Carter ve Rosa (1998:228), başlangıç sermayesi ile girişimcinin yaşı arasında ilişki bulunduğunu savunmaktadır. Araştırmasında aynı sektörde faaliyet gösteren daha geç (Yaş < 25) kadın girişimcilerin daha az başlangıç sermayesi kullandığını ortaya koymuştur.

Araştırmacılara göre kadınları işletmelerini büyütmekten alıkoyan nedenlerden biri de seçtikleri yaşam tarzıdır (Leitch, Hill ve Harrison 2006). Daha önce de değinildiği gibi kadınlar aile yaşamlarının olumsuz etkilenmesinden çekindikleri için büyümenin getireceği sorumlulukları stlenmemektedirler. İşletmelerini büyütmek konusundaki bu yaklaşımları da onların dış kaynaklara ynelmemesinin nedenlerinden biri olarak görülmektedir. Leitch, Hill ve Harrison (2006:326)' a göre ise cinsiyet temelinde kadın ve erkeğin dış fonlara ulaşmasında kadınlar için ayrıca dezavantaj oluşturacak durumlar bulunmamaktadır.

Öte yandan kadın girişimciler bir çok ülkede hükümet eli ile desteklenmektedirler. Hkmetlerin bu konuda çeşitli girişimleri ve yapılanmaları söz konusudur. Finlandiya Hkmeti kadınların ağlar kurarak sosyal sermayelerini geliştirmek amacıyla Kadın Girişimcilik Merkezleri (Women Entrepreneurship Centers) kurmuş ve ülke çapında yaygınlaştırmıştır. Bu merkezler halihazırda Ticaret Bakanlığına bağlı olarak faaliyet göstermektedirler (Kovalainen ve Arenus 2006:118). Diğer destekler ise hükümetlerin finanse ettiği ve kadınlar için tasarladığı özel kredi programları, iş kurma aşamasında kadınlara kılavuzluk etmek ve izlemek için kurulmuş yapılarıdır. Kadınlara zel kredi programlarının özelliği, kadınları özellikle dış finansal kaynak aramaktan alıkoyan temel nedenleri dikkate alınarak tasarlanmalarıdır. Daha önce de değinildiği gibi kadınlar, iş kurarken erkek girişimcilere göre çok daha az kişisel birikim ve kaynak ile işe başlamaktadırlar. Alman Hkmeti ise kadın girişimcileri desteklemek için 1990' lı yıllarda mikro kredi programlarını başlatmıştır. Bu programa kadınlar tarafından gösterilen ilgi bu tür programlara olan ihtiyacı gözler önüne sermiştir. Yine Alman hükümetinin başlattığı

bir diğ er uygulama ise, kadınlara kredi verilirken iş deneyimi aranmamasıdır. Aynı zamanda bir takım bankalarda, başka bankalardan kredi talepleri geri çevrilen kadınlara kredi sağlayarak kadınlara destek olmaktadır (Welter 2006:143). Avustralya’ da kurulan Victorian Women’s Trust kuruluşu, kadın girişimlerine destek vermektedir. Bu desteğ in amacı, kadın girişimciler için, yetersiz kişisel birikimi, işbirliğini, geleneksel işbirliği şekillerinin yarattığı boşluğu, izolasyonu, kendine güven eksikliğini, kreditebilite eksikliğini dengelemek ve krediye ulaşma önündeki engelleri azaltmak olarak belirtilmektedir (Victorian Women’s Trust 1987:4). Norveç Hükümeti de kadın girişimlerini desteklemek için bir takım düzenlemelere gitmektedir. Örneğ in, Hükümet kadın girişimcilerin kullanımı için bölgesel birimlerine fon aktarmaktadır. Kadınlar özellikle başlangıç aşamasında hükmet eli ile desteklenmeye çalışılmaktadır (Foss ve Ljunggren 2006:169). Yeni Zelanda da kadın girişimlerinin ihracatı devlet eli ile desteklenmektedir. Hükümet ulusal işletmeleri ile deniz aşırı işletmeler arasındaki işbirliğini geliştirmek için aracı kurumlar oluşturmuştur (Bruin Ve Flint-Hartle 2006:302). Bankalara ulaşamayan girişimciler için mikro işletmelere fon desteğ i sağlayan destek kuruluşlar bir boşluğu doldurmaktadır. Bankaları fon ve yatırım bölümlerinde kadın çalıştırması da, kadın girişimciler için başlatılan uygulamalardan biridir. Kadınlar, bu şekilde kendilerini daha rahat hissetmekte ve kuruluş ile daha sağlıklı iletişim kurabilmektedirler (Henry, Johnston ve Hamouda 2006:278). Fakat öte yandan Barret (2006:49), Avustralya örneğ inde olduğu gibi hükümetin izlediğ i politikaların ve bankaların izledikleri stratejilerin, kadınların dış kaynak kullanımına daha az eğ ilim göstermelerine yol açtığını da tespit etmiştir. Bankaların kaynak tahsis etmek için öncelikle girişimin büyüme olasılığ ını dikkate almaları geleneksel sektörlerde faaliyet gösteren kadınları kapsam dışında bırakmaktadır (Barret 2006:32). Geleneksel sektörler yada geleneksel kadın girişimci sektörlerinin kapsadığı faaliyet alanları eğitim, sağlık hizmetleri, kişisel ve diğ er hizmetler, kafe, restoran, eğ lence olarak belirtilebilir (Barret 2006:43) ve bu sektörlerin özelliğ i rekabetin çok, kazancın düşük olmasıdır (Barret 2006:43). Neergaard, Nielsen ve Kjeldsen (2006), inşaat yada taşımacılık gibi erkek egemen sektörlerin hakimiyeti ve bankaların kadınların seçtikleri faaliyet alanlarını fazla riskli bulmalarından dolayı kadınların dış kaynaklara ulaşmak konusunda dezavantajlı bir konuma sahip olduğunu belirtmektedir. Bankalar, geleneksel sektörlerde faaliyet gösteren, düşük büyüme potansiyeli olan işletmeler yerine ihracat ve büyüme potansiyeli olan ve daha çok ana endüstriyel sektörlerle aktif fon sağlamaktadırlar. Bankaların bu eğ ilimleri Henry, Johnston

ve Hamouda (2006:280)'nın araştırmasında da ortaya konmuştur. Leitch, Hill ve Harrison (2006:320) İrlanda örneğinde bu sektörlerin, medya, enerji, endüstriyel ürünler ve hizmetler ile üretim olduğunu ortaya koymuştur. Leitch, Hill ve Harrison (2006:325) ise bankaların ve yatırımcıların özellikle formal ve informal ağların varlığını aradığını ortaya koymaktadır. Fon sağlayan kuruluşların yaş ve cinsiyet faktörünü dikkate almadıkları bunun yerine büyüme, ihracat potansiyeli, iş planlaması ve yönetim yapısını dikkate aldıkları tespit edilmiştir. Sonuç olarak kadınların finansman kaynağı talep edebilecekleri bankalar ve yatırımcılar karşısında erkeklere göre dezavantajlı konumda oldukları bir kısım araştırma bulguları ile desteklenen bir durumdur. (Bruin Ve Flint-Hartle 2006:317). OECD 2000 yılı raporunda ise, kadınların dış finansman kaynaklarına ulaşmak konusunda yaşadıkları sorunların nedenleri olarak, kadın girişimcilerin geleneksel olmayan düşünce tarzı ve yenilikçi fikirleri gösterilmiştir (OECD 2000:139). Görünen odur ki bu yenilikçi fikirler dış finansman kaynakları tarafından riskli bulunmaktadır. Buttner ve Rosen (1989:253) bankaların kadınlara cinsiyet temelinde ayrımcılık uyguladıklarını, bunun nedeninin ise, kadınlarda başarılı olma potansiyeli görmemeleri olduğu ortaya koymuştur. Çeşitli araştırmalar kadınların bireysel yatırımcılardan ve ticari kredi kullanmak yolu ile fon sağlama olasılığının daha düşük olduğunu ortaya koymuştur (Casson vd 2006:620).

Carter ve Rosa (1998:225), kadınların finansman konusunda yaşadıkları sorunları dört ana başlık altında toplamıştır. İlki, kadınlar başlangıç sermayesine ulaşabilme konusunda dezavantajlı konumdadırlar. İkincisi, dış fon kullanımını için gerekli olan teminat miktarları birçok kadının kişisel birikimi yada ulaşabileceği herhangi kaynaktan elde edeceği miktardan çok daha fazladır. Üçüncüsü, kadınlar informal finansal ağlara katılmadıklarından, işlerini sürdürebilmek için gerekli finansal kaynağa ulaşmak konusunda dezavantajlı konumdadırlar. Son olarak kadınlar, bankacılarla ilişkilerinde cinsiyet temelli önyargı ve ayrımcılığa maruz kalmaktadırlar.

Walker ve Joyner (1999:95-97) ikinci kuşak olarak tanımladığı genç kadın girişimcilerin finansal kaynak arayışı konusunda da öncekilerden farklılaştığını ileri sürmektedir. İkinci kuşak kadın girişimciler, aktif olarak dış kaynaklardan yararlanmak istemekte, girişim sermayesi yada kendilerini finanse edecek yatırımcılar aramaktadırlar (Barret 2006:32). Fay ve Williams (1991:67) ise, kadınların eğitim düzeyleri arttıka işlerini geliştirmek için kredi başvurusunda bulunma olasılığının arttığını ortaya koymuştur. Öte yandan bilgi ve teknoloji alanlarında faaliyet gösteren kadınların,

geleneksel sektörlerde faaliyet gösteren kadınlara göre, dış finansman kaynağı aramak konusunda daha az sorun yaşadıkları ortaya çıkmıştır. Elbette bu durum, bu sektörlerde faaliyet gösteren girişimci kadınların, diğerlerine göre daha iyi eğitilmiş olmaları ile ilişkilendirilebilir. (Neergaard, Nielsen ve Kjeldsen 2006:98). Bir diğer ilginç bulgu da, sayıları hızla artan ve “business angel” olarak adlandırılan yatırımcıların arasında hiç kadın olmamasıdır.

Banka kredi taleplerinin reddedilme durumu incelendiğinde ise, kadınlara göre daha çok erkek girişimcinin talebinin geri çevrildiği görülmektedir. Carter ve Rosa (1998:234), erkeklerin kredi taleplerinin geri çevrilme nedenlerinin; sektör, eğitim durumu ve Rotary Klubü üyeliklerinin olmaması iken; kadınların geri çevrilme nedenlerinin, varlıkların toplam değeri, yaş, çocuk sayısı, önceki iş deneyimi, mesleki eğitim ve yetiştirme ile ilgili olduğunu ortaya koymuştur. Kadın ve erkek girişimcilerin banka değiştirme nedenleri incelendiğinde, erkeklerin kadınlara göre çok daha az oranda, “banka ile ilişkilerden” kaynaklanan nedenlerden dolayı banka değiştirdikleri görülmektedir. Bu durumu Carter ve Rosa (1998:237), erkek girişimcilerin bankacılar ile daha sağlam ilişkiler kurmalarına bağlamaktadır.

1999 yılında Bank of England araştırması, ortalama başlangıç sermayesinin £17,680 olduğunu ve girişimcilerin % 60' ının başlangıç sermayesi olarak kişisel birikimlerini kullandıklarını ortaya koymuştur. Başlangıç sermayesi olarak kişisel birikimlerin öncelikle kadınlar tarafından tercih edildiği bir çok araştırma ile desteklenen bir bulgu niteliği taşımaktadır. Bir takım araştırmalar kadınların başlangıç sermayesi edinme konusunda erkeklerden daha çok zorluk yaşadıklarını ortaya koymaktadır (Birley 1989; Carter Vd 2003; Hill Vd 2006; Hisrich Ve Brush 1985; Shaw Vd 2001; Verheul Ve Thurik 2001). Bu zorluklar; kadınlar tarafından algılanan engeller (Kon Ve Storey 2003; Leitch, Hill Ve Harrison 2006; Henry, Johnston Ve Hamouda 2006; Neergard, Nielsen Ve Kjeldsen 2006; Greene Vd 2003), ayrımcılık (Leitch, hill ve Harrison 2006), yeterli bilgi ve deneyime sahip olamama (Greene 2000) ve bankaların kadın sektörlerine yaklaşımı (Greene 2000) olarak belirtilebilir. Fay ve Williams (1993) ise, kadınların düşük sermaye ile işe başlamalarının tamamen kişisel tercihleri olduğunu belirtmektedir. Fielden vd (2006:36) ise erkeklerin daha kolay finansal kaynaklara ulaşabildiklerini, çünkü erkeklerin doğrudan girişimcilik kariyerine başladıklarını fakat kadınlar için bu sürecin daha dolaylı olduğunu belirtmektedir (Davidson vd 2010:64). Erkeklerle karşılaştırıldığında kadın girişimlerinde

düşük yatırım, düşük büyüme oranını ve geliri doğurmaktadır (Kallenberg Ve Leicth 1991; Watson 2002). Marlow vd (2009:142) ne göre eğer finansal girdiler eşitlenirse, kadın ve erkek girişimleri performansı arasındaki farklar da ortadan kalkmaktadır.

Constantinidis vd (2006:137) ne göre kadın girişimcilerin başlangıç sermayesi finansmanında kendi algıları, tercihleri ve tipik kadın girişimci özellikleri etkili olmaktadır. Örneğin, kadınlar genellikle düşük ücretli ve kendilerini geliştirme olanaklarının kısıtlı olduğu işlerde çalışmaktadırlar. Bu nedenle de beşeri sermayelerini geliştirememektedirler (Boden Ve Nucci 2000:357). Coleman (2000:47) ise kadınların eğitim düzeylerinin, dış kaynak kullanımları önündeki anahtar engel olduğunu belirtmektedir. Araştırmacılar, düşük sermayenin, yetersiz yönetim deneyiminin ve formal ağ ilişkilerinin bir sonucu olduğunu belirtmektedirler (Carter Vd 2003; Carter Ve Shaw 2006). Rooper Ve Scott (2009) ise, kadınların başlangıç sermayesi edinme aşamasında erkeklerden daha çok engeller algıladıklarını ileri sürmektedir. Algılanan engeller kadın girişimlerinin performansları üzerinde oldukça önemli ve negatif etkiye neden olmaktadır. Hill vd (2006:160), sosyal ve beşeri sermaye eksikliğinin yanı sıra sosyalleşme, eğitim ve aile sorumluluklarının da kadınların önündeki engeller olduğunu belirtmektedir.

Bir girişimin kurulması aşamasında dört kaynağa gereksinim bulunmaktadır. bu kaynaklar; finans, insan, mal varlığı ve iş planı olarak belirtilebilir. Yeni bir işletmenin kurulması aşamasında finansman ile ilgili ana konu, girişimcinin yüzleştiği dış kaynak edinebilme önündeki engellerdir (Stiglitz Ve Weiss 1981; Storey 1994; Levenson Ve Willard 2000). Deneyimsizlik, bankalar için referans oluşturacak geçmiş işletme performanslarından yoksunluk ve güvencenin olmayışı, girişimcilerin dış kaynak edinimindeki en büyük engeller olarak görünmektedir (Cassar 2004:4-11).

Kadınlar başlangıç sermayesi olarak kendi birikimlerini ve arkadaş ve ailelerinden aldıkları finansal kaynakları kullanmaktadırlar (Bennet ve Dann 2000; Constantinidis vd 2006; Manolava vd 2006; Stanger 1990). Kadınların özellikle girişimin başlangıç sermayesi olarak başvurdukları kaynaklarla ilgili literatürde oldukça fazla araştırma yer almaktadır. Bu araştırmalarda tespit edilen ortak bulgu ise kadınların kredi başvurusunda bulunma olasılıklarının erkeklerden daha düşük olduğu yönündedir. Constantinidis vd (2006:134), kadın girişimciler erkeklerden daha fazla kredi kartı ile başlangıç sermayesini tamamlama yoluna gitmekte, fakat bu finansal kaynağın kredi ile karşılaştırıldığında daha yüksek maliyetli olduğunu gözden kaçırmaktadırlar. İngiltere’de kadınlar erkeklerin

başlangıç sermayelerinin 1/3 ü ile işe başlamaktadırlar (Carter Ve Rosa 1998; Marlow Ve Carter 2006; Shaw Vd 2008). Bir kısım yazarlar bunun nedeni olarak kadın girişimlerinin daha küçük ölçekli, servis odaklı olmaları nedeni ile daha az sermayeye gerek duyduklarını belirtmektedirler (heilbrann 2004). Constantinidis vd (2006:136)' ne göre kadınlar, zayıf kredi kaydı ile birlikte daha genç ve riskli işletmelere sahiptirler. Bu durumda dış kaynak arama olasılıklarını azaltmaktadır. Diğer bir grup araştırmacı ise, kadınların erkeklerden daha az kazandıklarını bu nedenle daha az yatırım yapabildiklerini ifade etmektedir (Roper ve Scott 2009). Orser vd (2005:292) ise kadınların düşük finansal yapılarının düşük beşeri sermaye ve sosyal sermayelerinin bir yansıması olduğunu savunmaktadırlar. Manolava vd (2006) ise sermaye miktarının, yeni bir girişimin hayatta kalması açısından çok önemli bir belirleyici olduğunu belirtmektedir (Manolava vd 2006:111).

Jayawarna ve Jones (2010:14) araştırmalarında, örnekleme dahil erkek girişimcilerin % 60 ı iş kurmak için kişisel birikimlerini kullanırlarken, kadınların % 39 u kişisel birikimleri ile başlangıç yaptıklarını tespit etmiştir. Yazarlara göre bu durum, kadınların beşeri sermayelerini geliştirme olanaklarının daha az olması nedeni ile kullanabilecekleri daha az varlığa sahip olduklarını göstermektedir. Kadınların eğitim düzeyi yükseldikçe, daha yüksek beşeri sermayeye sahip olmaları nedeni ile kişisel yatırım miktarları da artmaktadır. Aynı araştırma, kadın ve erkeklerin yakın başlangıç sermayesi kullandıklarını ortaya koymuştur. Bu bulgu, kadınların erkeklerden çok daha az sermaye ile iş kurdukları genel yargısını desteklememektedir.

15.1. Kadın Girişimcilerin Alternatif Fon Kaynakları Yaratma (Bootstrapping) Teknikleri

Başlangıç aşamasında kadınların karşı karşıya geldikleri finansal sorun ve kısıtlar ile kadınların dış kaynak kullanmak konusundaki çekinceleri sonucunda, kadın girişimciler finansal kaynak arayışlarında kendilerine özgü çözümler üretmekte olduğu görülmektedir. Bu teknikler bootstrapping terimi ile tanımlanmaktadır (Mason Ve Harrison 1999:24). Diğer bir ifade ile girişimcilerin, finansal kaynak arayışları, onları birtakım informal uygulamaları denemeye itmektir ve bu yöntemler, bootstrapping faaliyetleri olarak adlandırılmaktadır. Harrison vd (2004:308)' ne göre, bootstrapping faaliyetleri, kaynakların kontrolünü sağlama ve düzene sokma açısından, görece düşük maliyetli ve yaratıcı stratejiler sağlamaktadır. Thorne (1989)' a göre, bu faaliyetler, alternatif finansman

edinme araştırmalarında bir boşluğu işaret etmektedir. Thorne (1989:8), bu teknikleri şu şekilde sıralamıştır:

- a) Tedarikçilerden ödünç alma
- b) Müşterilerden erken ödeme alma
- c) Ücretsiz yada düşük ücretli personel istihdam etme
- d) Reklam amacı ile kiralanabilir alanlar için özel anlaşmalar yapma
- e) Ortaklık hakkı vermeyen (non-equity) fonların kullanımı (örneğin; krediler)
- f) Özel ilişkiler

Windborg ve Landstrom (2001), bootstrapping teknikleri ile ilgili bu güne kadar yapılmış en geniş kapsamlı araştırmayı gerçekleştirmiştir. Araştırma İsveç'te 262 küçük ölçekli işletme ile gerçekleştirilmiştir. Bu araştırmanın sonuçlarına göre dört bootstrapping tekniği bulunmaktadır. Bunlar:

- 1) Müşteri odaklı teknikler
- 2) Ödeme geciktirme teknikleri
- 3) İşletme sahipleri odaklı teknikler
- 4) Ortak fayda teknikleri

Bootstrapping teknikleri diğer finansman kaynaklarının kullanılmadığı durumlarda küçük işletmelerin başarısı için önem taşımaktadır (Harrison vd 2004; Timmons 1999).

Brush vd (2006:170), kadın girişimcilere ait 88 hızlı büyüyen teknoloji şirketleri ile gerçekleştirdikleri araştırmalarında, sermaye artırma yeteneğini ile hızlı büyüme arasında anlamlı ilişki tespit etmiştir (Jayawarna ve Jones 2010:5). Timmons (1999:39), bootstrapping tekniklerinin, işletmeleri daha akıllıca harcamaya yönelten bir tür disiplin olduğunu ileri sürmektedir. Ebben (2009:349), işletmelerin bootstrapping tekniklerine başvurmalarının finansal açıdan kısıtlanmış çevrelerine bir tepki olduğunu ileri sürmektedir. Brush vd (2006:188) ise aksine, finansal zorlukların bu tekniklerin kullanımını açıklamayacağını ileri sürmektedir. Winborg (2009) ise, bootstrap davranışının, işletme riskini azaltmak için, maliyet tasarrufuna odaklanma stratejisinden proaktif stratejiye kadar değişebileceğini belirtmektedir (Jayawarna ve Jones 2010:6).

Kadın girişimcilerin uyguladığı bootstrapping teknikleri ile ilgili çok fazla araştırma bulunmamaktadır. Brush vd (2006:306), kadın girişimlerinde dış kaynak kullanımının sınırlı olduğunu, özellikle işletmelerinin erken evrelerinde fon kaynaklarının, aile, arkadaşlar, bootstrapping teknikleri, özel öz sermaye kaynakları yada özel yatırımcılar olduğunu belirtmektedir. Carter vd (2003) ise, sosyal ağların sermayeye ulaşma konusunda doğrudan etkisi olmamakla birlikte, kadınların bootstrapping tekniklerine başvurmalarını teşvik ettiğini belirtmektedir. Yazar, aynı zamanda danışmanlarında daha geniş kaynaklara ulaşmayı kolaylaştırdığını iddia etmektedir (Jayawarna ve Jones 2010:6).

Brush vd (2006:28), kadınların işletmelerin farklı evrelerinde farklı bootstrapping teknikleri kullandıklarını belirtmektedir. Marlow ve Carter (2006) ise cinsiyetin fonların arz ediliş şekline etkisi olmadığını ama talebi şekillendirdiğini belirtmektedir. Yazarlara göre erkekler daha yüksek olasılıkla formal fonları ararlarken, kadınlar informal fon kaynakları konusunda öğüt aramaktadırlar. Bu davranış kadın girişimcilerin, riskten kaçınan doğası ile açıklanmaya çalışılmaktadır (Jayawarna ve Jones 2010:6).

Bootstrapping teknikleri

Jayawarna ve Jones (2010:15) erkek ve kadınların kullandıkları bootstrapping tekniklerinin farklılık gösterdiğini ortaya koymuştur. Erkekler ödeme ile ilgili bootstrapping tekniklerini kullanmaktadırlar. Kadınlar ise, tersine, ortak yararlanma teknikleri ve işletme sahibi odaklı teknikleri kullanmaktadırlar. Ödeme odaklı tekniklerin kullanımında cinsiyet temelinde farklılaşma tespit edilememiştir. Kadınların kendi maaşlarından kesinti yapmak ve kişisel kredi kartları kullanmak yolu ile işletme sahibi odaklı teknikleri kullandıkları tespit edilmiştir. Erkekler ise başka gelir kaynaklarından fon kullanmaktadırlar. Yazarlar, bulgulara dayanarak, kadınların, bootstrap kaynaklarına ulaşmak için güçlü ağ bağlantıları kullanmak konusunda daha rahat olduklarını ifade etmektedirler. Aynı zamanda kadınların, erkeklere göre kendi kişisel kazançlarından kesinti yaparak kaynak yaratmak konusunda daha istekli oldukları da tespit edilmiştir. Erkeklerin ödeme odaklı bootstrapping tekniklerini kullanmaları ise, sahip oldukları finansal becerileri zayıf ağ bağlantılarını geliştirmek için kullanmalarının bir sonucu olarak kabul edilmektedir. Bu yolla tedarikçiler ve müşteriler ile müzakere yoluna gidebilmekte ve ödeme odaklı bootstrapping tekniklerini kullanabilmektedirler.

Sosyal ağların formal finansman kaynaklarına ulaşmaktan daha ziyade bootstrapping tekniklerinin uygulanması açısından daha önemli olduğu görülmektedir. Güçlü ağ

bağlantıları, ortak fayda ve işletme sahibi odaklı bootstrapping teknikleri ile, zayıf ağ bağlantıları ise ödeme odaklı ve ortak fayda bootstrapping teknikleri ile ilişkili bulunmuştur (Jayawarna ve Jones 2010:15). Sonuç olarak, formal finansman yatırım teknikleri açısından değil fakat bootstrapping teknikleri açısından cinsiyet belirleyici bir rol oynamaktadır. Formal yatırım araçları açısından güçlü bağlar kadınların iç finansman kaynaklarına ulaşmasını sağlarken, komisyonculuk ise bağış gibi yatırım araçlarına ulaşmayı kolaylaştırmaktadır. Kadınlar için güçlü bağlar ile ortak fayda ve işletme sahibi odaklı bootstrapping teknikleri arasında ilişki vardır. Bu veri, kadınların informal kaynaklara ulaşmak için aile ve arkadaşları ile ilişkilerinin erkeklerden daha önemli olduğu yönündeki diğer araştırma bulgularını desteklemektedir. Benzer şekilde erkeklerin zayıf ağ bağları ile ödeme odaklı bootstrapping tekniklerini kullanmaları arasındaki güçlü ilişki, erkeklerin duygusal bağlara sahip olmadıkları insanlarla ilişki kurduklarını onaylamaktadır (Batjargal vd 2009). Sonuç olarak güçlü ağ bağları kadın girişimciler, zayıf ağ bağları ise erkek girişimciler için daha önemlidir.

16. Kadın Girişimcilerin Sosyal Sermaye Yapılarının Analizi

Sosyolojik teoriler, sosyal yapıların kadınların girişimcilik olanaklarına ulaşmasını ve performanslarını etkilediğini öne sürmektedir. Sosyal yapılar, çalışma alanı, aile, organize olmuş sosyal yaşam olarak belirtilebilir (Aldrich 1989:128). Sosyal sermaye ise, ağların bir formu olarak tanımlanabilir. Baron vd (2001:924) sosyal sermayenin üç bileşenini, sosyal ağlar (formal-informal), sosyal beceriler (kişilerarası iletişim becerisi) ve sosyal kimlik (statü, kimlik ve itibar) olarak tanımlamıştır. Ağ iletişimi, genellikle formal organizasyonlara üyelik, kaynakları belirleyebilmek, diğer işletme sahipleri ile görüşmek yada işletme amaçları için kurulan bağlantılarla kurulmaktadır. Bu tür ağ iletişimini sağlamanın en yaygın yolu – en azından erkek girişimciler için - ticaret odaları üyelikleri yada Rotary gibi hizmet organizasyonu üyelikleri olarak görülmektedir. Sosyal ağlar, girişimcinin kaynaklara ve fırsatlara ulaşmasını engelleyen yada kolaylaştıran bir faktördür. Sosyal ağlar gerekli işletme bilgilerine, deneyim ve bağlantılarına ulaşmak açısından da kritik öneme sahiptir (Nelson 1987; Barret 2006). Bu nedenle, ağların girişimcinin performansı üzerinde doğrudan etkili olması doğaldır (Aldrich ve Zimmer 1986:16). Ağ ilişkileri yada bağlar üç kategoride incelenbilir: zayıf, güçlü ve karma (Carter vd 2003). Zayıf bağ, formal işletme aktörleri ile kurulu ilişkileri ifade etmektedir. Bu aktörler: hizmet sağlayıcılar (örneğin bankacılar, avukatlar yada muhasebeciler),

profesyonel danışmanlar (finansal danışmanlar yada işletme danışmanları), ticari birlikler, ticaret odaları yada hizmet klüpleri olarak sıralanabilir (Davidsson and Honig 2003:303). Güçlü bağlar ise aile/arkadaş/akrabalardan sağlanan psikolojik destek; tanıdıklardan sağlanan katkı; etnik, yerel yada komunal ilişkiler olarak verilebilir. Formal ve informal ağların kombinasyonu ise karma ağ yapısı olarak verilebilir. Jayawarna ve Jones (2010:7) da informal yada güçlü ağların, aile ve arkadaşlardan oluştuğunu ve kadın girişimcilerin baskın ağları olduğunu, zayıf ağ ilişkilerinin ise, bankalar, avukatlar, danışmanlar ve ticari birliklerden oluştuğunu ve kadınların bu ağlarla bağlantı geliştirme olasılıklarının düşük olduğunu belirtmektedir. Örneğin, kadın ağırlıklı ağların, ölçek, yoğunluk, çeşitlilik ve ağ ilişkilerini gücü açısından daha zayıf ve sınırlı olduğu görülmektedir (Hill Vd 2006; Martin 2001). Diğer yandan kadınların informal ağ ilişkilerini tercih ettikleri de görülmektedir (Smeltzer ve Fann 1989:25-27). Sonuç olarak kadın ve erkek girişimcilerin farklı ağ yapıları oluşturdukları açıkça görülmektedir (Aldrich 1989; Aldrich Vd 1997; Buttner 1993; Ibarra 1993; Knouse Ve Webb 2001; Manolava Vd 2006; Olm Vd 1988).

Van den ven (1998) ayakta kalabilen ve büyüyen işletmelerin diğer işletmeler ile ve kendi içinde ağ kurabilme ve etkin olarak kullanabilme yeteneğine sahip olduğunu tespit etmiştir. Sosyal ağların ve arkadaşların varlığı moral desteği açısından önemli bir rol üstlenirken, ticari birlikler de kadınlar için yol gösterici olmaktadır. Araştırmalar, bir çok girişimin başarısızlıkla sonuçlanmasının nedeninin bilgi ve parasal anlamda kaynakların yetersizliği olduğunu belirtmektedir. Sosyal ağlar, girişimcilere, eksik olan, gereksinim duydukları kaynakları sağlama olanağı tanıdığı için özellikle önem taşımaktadır. Ağlar, farklı finansal olanaklar, bilgi gibi bir çok kolaylığa ulaşılmasını sağlamakta girişimcilere karşılıklı birbirlerine destek verebilecekleri alt yapıyı da oluşturmaktadır. Foss ve Ljunggren (2006:171)'e göre de, sosyal sermaye iş kurma faaliyetini dolaylı yoldan etkilemektedir. Bunun nedeni ise, ağların temel kaynaklara ulaşmayı sağlamasıdır. Sosyal sermaye, iş kurma aşaması öncesinde ve girişimcinin fırsat algılamasını etkileyen önemli bir faktör olarak ortaya çıkmaktadır. Aynı zamanda girişimciye sağladığı sosyal destek ile girişimcinin kariyer seçiminde etkili olmaktadır. Brush vd (2006:190)'ne göre sosyal sermayenin asıl önemi, işletmenin ileriki aşamalarında ortaya çıkmaktadır. Sosyal ve iş ilişkilerin girişimciye sağladığı bilgi ve kaynak desteği sayesinde girişimci yeni iş ve finansal çözümlere ulaşabilmektedir. Welter (2006:141)' e göre kadınların ağlara katılmasının en büyük yararı birlikte güçlenmeyi başarmalarıdır. Bunu izleyen yararlar ise, belli konularda öğüt alabilme olanağı ve benzer deneyimleri paylaşabilme olanağıdır.

Kadın girişimciler için iyi bir ağ yaratmanın en önemli kriterinin karşılıklı faydaya dayanan ilişkiler olduğunu tespit edilmiştir. Bunu izleyen kriterler ise, ağların farklı faaliyet alanı ve sektör katılımcılarını içermesi açısından heterojen olması ve geniş ölçüde deneyim birikimi sağlamasıdır. Kadınlar için ağların sağladığı kimlik duygusununda önemli olduğu görülmektedir (Welter 2006:141). Still (1987) ise, kadınların ağlarının kadınlara önemli destekler sağladığına fakat işletme güvenilirliğine katkısı olmadığı sonucuna ulaşmışlardır.

Cron vd (2006:54), gelir ve girişimcinin dahil olduğu sosyal çevrenin boyutu arasında pozitif ilişki tespit etmiştir. Araştırmacılara göre, gelir durumu ve girişimcinin iş çevresinde dahil olduğu oluşumların sayısı arasında pozitif ilişki bulunmaktadır. Johannisson (1993:271) bir girişimci için en önemli bilgi kaynağının ağlar olduğunu belirtmektedir. Sosyal ağların özellikle girişimin başlangıç aşamasında daha büyük önem taşıdığı ve kolaylaştırıcı etkisi bulunduğu görülmektedir (Aldrich 1989:118). Araştırmalar, kültürel çevrenin ağ yapılarını etkilediğini, kolektivist ve informal toplumlarda başarının büyük ölçüde kişisel ilişkilere ve bağlantılara bağlı olduğunu ve bu anahtar faktörlerin girişimin başlangıç aşaması için özellikle önem taşıdığını ortaya koymuştur (Cromie ve Birley 1992; Elam 1995; Aldrich vd 1997; Brush 1990). Brush ve Hisrich (1991:15), kadınların işe başlangıç şeklinin, başlangıç sermayesi edinme yönteminin, sahip oldukları yönetim becerileri ve deneyimin kadınların sosyalleşme tarzlarını etkilediğini tespit etmiştir (Greene 2003:11). Araştırmacılar, kadınların ağ ilişkilerinin sosyal öğrenme ve çevresel perspektif edinmeye neden olmasından dolayı karlılıklarını pozitif yönde etkilediğini savunmaktadır (Lerner, Brush ve Hisrich 1995; Chan ve Foster 2001; Cromie ve Birley 1992). Brush ve Hisrich (1991:15-17), başlangıç sermayesi miktarı ve edinme yönteminin ağ yapısı ile ilişkili olduğunu tespit etmiştir. Araştırmacılar ağ yapılarının kadın girişimcilerin yönetim becerileri ve genel deneyimleri ile de korelasyona sahip olduğunu belirtmektedirler. Lerner vd (1997:318), ağ ilişkilerinin sayısının gelir ile pozitif, çalışan sayısı ile negatif ilişkili olduğunu tespit etmiştir. Araştırmacılara göre sosyal sermaye, finansal öğüt alma, pazarlama, tanıtım ve pazarda güven tesis etmek açısından özellikle önem taşımaktadır (Barret 2006; Victorian Women's Consultative Council 1988). Welter (2006)'e göre psikolojik destek sağlama motivasyonu ile ağ ilişkileri kurmak, büyüme ve işletme ömrü ile negatif ilişkilidir. Araştırmacı, ağ yapılarının heterojenliği ile işletme ömrü arasında pozitif ilişki tespit etmiştir. Carter vd (2003:2006), yönetim deneyimi eksikliğinin kadınların formal ağ ilişkileri kurmalarına engel olmasından dolayı,

işletme performansını olumsuz etkilediğini savunmaktadırlar. McGuire (2000) ise, kadınların ağlarında, erkeklere göre daha az prestijli ve daha az güçlü bireylerin yer aldığını tespit etmiştir.

Araştırmalar, kadın girişimcilerin kurdukları ağların, aile, iş ve sosyal yaşam üçgeninden oluştuğunu, erkeklerin sosyal ağlarında oldukça az kadın yer almasına karşın, kadın girişimcilerin ağlarının erkeklere daha fazla yer verdikleri bir kompozisyona sahip olduğunu ortaya koymuştur (Aldrich 1989; Casson vd 2006). Greene (2003) ise kadın girişimcilerin formal ağ ilişkileri yerine informal ilişkileri tercih ettiğini tespit etmiştir. Kadın girişimciler, diğer kadınları, bilgi kaynağı olarak kullanmayı amaçlamakta ve bu nedenle ağlarında yer vermeyi uygun bulmaktadırlar (Greene vd 2003:8). Öte yandan, araştırmacılar, kadınların “eski çocuklar” olarak adlandırılan, kurulu ağlara girebilmelerinin zor olduğunu; sosyal ağlardan ve informal bilgi kaynaklarından dışlanmakta olduklarını savunmaktadırlar (Cromie ve Birley 1992; Elam 1995; Aldrich 1986:1989:1998; Brush 1990). Araştırmacılara göre bu gibi nedenlerden ötürü kadınlar, genellikle kadınlardan oluşan birlikler kurmakta ve bu birliklerden öncelikle moral desteği almayı hedeflemektedirler.

Kadın girişimcilerin izledikleri ağ stratejilerinin erkeklerden farklılaştığı, daha farklı sosyal ve kişisel ağlarla ilişki oldukları yada diğer bir deyişle formal işletme ağlarına dahil olabilme konusunda gösterdikleri düşük performans sonucunda kendilerine erkeklerinkinden farklı ağ yapıları kurmakta oldukları (Yetim 2008:870) görülmektedir ve bu ağ yapısı “entegre ağ yapısı” olarak adlandırılmaktadır (Brush 1992:7). Örneğin Avustralya’da gerçekleştirilen bir araştırma, kadın girişimcilerin genellikle Avustralya doğumlu olmak yada lise sonrası eğitim gibi kriterler doğrultusunda oluşturulmuş ağlara katılma eğiliminde olduğunu göstermiştir (Barret 2006:34). Staber (1997)’ de, araştırmasında kadın ve erkek girişimcilerin iletişimde oldukları ağların farklılaştığını ortaya koymaktadır. Kadın girişimcilerin iletişimde olduğu ağların kompozisyonu incelendiğinde, öncelikle aile fertleri ve eşlerinden oluştuğu görülmektedir (Jennings ve Cash 2006:64). Kadınların moral desteği aldıkları en büyük destekçileri Hisrich ve Brush (1987:197)’un araştırmasına göre de, önce eşleri, ardından ticari mesleki kuruluşlar, arkadaşlardır. İkincil destekler ise, kadın grupları ve ticari birliklerdir. Yazarlara göre, girişim daha yerleşik hale geldikçe arkadaş ve sosyal çevrenin önemi azalmaktadır. Foss ve Ljunggren (2006:179) araştırmalarında, kadınların ağlarında ortalama 1,37 aile üyesi

olduğu ve bu oranın erkeklerde 0,54 olduğunu tespit etmişlerdir. Greve ve Salaff (2003:18) ise, özellikle Norveç ve İtalyan kadın girişimcileri için ağlarında akraba olmasının, Amerikan ve İsveç kadın girişimcilere göre daha önemli olduğunu ortaya koymuştur. Araştırmacılara göre bunun nedeni aile fertlerinin de girişimci olmasıdır (Foss ve Ljunggren 2006: 161). Diğer örnekleri gibi Norveçli kadın girişimciler de ailelerinin iş kurma ve ileriki aşamalarda mutlaka yanlarında olmasını istemektedirler. Amerikan girişimci kadınları ile gerçekleştirilen bir çalışmada ise, erkek ve kadınlar arasında ağ faaliyetleri açısından farklılaşma tespit edilmemiştir. En temel ayırım, kadınların ağlarında akrabalarına daha fazla yer vermeleridir. Erkek girişimciler, erkek egemen ağlarla ilişki içinde iken, kadınlar cinsiyet temelinde daha dengeli ağlarla iletişim halindedir (Brush vd 2006:190). Staber (1997), ağlarda aile fertlerinin varlığının, finansal büyüme açısından olumlu etkileri olduğunu ortaya koymuştur. Aynı araştırma, girişimcilerin eşlerinin çevresinden oluşan bir ağ içerisinde faaliyet göstermelerinin, finansal ve istihdam gelişimi açısından erkek girişimlerinde olumlu, kadın girişimlerinde ise olumsuz etkileri olduğunu ortaya koymuştur (Jennings ve Cash 2006:65). Nielsen ve Kjeldsen (2006) ise, kadınların aile ve arkadaşları ile kurdukları iletişimden memnun olduklarını ve profesyonel ağ iletişimlerini geliştirmeye gerek duymadıklarını savunmaktadır. Bu durumu Ruef vd (2003:197) kadın girişimcilerin homofili (homophily) kısıtları olarak tanımlamaktadır. Bu durumda kadınlar, profesyonel ağların kendilerine sağlayacağı çeşitli finansman kaynaklarına da ulaşamamaktadırlar (Neergaard, Nielsen ve Kjeldsen 2006:99). Díaz ve Jiménez (2006:353) de kadınların ağlarında daha çok akrabaya vererek ağlardan aldıkları sosyal desteğin ağırlığını arttırdıklarını, fakat sosyal destek uğruna gerekli enstrümanları da feda ettiklerini belirtmektedirler. Welter (2006) de kadınların kurdukları ağların daha az dışardan katılımlı kurulduğunu ve daha çok homojen yapılar seğilediklerini belirtmektedir. Ağ davranışları açısından stratejik işbirlikleri yerine, daha çok duygusal destek almaya odaklandıklarını belirtmektedir. Bu ağ yapıları ve davranışları, Welter'e göre, kadınların başlangıç, büyüme, yaşama ve başarıları üzerinde doğrudan etki yapmaktadır. Bu durumun en belirgin sonucu kadınların işletme ile ilgili ağlardan uzak kalmaları ve dolayısı ile işletme kaynaklarına ulaşamamalarıdır (Welter 2006:140). Nelson (1989:15), profesyonel olmayan ağ ilişkilerinin işletmenin performansını negatif yönde etkilediğini tespit etmiştir. Araştırmacılar kadınların bu eğilimini optimal olmayan ağ ilişkileri olarak tanımlamaktadırlar (Aldrich 1999; Cromie ve Birley 1992; Katz ve Williams 1997; Smeltzer ve Fann 1989).

Calvert vd (1994) araştırması, kadın girişimcilerin sadece yarısının ağ iletişimine sahip olduğunu göstermiştir. Still (1987), kadınların üçte ikisinin (2/3) ne bir kadın organizasyonu ile ne de işletme birlikleri ile bağlantıları olmadığı ortaya konmuştur (Barret 2006: 34). Constantinidis vd (2006:141) ise, araştırmasında kadın girişimcilerin yarısına yakınının (%40) herhangi bir profesyonel ticari oluşum ile bağlantısı olmadığını tespit etmiştir. Online olarak gerçekleştirilen bir araştırmada kadınların ortalama 1,7 ağa aktif olarak bir çok başka ağa da pasif olarak katıldıkları görülmektedir (Foss ve Ljunggren 2006:179).

Etnik azınlıklar girişimcilik literatüründe ayrı bir başlık olarak ele alınmakta ve toplumlar bazında karşılaştırmalı birçok analiz gerçekleştirilmektedir. Örneğin, Avustralya’ da ırkçılık, kadın girişimcilerin ağlara katılmak konusunda isteksiz davranmalarının nedenlerinden biri olarak görülmektedir (Barret 2006:34). Kadınların işletmeleri için yararlı olabilecek kaynaklara ulaşabilecekleri bir çok ağa ulaşmalarını, bu ağların erkek egemen yapısı engellemekte yada zorlaştırmaktadır. Ağ iletişimlerinde etnik köken kriterini göz önünde bulundurmaları da kadınların gerçekten destek alabilecekleri ağlardan uzak kalmalarına neden olmaktadır (Barret 2006: 37).

Kadın girişimcilerin erkeklere göre görece düşük performans kaydetmelerinin doğru sosyal ağlarla iletişimde olmamalarından kaynaklandığı düşünülebilir. Zira doğru ağlar ile iletişim, daha önce de belirtildiği gibi, işletme performansını artıracak bilgi, para gibi enstrümental kaynaklara ulaşım anlamına gelmektedir. Öte yandan daha çok ağ iletişimi içinde olmak teoride avantajlı bir durum gibi görünse de, kadın girişimcilerin fark edilir ölçüde çok ağ ile zayıf ilişkiler içinde olması performans açısından olumsuz bir durum olarak kabul edilmektedir (Jennings ve Cash 2006:64). Zira zayıf ama çok sayıda ilişki, az ama güçlü ilişki ile karşılaştırıldığında, bilgi ve finansal kaynaklara ulaşmak açısından dezavantajlı bir durum olarak gelişmektedir. Manolava vd (2006:110), finansal kaynaklara ulaşım konusunda güçlü ve zayıf ağların etkisini araştırmıştır. Jayawarna ve Jones (2010:7)’ a göre, Larson ve Star (1993) tarafından güçlü ve zayıf ağların etkisi ile ilgili gerçekleştirilen çalışma, girişimcilik literatürüne evrimsel bir yaklaşımdır. Jayawarna ve Jones (2010), müşteri ve tedarikçilerle geliştirilen zayıf ağ ilişkilerinin finansal becerileri geliştirdiğini ve bu nedenle de işletme performansını pozitif yönde etkilediğini savunmaktadırlar. Sosyal ağlar ve bu ağlara katılım performansı, girişimcinin yeni fırsatlar yakalamasını ve gerekli kaynaklara ulaşmasını sağlamaktadır (Hampton vd 2009:194).

Lerner vd (1997) ağ ilişkilerinin sayısının, kişisel ve işletme geliri ile pozitif ilişkili olduğunu belirtmektedir. Diaz ve Jimenez (2006:358) ise ağ ilişkilerinin sayısının işletme performansı açısından negatif etki yarattığını, ilişkide olunan ağların sayısı arttıkça işletme performansının bu durumdan olumsuz etkilendiğini belirtmektedirler. Diğer yandan başarılı kadın girişimcilerin ağ ilişkileri incelendiğinde hem zayıf hem güçlü ağ ilişkilerine sahip oldukları görülmektedir (Uzzi 1999; Manolava Vd 2006).

Waldström (2003) kadın girişimcilerin işletme ağları kurma ve kullanma konusunda erkeklerden daha pasif olduklarını da ortaya koymuştur. Carter ve Cannon (1988:44) ise, kadın girişimcilerin iş kurmadan önce, bankaların temsilcileri, avukatlar, muhasebeciler gibi profesyonel bağlantılardan yardım almak istediklerini, ve aldıkları yardımlardan memnun olduklarını ortaya koymuştur. Araştırmacılar, kadınların iş kurmadan önce, aile ve girişimcilik organizasyonlarından da özellikle öğüt almak istediklerini fakat bu bağlantıların onlara yardımcı olmadığını da ortaya koymaktadırlar. İş kurarken ise yine bankalar, muhasebeciler yada avukatlarla bağlantı kurdukları ve bu bağlantıların yararlı olduğunu düşündükleri ortaya konmuştur. İşletmenin süregelen aşamalarında ise en çok yardım aldıkları bağlantılar ise, bankalar, muhasebeciler, yerel hükümet temsilcileri ve arkadaşlar olarak belirtilmiştir. İlgi çekici nokta ise girişimcilik konusunda kadınlara destek olacak oluşumlara kadınların ya başvurmadıkları yada başvurduklarında yardım alamadıklarını belirtmeleridir (Carter ve Cannon 1988: 44). Bu bulgu, 1980' lerin sonlarında kadın girişimcilik organizasyonlarının çok yaygın olmaması ile bağlantılı görülebilir. Ağ yapılanması, işletmenin kuruluş, büyüme ve gelişiminde etkin bir strateji olarak görülmektedir.

Kadınların ağ yapılanmalarında girişimlerinin bulunduğu aşamanın da önemli olduğu görülmektedir. Yeni girişimciler daha homojen ağlar ararken, faaliyetlerine devam eden girişimciler ise daha heterojen ağlarla iletişime geçmektedirler (Welter 2006:141). Homojen grupların özelliği kimlik duygusu yaratması iken heterojen gruplar üyeleri için, işletme amaçları doğrultusunda daha fazla değer yaratmaktadırlar. Yaratılan bu değer kadın girişimcileri daha özgür ve daha fırsatçı hale dönüştürmektedir (Welter 2006:145). Ağların heterojenliği iş kurma olasılığını artırırken, ağlardaki akrabaların oranı arttıkça iş kurma olasılığında bu durumdan olumsuz etkilenmektedir (Díaz ve Jiménez 2006:352). Akrabaların varlığı bilgi ve kaynaklara erişmeyi daha güç hale getirmektedir ki bu kaynaklar da başarının anahtarıdır. Ağların varlığı kadınların karşılaştıkları işletme

sorunlarının üstesinden gelmede önemli role sahiptir. Özellikle büyümek isteyen kadın girişimciler, kendilerini bekleyen sorunlar için ağ desteklerinden yararlanmaktadırlar. Kadınların ağ iletişimlerinden sağladıkları asıl fayda ise, Welter'e göre, bilgi almak, duygusal destek ve rol modellerdir (Welter 2006:142). Aynı zamanda araştırmalar rol modellerin kadınların girişimciliğe başlaması ve devam ettirmesi konusunda etkili olduğunu ortaya koymaktadır (Hisrich ve Brush 1985:574). Welter vd (2004), dört kriter bazında ağların farklılaştığını ileri sürmektedir. Bu kriterler şu şekilde sıralanabilir. Sanal yada gerçek organizasyonel yapılar, işletmenin etkileşimde olduğu dış çevresinin kapsamı, hedef gruplar (örneğin; başlangıç aşaması, mevcut işletmeler, potansiyel girişimciler gibi) ve cinsiyet (kadınları hariç tutan ve tutmayan). Kadınların özellikle kentlerde ağ yapıları kurdukları görülmektedir. 1990 yıllarında başlayan eğilim sanal organizasyon ağ iletişimleridir. Fakat ağ iletişimde yüzyüze iletişimin önemi, günümüzde sanal organizasyonların yerini yerel ve bölgesel bazdaki grup toplantıları almıştır.

Kadın girişimcilerin ağ yapıları incelendiğinde, kadın odaklı organizasyonların ağlarda yer aldığı görülmektedir. Bu organizasyonlar, kadın girişimlerini destekleme ve özellikle başlangıç aşamasında kadınların karşılaştığı engellerin üstesinden gelmekte onlara destek olma amacı taşısa da, Greene vd (2003) ve Carter ve Allen (1997:213)'e göre bu tür organizasyonlarla geliştirilen ilişkiler kadın girişimlerini daha kırılgan ve ekonomik açıdan daha önemsiz hale getirmektedir. Bu açıdan bu üyelikler kadın girişimlerinin performansını olumsuz etkilemektedir. Lerner vd (1997) ise, kadın organizasyonu üyeliklerinin karlılık ile pozitif ilişkili olduğunu belirtmektedir.

Díaz ve Jiménez (2006:352) e göre, erkek girişimciler zamanlarının daha büyük bir bölümünü bağlantılarını geliştirmek için kullanmaktadırlar. Kadınların ağlar konusunda daha izole bir konumda olması, araştırmacılara göre ailelerine karşı sorumluluklarından kaynaklanmaktadır. Erkek girişimciler bu ağları kullanarak sosyal ve ekonomik güç elde ettiklerinden işletme kurarken yada gelişiminde daha avantajlı konumda bulunmaktadır. Diğer yandan ağların sayısının bir ağ performansı göstergesi olmadığı da tekrar vurgulanmalıdır. Zira araştırmalar çok sayıda ve güçlü olmayan ağ bağlantısının dezavantajlı bir durum olduğunu belirtmektedir. Çünkü bu ilişkiler ile girişimcinin ulaşabileceği kaynak ve bilgi halihazırda sahip olduklarından farklı değildir.

Westerly (2001) e göre, girişimcinin önceden var olan ve kimlik temelli ağları, özellikle işletmenin kuruluş ve erken evrelerinde kadınlar için ana desteği sağlamaktadır.

Fakat işletmelerin büyümeye başlaması için, ticari amaçlar güdümlenerek kurulan ağ ilişkilerinin, kimlik temelli ağ ilişkilerinden çok daha önemli olduğu vurgulanmaktadır. Yazarlar bu nedenle girişimcilerin ticari amaçlarına katkı sağlayacak ağlara odaklanmalarını gerektiğini belirtmektedirler (Jayawarna ve Jones 2010; Anderson ve Jack 2002). Bununla birlikte girişimcinin hem güçlü hem de zayıf ağ ilişkileri kurması başarılı bir şekilde büyümesi için gerekli görülmektedir (Jayawarna ve Jones 2010; Elfring ve Hulsink 2003; Uzzi 1999).

Kadınların için girişimci olmanın, erkek egemen iş dünyasında başarılı olmak zorunda olduklarından, daha zor olduğu düşünülmektedir. Sonuç olarak, kadınlar sosyal ağları kullanarak daha fazla varlık elde etmek durumundadırlar. Her ne kadar kadın girişimcilerin ağ yapıları hakkında yeterli araştırmanın yapılmadığı düşünülse de (Hanson ve Blake 2009:141), kadınların ağları, daha az sosyal sermaye kaynağı olarak kullandıklarını gösteren araştırmalar mevcuttur (Aldrich ve Zimmer 1986; Greve ve Salaff 2003).

Bazı araştırmalar kadın ve erkeklerin ağ yapılarının birbirinden tamamen farklı olduğunu ortaya koymaktadır (Ridgeway ve Smith-Lovin 1999:191-200). McPherson vd (2001:424), mesleki ve grup temelinde ağların cinsiyet temelinde oluşturulduğunu ifade etmektedir. İlginç bir bulgu ise, hem kadın hem erkeklerin de bilgiye ulaşmak için erkekleri kullanmayı seçtiğidir. Yetim (2008) e göre, sosyal ağlarda sınıfsal ayrım önemli bir etkidir. Yüksek ve orta sınıflara ait kadınlar için, güçlü ve zayıf ağ bağlantıları ile sosyal ağlar geliştirmek daha büyük yüksek bir olasılıktır.

Kadınların ağlarında aile ve arkadaşları yer alırken, erkeklerin daha çok iş temelli ağ bağlantıları kurdukları görülmektedir (Buttner ve Moore 1997; Moore1990; Jayawarna ve Jones 2010:7-8). McGuire (2000) e göre ise kadın ağları daha az prestijli ve güçlü bireylerden oluşmaktadır. Smith-Lovin (1999) ise kadın ağlarındaki birbirlerini tanıyan bireylerin yer aldığını oysa erkeklerin bağlantılı oldukları ağlarda böyle bir durumun söz konusu olmadığını belirtmektedir. Hanson ve Blake (2009:139) ise, kadın ağlarının yukarıda açıklanan durumundan dolayı, kadınların zayıf ağ ilişkilerinden yararlanamadıklarını, erkek ağlarının daha büyük çeşitlilik göstermesinden dolayı, erkeklerin zayıf ağ ilişkilerinden daha çok yararlandıklarını belirtmektedir. Carter ve Cannon (1992) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, etkin ağ bağlantıları kurma ile işletme başarısı arasında güçlü ilişki tespit etmişlerdir. Hampton vd (2009:205), 18

girişimci kadının girişimlerinin farklı safhalarında gerçekleştirdikleri çalışmalarında, kadınların formal ağlarla bağlantılarında, cinsiyet temelinde bir engel ile karşılaşmadığını tespit etmiştir. Weiler ve Bernasek (2001:92) ise, kadınların ağ ilişkileri geliştirmeye zaman harcamalarının işletmelerinin performansını olumsuz etkileyebileceğini belirtmektedir. Batjargal vd (2009) da, kadınların geniş ağ bağlantıları kurmak ve sürdürmek için zaman harcamaları nedeni ile, dezavantajlı olduklarını belirtmektedir. Yazara göre, ağlar ve büyüme arasındaki ilişki cinsiyet temelinde farklılaşmakta olup; erkek için bu ilişkinin daha güçlü olduğu sonucuna varılabilir.

Araştırmalar, yeterli deneyime sahip olmayan yeni girişimcilerin, kendilerinden daha deneyimli meslektaşlarını kullanarak daha geniş ağlara ve kaynaklara ulaştıklarını göstermektedir (Jayawarna ve Jones 2010; Burt 1998; Batjargal 2006; Fleming ve Waguespack 2007). Hanson ve Blake (2009:136) a göre kadınlar erkeklere göre daha güvencesi ortamda olduklarından geniş ağlarla bağlantılar kurmak için sponsor yada mentor kullanmalıdırlar. Yazarlar, bu tarz formal araçların kadınlara güven ve meşruluk sağlayacağını belirtmektedirler. Sonuç olarak, ağlar, kaynakların girişimciye doğru etkin hareketini sağladığından önemlidir. Bu ağlar, girişimcilerden daha geniş ağlara da bilgi taşıdığından yeni kaynaklara ulaşımı kolaylaştırmaktadır. Açıkça görülmektedir ki, erkek girişimci ağları daha geniş çeşitlilik göstermekte, daha formal biçimde olmakta ve daha güçlü aktörleri barındırmakta iken, kadın girişimci ağları güçlü bağlardan oluşmaktadır (Jayawarna ve Jones 2010:9).

17. Kadın Girişimcilerin Motivasyon Faktörleri ve Bu Faktörlerin Girişimlerin Başarısı İle İlişkisi

Neden bir takım kadınların girişimcilik gibi zor, yalnız ve belirsiz (Brush ve Hisrich 1987:187) bir kariyeri seçtikleri ilk dönemlerde araştırmacıların yanıt bulmaya çalıştıkları sorulardan biri olmuştur. Motivasyon faktörlerinin önemi, sadece kadının iş sahibi olmasında itici yada çekici faktör olmalarından kaynaklanmamaktadır. Motivasyon faktörleri kadın girişimlerinin başarısını da belirleyen temel değişkenlerden biri olarak kabul edilmektedir. Still vd (2003:3)' e göre motivasyon faktörleri kadının iş hayatında karşılaşacağı engellerin de belirleyicisi olarak kabul edilebilir. Zira motivasyon faktörleri kadınların tercihlerini ve stratejilerini de şekillendirdiğinden karşılaşacakları engellerinde belirleyicisi konumundadır.

Araştırmalar bugün gelinen noktada, sosyo kültürel farklılıklara karşın kadınları girişimci olmaya motive eden faktörlerinin ortak özellikler taşıdığını göstermektedir. Kendi işini kurmak, çoğu erkek ve kadın için daha bağımsız olmak anlamına gelmektedir ve bu açıdan girişimcilik motivasyonunun cinsiyet temelinde benzerlik gösterdiği de düşünülebilir. Fakat motivasyon faktörlerinin, girişimcinin öncelikleri açısından, cinsiyet temelinde farklılaştığı görülmektedir. Temel olarak, görünen odur ki, kadın her coğrafyada anne ve eş olarak sorumluluklarına her zaman öncelik vermektedir. Kadının girişimcilik kariyerini seçmesinin bu öncelikleri değiştirmedığı görülmektedir. Kadın girişimcilerin, ailesi ve işi arasındaki dengeyi sağlamaya odaklandıkları (Brush 1992; Buttner 1993) ve bu dengeyi göz ardı etmedikleri, erkeklerin ise böyle bir önceliğinin olmadığı ve fakat daha refah bir yaşama kavuşmayı hedefledikleri görülmektedir (Moore ve Buttner 1997; DeMartino ve Barbato 2003). Bir takım araştırmacılar bunun nedeninin sosyal çevre ile ilgili olduğunu savunmaktadırlar. Araştırmacılara göre, sosyal çevrenin erkekten beklentisi kariyer odaklı olmak iken; kadından beklentiler öncelikle ailesine karşı sorumluluklarını yerine getirmesi yönündedir (Powell ve Graves 2003; Moore ve Buttner 1997). Bu nedenle erkekler, finansal kazanç yada kariyer gibi proaktif ve enstrümantal hedeflere odaklanırlarken, kadınlar daha pasif ve destek rollerde yer almaktadırlar (Cron vd 2006:57). Kadın bu rolünü yerine getirirken aile üyelerinin memnuniyeti de onların kariyer amaçları olmaktadır. Sonuç olarak aile ve iş sorumlulukları arasında denge sağlamak kadınlar için en önemli motivasyon faktörlerinden birini oluşturmakta iken, erkekler için böyle bir motivasyon söz konusu değildir (Cliff 1998; Moore ve Buttner 1997; Demartino ve Barbato 2003; Mukhtar 2002; Watson, Newby ve Mahuka 2006; Tiggers ve Green 1992; Rosa vd 1994; Diaz ve Jimenez 2006; Caputo ve Dolinsky 1998). Motivasyon faktörleri ile işletme performansı arasındaki ilişkileri araştıran çalışmaların ortaya koyduğu bulgu ise, aile ve iş yaşamı arasındaki dengeyi kurmaya odaklanmanın, işletme performansını negatif olarak etkilediği yönündedir (Cliff 1998; Moore ve Buttner 1997; Demartino ve Barbato 2003; Mukhtar 2002; Watson, Newby ve Mahuka 2006; Tiggers ve Green 1992; Rosa vd 1994; Diaz ve Jimenez 2006; Caputo ve Dolinsky 1998). Demartino ve Barbato (2003:829) MBA öğrencileri ile gerçekleştirdikleri çalışmalarında, kız öğrencilerin, iş ve özel yaşam arasındaki dengeyi kurabilmek amacı ile girişimciliği kariyer olarak seçmek istediklerini, erkek öğrencilerin ise, daha refah bir yaşam için girişimcilik kariyerini seçmeyi düşündüklerini ortaya koymuştur. Bu bulgular, kadın girişimciler için her zaman ailenin önce geldiğini destekler niteliktedir. Kadınların bu önceliği doğal olarak

zaman planlamalarını da şekillendirmektedir. Erkekler zamanlarının çoğunu işle ilgili konulara haralayabilirken kadınlar her zaman aile ve işleri arasında dengeli yaşamaya gayret etmektedirler (Tiggers ve Green 1992; Rosa vd 1994; Díaz ve Jiménez 2006). Erkek ve kadın girişimcilerin motivasyon faktörleri arasındaki diğer temel farklılıklardan biri de yine erkeklerin finansal amaçlar ile motive olmalarına karşılık, kadınların motivasyon faktörleri ve amaçlarının sosyal içerik taşıması olarak görülmektedir (Fisher vd 1993; Tominc ve Rebernik 2006; Small Business And Trade 1991; Cliff 1998; Brush ve Hisrich 2000).

Kadının aile içi sorumluluklarını tamamen ikinci plana iterek girişimcilik kariyerine odaklanması ancak çocuk bakımı sorumluluklarının olmadığı ileriki yaşlarında yada evli olmadıkları genç yaşlarında geçerli olan bir durum olarak tespit edilmiştir (Cliff 1998; Buttner ve Moore 1997; Still 1991; Still 1995; Still ve Timms 2000; Henry, Johnston ve Hamouda 2006; Kovalanien ve Arenus 2006; Greene 2003; Brush ve Hisrich 1991; Neergard, Nielsen ve Kjeldsen 2006; Gundry ve Welsh 2001; Lee ve 2009; Lerner vd 1997; Manolava 2006; Anna vd 1999). Kadınları girişimci olmaya iten faktörlerden bir diğeri de pazar fırsatlarını değerlendirmek olarak tespit edilmiştir. Bu durumda kadınlar aynı zamanda pazar fırsatlarını görebilen ve değerlendirebilen fırsat odaklı girişimcilerdir. Kadın girişimcilerin fırsat odaklı girişimci olmasında, yaşamlarının hangi evresinde olduklarının önem taşıdığı görülmektedir. Zira araştırmalar, kadınların aile içi sorumlulukları elverdiği ölçüde fırsat odaklı girişimci olduklarını da ortaya koymaktadır. Diğer bir ifade ile kadınlar aile içi sorumlulukları azaldığında mevcut fırsatları değerlendirme yada yeteneklerini sergileme amacı ile hareket etmektedirler (Barret 2006; Manolava 2006; Gatewood vd 2002b; Brush ve Hisrich 1991; Tominc ve Rebernik 2006; Hisrich And Brush 1987). Tominc ve Tebernik (2006:331-333) ise motivasyon faktörlerinin girişimcinin yaşına bağlı olarak değişiklik gösterebileceğini, genç yaşlarında girişimci kadınların daha fırsat odaklı olduklarını tespit etmiştir. 2003 yılında Avustralya’da kadınları girişimci olmaya motive eden faktörlerin belirlenmesi için erkeklerle karşılaştırmalı olarak yapılan araştırmada, kadınları girişimciliğe iten faktörlerin yada diğer bir ifade ile kadınları motive eden faktörlerin fırsatlar mı yoksa gereklilikler mi olduğu belirlenmeye çalışılmıştır. Bulgular kadınların erkeklere göre oldukça yüksek bir oranla fırsat odaklı girişimciler olduklarını ortaya koymuştur (Barrett 2006: 26). Tominc Ve Rebernik (2006:340-343) ise, Slovak girişimcileri ile gerçekleştirdiği çalışmasında, bu durumun tersi bulgular elde etmiştir. Çalışmalarında erkeklerin, kadınlara göre daha fırsat

odaklı girişimciler oldukları tespit edilmiştir. Fakat bu noktada yaşın önemli bir etken olduğu da dikkat çekmektedir. 18-34 yaş aralığında erkekler daha fırsat odaklı iken, bu aralığın dışında böyle bir durum tespit edilmemiştir.

Still (2000:272)' e göre gereklilikler yada itici faktörler sonucu girişimci olan bir kadını bekleyen engeller ise çekici faktör girişimcilerinden farklıdır. Ailede ek gelire gereksinim olması (Lerner vd 1997), mevcut yetkinliklerin yetersizliğinin kişiyi başka alternatiflerden yoksun bırakması, iş yaşamından memnun olmama, negatif iş çevresi, cam tavan sendromu (Still 1991; Still 1995; Still ve Timms 2000; Barrett 2006), yüksek düzeyde bürokratik yapıya sahip organizasyonlar, bağımsız olamama ve karar verme hakkının olmaması gibi itici etkenlerle (Hughes 2003:450) girişimci olan kadının temel kısıtları, işletmenin başlangıç aşaması ile ilgilidir ve bu aşamada yoğunlaşmaktadır. Bu kısıtlar, gerekli güveni kazanmak, uygun fon bulmak, yol gösterecek yada yön verecek uygun desteklere ulaşmak, başlangıç sermayesini toparlamak olarak açıklanabilir. Kişisel düzeyde ise, bireyin bir işletme çalışanı iken kendi işinin sahibi olmasının getirdiği izolasyon ve uyum zorlukları, tedarikçilerin, işletme çevresindeki unsurların ve müşterinin güvenini kazanabilmek, hem iş hem ev sorumluluklarını yürütebilmek yada kısaca bir bireyin kendi zamanını yönetmesi ve güven inşa etmeye çalışması ve tüm bu sorumluluklar girişimcilik ruhunu tüketerek, risk alma davranışını riskten kaçma davranışına dönüşebilmektedir (Barret 2006:38). British Columbia Ekonomik Gelişim Bakanlığı (The British Columbia Ministry Of Economic Development), Küçük İşletmeler Ve Ticaret (Small Business And Trade) (1991) çalışmasında ise, kadınların motivasyon faktörleri; esnek çalışma, iş ve aile yaşamını dengeleyebilme ve evde çalışabilme olarak belirlenmiştir.

Bir takım araştırmacılar erkek girişimcilerin motivasyon faktörlerinin ilk sıralarında yer alan finansal kazanç ve pazar fırsatlarının değerlendirilmesinin, her ne kadar kadınlar tarafından önemli motivasyon faktörleri olarak vurgu yapılsa da (Fisher vd 1993:154), daha önce de belirtildiği gibi, erkeklere oranla daha az önem taşıdığı görülmektedir.

20 yıl süren bir araştırma, kadınların girişimci yada kendi işinin sahibi olmasının nedenlerinin otonomi ve bağımsızlık kazanmak, cam tavan sendromundan kurtulmak ve yaşamlarını dengelemek için daha çok esneklik kazanmak olduğunu ortaya koymuştur (Still ve Guerin 1991; Still ve Chia 1995; Still ve Timms 2000). Cam tavan sendromundan kaçmak özellikle 40 yaş ve üstü kadınlar için daha önemli bir motivasyon kaynağı olarak

görülmektedir. 40 yaş altı kadınların ise, daha refah yaşamak ve strateji üzerinde etkili olmak istedikleri görülmektedir (Barret 2006: 39). Belcourt (1990:434), başarılı kadın girişimcilerin kendi işlerini kurmaktaki motivasyonlarının büyük ölçüde bağımsız olma ve kendi kaderini kontrol etme olduğunu tespit etmiştir (Belcourt 1990:437). Belcourt (1990:437)' in tespit ettiği diğer motivasyon faktörleri ise; işletme hayatına uyum sağlayamamak, terfi ve maaş konularında cinsiyet ayrımcılığına maruz kalmak, başka seçenek bulamamak olarak sıralanabilir. Neergaard, Nielsen ve Kjeldsen (2006:94) araştırmaları ise, motivasyon faktörlerinin yaş bazında farklılaştığını ortaya koymuştur. Kadınların genç yaşta kendi işlerinin sahibi olmayı istemelerinin ana nedeni, özellikle çocukları ile daha çok vakit geçirebilmek için esneklik kazanmak iken, daha ileriki yaşlarda çocuklarla ilgili sorumlulukların azalması nedeni ile ilgi alanlarına zaman ayırmak olduğu ortaya konmuştur. Bir diğer araştırmada ise, kadınları iş kurmaya iten faktörlerin, iş ve özel yaşamı dengeleyebilmek için daha çok esnekliğe kavuşmak, iş tatmini sağlamak ile yaratıcılığını ve becerilerini sergilemek olduğu tespit edilmiştir (Neergaard, Nielsen ve Kjeldsen 2006:103). Aynı araştırmada kadınların iş yerlerinde cam tavan sendromunu algılamalarının da önemli bir motivasyon unsuru olduğu tespit edilmiştir. Kadınların erkeklerden daha ileriki yaşlarda iş kurduklarını savunan araştırmacılar, bu durumun nedeni olarak, kadınların iş yaşamına atılmak için aile ile ilgili sorumluluklarının azalmasını ve çocuklarının büyümesini beklemeleri olduğu belirtilmektedir. Diğer yandan Finlandiya'da gerçekleştirilen bir araştırma, Fin kadınlar için başka nedenlerin de etkili olduğunu ortaya koymuştur. Hizmet sektöründe faaliyet gösteren Fin kadınlar, bir iş kurmadan önce, gerekli iş deneyimine sahip olmak ve uygun ağ ilişkileri kurmak için alt yapı oluşturmaktadırlar (Kovalainen ve Arenus 2006:119). Evli olan girişimci kadınlar iş kurmadan önce çocuk sahibi olmayı tercih etmektedirler. Bu nedenle büyük bir çoğunluğu çocuk ve ailelerine karşı sorumluluklarını da dikkate alarak, iş-özel yaşamı dengelemek için girişimci olma yolunu seçmektedirler. Diğer motivasyon faktörleri ise, cam tavan sendromundan kaçmak ve iş-aile dengesini kurabilecekleri esnek çalışma saatlerine kavuşmak ve kendi yetenek ve becerilerini başkaları ile karşılaştırmaktır (Kovalainen ve Arenus 2006:119). Kadınların girişimci olmayı seçmelerinde kendilerini gerçekleştirme ve yaratıcılıklarını sergileme oldukça yaygın bir motivasyon olmakla birlikte, Fin girişimci kadınları diğerlerinden farklı olarak, girişimciliği, yaratıcılık ve kendini gerçekleştirme açısından rekabet etme aracı olarak da görmektedirler. Kadınları iş kurmaktan alı koyan en önemli nedenlerin başında ise başarısız olma korkusu gelmektedir. Bu konuda hükümet eli

ile verilen destekler kadınların en azından engel olarak gördükleri konuların azalmasına neden olmaktadır (Kovalainen ve Arenus 2006:125). Almanya’ da gerçekleştirilen bir araştırmada, kadınları girişimciliğe “iten” faktörlerin, işsizlik, işini kaybetme korkusu ve algılanan cam tavan sendromu olduğu görülmektedir. Diğer motivasyon faktörleri ise, iş-özel yaşam arasındaki dengeyi kurabilecekleri esnekliğe kavuşmak, kendine güvenlerini geliştirmek olarak belirlenmiştir.

Daha önce de belirtildiği gibi, kadınlar girişimci olmadan önce çocuklarının bakımını tamamlamayı beklemektedirler. Bu durumda çocukların sorumluluklarının kadınların girişimciliği önünde bir engel olarak rol oynamasına neden olmaktadır (Welter 2006:133-145). Bir çok toplumda olduğu gibi Almanya örneğinde de rol dağılımında kadınlara aileleri ile ilgilenmek, erkeklere de para kazanmak düştüğü görülmektedir. Yani kadınlardan rol beklentisi Almanya örneğinde de farklılık göstermemektedir. Bu durum yazarlar tarafından *geleneksel trend* olarak adlandırılmaktadır (Welter 2006:133). Kadınları girişimci olmaktan alıkoyan negatif motivasyon faktörleri arasında sosyal ve vergi politikalarının olduğu da dikkat çekmektedir. Almanya’da vergi sistemi erkeklerin istihdamını teşvik etmekte ve kadını informal yada maaşsız çalışan olmaya iterek, özellikle evli kadınlara cinsiyet ayrımcılığı yapmaktadır. Mirchandani (1999:226), kadın girişimciler ile ilgili çalışmaların, kadınların algıladıkları engellere odaklanması gerektiğini ve kadınların bu engelleri kişisel çabaları ile aşabileceklerine inandırılmalarının, başarıları için temel gereklilik olduğunu belirtmektedir. Araştırmacıya göre, kadınların ihtiyacı olan, iyi bir eğitim ve yetiştirme, uygun ağlar oluşturma, rehberlik alma ve ailevi sorumluluklarını yeniden gözden geçirmektir. Petersen (1999) ise, kendini gerçekleştirme ve bir iş fikrine sahip olmanın kadınların temel motivasyon kaynakları olduğunu belirtmektedir. Neergard, Nielsen ve Kjeldsen (2006)’e göre kendini gerçekleştirme motivasyonu kadınların ileriki yaşlarında daha yaygın olarak görülmektedir. Cliff (1998:535), Buttner ve Moore (1997:38) ise kendini gerçekleştirme motivasyonu ile işletme performansı arasında negatif ilişki olduğunu savunmaktadırlar. Gundry ve Welsh (2001:455) ise araştırmalarında büyüme ile pozitif ilişkili motivasyon faktörleri olduğunu tespit etmişlerdir. Bu faktörler; statü, kalite odaklılık, büyümeye odaklılık ve efektif liderlik olarak sıralanmaktadır. İşletme performansı ile pozitif ilişkili bulunan diğer motivasyon faktörleri meydan okuma ve fırsatları değerlendirme olarak tespit edilmiştir (Lee vd 2009; Brush ve Hisrich 1991). Hisrich vd Brush (1987:189) fırsat odaklılık ve işletme ömrü arasında, Lerner vd (1997) ise meydan okuma motivasyonu ile gelir arasında

pozitif ilişki bulunduğunu araştırmalarında tespit etmişlerdir. Öte yandan meydan okuma motivasyonu aynı zamanda kadın girişimcilerin erkek egemen sektörlere eğilim göstermesinin nedenlerinden biri olarak da gösterilmektedir (Manolava 2006; Anna vd 1999). Watkins ve Watkins (1984:22), kadınlar tam anlamı ile hazırlıklı olmadan girişimde bulunarak büyük risk almakta olduklarını belirtmektedirler. Araştırmacılara göre, sektör seçimlerinde başarıları önünde engellerin en az olduğunu düşündükleri alanlara, yani geleneksel kadın girişimci sektörlerine yönelmektedirler. Bu sektörlerde teknik ve finansal bariyerler en düşük düzeyde algılanmakta olup; yönetim becerilerinin başarı için temel oluşturmadığı düşünülmektedir. Yazarlara göre kadınlar, geleneksel kadın girişimci sektörlerini özellikle bu sektörlerde faaliyet göstermek arzusunda olduklarında dolayı değil, ekonomik rasyonellikle beslenen yüksek düzeyde bağımsız olma motivasyonu nedeni ile seçmektedirler (Carter ve Cannon 1988:2).

Finansal kaynak kullanımı ile ilgili bölümde ayrıntılı olarak ele alınacak olmakla birlikte, kadın girişimcilerin işletmeleri üzerinde kontrol sağlama motivasyonlarının işletmelerinin büyümesini engellediği tespit edilmiştir (Henry, Johnston ve Hamouda 2006; Cliff 1998; Mukhtar 2002; Watson, Newby ve Mahuka 2006). Girişimcilik motivasyonunun ise işletme performansı ile en güçlü korelasyona sahip motivasyon faktörü olduğu savunulmaktadır. Araştırmacılar girişimcilik motivasyonunun büyüme ile pozitif ilişkili olduğunu savunmaktadırlar (Buttner ve Moore 1997; Fisher vd 1993; Carter ve Allen 1997; Kourilsky ve Moser 1996; Scherer vd 1990; Frank ve Kessler 2010). Lerner vd (1997:316) araştırmasına göre, kadınların motivasyon faktörleri: başarılı olmak, ekonomik zorunlulukların üstesinden gelmek ve bağımsız olmak olarak sıralanmaktadır. Araştırmacı, ekonomik zorunluluklardan doğan motivasyonun karlılıkla güçlü korelasyona sahip olduğunu; gelir ile başarı motivasyonunun pozitif ve bağımsız olma motivasyonunun ise negatif ilişkili bulunduğunu tespit etmiştir. Araştırmacı, bu durumun kültürel bağlamda farklılık gösterebileceğini, örneğin kolektivist bir toplumda bağımsız olma motivasyonunun gelir performansını olumsuz etkileyebileceğini de belirtmektedirler (Lerner vd 1997:316).

Aslensen (2002), aile ve iş arasındaki dengeyi sağlama açısından dört tip kadın girişimci bulunduğunu belirtmektedir.

- a) *Kariyer girişimci*, önceliği aileye değil mesleki kariyerine vermektedir.
- b) *Kombine girişimci*, hem aile hem de kariyere yüksek öncelik vermektedir.

- c) *Şefkatli (caring) girişimci*, ailesine yüksek, kariyerine düşük öncelik tanımaktadır.
- d) *Kıdemli (senior) girişimci*, ailesine öncelik vermek konusunda her zaman kararlı bir tutum sergilemiştir ve bu konuda başarılı olmuştur.

Aslensen (2002)' e göre, bir kadının iş kurma kararında yukarıdaki sınıflandırmanın hangi grubuna girdiği önem taşımaktadır (Foss ve Ljunggren 2006:164).

Araştırmacılara göre kariyer seçimini etkileyen altı faktör bulunmaktadır. Bu faktörler bağımsızlık, finansal başarı, kendini gerçekleştirme, tanınma, inovasyon ve rollerdir. Gatewood vd (2002a:378)'e göre, bağımsız olmak gibi içsel motivasyonu olan girişimci kadınlar, pazar fırsatlarını değerlendirmek gibi dışsal motivasyonu olanlardan daha başarılı olmaktadır. Brush ve Hisrich (1991:12) ise, tersine, pazar fırsatlarını değerlendirme motivasyonu ile harekete geçen girişimcinin işletmelerinin daha uzun süre ayakta kaldığını tespit etmiştir. Bir takım araştırmacılar bağımsız olma motivasyonu ile büyüme arasında negatif ilişki tespit edilmiştir (Brush ve Hisrich 1991; Lerner vd 1997). Belcourt (1990:436) ise bağımsız olma motivasyonunun işletme performansını pozitif yönde etkilediğini ortaya koymuştur. İnovasyon küçük işletmelerin yaşam sırrı olarak görülse de, kadın girişimlerinin sürekliliği yada gelir artışı ile doğrudan ilişkili olduğuna dair veriye rastlanmamıştır. Henry, Johnston ve Hamouda (2006:264) İrlandalı kadın girişimciler ile gerçekleştirdikleri çalışmalarında motivasyon faktörlerini alanları ile ilgili başka iyi bir seçenek olmaması ve daha fazla bağımsızlığa sahip olmak olarak belirlemişlerdir. Tominc Ve Rebernik (2006:340-343), Slovak girişimcileri ile gerçekleştirdiği çalışmasında, 18-34 yaş arası girişimciler arasında erkeklerin kadınlardan daha ağırlıklı olarak fırsat odaklı girişimci (opportunity based) oldukları gözlenmektedir. Daha ileriki yaşlarda bu farklılık ortadan kalkmaktadır. Diğer yandan gereklilik odaklı (necessity based) girişimciliğin cinsiyet açısından anlamlı farklılık taşımadığı da ortaya konmuştur. Girişimcilik fırsatlarının tanınma derecesi açısından ise kadın ve erkek arasında ise anlamlı farklılıklar tespit edilememiştir. Slovenya örneğinde, motivasyon açısından girişimcilik kapasitesi, cinsiyet temelinde farklılık göstermemekte iken yetkinlikler ve bilgi açısından girişimcilik kapasitesi algılaması cinsiyet temelinde farklılık göstermektedir. Kadınlar erkek girişimcilerle karşılaştırıldığında gerekli bilgi ve beceriye sahip olmadıklarını düşünmektedirler. Aynı zamanda büyüme isteğinin de cinsiyet temelinde farklılaşmamakta olduğu görülmektedir. Bu araştırmanın bulguları araştırmacıları yeni sorulara yanıt aramaya itmiştir. Kadınlarda ileriki yaşlarında erkek

girişimciler kadar fırsat odaklı olmalarına karşın neden bu fırsatları daha az değerlendirmektedirler? Araştırmacılara göre bu sorunun yanıtı kendine güven eksikliğidir (Miskin ve Rose 1990; Greene vd 2003). Kadınlar bilgi, beceri ve deneyim yönünden yeterli alt yapıya sahip olmadıklarını düşünmektedirler (Díaz ve Jiménez 2006; Tominc ve Rebernik 2006; Brush 1997; Greene vd 2003).

Díaz ve Jiménez (2006:348), cinsiyet inanç sistemi olarak adlandırılan sosyal rollere karşı tutumlar ve cinsiyet temelli önyargıların kadınların kaynak arama davranışlarını da etkilediğini belirtmektedirler. Erkekler kendi işlerinin patronu olmayı isterken, kadınları motive eden faktörler, kendini kanıtlama ve kişisel tatmin olarak belirlenmiştir (Greene 2003:7). İngiliz kitap basım endüstrisinin spesifik bir çalışmasında girişimcilik motivasyonu açısından dört tür girişimci olduğu ileri sürülmektedir. Bunlar: sığınmacı, takasçı, misyoner, dönüştürücü olarak sıralanabilir. Bu tipolojiden yola çıkarak, kadınlar, iş ve aile yaşamları ile ilgili sorumlulukları kombine etme açısından takasçı tip girişimci olarak sınıflandırılmıştır. Hem kadın hem erkeğin eşit ölçüde dönüştürücü sınıfına da dahil oldukları da aynı çalışmada savunulmaktadır. Zira kadın ve erkek, kendi işini yapmayı, başlangıçta geçici bir strateji olarak benimsemekle birlikte bu durumu terk etmek konusunda süregelen zamanda istekli yada ilgili olmamaktadırlar (Greene vd 2003:16).

Başarı motivasyonu, kontrol odağı, risk algısı ve yaratıcılık açısından karşılaştırmalı araştırmalarında ise, Shaver, Gartner, Gatewood ve Vos (1996), kadın erkek arasında yaratıcılık ve başarı motivasyonu konusunda anlamlı farklılık tespit etmiştir (Greene vd 2003:20). Bellu (1993:340) çalışmasında ise, kadın girişimci ve yöneticilerin, erkeklere göre daha çok risk almaya eğilimli oldukları belirtilmiştir. Araştırmacılar, kadınların girişimcilik risklerini daha istekle kabullenmelerindeki etkenin kadınların daha saldırgan ve önyargılı bir çevre ile yüzleşmeleri olduğunu ileri sürmektedirler (Greene vd 2003:20).

Biggart (1988) ise, *Charismatic Capitalism* adlı eserinde, girişimci kadınların özellikle faaliyet gösterdikleri sektörler ve girişimcilik ile ilgili kararları dikkate alındığında, eş ve ailelerinden destek almaktan çok, onların çevresinde olabilecekleri yolları seçmeye yönlendirildiklerini savunmaktadırlar (Greene 2003).

Carter ve Cannon (1988:48) ise ailenin tavrının kadının girişimci olma kararında kritik öneme sahip olduğunu belirtmektedir. Kadın- erkek karşılaştırmalı analizler kadınların erkeklere göre çok daha destekleyici eşler olduklarını ortaya koymuştur. Oysa

kadınların geleneksel kadın rolleri ile girişimci rolleri arasında gelgitler yaşadıkları ve eşlerinden bu konuda yeterli desteği alamadıkları görülmektedir.

18. Kadın Girişimlerinin Performans Parametreleri Ve Bu Parametreler Işığında Kadın Girişimlerinin Performans Değerlendirmesi

Kadın girişimlerinin ekonomik değerinin ve katkısının geç anlaşılması ve kadın araştırmalarına özgü ölçüm araçlarının geliştirilmemesi, erken dönem araştırmalarının kadın - erkek karşılaştırmalı analizi temelinde ele alınması sonucunu doğurmuştur (Marlow vd 2009:139-140). İki grubun karşılaştırılmasında kullanılan ölçüm metodolojisinin aynı olması araştırmacıların eleştirdiği konuların başında gelmektedir. Daha önce de değinildiği gibi, kadın girişimciler bir çok açılardan farklı girişimci profilini temsil etmektedirler ve bu profile uygun enstrümanların geliştirilmesi gerekliliği araştırmacıların eleştirdiği konuların başında gelmektedir.

Metodolojik tartışmalar bir yana bırakıldığında kadın girişimlerinin görece düşük performansını açıklamaya çalışan araştırma bulguları aşağıda verildiği gibi özetlenebilir (Ahl 2010:2-3).

- a) *Psikolojik alt yapı*: Kadınların psikolojik alt yapıları erkeklere oranla daha az -yada en azından erkeklerden farklı olarak- girişimcilikle ilgilidir (Fagenson 1993; Neider 1987; Sexton ve Bowman-Upton 1990; Zapalska 1997).
- b) *Motivasyon* : İşlerini geliştirmek konusunda daha düşük düzeyde motivasyona sahiptirler. Girişimcilik motivasyonları erkeklerden daha zayıftır (Buttner ve Moore 1997; Fischer vd 1993). İş kurmak için daha az isteklidirler (Carter ve Allen 1997; Kourilsky ve Walstad 1998; Matthews ve Moser 1996; Scherer ve 1990)
- c) *Beşeri sermaye* : Yetersiz eğitim ve deneyime sahiptirler (Boden ve Nucci 2000:360).
- d) *Risk alma davranışları*: Erkeklerle karşılaştırıldığında daha yüksek düzeyde riskten kaçınma eğilimindedirler (Masters ve Meier 1988:31-35).
- e) *Engeller*: Başlangıç aşamasında ve eğitim ihtiyaçları konusunda kadına özgü zorluklarla karşılaşmaktadırlar (Birley vd 1987; Nelson 1987; Pellegrino ve Reece 1982).
- f) *Stratejiler* : Optimal olmayan feminen yönetim uygulamaları yada stratejileri izlemektedirler (Carter vd 1997; Chaganti 1986; Cuba vd 1987; Olson ve Currie 1992;

Van Auken vd 1994). Profesyonel yardım almak yerine, kalifiye olmayan yakınlarından yardım istemek suretiyle irrasyonel davranmaktadırlar (Nelson 1989:7-11).

- g) *Ağ ilişkileri*: Optimal olmayan ağ ilişkileri ve iletişimi kurmaktadırlar (Aldrich vd 1989; Cromie ve Birley 1992; Katz ve Williams 1997; Smeltzer ve Fann 1989).
- h) *Algular*: Kendi stratejileri ve iş planlarındaki eksiklikler yerine cinsiyet temelli önyargılara odaklanmaktadırlar (Buttner ve Rosen 1992:61). Olson ve Currie (1992:2)'ye göre ise kadınlar iş kurma aşamasında çevreyi erkeklerden farklı algılamaktadırlar.

Lerner vd (1997:331)' ye göre kadın girişimcilerin performansını etkileyen faktörler olarak tartışılan sosyal yapılar ve sosyal yapıların organize oluş biçimi, aile, iş gibi kavramlar bir çok değişkene bağlı olarak farklılaşmaktadır. Bu durumun kadın girişimleri ile ilgili teorileri yada bu teorilerden yararlanma olasılığını ne ölçüde etkilediği karşılaştırmalı analizlerle değerlendirilmeye çalışılmaktadır. Lerner vd (1997:315-321)' ne göre teorik olarak performansı etkileyen beş değişken bulunmaktadır. Bu değişkenler: bireysel motivasyon ve amaçlar, sosyal öğrenme (girişimsel sosyalizasyon), ağ bağlantıları (organizasyonlarla ilişkiler ve üyelikler), insan sermayesi (eğitim düzeyi, iş yetkinlikleri) ve çevresel (lokasyon, sektörel katılım ve sosyo politik değişkenler) etkiler olarak sıralanmaktadır.

Araştırmacılar performansla ilişkili değişkenlerin; deneyim, eğitim, ebeveynlerin meslekleri, cinsiyet, yaş, ırk ve girişimcilik amaçları olduğunu belirtmektedirler. Bu değişkenler ile ilgili araştırmaların bulguları bize alışık olunan bir sonucu tekrar göstermektedir ki: başarılı girişimlerin çoğunluğu erkekler tarafından başlatılmıştır ve erkek girişimciler başarılı kılan faktörler; başarı odaklı olmak, riski yönetebilmek ve sistematik planlama alışkanlığı olarak ortaya konmuştur (Stevenson ve Jarillo 1990; Vesper 1990; Gartner 1985; Cooper 1981). Diğer yandan Kalleberg ve Leicht (1991:140) ise, kadınların erkeklerden daha az başarılı olmadığını ileri sürmektedir. Bu yönde bulgulara ulaşılmış bir takım araştırmalar mevcut olmakla birlikte (Johnson ve Storey 1993:76), genel olarak değerlendirildiğinde, kadın ve erkek girişimlerinin başarısı konusunda kesin bir yargıya varmak olanaklı görünmemektedir. Chaganti and Parasuraman (1996:74) başarılı olmanın unsurlarından olan kaliteye, kadın girişimcilerin erkeklerden daha fazla önem verdiğini ortaya koymuştur.

Bir takım yazarlar ise girişimci kadınların sıradan kadınlar olmadıklarını ileri sürmektedir. (Aldrich vd 1989; Buttner ve Rosen 1989). Her ne kadar araştırmalar eğitim ve bir takım psikolojik faktörler açısından girişimci kadınların toplumun genelinden farklı bir profile sahip olduğunu ortaya koysa da; sıradan kadın ve girişimci kadın özellikleri konusunda yapılmış karşılaştırmalı analiz sonuçları, gelecek araştırmalarla daha net ortaya konabilecektir. Bir takım yazarlara göre ise, girişimci kadınlar erkeklerden farklı dezavantajı avantaja çevirme stratejileri uygulamaktadırlar ve bu da onları girişimci yapmaktadır. (Buttner 2001; Carter vd 1997). Cliff, Langton ve Aldrich (2005:75) ise girişimci kadınların erkeklerinkine benzer fakat daha feminen stratejiler izlediklerini savunmaktadırlar.

Cliff (1998:527) araştırmasında, kadınların başarı faktörlerini erkeklerden farklı tanımladıklarını ve bu durumda işletme performansını etkilediğini ortaya koymuştur. Kadınlar için başarı faktörlerinin işletmenin büyüklüğünü yada büyümesinden (Cliff 1998:528) ziyade, iş ve özel yaşam arasında sağlıklı bir denge kurabilmek, kendini gerçekleştirmek olduğu görülmektedir. (Cliff 1998; Brush Ve Hisrich 2000)'e göre ise kadınlar finansal başarı göstergelerinden ziyade sosyal ve kalitatif göstergeler ile başarıyı ölçmektedirler. Bu durum erkekler için tam tersi olarak tespit edilmiştir.

Gundry ve Welsch (2001:459) işlerini büyütme odaklanmış kadınların algıladıkları başarı faktörlerini; işlerinin itibarı, hizmet ve ürün kalitesine odaklanma, büyüme için kaynak ayırma ve efektif liderlik olarak sıralamaktadırlar.

Lee vd (2009:261) ise, kadın girişimcilerin başarı faktörlerini şöyle sıralamaktadırlar: aile desteği, iletişim becerileri, ürün ve hizmetlerin rekabet edebilirliği ve yönetim yetenekleri. Yine aynı yazarların kadın girişimlerinin performansına etkileri açısından yaptıkları değerlendirmede ise şu sonuçlara ulaşılmıştır. Performansla en çok ilişkili değişkenler, ürün ve hizmette rekabet edilebilir olmak ve yönetim yetenekleri olarak öne çıkmaktadır. Araştırmacılara göre bu değişkenlerin performansa etkisi, aile desteğinin derecesinden ve iletişim yeteneğinden daha önemlidir. Bu durumda ürünle ve yönetimle ilgili faktörlerin sosyal yapılardan daha önemli olduğu sonucu çıkarılabilmektedir (Lerner ve Almor 2002; Lerner vd 1997; Kalleberg ve Leicht 1991; Lee vd 2009). Araştırmacılara göre bu faktörlerin etkisinin belirlenmesinde sektör, kontrol değişkeni olarak dikkate alınmalıdır. Lee vd (2009) bu tür araştırmaların kadınların yoğun olarak faaliyet gösterdiği hizmet sektöründe yapılmış olmasından dolayı sonuçların diğer sektörlere

genellenemeyeceğini de savunmaktadırlar. Heterojen endüstri örnekleme kadın girişimcilik araştırmalarında bir problematik olarak kabul edilmektedir. Cron vd (2006:54)'ne göre, kadınlar genellikle hizmet, perakendecilik gibi sektörlerde faaliyet göstermekte olduklarından, yapılacak analizlerde erkek yoğun üretim, sanayi gibi sektörlerin baz alınması araştırmacıların yanlış noktalara varmasına neden olmaktadır. Greene vd (2003:12), kadın girişimlerinde satış hacminin ve gelirin, erkek girişimlerine oranla düşük olmasının kadınların sektör seçimlerine bağlı olduğunu belirtmektedirler. Araştırmacılara göre, kadınlar, karlılığı düşük, başlangıç sermayesi gereksinimi az ve dolayısı ile rekabetin yoğun olduğu sektörlerde eğilim göstermektedirler. Bu sektörler, perakende ve hizmet sektörleri olarak verilebilir ve bu sektörlerde faaliyet gösteren işletmeler, girişimcinin cinsiyetinden bağımsız olarak ortalamanın üstünde başarısızlık oranına sahiptir. Zira sektörün etkisi kontrol altına alındığında ise kadın ve erkeklerin başarısızlık oranları arasında anlamlı bir farklılaşma olmadığı araştırmalarla tespit edilmiştir (Lee vd. 2009; Kalleberg ve Leicht 1991). İşletme ömrü, yoğun rekabet ortamının varlığından negatif yönde etkilenmektedir.

Cuba vd (1987:42)' nin başarılı kadın girişimcinin yönetim uygulamaları ile ilgili araştırmalarında ortaya konan sonuç ise; başarılı kadın girişimcilerin rutin işleri diğerlerinden belirgin ölçüde fazla oranda delege ettikleridir (Lee vd 2009:260-261). Díaz ve Jiménez (2006:354) ise başarılı kadınların iş yerinde daha çok zaman geçirmekte olduğunu ve bu durumun da doğrudan kazanç ile pozitif ilişkili olduğunu belirtmektedirler. Brush ve Hisrich (1991:15) ise, faaliyet gösterilen alanda deneyim sahibi olmak, finansal becerilere sahip olmak, fikir üretebilmek ve pazar fırsatlarının varlığının, kadınların iş başarısındaki anahtar unsurlar olduğunu belirtmektedirler.

Faaliyet gösterilen sektör ve işin bizzat kendisi ile ilgili deneyime ve dolayısı ile de yetkinliklere sahip olmanın, işletme performansı üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunun ortaya konması ile, Madsen vd (2003)' nin ortaya koyduğu Beşeri Sermaye Bileşenleri Teorisi desteklenmiş olmaktadır. Kısaca, beşeri sermaye unsurlarının genel ve spesifik olarak alt gruplara ayrılması gerektiğini ve her bir grubun performansa etkisinin farklılaştığını savunmaktadır. Madsen vd (2003)'e göre, işletme performansına asıl pozitif etkiyi sağlayan spesifik beşeri sermaye bileşenleridir.

Lerner vd (1997)' ye göre ise üç indeks, başta gelir ve karlılık olmak üzere, tüm performans göstergeleri ile doğrudan ilişkili bulunmuştur. Bunlar, iş yetkinlikleri, planlama

ve işletmenin güçlü olduğu alanlar olarak verilmektedir. Araştırmacıya göre, işin gerektirdiği iş gücü sektörel bazda farklılık göstermektedir. Kadınların faaliyet gösterdiği geleneksel sektörleri, üretim gibi sektörlerle göre görece daha az işgücü istihdamını gerektirmektedir. Bu durumda çevresel faktörlerin girişimin performansı üzerindeki etkisi sektörel bazda farklılık göstermektedir. Öte uandan gelişmiş ülkelerde insan sermayesi, eğitim düzeyi ve alanı, geçmiş girişimcilik deneyimleri ve sektörel deneyim daha iyi bir performansa ulaşılmasını sağlayan faktörler olarak kabul edilmektedir. Araştırmacı, tek bir ağ ilişkisinin karlılık ile pozitif ilişkili olduğunu, ağ sayısının ise gelir ve kişisel kazançla negatif ilişkili olduğunu savunmaktadır. Bu durum, ağ ilişkilerinin sayısı azaldıkça ağlarla kurulan ilişkilerin güçlenmesi ve bu sayının artması durumunda ilişkilerin daha zayıf hal alması ile bu ağlardan sağlanan yararın da azalması olarak yorumlanmaktadır.

Loscoco ve Robinson (1991:513) ise kadınların başarılarını olumsuz etkileyen faktörleri şöyle sıralamışlardır; eğitim ve meslek sahibi olmak konusunda yaşanan cinsiyet ayrımcılığı, bilgiye ulaşmak için gerekli ağların yokluğu, kadının aile içi sorumlulukları. Moore ve Buttner (1997:41) ise, kadın girişimciler için başarının anahtarının, sektörel geçmiş deneyimin yanı sıra daha çok ağ olanakları kullanmak olduğunu belirtmektedirler. Maysami ve Goby (1999:102) kadının başarısında etkili olan faktörleri incelemiştir. Araştırmalarından elde edilen bulgulara göre, başarılı kadınların sahip olduğu özellikler aşağıda maddeler halinde verilmiştir.

- a) Başarılı kadınlar diğerlerine göre güçlü aile desteği almaktadırlar.
- b) Görece daha çok entelektüel birikime ve dil bilgisine sahiptirler.
- c) İnsan ilişkileri konusunda yeteneklidirler ve iletişim becerileri gelişmiştir.
- d) Kişisel yetkinlikleri, beşeri sermaye birikimleri daha güçlüdür.
- e) Ürün ve hizmet bilgisine sahiptirler.
- f) Müşteri sadakati ve çalışanların kalitesine odaklanmaktadır.
- g) Profesyonel hizmetlere ulaşım olanaklarına sahiptirler.
- h) Teknolojiyi daha yoğun kullanmak suretiyle avantaj yaratmaktadır.
- i) Uygun finansman olanaklarına sahiptirler.
- j) Faaliyet gösterdikleri pazarlarda fırsatlar bulunmaktadır.

k) Güçlü başarıma arzusuna sahiptirler.

18.1. Kadın Girişimciliği Araştırmalarında Kullanılan Performans Parametreleri

Araştırmacılar kadın girişimlerinin başarısını ölçümlemek üzere belirlenen kriterlerin sabit olmaması gerektiğini ve bu enstrümanlarının da işletmenin yaşam evreleri boyunca değişkenlik gösterdiğini savunmaktadırlar. Cron vd (200:54)'ne göre bir işletmenin başarısını ölçmeye yarayan performans parametreleri, girişimin yaşam evresine bağlı olarak farklılaşmak durumundadır. Araştırmacılara göre, başlangıç aşamasında, performans kriterleri olarak yatırımların geri dönüşü, satışlar, istihdam yada pazar payındaki büyüme alınabilir iken; kurulmuş bir işletmenin performans parametreleri karlılık yada aktif karlılığı olarak alınmalıdır.

Fisher (1992;1993) ile Kalleberg ve Leicht (1991:140) araştırmalarında başarı kriteri olarak işletme ölçeği, büyüme oranı ve prodiktiviteyi kabul etmiştir. Brush vd (2006:188) de araştırmalarında büyüme oranını performans kriteri olarak kullanmışlardır. Chaganti ve Parasuraman (1997:74) ise büyüme oranını, istihdamın büyüme oranı olarak araştırmalarında performans parametresi olarak ele almıştır. Brush vd (2006:188) ise çalışan sayısındaki artış yerine doğrudan çalışan sayısını performans kriteri olarak kabul etmiştir. Loscocco, Robinson, Hall ve Allen (1991:69) performans parametreleri olarak girişimcinin kişisel kazancı ile satış hacmini kabul etmiştir. Fischer, Rauber ve Dyke (1993)'da girişimcinin kişisel kazancının en uygun performans parametresi olduğunu savunmuştur. İşletme ömrünün de yaygın olarak kabul edilen performans parametrelerinden biri olduğu görülmektedir (Kalleberg ve Leicht 1991; Brush vd 2006). Kalleberg ve Leicht (1991:141)'e göre toplam kazanç, kadın girişimlerinin başarısını ölçümlemekte kullanılacak parametrelerden biridir. Durietz ve Henrekson (2000) satış hacmi, karlılık, çalışan sayısı ve sipariş miktarını performans kriterleri olarak kabul etmiştir. Araştırmacılar, satış hacminin cinsiyet temelinde farklılaştığını tespit etmişlerdir. Fasci ve Valdez (1998:2) cinsiyet temelinde gerçekleştirdikleri karşılaştırmalı analizlerinde, net karı performans parametresi olarak kabul etmişler ve kadın girişimcilerin kar marjının erkeklerden daha düşük olduğunu tespit etmişlerdir. Araştırmalarda kullanılan diğer performans parametreleri ise toplam kazanç (Kalleberg ve Leicht 1991:141), satışların oranı olarak alınan kar (Fischer, Rauber ve Dyke 1993), gelir (Lustgarten 1995), yıllık satış hacmi (Chaganti ve Parasuraman 1996:74) ve ROA (Chaganti ve Parasuraman 1996:73) olarak verilebilir.

Yukarıda verilen araştırmaların tümü ele alındığında gelir düzeyinin (Lustgarten 1995), satış hacminin (Chaganti ve Parasuraman 1997), kar marjının (Fasci ve Valdez 1998:1-7) cinsiyet temelinde farklılaştığı ve kadınların bu performans kriterleri bazında erkeklerden daha düşük performans kaydettikleri ortaya konmuştur.

18.2. Kadın Girişimcilerin Başarı Algılaması Ve Başarı Algılaması ile Performans İlişkisi

Araştırmacılar kadın girişimcilerin görece düşük performansının altında yatan etkenlerden birinin de kadınların başarı tanımını olduğunu belirtmektedirler. Kadınların hangi aşamada kendilerini başarılı buldukları ve başarı kriterleri incelendiğinde erkeklerinkinden tamamen farklı bir tablo ile karşılaşılmaktadır. Kadın girişimciler için, kendi kaderlerini kontrol edebilmek, müşteriler ile süregelen ilişkiler kurabilmek bir girişimin başarısı olarak kabul edilebilmektedir. Oysa erkek girişimciler başarıyı amaçlara ulaşma olarak tanımlamaktadırlar (Greene vd 2003:20). Buttner ve Moore (1997:36) ise, kadınlar için başarının kendini gerçekleştirme ve amaçlara ulaşma olduğunu ve bu amaçların finansal başarıdan önce geldiğini tespit etmiştir. Kadınların başarı tanımlamalarının, büyüme ve hayatta kalma konusunda gösterdikleri düşük performansın bir nedeni olarak görülmektedir. Daha açık bir ifade ile finansal kar yada finansal başarının kadınlar için “başarı” olarak algılanmaması, büyüme ve gelişme konusunda erkeklerden daha düşük bir performans göstermelerinin nedeni olarak değerlendirilmektedir (Srinivasan, Woo ve Cooper 1994; Greene vd 2003). Diğer bir deyişle finansal kazanç ve pazar fırsatlarının değerlendirilmesinin, kadınlar tarafından performans parametreleri olarak kabul edilmemesinin, girişimin performansını negatif yönde etkilediği görülmektedir (Fisher vd 1993; Tominic ve Rebernik 2006; Small Business And Trade 1991; Cliff 1998; Brush And Hisrich 2000). Benzer biçimde kadınların başlangıç motivasyonlarının finansal konuların dışında bir kapsama sahip olmasının işletme performansını negatif etkilediği araştırmacılar tarafından ortaya konmuştur (Cron vd 2006; Still ve Sautar 2001; Barret 2006).

Gundry ve Welsch (2001:465) ise, işlerini büyötmeye odaklanmış kadınların algıladıkları başarı faktörlerinin diğerlerinden farklılaştığını ve bu faktörlerin; işlerinin itibarı, hizmet ve ürün kalitesine odaklanma, büyüme için kaynak ayırma ve efektif liderlik olduğunu belirtmektedirler. Carter ve Cannon (1988:32)’a göre ise, bireysel başarı tanımlaması, işletmenin farklı safhalarında farklılık gösteren dinamik bir kavram olup;

özellikle işletmenin başlangıç aşamalarında bireysel ve ekonomik başarı parametrelerinin örtüştüğü görülmektedir. Kadınların girişimcilik için gerekli gördükleri bireysel özellikler ise kendine güven, cesaret, iletişim becerisi, sabır, tevazu olarak belirtilmiştir (Ufuk ve Özgen 2001b:307). Kadın girişimlerinin başarısında kadınların başarı tanımlaması ve hedeflerinin önemli olduğu görülmektedir. Özet olarak kadın girişimciler için başarı kriterleri erkek girişimcilerden farklılaşmakta ve başarı faktörleri ağırlıklı olarak, karlılık ve büyümeden ziyade, kendini gerçekleştirme, aile ve iş arasında dengeyi koruyabilme ve bir işletme vücuda getirebilme olarak kabul edilmektedir (Buttner ve Moore 1997:34).

19. Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Engeller Ve Kadın Girişimcilerin Engel Algılamasının Değerlendirilmesi

Kadın girişimcilerin karşılaştıkları engellerin ne derece gerçek durumu yansıttığı literatürde halen üzerinde tartışılan ve araştırılan konulardan biridir. Araştırmacıların görüşleri iki grup altında toplanabilir. İlk grup kadınların önündeki engellerin benzersiz ve erkeklerden farklı bir yapı sergilediğini (Birley vd 1987; Nelson 1987; Pellegrino ve Reece 1982) ve bu engellerle yüzleşmenin kadınlar için kaçınılmaz olduğunu savunmaktadır. Bu araştırmacılara göre kadınlar özellikle girişimin başında (Hughes 2003:440) karşılaştıkları bu engeller nedeni ile daha baştan erkeklerden birkaç adım geride başlamaktadırlar. Aynı zamanda girişimin başlangıç aşamasında, faaliyete geçtikten sonraki aşamalara göre daha fazla zorlukla karşılaştıkları ve karşılaştıkları sorunların büyük bir bölümünün, erkek egemen çevrede, çevre ile ilişkiler kurma konusunda yaşandığı belirtilmektedir (Brush 1997:22). Diğer grup ise kadınların önünde, kadınlara özgü engellerin bulunmadığını, ortaya engel olarak konan durumların kadınların algılamalarından kaynaklandığını savunmaktadır (Diaz ve Jimenez 2006; Tominc ve Rebernik 2006; Shragg, Yacuk ve Glass 1992; Fagenson 1993; Neider 1987; Sexton-Bowman Upton 1990; Zapalska 1997). Cinsiyet temelli ayrımcılıkta bu iki perspektif ışığında ele alınmaktadır.

Sosyal feminizm teorisyenleri ise, kurumsal ve sosyo kültürel faktörlerin kadın ve erkeği farklı etkilediğini belirtmektedirler (Manolava 2006; Unger ve Crawford 1992). Greer Ve Greene (2003:36), kurumsal engellerin; eğitim, iş deneyimi, ağlar ve sermayeye ulaşım alanındaki cinsiyet ayrımcılığı yoluyla, kadın girişimlerinin sayı, ölçek ve faaliyet alanlarını sınırlandırdığını ifade etmektedir. Orser vd (2005:290) ise, kadın girişimlerinin farklı kılan üç odaklanma etmeninin olduğunu ileri sürmektedir. Bu etmenler, 1) hizmet ve perakende sektörüne odaklanmak, 2) büyüme daha az odaklanmak ve 3) dış kaynak

kullanımına daha az odaklanmak olarak belirtilmektedir. Greve ve Salaff (2003:9) ise, sosyal olanakların kadın ve erkek arasında eşit olarak dağıtılmadığını bu nedenle kadın ağlarının sosyal sermaye kaynağı olma olanağının erkeklere göre daha kısıtlı olduğunu belirtmektedirler. Bu durumda kadınlar daha az kaynağa ulaşabilmekte ve daha düşük performans ve büyüme sergilemektedirler. Kadınların ağ ilişkileri kurma ve kaynaklara ulaşım konusunda yaşadıkları sorunlar ve karşılaştıkları engeller özellikle başlangıç aşamasında yaşadıkları zorlukların anlaşılması açısından önemlidir (Neergard vd 2005). Hisrich ve Brush (1985:567) ise, işbirliği geliştirme, kredi alma, toplumun önyargıları ve iş yaşamında kadınların ciddiye alınmamasını kadınların yaşadıkları engeller olarak sıralamaktadırlar. Araştırmacılara göre, başlangıç sermayesi edinme zorlukları, kadın girişimci araştırmalarının tamamında tespit edilen ortak kadın girişimci sorunu olarak göze çarpmaktadır. Özellikle kayıt oluşturma, finansal yönetim ve reklam, kadın girişimlerinin operasyonel sorunlarının başında gelmektedir (Hisrich ve Brush 1985:568). Araştırmacılara göre bu sorunlar, kadınların iş hayatına atıldıklarında finansman, pazarlama ve iş süreçleri ile ilgili eksiklerinden kaynaklanmaktadır. Yönetim becerileri eksikliği ile finansal planlama eksikliğinin kadınların başlangıç aşamasında en çok zorlandıkları konuların başında geldiği belirtilmektedir (Hisrich ve Brush 1985:572). Aynı zamanda kadınlar, başlangıç aşamasında kendilerine yol gösterecek, danışacak kimse bulamadıklarını da ifade etmektedirler. Bir diğer araştırmada da kadının girişimlerinin en büyük sorunlarının başında, nakit akışı ve çalışma sermayesi konularının geldiğini ortaya konmuştur (Hisrich ve Brush 1987:198). Doğal olarak, kadınlar, girişimin farklı evrelerinde farklı sorunlarla karşılaşmaktadırlar. İşletmenin faaliyete geçmesinin ardından, finansal ve yönetsel konular sorun olarak devam etmekle birlikte, bunlara yetkin personel bulabilme, müşteri kazanma gibi operasyonel sorunlarda eklenmektedir (Hisrich ve Brush 1985:573). Bir diğer araştırmada ise, kadınların operasyonel sorunları olarak, personel bulma, yönetsel faaliyetlere yetersiz zaman ayırma, nakit akışı, pazar araştırması, yüksek operasyon giderleri ve personel eğitimi tespit edilmiştir (Hisrich ve Brush 1987:192). Ağ iletişimleri açısından kadınlar, en çok bankacılar ile sorun yaşadıklarını, ardından tedarikçiler, avukatlar, müşteriler ve muhasebecilerin geldiğini belirtmişlerdir (Hisrich ve O'Brien 1982:57). İlginç olarak, kadınlar, kadın çalışanların erkeklerden daha sorunlu olduklarını belirtmişlerdir (Hisrich ve O'Brien 1982:57). Hisrich ve Brush (1985:573), kadınların yaşadıkları sorunların üstesinden gelebilmek için profesyonel ilişkiler kurmak yerine, moral desteği almak için aile ve arkadaşlarına

yönelindiklerini belirtmektedir. Nadiren de olsa, moral desteği alma amaçlı ilişkilerin tedarikçiler ve müşteriler ile de kurulduğu görülmektedir. Son dönem araştırmalarda aksi yönde bulgular elde edilmiş olsa da, Hisrich ve Brush (1985:574) araştırmasında kadınların en büyük destekçilerinin eşleri olduğunu, ardından iş ilişkileri, arkadaş ve diğer yakınlarının geldiğini tespit etmiştir.

Kadın girişimcilerin yüzleşmek durumunda oldukları engelleri Lee vd. (2009:260) ise şu şekilde sıralamaktadır: sosyalleşme, eğitimle kazanılan yetkinliklerin eksikliği, iş bağlantıları kurabilecekleri ağların var olmaması. Araştırmacılar, yapısal engellerin kadın girişimlerinin performansını etkilediğini savunmakta ve bu etkinin ülkeler bazında farklı şiddete sahip olabileceğini belirtmektedirler (Lerner, Brush ve Hisrich 1997: 317). Bunun nedeni kadının aile içi sorumluluklarının, inançlarının, eğitim olanaklarının ve bu gibi faktörlerin ülkeler ve kültürler bazında farklılaşmasıdır. Bu durumda kadın girişimciler de işle ilgili bilgi eksikliği, yönlendirme eksikliği, ağlara giriş engelleri ve iş destek sistemlerinin yoksunluğu ile işe başlamaktadırlar. Başlangıç aşamasında sermaye tedariki, yerine getirmeleri gereken bürokratik prosedürler, deneyim eksikliği olarak sıralanırken; girişim faaliyete geçtikten sonra, pazardaki yetersiz talep, vergiler ve borçların geri ödemesi, kadınların karşılaştıkları engeller olarak sıralanmaktadır.

19.1. Sosyal Yapıların Kadın Girişimciliğine Etkisi

Farklı coğrafyalarda farklı kültürel, sosyal ve ekonomik dinamiklere karşın, kadının, ailesine karşı sorumluluğunun her durumda öncelik taşıdığı ve erkekten temel beklentinin “eve ekmek getirmek” olduğu görülmektedir (Stoner vd 1990; Brush 1997; Greene vd 2003). Bu durum erkeğin para kazanma amaçlı aktivitelerinin sosyal kurumlar tarafından daha güçlü desteklenmesi sonucunu doğurmaktadır (Manolava 2006; Unger ve Crawford 1992; Jones ve Jayawarna 2009; Brush ve Hisrich 1987). Zira sosyal kurumların yapılanmasında etkili olan bu görüş, kadını aile ve iş yaşamı arasında, aile lehine denge kurmaya zorlamaktadır. Diğer yandan çocuklar, aile içi sorumluluklar ve kariyer açısından kadın ve erkeğe eşit sorumluluk yükleyen bir ortamda, toplumsal yapılanmalar ve düzenlemelerin farklı olması beklenebilir. Örneğin böyle bir ortamda devlet çocuk bakımının kadının sorumluluğu olduğunu düşünmeyerek, çocuk bakımı konusunda sorumlulukların bir bölümünü üstlenebilecek yada bir takım farklı yapılanmalar gerçekleştirilecektir (Ahl 2006:597). Toplumsal değerler nesilden nesile aktarılagelmiş ve yerleşik bir yapı halini almıştır (Amine 2006:202). Sosyal değerler ve kurumlar kadınların

uygun kaynaklara ulaşmasını engelleyerek kadın girişimlerinin başarısına negatif etki yapmaktadır (Manolava 2006; Unger ve Crawford 1992; Jones ve Jayawarna 2009; Brush ve Hisrich 1987). Amine (2006:202)'ye göre mülk edinimi ile uygulamalar kadın girişimcilerin önündeki sosyal yapı engeline örnek olarak gösterilmektedir. Ufuk ve Ozgen (2001b:307) hükümet uygulamalarının kadın girişimcileri olumsuz yönde etkilediğini savunmaktadır. Ganesan (2002) ise Patriarchal toplumun kadın girişimlerinin performansı üzerinde olumsuz etki yarattığını belirtmektedir. Sosyal yapılan kadınların uygun eğitim ve yetiştirme kaynaklarına ulaşımını da olumsuz etkilemektedir (Orser vd 2005; Greve ve Salaff 2003; Powell ve Graves 2003). Ayrıca bazı bölgelerde kadınların girişimci olmasının hoş karşılanmadığı da görülmektedir (Amine 2006:202). Yazara göre bu bakış açısı inanç sistemlerinin, etnik ve kültürel faktörlerin etkisi ile gelişmektedir. Hisrich ve O'Brien (1982:58)'a göre kadınlar sosyal yapıların girişimleri üzerindeki etkisini algılamakta ve toplumun negatif bakış açısının değişmesindeki zorluğu da artı bir engel olarak görmektedirler. Greene vd (2003:6), kadınların girişimcilik kariyerini seçerken sosyal baskı hissettiklerini ve bu baskının da onlar tarafından engel olarak algılandığını ortaya koymuştur. Brush (1997:17) ise kadın girişimciliğinin toplum tarafından ciddiye alınmadığını belirtmektedir. Ganesan (2002:77) ise, toplumun ataerkil yapısı, androsentrizm ve kadınların yaşadıkları rol çatışmalarının kadınları girişimcilikten uzak tutan etkenler olduğunu belirtmiştir.

19.2. Rol Çatışmasını Kadın Girişimciliğine Etkisi

Rol çatışması bir çok girişimci kadın için en önemli sorun olarak görülmektedir. Bu rol çatışmasının altında yatan temel neden, kadınların gördüğü sosyal baskı ve rol beklentilerinden kaynaklanmaktadır. Araştırmalar, cinsiyet rollerine bağlı önyargılar, pazarlama, sermaye bulma ve alt yapı eksiklikleri ile uygun ağların yokluğunun kadın girişimciliği önündeki engeller olduğunu ortaya koymuştur.

Kadın girişimlerinin performansı üzerindeki etkisi en çok ele alınan konulardan biri de kadının ailesine karşı sorumlulukları ve bu sorumluluklarının taşıdığı öncelik gelmektedir (Stoner vd 1990; Brush 1997; Greene vd 2003). Kadınların girişimcilik kariyerini seçmelerindeki nedenlerden biri de ailelerine karşı sorumluluklarını yerine getirebilecekleri esnekliğe kavuşmak ise de (Cliff 1998; Moore ve Buttner 1997; Demartino ve Barbato 2003), araştırmalar bu sorumluluklarının girişimlerinin başarısını negatif yönde etkilediğini ortaya koymaktadır. Kadınların ev içi sorumluluklarının

erkeklerden daha fazla olması durumu kadın girişimciliği konusunda sosyal, kültürel farklılık göstermeyen nadir konulardan biri olarak kabul edilebilir. Bu durum, aile ve iş yaşamları arasında denge kurmak gibi, kadınlara özgü sorunları da beraberinde getirmektedir (Aldrich 1989; Greene 2003; Ufuk ve Özgen 2001:a). Kadın, aile içinde, anne, ev kadını ve bu iki eksen etrafında gelişen daha farklı bir takım rolleri üstlenmektedir. İş yaşamında ise, bir birey, bir profesyonel ve sosyal çevrenin bir parçası olarak hareket etmek durumundadır. Hisrich ve Brush (1985:573), bir birey olarak kendileri için zaman ayırmak yerine, bu zamanı aile ve iş arasında paylaşmaktadırlar. Tüm bu rolleri üstlenmenin, çalışan bir kadın olarak, kendilerine zaman ayırmaksızın aile ve iş sorumluluklarını yerine getirmeye gayret etmenin, kadınların yaşam kalitelerini olumsuz etkilediği, yaşamlarından memnuniyetsizliklerini artırdığı ve kadın girişimciler üzerinde stres yarattığı görülmektedir. Özgen ve Ufuk (2001a:95-97)'un araştırma bulgularına göre, girişimci kadınlar, iş yaşamına atılmanın aile içindeki rollerini olumsuz etkileyeceğini, fakat sosyal, ekonomik ve birey olarak konumlarını olumlu etkileyeceğini düşünmektedirler. Tüm bunlar kadınların aile içi yaşamlarında değişiklik olmaksızın gerçekleştiğinde ise, kaçınılmaz olarak, girişimcilik ve diğer rollerin çatışması sonucu doğmaktadır (Amine 2006:202). Kadının ev için rollerinin, anne, eş ve ev kadını gibi alt gruplara ayrılması durumunda, girişimcilik rolü ile en çok çelişen rollerinin ev kadınlığı olduğu görülmektedir (Ufuk ve Özgen 2001:a; Ganesan 2002). Erkeklerden farklı olarak kadınlar, kendi işlerini yapmaya karar verdiklerinde bir çok parçaya ayrılmış rolleri arasında denge kurmak gibi bir önemli sorunla da yüzleşmektedirler. Kadınların bu motivasyonu, öncelikle işe harcadıkları zamanın erkeklerden daha az olmasına, dolayısı ile girişimlerinin başarısının olumsuz etkilenmesine neden olmaktadır (Diaz ve Jimenez 2006; Devine 1994; Brush vd 2006). Öte yandan kadının aile içi sorumluluklarının girişimlerinin başarısını olumlu etkilediği yönünde araştırma bulgularında literatürde tartışılmaktadır. Carter ve Allen (1997:218) ile Cox vd (1984), kadınların aile içi sorumluluklarının benzersiz beceri ve yetenekler kazanmalarına neden olduğunu belirtmektedirler. Yazarlara göre bu kazanımlar onlara iş yaşamında üstünlük sağlamaktadır.

19.3. Algılar Ve Psikolojik Alt Yapının Kadın Girişimciliğine Etkisi

Kadın girişimcilerin kendine güven ve risk alma davranışları konularında da erkeklerden farklı profile sahip oldukları görülmektedir. Araştırmalar kadın girişimcilerin erkeklerle karşılaştırıldığında daha düşük kendine güven düzeyine sahip olduklarını ortaya

koymaktadır (Miskin ve Rose 1990; Greene vd 2003). Erkek girişimcilerle karşılaştırıldığında, görece kendine güven eksikliğinin nedenleri olarak da eğitim, deneyim ve gerekli yetenekler açısından kendilerinde algıladıkları eksiklikler (Diaz ve Jimenez 2006; Tominc ve Rebernik 2006; Brush 1997; Greene vd 2003; Brush 1997; Greene vd 2003) ile psikolojik alt yapılarının farklılığı (Fagenson 1993; Neider 1987; Sexton-Bowman Upton 1990; Zapalska 1997) gösterilmektedir. Algıladıkları sosyal baskı da kendine güven düzeylerini olumsuz etkilemektedir (Greene vd 2003). Shragg, Yacuk ve Glass (1992) ise kadınların kendi ile ilgili genel algılamalarının kendine güven eksikliğine neden olduğunu savunmaktadır. Greene vd (2003) kadınların, ileri teknoloji, inşaat yada üretim gibi sektörler yerine; hizmet yada perakende satış gibi daha az küçük ölçekli işleri seçmelerinin nedenlerinde birinin de kendine güven konusu olduğunu belirtmektedir.

19.4. Girişimcilik Motivasyonunun Kadın Girişimciliğine Etkisi

Kadınları girişimci olmaya motive eden faktörlerin de kadın girişimlerinin performansını etkilediği görülmektedir. Öncelikle kadınların girişimcilik motivasyonlarının erkeklere göre daha düşük olduğu görülmektedir (Buttner ve Moore 1997; Fisher vd 1993). Kadınların iş kurmak, girişimci olmak konusunda daha az istekli olmaları da, kimi araştırmacılara göre, girişimlerinin başarısında belirleyici role sahiptir (Carter ve Allen 1997; Kourilsky ve Walstad 1998; Matthews ve Moser 1996; Scherer vd 1990).

19.5. Fon Bulma Stratejilerinin Ve Karşılaşılan Engellerin Kadın Girişimciliğine Etkisi

Kadınların başarısı önündeki engelleri Carter ve Cannon (1998:2) ise, finansal konularda yaşadıkları ayrımcılık, yetersiz eğitim ve işletme bilgileri ve süregelen faaliyetlerde maliyetleri öngörememe olarak belirtmişlerdir. Yazarlara göre kadın girişimcilerin karşılaştıkları engeller, işletmelerinin performansı üzerinde doğrudan etkilidir. Carter ve Cannon (1988:41), girişimin başlangıç aşamasındaki en büyük engellerin de, yaşanan endişe, yasal düzenlemeler ve finansal konular olduğunu tespit etmiştir. Süregelen aşamalarda ise, kadınların engel olarak belirttikleri en önemli konular ise; faturaların geç ödenmesi, müşteri bulmak ve nakit akışı problemleri olarak belirtilmiştir. Brush (1992:14), finansal ve yönetim konularının, tartışmasız, başlangıç aşamasında kadınların en büyük sorunları olduğunu belirtmektedir. Birley (1989:36) ise,

erkek girişimcilerin de kadınlar ile eşit ölçüde sorunlar yaşadıklarını fakat kadınların, erkeklere göre daha avantajlı konumda olduklarını belirtmektedir.

Kadınların kaynak bulma konusunda yaşadıkları engeller ise mikro kredilere ulaşamama (Amine 2006:202), yetersiz sermaye ile işe başlama (Brush 1997:19), kredi kullanamama (Greene 2003:9), kullandıkları kaynakların yüksek maliyetli olması (Constantinidis vd 2006:152), dış kaynak kullanımından kaçındıkları için yetersiz kaynakla işe başlama (Brush vd 2006; Ufuk ve Ozgen 2001b) olarak sıralanabilir. Carter ve Cannon (1988:48), kadınların finansal kurumların tavrından rahatsız olduklarını ve bu tavrın çoğu zaman negatif ve düşmanca bulunduğunu tespit etmiştir. Yazarların araştırmalarında tespit ettiği ve kadın girişimcilerin karşılaştıkları diğer engeller ise aşağıda maddeler halinde sıralanmıştır (Carter ve Cannon 1988:48):

- a) Yetkinliklerini geliştirebilecek olanakların olmaması,
- b) Müşteri ve tedarikçilerin kadın girişimcileri daha az ciddiye alması,
- c) Kendine güven eksikliği
- d) Personelle ilişkiler
- e) Ailenin girişimciliği onaylamaması

19.6. Feminen Stratejilerin Kadın Girişimciliğine Etkisi

Araştırmacılar kadınlara özgü stratejilerin kadın girişimlerinin performansını olumsuz etkilediğini ortaya koymaktadırlar (Carter vd 1997; Chaganti 1986; Cuba vd 1987; Olson ve Currie 1992; Van Auken vd 1994). Literatürde ele alınan stratejilerin başında çalışma süreleri, sosyal ilişkileri, planlama alışkanlıklarının olmaması (Buttner ve Rosen 1992:59) ve kaynak bulma davranışları gelmektedir. Nelson (1989:8-11)'a göre kadınlar, işletme sorunları ile karşılaştıklarında, profesyonel destek almak yerine aile fertlerine sığınarak yada danışarak irrasyonel davranış sergilemektedirler. Sosyal ilişkileri yada bu tez çalışmasında kullanılan ifade ile ağ ilişkilerinde ise optimal olmayan davranış sergilemektedirler (Aldrich vd 1989; Cromie ve Birley 1992). Optimal olmayan davranışlar, ağlarında gereğinden fazla aile ve arkadaşlara yer vermeleri, profesyonel kişi ve kurumları ağlarının dışında tutmaları yada olması gerektiğinden daha az yer vermeleri ile az sayıda ama yoğun ağ ilişkileri kurmaları olarak belirtilebilir (Katz ve Williams 1997; Smeltzer ve Fann 1989). Amine (2006:202) kadınların teknoloji kullanmama stratejilerinin

işletmelerinin performansını olumsuz etkilediğini savunmaktadır. Ganesan (2002:77) kadınların karşılaştıkları sorunlar karşısında izledikleri stratejiler farklılık gösterse de profesyonel ağ bağlantıları kurmanın en efektif strateji olduğunu ortaya koymuştur. Kadın girişimcilerin ağ ilişkileri diğer bir bölümde ayrıntılı olarak ele alınmıştır.

19.7. Beşeri Sermaye Düzeylerinin Kadın Girişimciliğine Etkisi

Eğitim durumunun ise kadınların karşılaştıkları engellerin üstesinden gelme davranışlarını etkileyen bir değişken olduğu görülmektedir. Eğitim, kadınların karşılaştıkları krizlerin üstesinden gelmekte yardımcı olmaktadır (Ganesan 2002:77). Daha iyi eğitim almış kadınların bir takım sorunları daha kolay yönetebildikleri tespit edilmiştir. Eğitim eksikliği, uygun kaynak bulamama nedenlerinden biri olarak, performans üzerinde etkiye sahip olmaktadır (Birley vd 1987; Nelson 1987; Relegrino ve Reece 1982; Boden ve Nucci 2000). Öte yandan eğitim düzeyi ile riskten kaçınma davranışı arasında pozitif ilişki tespit edilmiştir. Foss ve Ljunggren (2006:155) artan genel eğitim düzeyi ile riskten kaçınma davranışının doğru orantılı olduğunu tespit etmiştir. Araştırmacılara göre, genel eğitim düzeyi bireylerin riskten kaçınma olasılığını arttırmakta fakat sektör spesifik eğitim ve kurslar tersine bireyi risk alma konusunda motive etmektedir. Hisrich ve Brush (1987:198)'da kadınların eğitim ve iş deneyimi eksikliklerinin de yüksek düzeyde riskten kaçınma eğilimi göstermelerine ve finansal konularda daha tutucu davranmalarına neden olduğu belirtilmektedir. Kadınların fonksiyonel eğitim (Amine 2006:202) ve girişimcilik (Brush 1997:3) alanında eğitim alabilme olanaklarının kısıtlı olmasından dolayı risk alma davranışları olumsuz etkilenmektedir. Hisrich ve Brush (1987:197) ise kadınlar için süreklilik gösteren sorunların başında, eksiklik duydukları konularda danışman ve yol göstericiye ihtiyaç duymalarının geldiğini belirtmişlerdir. Bu konuda kadın girişimcilerin kararlılıkla hareket ettikleri ve zayıf oldukları yetkinlikleri için eğitim ve yönlendirme olanakları aramaktan vazgeçmedikleri görülmektedir. Bu amaçla izledikleri stratejiler ise; eğitim ve seminerlere katılmak, uzmanlardan görüş almak, ticari çalıştaylara katılmak olarak sıralanabilir (Hisrich ve Brush 1987:197). Araştırmacılar, en popüler kılavuzların sırasıyla, girişimciler, muhasebeciler, kadın girişimciler ve diğer uzmanlar olduğunu belirtmektedirler (Hisrich ve Brush 1987:197).

Deneyim konusunun da kadın girişimciler için bir engel oluşturduğu görülmektedir. Kadınların, özellikle girişim performansına pozitif etkisi olduğu savunulan yöneticilik deneyimlerinin yeterli düzeyde olmadığı görülmektedir (Carter vd 2003; Carter ve Shaw

2006). Carter vd (2003) ve Carter ve Shaw (2006:381)'a göre genel anlamda deneyim eksikliği kadın girişimlerinin performansını olumsuz etkilemektedir.

19.8. Kadın Girişimciliğini Destekleme Amaçlı Organizasyonların Kadın Girişimciliğine Etkisi

Allen ve Truman (1993:88), kadınların bilgiye ulaşması, becerilerini geliştirebilmeleri ve fon bulabilmelerinden devletin önemli rolüne vurgu yapmaktadırlar. Öte yandan kadınlara yönelik destekleyici programlar, öncelikle, yeni ekonomik statülerinin getirdiği şartlar ve kısıtlamalar ile kendi yaşamları arasındaki ilişkileri daha güçlü ve bilinçli yönetebilmelerini sağlamaya yönelik sosyal eğitim desteği sağlamaktadır. Fakat özellikle mikro işletmecilere yönelik eğitim programları ve destek organizasyonları, kadınları, küçük, ev eksenli, düşük sermayeli ve emek yoğun işlere yönlendirdiği konusunda eleştirilmektedirler (Ehlers ve Main 1998:426). Eleştirilerin bir diğer boyutu da mikro işletme eğitim programlarının, kadın girişimlerinin büyüme ve karlılığını sağlamak yerine, kadının sosyo kültürel konumunu olumsuz etkilediği yönündedir. Carter ve Allen (1997:213)'e göre, bu tür destek programları, izledikleri politikalar nedeni ile, kadın girişimlerini ekonomik dünyanın dinamik bir parçası olmak yerine ekonomik açıdan kırılgan ve içinde bulunduğu çevre açısından daha az öneme sahip hale getirmektedirler (Greene vd 2003:22). Araştırmacılara göre, kadınlara destek amacı taşıyan organizasyonlar, kadın girişimlerinin büyümesini sağlayacak yeteneklere odaklanmalı ve finansal yönetim arenasında kadınlara güç kazandırmalıdır. Bu nedenle araştırmacılar, kadınlara destek amacı güden program ve organizasyonların mercek altına alınması ve incelenmesi gerektiğini savunmaktadırlar. Cook, Belliveau ve Von Seggern (2001) bu tür programların sayısındaki artışın incelenmesi gereken ana konulardan biri olduğunu savunmaktadır. Araştırmacılar, mikro girişimci yetiştirme programlarının, girişimcilere arzından önce çok ciddi alt yapısal hazırlıklar gerektirdiği belirtilmektedirler. Dumas (1992:43) ise mikro girişimci yetiştirme programlarının, düşük gelirli kadınlara ekonomik kendine yeterliliklerini elde etme, güçlü işletmeler kurma ve yaşam yönetimi becerileri kazandırma gibi katkılar sağladığını savunmaktadır. Araştırmacı, bu programların nihai amacının, lokal olarak kontrol edilebilen işletmelerin büyümesine katkı sağlamak yoluyla yeni iş olanakları yaratmak ve bölgesel kalkınmayı sağlamak olduğunu belirtmektedir.

19.9. Yaşanan Ve / Veya Algılanan Ayrımcılığın Kadın Girişimciliğine Etkisi

İş yaşamında ayrımcılık ve aile içi roller konusunda kadından beklenenler, kadınların yönetimin üst seviyelerinde varlık göstermesini ve kendi işleri ile ilgili motivasyonlarını ve amaçlarını etkilemektedir (Aldrich 1989:109). Cinsiyet temelli ayrımcılık girişimcilik literatüründe üzerinde durulan konuların başında gelmektedir. Kadın girişimcilerin eğitim, iş deneyimi, sosyal sermaye yapıları, fonlara ulaşımı gibi konularda cinsiyet temelli ayrımcılık yaşayıp yaşamadıkları ve –varsa- bu ayrımcılığın erkekler ile rekabet koşullarını nasıl etkilediği tartışılmaktadır (Orser vd 2005:291). Bir grup araştırmacı kadın girişimcilerin cinsiyet bazlı ayrımcılık yaşadıklarını ve bu nedenle erkekler ile eşit koşullarda rekabet edemediklerini savunmaktadır (Jones ve Jayawarna 2009; Greve ve Salaff 2003). Yapılan araştırmalarda özellikle bankaların kadın girişimcilere ayrımcılık uyguladığı fakat kadınların bankalar ile daha az iş yapmalarından dolayı bu ayrımcılığın kadınların erkeklere oranla daha düşük performans göstermesini açıklayamayacağı görüşü yaygın olarak kabul edilmektedir (Amine vd 2009; Ganesan 2002; Loscoco And Robinson 1991).

Öte yandan tüm dinamikleri sarsan ve kabulleri yeniden sorgulatan yeni nesil kadın girişimciler de deyim yerinde ise kadın girişimcilik tarihini yeniden yazmaktadırlar. Yeni nesil kadın girişimciler yaptıkları tercihler ve motivasyonları açısından kendinden öncekilerden oldukça farklı yada diğer bir deyişle daha maskülen bir rota çizmektedirler (Barret 2006; Cliff 1998; Lennings ve Cash 2006, Nielsen ve Kjeldsen 2000).

20. Kadın Girişimcilerin İzledikleri Stratejiler

Carter ve Cannon (1988:49)' a göre genç girişimci kadınlar deneyim ve yetkinlik eksikliklerini gidermeye odaklanırlarken, daha yaşlı olanların özellikle cinsiyet temelli sorunların üstesinden gelebilmek için cinsel kimliksizleşme yada davranışsal bazda ortaya konan cinsel kimliğini baskılama yoluna gittikleri görülmektedir. Araştırmacılara göre, bu yöntem özellikle dış çevre ile ilişkilerde güven ve kredibilite kazanmak için, kadınlar tarafından uygulanmaktadır. Bir diğer grup kadın girişimcinin ise, aynı amaçlarla fakat tam tersi strateji ile yani kadın kimliğini özellikle ön plana çıkararak hareket ettiği görülmektedir (Carter ve Cannon 1988:49). Araştırmacılara göre, kadın girişimcilerin başarısının anahtarı, karşılaştıkları cinsiyet temelli zorlukların üstesinden gelmek için geliştirdikleri stratejilerde yatmaktadır ve girişimci kadınlar, bu stratejileri işletmenin kuruluş öncesi aşamasında, girişimci kararı aldıklarında planlamaktadırlar (Carter ve Cannon 1988:3). Yöneticilik ve finansman konularında deneyimine sahip olmak ise

yazarlara göre bu stratejileri üretebilmek için kadınlara uygun alt yapı sağlayan unsurlar olarak görülmektedir. Pazar seçimi de bu stratejilerin bir parçası olarak kabul edilmektedir. Ağ bağlantıları kurmanın kadınlar tarafından yaygın olarak kullanılan bir strateji olduğu görülmektedir. Ağ bağlantıları kurmak, sadece başarılı yönetim için bir yol olarak görülmemekte, aynı zamanda bilgiye ulaşma ve başlangıç aşaması içinde bir araç olarak görülmektedir. Ağ bağlantıları, rol modellerin diğer kadın girişimciler için ulaşılabilir ve danışılabilir olması için de bir araç olarak görülmektedir (Carter ve Cannon 1988:49).

Devine (1994:27) kadın girişimcilerin ortalama % 50 sinin bir hafta içinde tam zamanlı mesaiden daha az çalıştıklarını ortaya koymuştur. Brush vd (2006:193)'e göre, bu durum kadın girişimlerini performansındaki görece düşüklüğü açıklayabilmek için bir argüman olarak kullanılmalıdır. İspanyol kadın girişimcileri ile gerçekleştirdikleri araştırmalarında benzer bir sonuca ulaşmıştır. Cron vd (2006:62) ise çalışma saatleri açısından kadın ve erkek arasında anlamlı bir fark bulunmadığını savunmaktadırlar. Araştırmacılar, çalışma saatleri ile gelir arasında negatif ilişki saptamışlardır. Bu durumun nedenini de, görece daha az saat çalışan girişimcilerin kalan zamanlarını daha çok sosyalleşmeye ayırmaları ve ağlarını genişletmeleri olarak açıklamaktadırlar. Girişimci bu şekilde ilişkide olduğu ağların sayısını arttırmakta ve bu durumdan uzun vadede kazanç sağlamaktadır (Cron vd 2006:61). Carter ve Cannon (1988:48) ise araştırmalarında, kadınların büyük çoğunluğunun uzun saatler iş yerinde kaldığını ortaya koymakla birlikte, yazarlara göre kadınlar, özellikle cinsiyet temelli dezavantajlı durumları en aza indirmek için çalışma saatlerini uzatmak durumundadırlar.

Buttner (2001:269) kadın girişimlerinin performansı ile ilgili çalışmalarda, kadınların yönetim tarzlarına odaklanılması gerektiğini belirtmektedir. Araştırmacı, kadınların yönetim tarzlarını ilişki teorisi ile açıklamaya çalışmıştır. İlişkisel (relational) teori, kısaca, organizasyonel alanda öncelikle kadınların deneyimledikleri yetkinlik ve uygulamaları ele alan ve açıklamaya çalışan teori olarak tanımlanabilir. Teori aynı zamanda, kadınların rol algılamaları ile ilgili analiz için çerçeve çizmektedir. Teori, kadınların iş yaşamında geliştirdikleri ilişkilerin anneleri ile geliştirdikleri ilişkiyi temel aldığı savunmaktadır. Buttner (2001:272) İlişkisel Teorinin kadınların yönetim tarzını ne ölçüde açıklayabildiğini araştırmak amacı ile yaptığı çalışmanın bulguları oldukça dikkat çekicidir. Araştırma bulgularına göre, girişimci kadınların yönetim tarzı (Buttner 2001: 260-265) aşağıda maddeler halinde verilmiştir.

- a) Girişimci kadınlar birlikte çalıştıkları diğerlerine karşı sorumluluk duygusu taşımaktadırlar.
- b) Karşılıklı güçlendirme, kadınların dominant tarzıdır. Bu nedenle başkalarını güçlendirmenin önemine inanmaktadırlar. Güçlenmede ise öğrenme ve öğretmenin önemli olduğunu düşünmektedirler. Bu nedenle risk almayı, yeni beceriler geliştirmeyi desteklemektedirler.
- c) Hatayı erkek girişimcilere göre daha kolay kabullenmekte ve hatta öğrenmenin bir parçası olarak görmektedirler.
- d) Kadınlar başarıyı tanımlarken başkalarını güçlendirmenin önemine vurgu yapmaktadırlar.
- e) Kadın girişimciler çalışanları ile ilişkilerini tanımlarken, işbirliği yada birlikte çalışma gibi ifadeler kullanmaktadırlar.
- f) Yönetimde ekiplerin varlığına ve etkin ekip çalışmasına büyük önem vermektedirler. Takım odaklı kültürün yaratılmasında kritik bileşenin başkalarını güçlendirmek (empowerment) olduğuna inanmaktadırlar. Çalışanların, etkin birer takım üyesi olabilmesi için ise kendine güven, bilgili olmak ve tamamlayıcı rolde olmanın önemine inanmaktadırlar. Bu nedenle kadın girişimcilerin çoğu, çalışanlarının gelişimini sağlamayı rollerinin temel parçası olarak kabul etmektedirler.
- g) Anne rolünü organizasyona da taşımaktadırlar. Çalışan ve müşterilerinin sorumluluğunu almaktadırlar.

Carter ve Cannon (1988:48) ise, büyük şirketlerde yöneticilik deneyimleri olsa bile, kadın girişimcilerin personelle ilişkiler konusunda sorun yaşadıklarını ve ilişkiler konusunda becerilerini geliştirmek için uygun fırsatları aradıkları belirtmektedirler. Araştırmacılara göre daha ileriki yaşlarda bu sorunu aşmak için kadınlar, personele karşı anaç bir yaklaşım sergileme stratejisi izlemekte yada personelle ilişkilerini daha kolay yürütebilmek için kadın istihdamına yönelmektedir. Kadın girişimciler, kadın çalışanların, daha uyumlu ve otoriteye meydan okumalarının daha az olası olduğunu belirtmektedirler (Carter ve Cannon 1988:48).

McClelland (1979) ise, girişimci kadınların güç tanımında, başkalarını dikkate almak ve başkalarının iyiliğine katkı sağlamaya yer verdiklerini tespit etmiştir (Buttner 2001: 255). Gilligan (1982:23-25) ise, kadınların benlik bilinci ve etik anlayışlarının, başkalarına

karşı sorumlulukları temelinde şekillendiğini ve kadınların karar süreçlerinde, kararlarının başkaları üzerindeki etkisini dikkate aldıklarını ortaya koymuştur. Miller (1976)' a göre, empati kadınların organize olmadaki en belirgin ve merkezi özelliğidir. İlişkisel teoriye göre, bir bireyin benlik bilinci ve kendine verdiği değer başkaları ile iletişim kurabilme temeli üzerine kurulmaktadır (Buttner 2001: 256). Sperberg ve Stabb (1998:225)' e göre ise kadınların başkaları ile karşılıklı ilişki kuramıyor olmaları depresyon göstergesi olarak algılanmalıdır zira birlikte olmak, empati kurmak kadınların kendi gelişimlerinin anahtarı olarak kabul edilebilir (Surrey 1991:55).

Barrett (2006:31) Avustralya'da kadın girişimler ile gerçekleştirdiği çalışmasında, kadın girişimlerinin tamamına yakını küçük işletmelerin oluşturduğunu tespit etmiştir. Brush vd (2006:58) ise kadın girişimlerinin Kanada işletmeleri arasında en küçük ölçekli olanları ve erkek girişimlerine oranla anlamlı şekilde daha az gelire ve daha az çalışan sayısına sahip olduğunu tespit etmiştir. Kadınların faaliyet alanlarının seçiminde önceki deneyimlerinin etkili olduğu görülmektedir. Daha önce de değindiğimiz kadınların neredeyse tamamı geleneksel sektörler olarak adlandırılan sektörlerde faaliyet göstermektedir (Barrett 2006:40). Araştırmacı aynı zamanda, kadınların başında olduğu işletmelerin erkeklerinkinden daha yavaş büyümekte olduğunu da tespit etmiştir (Brush vd 2006:59). Kadın girişimlerinin büyük bir bölümünde kadın tek başına işletme kuran, personel istihdam etmeyen ya da en çok dört kişi ile çalışan girişimci konumundadır (Barrett 2006:31). Araştırmanın ilginç sayılabilecek bulgusu ise Avustralya hükümetinin kadın girişimlerinin büyümesi için verdiği desteklere karşın, girişimlerin mikro düzeyde kalmaya devam ettiğinin görülmesidir. Still vd (2003:4-6) kadın girişimlerinin mikro ya da küçük işletmelere olarak kalmasının iki temel nedeni olduğunu ileri sürmektedir. Araştırmacılara göre bu nedenlerden biri kadınların seçtikleri yaşam tarzıdır. Kadınlar iş ve aile yaşamını bir arada yürütmeye çalışmaktadır. İkinci neden ise kadınların kaliteli ürün ve hizmetler sunarak, toplumun bir parçası olarak, müşterileri ile ilgilenerek ve diğer sosyal yönü olan amaçlar belirleyerek fark yaratmayı beklemeleridir (Barrett 2006:31). Oysa diğer yandan erkek girişimcilerin büyümek ve kazançlarını artırmak gibi salt ekonomik amaçlarla hareket ettikleri görülmektedir. Barrett (2006:39)' e göre küçük ölçekli kalmak kadın girişimcilerinin seçimlerin doğal bir sonucu olarak kabul edilmelidir. Watson, Newby ve Mahuka (2006:208) göre ise, kadınlar on yaşından küçük KOBİ' ler arasında büyük bir çoğunluğu oluşturmakla, fakat bu durum on yıldan yaşlı KOBİ ler için tam tersi olarak gerçekleşmektedir. Cliff (1998:524) ise, birçok kadın girişimcinin küçük

kalmasının kendi seçimleri olduğunu ifade etmektedir. Carter ve Allen (1997:213) kadın girişimlerinin daha küçük ölçekli kaldığını, bunun nedeninin de kadınların yaşam tarzı tercihleri, işletmelerini kontrol altında tutma ve aileleri ile ilgilenme isteklerinden kaynaklandığını belirtmektedir (Casson vd 2006:622). Barrett (2006), kadınların girişimlerini büyütme kararında etkili olan strateji seçimlerini şu şekilde sıralamaktadır.

- a) Kadın girişimcilerin seçtikleri yaşam tarzı,
- b) Kadın girişimcilerin iş ve özel yaşamlarını dengeleme istekleri
- c) Kadın girişimcilerin girişimleri ile ilgili kararların tamamında etkili olmak istemeleri
- d) Kadın girişimcilerin yakın çevrelerinde fark yaratma arzunu içinde olmaları

Still ve Timms (2000:272) kadın girişimlerinin homojen girişimler olmadığını, küçük işletme sahiplerinin de homojen olmayan bir grup olduğunu ileri sürmektedirler. Araştırmacılar kadın girişimcilerin seçtikleri yaşam tarzları ve sosyal odaklı hedefleri nedeni ile erkek girişimciler ile aynı büyüme stratejilerini izlemediklerini ortaya koymaktadır. Kadın girişimcilerin sosyal odaklı hedefleri ve yaşam tarzlarının yanı sıra sektör seçimleri de büyüme eğilimlerini belirleyen ana etkenlerden biri olarak görülmektedir. Kadınlar hemen hemen her coğrafyada benzer sektörlerde faaliyet göstermektedirler. Öyle ki bu durum bu sektörlerin “geleneksel kadın girişimci sektörleri” ya da “geleneksel sektör” olarak adlandırılmasına yol açmıştır. (Casson vd 2006:622) Bu sektörler hizmet ve perakende sektörlerdir. Alandaki ilk araştırmalarda da, kadın girişimcilerin ağırlıklı olarak geleneksel kadın sektörlerinde faaliyet göstermeyi seçtiği fakat erkek egemen sektörlerde de faaliyet gösteren kadın girişimcilerin, azınlık olmakla birlikte varlıklarından söz edildiği görülmektedir. Hisrich ve Brush (1985;1987), birkaç yıl ara ile gerçekleştirdikleri araştırmalarında kadınların %80’in üzerinde bir oranla hizmet sektöründe faaliyet gösterdiklerini tespit etmiştir. 1980’lerde, kadınların popüler sektörleri; perakende satış, danışmanlık, işletmelere yönelik hizmetler ve halkla ilişkiler olduğu görülmektedir (Hisrich ve Brush 1987:191). İlginç olan geleneksel sektörlerde faaliyet gösteren kadınların başlangıç sermayesi bulma konusunda daha çok zorluk yaşadığının tespit edilmiş olmasıdır (Hisrich ve Brush 1985:567). Kadınların geleneksel sektörlere yönelmesinde, sosyal bilimler alanında eğitim almış olmaları, geçmiş deneyimlerinin hizmet sektörü olmasının etkili olduğu görülmektedir (Hisrich ve Brush 1985:571-572).

Walker ve Joyner (1999:95-113) Avustralya’da genç kadın girişimcileri ikinci kuşak olarak adlandırmakta ve sektör seçimleri, büyüme eğilimleri ve risk alma davranışları açısından kendilerinden daha eski olanlardan farklılaştıklarını ileri sürmektedir (Barrett 2006:32).

Brush vd (2006:61), kadın ve erkek girişimcilerin işletmelerini büyütmek konusundaki istekliliklerinin farklılaşmadığını, kadın girişimcilerin büyüme konusunda erkeklere göre düşük performans göstermesinde en büyük etkenin “nasıl” büyümek istediklerine bağlı olduğu ortaya koymuştur. Kadınlar büyüme süreci için birçok adım yada aşama öngörmekte ve bu aşamalardan dolayı da büyümekten kaçınmaktadırlar. Kadın girişimciler işletmelerinin hızlı büyümesinin taşıdığı riskleri görmekte ve bu riskleri daha yavaş büyümeyi yada stabil kalmayı seçerek elimine etmektedirler (Brush vd 2006:61). Cliff (1998:533) ise, kalitatif analizinde, kadınların işletmelerini büyütmek konusundaki dikkat ve temkinlerinin nedenlerini şöyle açıklamıştır:

- a) Tüm organizasyonu kontrol etme isteği,
- b) Genişleyen bir işletme için harcanabilecek enerjinin olmaması,
- c) İş ve özel yaşamı dengeleme isteği.

Cliff (1998:531)’ e göre tüm bu etkenler kadın girişimcileri, ürün kalitesi, müşteri hizmetleri yada işçi-işveren ilişkileri gibi diğer işletme amaçlarına odaklanmaktan alıkoymaktadır. Bu bulgulara ek olarak büyümenin getireceği stres düzeyi artışı da kadınların cesaretini kıran etkenlerden biri olarak ortaya koymaktadır. Brush vd (2006:61) tarafından aktarılan diğer bir araştırmaya göre ise, kadınlar girişimlerinin yaşı ile büyüme isteği arasında pozitif ilişki olduğu ortaya konmuştur.

Bir çok araştırmacı, kadınların aile ve özel yaşamları arasındaki dengeyi koruma çabalarını işletme performansları üzerinde olumsuz etkisi olduğunu savunmaktadır (Cliff 1998; Moore ve Buttner 1997; Demartino ve Barbato 2003; Mukhtar 2002; Watson, Newby ve Mahuka 2006; Tiggers ve Green 1992; Rosa vd 1994; Diaz ve Jimenez 2006; Caputo ve Dolinsky 1998). Kadın girişimciler için her zaman aile önce gelmektedir. Erkekler zamanlarının çoğunu işle ilgili konulara harcayabilirken kadınlar her zaman aile ve işleri arasında dengeli yaşamaya gayret etmektedirler (Tiggers ve Green 1992; Rosa vd 1994; Díaz ve Jiménez 2006). Caputo ve Dolinsky (1998:12) kadınların çocuk sahibi olmalarının girişimci olma olasılıklarını arttırdığını tespit etmiştir. Demartino ve Barbato

(2003:822) MBA öğrencileri ile gerçekleştirdikleri çalışmalarında, kız öğrencilerin kariyer ve özel yaşam arasındaki dengeyi kurabilmek için girişimci olmak istediklerini belirtirlerken, erkeklerin refah artışını vurguladığını tespit etmiştir.

Kadın ve erkek girişimlerinin büyüme oranları arasındaki farklılıklarının bir diğer açıklaması risk alma davranışlarındaki farklılıklardır. Cinsiyet ve risk alma davranışı ilişkisi, girişimcilik araştırmalarında oldukça önemli bir yere sahiptir. Fakat araştırma bulguları birbirleri ile uyuşmayan bir takım sonuçlar üretmiştir. Bellu (1993:341) kadınların daha çok risk almaya eğilimli olduklarını tespit etmiştir. Marters ve Meier (1988)'de risk eğilimi ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişkiye rastlamamıştır. Bowman-Upton ve Sexton (1990) ise kadınların erkeklere göre daha çok riskten kaçındıkları sonucuna ulaşmıştır. Bu bulgu Watson, Newby ve Mahuka (2006)'nin araştırması ile de desteklenmektedir. Araştırmacılar, bu durumu “geleneksel” olarak tanımlamaktadır. Araştırmacıların üzerinde uzlaştığı nokta ise kadın girişimcilerin toplumun geneline ve girişimci olmayan kesime göre daha yüksek risk alma eğilimlerinin olduğu yönündedir. Kadın girişimciler sadece finansal kazanç için risk almamakta iken, erkek girişimcilerin risk alma davranışları altında yatan temel nedenin elde edecekleri ekonomik geri dönüş beklentisi olduğu görülmektedir. Risk alma davranışlarındaki bu eğilimler işletme ölçeği ve büyüme oranlarına da doğrudan etki etmektedir (Brush vd 2006:194).

Mukhtar (2002:291)'in bulguları kadın girişimcilerin yönetim tarzlarının erkeklerden anlamlı ölçüde farklılaştığını ortaya koymuştur. Kadınlar erkeklere göre işletmelerinin her yönü ile kendi kontrollerinde olmasını istemektedirler (Watson, Newby ve Mahuka 2006:213).

Manolava (2006)'ya göre, gelişmekte olan ekonomilerde kadın girişimciler erkeklerden daha az büyüme odaklı olduklarından, işletmeleri daha az gelişme kaydetmektedir. Gelişmekte olan ekonomilerde kadın, zorunluluklardan dolayı girişimci olmayı seçmektedir. Bu zorunluluklar, daha iyi bir seçeneğin olmaması, ailenin acilen maddi desteğe gereksinim duyması gibi konulardır. gelişmekte olan ekonomilerde kadınların önündeki engellerden biri ise pazara hakim yatay ve dikey ayrımcılıktır. Gerekliklerden dolayı girişimciliği seçen kadının işletmesini büyütme konusunda da tavrının oldukça net olduğu görülmektedir. Faaliyet alanının gerektirdiği ölçüde işletmesinin devamlılığını sağlayacak büyüme kaydetmeyi yeterli bulmaktadırlar. Bu nedenle AR-GE yatırımlarını oldukça sınırlı tutmaktadırlar. Araştırmacının kadın

girişimlerinin görece daha az gelişimi ile ilgili ileri sürdüğü diğer bir neden ise kadınların sektör seçimleridir. Manolava (2006), bu sektörleri tanımlamak için kadın gettosu (female ghetto) ifadesini kullanmaktadır. Böylece kadınların faaliyet alanları ile ilgili tanımlamalar çeşitlenmiş olmaktadır. Geleneksel sektörler, geleneksel kadın girişimci sektörleri tanımlamasına kadın gettosu da eklenmiştir. Bu sektörlerin özelliği rekabetin getirdiği düşük karlılık ve büyüme potansiyelinin söz konusu olmasıdır. Gelişmekte olan ekonomilerde kadınlar işletmelerini büyütmek için daha az kaynağa sahiptir (Manolava 2006:232-234). Bu durum gelişmekte olan ekonomilerde kadının önündeki engellerin erkeklerden daha çok olmasının bir sonucudur (Manolava 2006; Tan 1996).

Geleneksel sektörlerin dışında faaliyet gösteren kadınların, diğerlerine göre daha hevesli, daha yüksek başarı motivasyonuna sahip oldukları ve girişimciliği uzun vadeli bir kariyer olarak gördükleri görülmektedir (Anna vd 1999). Bu kadınlar için kariyerlerinin sağlayacağı otonomi ve etkin planlama yetenekleri başarıları ile pozitif ilişkilidir (Manolava 2006:234).

Lee vd (1997) ile Cuba vd (1987:41) ise başarılı kadınların izlediği stratejilerden birinin delegasyon olduğunu belirtmektedirler. Brush ve Hisrich (1991:13) ise, fikir üretiminin kadın girişimlerinin performansını olumlu yönde etkilediğini tespit etmiştir. Maysami ve Goby (1999) ile Lee vd (1997) ise, kalite odaklı olmanın başarılı kadın girişimcilerin ayırt edici özelliklerinde biri olduğunu savunmaktadır.

BÖLÜM III

KADIN GİRİŞİMCİLERİN BAŞARI FAKTÖRLERİ

1. Araştırma Amacı ve Önemi

Araştırmanın amacı, kadın girişimlerinin performansı ile kadın girişimcilerin finansal, sosyal ve beşeri sermayeleri ile işletme stratejileri arasındaki ilişkinin modellenmesidir. Araştırmanın amacı, kadın girişimlerinin performansı ile kadın girişimcilerin finansal, sosyal ve beşeri sermayeleri ile işletme stratejileri arasındaki ilişkinin modellenmesidir. araştırmalar kadın girişimcilerin erkek meslektaşları kadar başarılı olamadıklarını, girişimlerinin performansının daha düşük olduğunu göstermektedir. Bu durumun nedenlerini açıklamaya çalışan araştırmacılar öncelikle kadın girişimlerinin finansman stratejilerine odaklanmaktadırlar. Araştırmalar kadın girişimcilerin fon bulma stratejilerinin erkek meslektaşlarından farklı karakteristikler taşıdığını ortaya koymaktadır. Bu farklı karakteristikler, temelinde kadınların dış kaynak kullanmaktan kaçınması, kişisel birikimleri ve yakın çevrelerinin sağladığı fonlar ile başlangıç sermayesini oluşturması, kredi kullanmaya genellikle 5 yıldan sonra başlamaları, kredi kartı kullanımı gibi en yüksek maliyetli fon kaynaklarına yönelmeleri gibi nedenler sıralanmaktadır. Fon kullanım stratejilerinin sosyal sermayeleri ile yakından ilişkili olduğu görülmektedir. Zira kadın girişimciler, en önemli bilgi kaynağı olan sosyal ağ yapılarından etkin olarak yararlanamamaktadırlar. Bunun temel nedeni olarak kadınların yakın çevreleri ile yoğun ilişkiler kurmaları gösterilmektedir. Kadın girişimciler, erkek meslektaşları ile karşılaştırıldığında sosyal ağlarında daha az profesyonel birimlere ve zayıf bağlara yer vermektedirler. Girişimleri ile ilgili konularda güçlü bağlar olarak tanımlanan yakın çevreleri ile etkileşimde olmaları gerekli bilgiye ulaşmalarını engellemektedir. Öte yandan kadın girişimciler güçlü bağlar için oldukça önemli enerji ve zaman harcamakta ve fakat aynı ölçüde yarar sağlayamamaktadırlar. Kadın girişimcilerin sosyal ağ yapılarının oluşumunda, motivasyonlarının etkili olduğu görülmektedir. Kadın girişimciler, erkek meslektaşlarından farklı olarak moral desteği almanın önemli olduğunu düşünmekte ve ağ ilişkilerini öncelikle bu amaçla kullanmaktadırlar. Oyda erkek girişimcilerin ağları karma bir yapı sergilemekte, yoğun olarak zayıf bağlara yer verilmekte ve profesyonellerin ağlarda olmasına özellikle önem verildiği görülmektedir.

Kadın girişimcilerin işletme stratejilerinin de erkek meslektaşlarından farklılaştığı görülmektedir. Araştırmacılar kadınların iş yerinde erkeklerden daha az zaman geçirdiğini ve bu değişkenin işletme performansı ile pozitif ilişkili olduğunu belirtmektedirler. Bu çalışma ile kadın girişimcilerin iş yerinde geçirdikleri süre de işletme stratejileri başlığı altında incelenecektir. Yine işletme stratejileri ile ilişkili olarak, kalite odaklılığın işletme performansı ile en güçlü ilişkiye sahip rekabet stratejisi olduğu araştırmalarla ortaya konmuştur.

Bu çalışma ile öncelikle kadın girişimcilerin sosyal ağ yapılanmalarında izledikleri stratejilerin işletme performanslarına etkisi araştırılacaktır. Böylece örnekleme oluşturan başarılı kadınların erkek girişimcilerinkine benzer sosyal yapılanmalara giderek mi yoksa özgün ve farklı stratejiler izleyerek mi başarılı oldukları araştırılacaktır. Ardından başarılı kadın girişimcilerin finansman stratejileri değerlendirilecek ve iş kurma ve işletme sermayelerini edinim yöntemleri araştırılacaktır. İşletme stratejileri olarak çalışma süresi ve kalite odaklılık ele alınacaktır. Son olarak beşeri sermaye değişkeninin girişim performansına etkisi incelenecektir.

Araştırma bulguları özellikle girişimcilik kariyerini seçmeyi hedefleyen kadınlar için önem taşımaktadır. Gelecek girişimciler için sosyal ilişkilerinin, finansal stratejilerinin, işletme stratejilerinin ve beşeri sermayelerinin girişimlerinin başarısına etkisi konusunda daha bilinçli hareket edebileceklerdir. Araştırma bulguları, literatürde yeni bir konu olan kadın girişimlerinin sosyal ağ yapılarının girişim performanslarına etkisini görmek açısından orjinallik taşımaktadır. Kadınların bootstrapping tekniklerinin girişim performansına etkisini inceleyen öncü çalışmalardan biridir. Böylece Türkiye’ de bootstrapping tekniklerinin kullanımının etkisi değerlendirilebilecektir. Dünya literatüründe kadın girişimciliği ile ilgili tartışmalarda Türk kadın girişimcisi ile ilgili veri sağlayacak olması açısından da araştırma önemlidir.

2. Araştırma Yöntemleri

2.1. Araştırma Değişkenlerinin Tespiti

2.1.1. Literatür Tarama

Veri toplama yöntemi olarak soru formu kullanılmıştır. Soru formu hazırlık süreci iki aşamadan oluşmaktadır. İlk aşama literatür taraması aşamasıdır. Bu aşamada literatürde kadın girişimciliği alanında gerçekleştirilmiş eserler incelenerek performans ile ilişkilendirilen değişkenler tespit edilmeye çalışılmıştır. Tespit edilen değişkenler ana gruplar altında sınıflandırılmıştır. Bu sınıflandırma sonunda kadın girişimlerinin performansı ile ilgili değişkenler ana gruplar altında toplanmıştır. Bu gruplar: beşeri sermaye bileşenleri, sosyal sermaye bileşenleri, finansal sermaye bileşenleri, işletme stratejileri, motivasyon faktörleri, demografik özellikler olarak belirlenmiştir. Bu sınıflandırmanın ardından, ilgili kaynaklar referans alınarak, ana gruplarda yer alan tüm değişkenler ile girişim performansı arasındaki ilişki “negatif” , “pozitif” ve “ilişki yok” olarak sınıflandırılmıştır. Bu sınıflandırmanın ardından negatif ve sıfır korelasyonlu değişkenler araştırma sorularında, pozitif ilişkili değişkenler ise hipotezlerde test edilmiştir.

2.1.2. Örnek İnceleme

Bu çalışmada örnek olarak iki saha araştırmasının soru formu kullanılmıştır. Araştırmalar, University of Glamorgan tarafından gerçekleştirilen *FSB Survey: Lifting Barriers To Growth In UK Small Business Businesses 2008* araştırmasında kullanılan soru formudur. Diğer örnek soru formu da, Manchester Metropolitan University tarafından gerçekleştirilen *The NES Follow-Up Survey* araştırmasında kullanılmış olan soru formudur. Her iki referans soru formu da kullanılmadan önce, yetkili akademisyenler ile görüşme yapılmış, izinleri alınmış ve sorular birlikte değerlendirilmiştir. Soru formları ile ilgili ayrıntılı bilgi “Soru Formunun Oluşturulması” bölümünde yer almaktadır.

2.2. Girişimin Performans Parametrelerinin Tespiti

Girişimcilik araştırmalarında, önemli konulardan birinin, girişimin performansının ölçüm yöntemi ve hangi parametreler kullanılacağı olduğu görülmektedir. Bir girişimin başarısını, girişimcinin algısı yada finansal parametreler ile ölçmek olanaklıdır ve

literatürde her iki alanda da yapılmış çalışmalar mevcuttur. Kadın girişimleri söz konusu olduğunda performans parametrelerinin de erkek meslektaşlarından farklılaştığı görülmektedir. Kadınlar için “amaçlara ulaşmak” yada “iş-özel yaşam dengesini kurabilmek” gibi unsurlar başarı göstergesi olarak kabul edilebilirken erkek girişimcilerin başarı göstergelerini finansal parametrelerin oluşturduğu görülmektedir. Kadınların başarı algılamasındaki bu eğilimin, girişimlerinin performansı üzerinde negatif etki yarattığı kabul edilmektedir.

Bu çalışmada bir girişimin performansı girişimcinin algısına göre belirlenmemiştir. Çalışmada kullanılan performans parametreleri: işletmenin yaşı, karlılık, çalışan sayısı ve satış hacmi olarak verilebilir. Bu parametreler belirlenirken araştırma sorularının oluşturulması sürecinin aynı takip edilmiştir. Literatürde yer alan araştırmalar incelenerek, kadın girişimlerinin başarısını ölçmekte kullanılan parametreler tespit edilmiş ve yukarıda verilen parametreler girişimin başarısını ölçmek için kullanılmıştır.

Bu çalışmada başarılı girişim aşağıda verilen özelliklere sahip olmalıdır.

a) $3 \text{ yıl} \geq \text{İşletme yaşı} \geq 1 \text{ yıl}$

Bağımsız değişken girişimin birbirini izleyen yıl/yıllar boyunca işler olması ve halen faaliyette olmasıdır.

b) Satış hacminde son altı ayda artış

Satış hacmindeki artış iki alt gruba ayrılmıştır. $\text{Artış} \geq \% 10$ ve $\text{artış} < \% 10$ olarak. Bu ayrımın nedeni, işletmenin farklı başarı düzeylerinde bağımsız değişkenlerdeki farklılaşmayı ölçmek olarak açıklanabilir. Bağımsız değişken satışta hacminde son altı ayda artış kaydetmiş olmaktadır.

c) Son bir (1) yılda karlılıktaki değişimi

Satış hacminde olduğu gibi karlılıkta da iki düzey belirlenmiştir. $\text{Artış} \geq \% 10$ ve $\% 5 \geq \text{artış} > \% 10$ olarak. Bağımsız değişken son 1 yılda karlılık artışı kaydetmiş olmaktadır.

d) Son altı (6) ayda çalışan sayısındaki değişim

Bu parametrede iki kademededen oluşmaktadır. Bu kademeler $\text{artış} \geq \% 20$ ve $\text{artış} < \% 20$ olarak verilebilir. Bağımsız değişken son 6 ayda çalışan sayısında artış yaşanmış olmasıdır. Bu parametre denkleme dahil edilmekle birlikte, sonuçlar bu parametrenin işletme performansı ile en zayıf korelasyona sahip değişken olduğunu göstermektedir. Zira

4 yıldan yaşlı işletmelerin oranı %72 iken, çalışan sayısında artış kaydeden işletme oranı %35 dir.

2.3. Soru Formunun Oluşturulması

Soru formunun oluşturulması birkaç farklı ve birbirini izleyen aşamayı içermektedir. Öncelikle araştırma değişkelerinin tespit edilmesine yönelik literatür taraması sırasında performans ile ilişkili değişkenler ve performansla ilişkileri (Pozitif, Negatif, İlişki Yok) tablo haline getirilmiştir. Aşağıda bu tablolardan birinden örnek bir bölüm yer almaktadır.

Tablo 3.1: Araştırma Değişkenleri Tespit İçin Hazırlanan Özet Örneği

| DENEYİM – PERFORMANS İLİŞKİSİ | | | | | |
|---|--|---|------------|----------------|----------------|
| Referans | Değişken | İlişkili Girişim Performans Parametreleri | İlişki Yok | Negatif İlişki | Pozitif İlişki |
| Brush And Hisrich 1991 | Sektörden bağımsız olarak iş deneyiminin olması | Büyüme | | | X |
| Stevenson And Jarillo 1990 Vesper 1990 Gartner 1985 Coper 1981 | Sektörden bağımsız olarak iş deneyiminin olması | Spesifik olarak belirtilmemiş | | | X |
| Neergard, Nielsen And Kjeltdsen 2006 | Aynı sektörde deneyimli olmak | Spesifik olarak belirtilmemiş | | | X |
| Neergard, Nielsen And Kjeltdsen 2006 | Altı yıldan ve üzeri Sektörden bağımsız olarak iş deneyiminin olması | Spesifik olarak belirtilmemiş | | | X |
| Brush Et Al 2006 Hisrich And Brush 1991 | Aynı sektörde deneyimli olmak | Büyüme | | | X |
| Bruin And Flint-Hartle 2006 | Geçmişte herhangi bir sektörde başarılı girişimcilik deneyimi | Spesifik olarak belirtilmemiş | | | X |
| Lee Et Al 2006 Lerner And Almor 2002 Lerner Et Al 1997 Kalleberg And Leicht 1991 | Aynı sektörde yada ürün ile ilgili deneyimli olmak | Spesifik olarak belirtilmemiş | | | X |
| Lerner Et Al 1997 | Girişimcilik deneyimi | Karlılık | | | X |
| Lerner Et Al 1997 | Aynı sektörde deneyimli olmak | Gelir | | | X |

Bu aşama tamamlandığında literatürde yer alan ve girişim performansı ile ilişkilendirilen değişkenler ile ilgili tablolar elde edilmiştir. İkinci aşamada, bu değişkenlerin soru formunda kullanımlarını analiz etmek ve seçenekleri oluşturabilmek için örnek soru formları incelenmiştir. Özellikle soruların seçeneklerinin oluşturulması aşaması, soru formlarının anlamlılığı açısından önem taşımaktadır. Aşağıda incelenen soru formu örnekleri yer almaktadır. Bu soru formu örneklerinin incelenmesi ve bağımlı ve

bağımsız değişkenlerle ilgili literatür taraması tamamlandığında, ilgili örnek soru formlarında yer alan soru ifadelerinin kullanımına karar verilmiştir.

2.3.1. FSB Survey: Lifting Barriers To Growth In UK Small Business Businesses 2008

Araştırma, University of Glamorgan Business School tarafından 2008 yılında gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın amacını; İngiltere’de faaliyet gösteren KOBİ lerin karşılaştıkları engelleri tespit etmek oluşturmaktadır. Araştırmada kullanılan soru formunun bu tez çalışması için referans alınmasının nedenleri aşağıda maddeler halinde verilmiştir.

- a) Performans parametrelerinin kullanılması
- b) Fon kullanım stratejilerinin sorgulanması
- c) Sosyal sermaye yapılarının sorgulanması
- d) İşletme stratejilerinin sorgulanması
- e) Girişimlerin yapısı ve geçmişinin sorgulanması
- f) Beşeri sermaye yapısının sorgulanması
- g) Bir girişimin performansını etkileyebilecek unsurların ve performansla ilişkilerinin türünün incelenmiş olması
- h) Kadın girişimcileri kapsamı
- i) Girişimcilerin sermaye yapıları, geçmişleri ve profilleri ile ilgili saptama yapma olanağı vermesi

Soru formuna internet ortamında erişim olanaklı olup; erişim adresi : http://www.fsb.org.uk/surveys/fsb_ltb_2008.htm olarak verilebilir.

2.3.2. The NES Follow-Up Survey

The Manchester Metropolitan University Business School tarafından 2006 yılında gerçekleştirilen araştırma kapsamında kullanılan soru formudur. Soru formu Üniversitenin yer aldığı girişimcilik destekleme programına katılan girişimcileri izlemek üzere kullanılmıştır. Bu tez çalışmasında referans alınmasının nedeni özetle bu araştırmanın

amacına uygunluğu olarak belirtilebilir. Soru formuna ilgili Üniversite ile yapılan görüşmelere sonucunda ulaşılmıştır.

2.3.3. Soru İfadelerinin Oluşturulması

Tablolama ve örnek inceleme çalışmalarının ardından, soru ifadeleri hazırlanmış ve ifadelerin anlaşılabilirliğinin testi için ilk aşamada 15 kadın girişimciye soru formu gönderilmiştir. Soru formu ile birlikte girişimcilere ifadeleri değerlendirebilmeleri için ek bir form gönderilmiş ve yorumlarını belirtmeleri istenmiş ve gelen geri bildirimler doğrultusunda soru ifadeleri revize edilmiştir.

2.3.4. Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizi

Bu araştırmada kullanılan soru formu yukarıda değinilen her iki örnekten alınan sorular ve bu araştırma için eklenen sorular ile oluşturulmuştur. Soru formunun güvenilirlik (Reliability) analizi için SPSS programı kullanılmıştır. Güvenilirlik testi için 60 örneklem kullanılmıştır. Bu örneklem ile yapılan güvenilirlik analizi sonucu elde edilen tablo aşağıda yer almaktadır.

Tablo 3.2: SPSS Güvenilirlik Analizi Sonuç Tablosu

| Case Processing Summary | | | |
|--------------------------------|-----------------------|----|-------|
| | | N | % |
| Cases | Valid | 59 | 98.3 |
| | Excluded ^a | 1 | 1.7 |
| | Total | 60 | 100.0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

| Reliability Statistics | | |
|-------------------------------|--|------------|
| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
| 2.423E-7 | .967 | 254 |

Alpha skorunun 0, 75 den büyük olması anketin yüksek düzeyde güvenilirliğinin göstergesi olarak kabul edilmektedir. Alpha skoru ve güvenilirlik arasındaki ilişki aşağıda özetlenmiştir (Hinton vd 2004:363).

Cronbach's Alpha < 0, 5: Düşük düzeyde güvenilirlik

0, 75 ≤ Cronbach's Alpha ≤ 0, 5: Orta düzeyde güvenilirlik

Cronbach's Alpha > 0, 75: Yüksek düzeyde güvenilirlik

Soru formunun standardize edilmiş alpha değerinin > 0, 75 olduğu görülmektedir ve bu durumda hazırlanan soru formunun yüksek düzeyde güvenilir olduğu anlamına gelmektedir.

Geçerlilik analizi için baz alınan anketlerle, bu çalışmada kullanılan soru formunun ortak sorularına verilen yanıtların yakınlığı karşılaştırılmıştır. Anketlerin farklı ülkelerde gerçekleştirilmiş olmasının yanıtlara etkisi göz ardı edilmiştir. Soru formlarının verileri SPSS ortamına girilerek yanıtlar arasındaki korelasyon aranmıştır. Yapılan analiz sonucunda elde edilen tablo incelendiğinde yanıtların % 99 anlamlılık düzeyinde benzer olduğu görülmektedir.

Tablo 3.3: Soru Formlarının Geçerlilik Analizi (Korelasyon)

| | | Türkiye | İngiltere |
|-----------|---------------------|---------|-----------|
| Türkiye | Pearson Correlation | 1 | .483** |
| | Sig. (2-tailed) | | .006 |
| | N | 31 | 31 |
| İngiltere | Pearson Correlation | .483** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .006 | |
| | N | 31 | 31 |

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

Yukarıdaki tablodan da görülebileceği üzere korelasyon katsayısının aldığı değer (0,483) yanıtlar arasında güçlü pozitif ilişkinin varlığını göstermektedir. Anlamlılık düzeyi (Sig. (2-tailed)) incelendiğinde, soru formları arasındaki ilişkinin % 0,6 oranında rastlantısal ve fakat % 99,4 oranında gerçek ilişki olduğu söylenebilir.

Geçerlilik ve güvenilirlik analizleri tamamlanan soru formunun bilgisayar ortamında hazırlanabilmesi ve e mail olarak gönderilebilmesine olanak veren uygun bir programın

seçimi de son aşamayı oluşturmaktadır. Bu aşamada The University of Liverpool ve Manchester University akademik çevrelerinde kabul edilen ve kullanılan bir program olan Survey Monkey kullanılmıştır. Programın tercih edilme nedenleri aşağıda listelenmiştir.

- a) Farklı soru tipleri hazırlama olanağı
- b) E mail ortamında gönderim olanağı
- c) Geri dönüşleri takip olanağı
- d) Çoklu link yaratabilme seçeneği
- e) Twitter ve Facebook ile combine edilebilme
- f) Temel istatistiksel değerlendirmeleri yapabilme
- g) Akademik çevrelerce referans gösterilmesi
- h) Ekonomik oluşu

Program seçimi gerçekleştirildikten sonra, soru formu Survey Monkey ortamına aktarılmıştır. Anketler yanıtlayıcılara e mail yolu ile ulaştırılmıştır. İlk aşamada ilgili kişi ve organizasyona hitaben, gelen geri bildirimler doğrultusunda yanıt vermeyen noktalar için, birey ise kişiye, organizasyon ise yönetim kadrosuna isimler belirtilerek gönderimde bulunulmuştur. Son aşama olan üçüncü aşamada ise yanıtlanmayan noktalara tekrar e mail gönderilmiştir.

3. Araştırma Modeli

Kadın girişimcilerin başarısı stratejilerini çözümlenmeye yönelik bu çalışmada, üç sermaye bileşeni ile kadın girişimlerinin başarısı arasındaki ilişki modellenmeye çalışılmıştır. Kadın girişimcilerin beşeri sermaye düzeyleri, sosyal sermaye yapıları ve finansal sermaye edinim stratejileri analiz edilerek bu değişkenler ile performans kriterleri arasındaki ilişki açıklanmaya çalışılmıştır. Soru formunda yer alan sorular, bu modelin kullandığı veriler dışında bir takım veriler de ürettiğinden, elde edilen tüm verilere bu çalışmada yer verilmiştir.

4. Araştırma Hipotezleri

Bölüm 2' de kadın girişimlerinin performansını ile ilgili daha önce gerçekleştirilmiş araştırmaların bulguları ve kadın girişimlerinin performansını etkileyen değişkenler tartışılmıştır. Bu bölümde bu bulgular ışığında araştırma hipotezleri sunulacaktır.

4.1. Beşeri Sermaye ve İşletme Performansı İlişkisi

Girişimcinin eğitim durumu ile işletmesinin performansı arasındaki ilişkiler, literatürde en çok ele alınan ve en eski tartışma konularından birini oluşturmaktadır. Tartışmalardan ve araştırmalardan çıkarılabilecek sonuçları ana başlıklar haline getirdiğimizde aşağıda özetlenen ilişkilere ulaşmak olanaklıdır.

Araştırmaların büyük bir bölümü genel eğitim düzeyi ile girişim performansı arasında, değişen performans parametreleri bazında, pozitif ilişki varlığına dair veri üretmiştir (Loss ve Ljunggren 2006; Henry, Johnston ve Hamouda 2006; Diaz ve Jimenez 2006; Boden ve Nucci 2000; Lee vd 2009; Stevenson ve Jarillo 1990; Vesper 1990; Gartner 1985; Cooper 1981; Box vd 1993; Coleman 2004). Dolinsky vd (1993) ise bu ilişkiyi daha spesifik olarak tanımlamış ve genel eğitim düzeyinin işletme ömrü ile pozitif ilişkili olduğunu belirtmiştir. Bu bulgular Jayawarna ve Jones (2010)' un araştırması ile de doğrulanmıştır.

Loss ve Ljunggren (2006) ise, genel eğitim düzeyinin, Bölüm II' de tartışılan diğer bir takım nedenlerin yanında, risk alma eğilimini olumsuz etkilemesinden dolayı girişimcinin performansı ile negatif ilişkili olduğunu; öte yandan sektör spesifik eğitimlerin aksine performans ile pozitif ilişkili olduğunu savunmaktadırlar. Madsen vd (2003), Begley ve Boyd (1996), Fisher (1992:1993) ise genel eğitim düzeyi ile girişim performansı arasında ilişki bulunmadığını ileri sürmektedirler. Diğer bir grup araştırmacı ise genel eğitim alanının sosyal bilimler olmasının işletme performansı ile negatif ilişkili olduğunu belirterek, araştırmaları yeni bir boyuta taşımıştır (Diaz ve Jimenez 2006; Brush 1992). Spesifik olarak Girişimcilik ve İşletme Yönetimi alanlarında eğitim almış olmak ise işletme performansı ile pozitif ilişkili bulunmuştur (Shragg, Yacuk ve Glass 1992; Brush 1997; Greene vd 2003).

Deneyim, araştırmalar göstermektedir ki girişim başarısı ile en çok ilişkilendirilen konuların başında gelmektedir. Eğitim durumunda olduğu gibi deneyimin de genel ve

spesifik deneyimler olarak sınıflandırıldığı ve ele alındığı görülmektedir. Genel deneyim mevcut girişimin faaliyet gösterdiği sektör ile doğrudan bağlantılı olmayabilmekte ve girişimcilik deneyimi olmayabilmektedir. Genel deneyim, bir şirkette herhangi bir pozisyonda daha önce çalışmış olmak olarak anlaşılmalıdır. Öte yandan spesifik deneyim, doğrudan faaliyet gösterilen sektör ile ilişkili girişimcilik yada çalışan olarak deneyimdir. Bu açıklama ışığında araştırmalar ana başlıklar altında incelenecek olursa, araştırmacıların bir bölümü genel deneyim ile girişim performansı arasında pozitif ilişki olduğunu savunmaktadırlar (Madsen vd 2003; Brush vd 2006; Brush 1997; Greene Et Al 2003; Box, White And Barr 1993; Brush And Hisrich 1991; Ronstadt 1988). Diğer bir grup araştırmacı ise eğitimleri sınıflandırarak performansla ilişkisini incelemiştir. Bu araştırmalar kısaca şöyle özetlenebilir. Yönetim alanında deneyim sahibi olmak (Bates 1990; Boden And Nucci 2000), sektörde deneyim sahibi olmak (Brush And Hisrich 1991; Moore And Buttner 1997; Maysami And Goby 1999; Cron Et Al 2006; Valdez 1998; Lee Et Al 2006; Lerner And Almor 2002; Lerner Et Al 1997; Kalleberg And Leicht 1991; Loscoco, Robinson, Hall And Allen 1991; Zimmerman And Zeitz 2002; Silverstone 2001) girişimin performansı ile pozitif ilişkilidir. Lerner vd (2007) ise sektörde herhangi bir nedenle deneyim sahibi olmanın gelir ile, spesifik olarak çalışan olarak deneyim sahibi olmanın ise karlılık ile pozitif ilişkili olduğunu savunmaktadır. Diğer araştırmalarda ise genel deneyimin büyüme ile (Brush And Hisrich 1991), sektör deneyiminin büyüme ile (Brush Et Al 2006; Hisrich And Brush 1991) pozitif ilişkili olduğu bulunmuştur. Lerner vd (1997) farklı sektörlerde deneyim sahibi olmanın girişim performansı ile herhangi bir ilişkisi olmadığını savunmaktadır.

Tüm bu özetlenen araştırma bulguları ışığında eğitim ve performans ilişkisine dair hipotezler şunlardır:

H1a: Girişimcinin aynı sektörde iş deneyimine sahip olması ile girişim performansı arasında pozitif ilişki vardır.

H1b: Girişimcinin eğitim durumu ile girişim performansı arasında pozitif ilişki vardır.

H1c: Girişimcinin sektörden bağımsız olarak girişimcilik deneyimine sahip olması ile girişim performansı arasında pozitif ilişki vardır.

4.2. Finansal Sermaye

Finansal kaynaklara ulaşım stratejileri ve başlangıç sermayesi miktarı, kadın girişimlerinin temel karakteristiklerinden birini oluşturmakta ve bu açıdan erkek girişimcilerle karşılaştırıldığında temel bir takım farklılıklara sahip olduğu görülmektedir. Araştırmacılar kadın girişimlerinin performansının görece erkeklerden düşük olmasının, onların finansal stratejileri ile doğrudan ilişkili olduğunu savunmaktadırlar. Finansal stratejilerin kaynağında yatan nedenler ise Bölüm II de ayrıntılı olarak tartışılmıştır.

Araştırma bulguları ışığında fon kullanım stratejileri ve performans ilişkisine dair hipotezler şunlardır:

H2a: Başlangıç sermayesi olarak dış kaynak kullanımı ile girişim performansı arasında pozitif ilişki vardır.

H2b: İşletme sermayesi olarak dış kaynak kullanımı ile işletme performansı arasında pozitif ilişki vardır.

H3: Bootstrapping uygulamak ile girişim performansı arasında pozitif ilişki vardır.

4.3. Sosyal Ağlar

Kadın girişimcilerin sosyal ağları incelendiğinde, kurdukları iş ilişkilerin aile ve arkadaş ekseninde geliştiği görülmektedir. Araştırmacılara göre bu strateji kadın girişimlerinin performansı üzerindeki negatif etki yaratmaktadır. Bölüm II' de yer alan bulgular kısaca özetlendiğinde, kadın girişimlerinin performansı ile sosyal ağlarında profesyonel ilişkilere yer vermeleri ve kadın girişimciliğini destekleyen organizasyonlara üye olmalarının pozitif ilişkili olduğu görülmektedir. Öte yandan araştırmacılar, özellikle işletmenin başlangıç aşamasında aile desteği almanın işletme performansını olumlu yönde etkilediğini savunmaktadırlar (Loss ve Ljunggren 2006; Kovalanien ve Arenus 2006; Amine vd 2009; Hisrich vd Brush 1984; Lerner vd 1997). Bu nedenle, bu araştırmanın amaçlarından birini de aile ve yakın çevreyi kapsayan “güçlü ağ” ilişkilerinin kadın girişimlerinin performansı üzerine etkisini incelemek oluşturmaktadır. Zayıf ağ ilişkileri sayısının da performans ile pozitif ilişkili olduğu görülmektedir. Bu tez çalışmasının araştırma bölümünde, ağ ilişkileri; profesyonel, güçlü, zayıf ve kadın organizasyonları ile ilişkiler olarak gruplandırılmıştır. Bu gruplandırma sosyal bileşenlerin kimliğini tanımlamak için yapılmakta olup, görüşme sıklığını yansıtmamaktadır ve

Jayawarna and Jones (2010) grulandırma sistematığı izlenmiştir. Profesyonel ilişkiler, bankalar, danışmanlık şirketleri gibi unsurlardan oluşmaktadır. Güçlü ağ ilişkileri, aile, arkadaşlar, eski çalışma arkadaşları ve diğer kadın girişimcilerden oluşmaktadır. Zayıf ağ ilişkileri ise müşteri ve tedarikçilerden oluşmaktadır. Bu tez çalışmasında her bir sosyal grubun girişimcilerle ilişkisi olup olmadığı, var ise amacı ve sıklığı araştırılmıştır.

Tüm bu özetlenen araştırma bulguları ışığında sosyal ağlar ve performans ilişkisine dair hipotezler şunlardır:

H4: Profesyonel, güçlü ve zayıf ağ ilişkilerinin bileşiminden oluşan karma sosyal ağ yapıları ile girişim performansı arasında pozitif ilişki vardır.

4.4. İşletme Stratejileri

Bölüm 2’ de tartışıldığı gibi kadın girişimcilerin izledikleri işletme stratejileri de erkek meslektaşlarından farklılık göstermektedir. Bu durumun nedeni, kadınların, sosyal, finansal ve beşeri sermaye unsurları incelendiğinde açıkça görülebilmektedir. Bu sermaye unsurlarının erkek girişimcilerden farklılık gösterdiği görülmekte ve bu farklılıkların stratejilere yansımalarının doğal olduğu konusunda büyük ölçüde uzlaşa sağlandığı dikkat çekmektedir. Araştırmacılar, kadınların rakipleri ile mücadele etmek için izledikleri stratejilerden kalite odaklılık ile girişim performansı arasında pozitif ilişki bulunduğunu belirtmektedirler (Maysami And Goby 1999; Lee Et Al 1997; Gundry And Welsh 2001). Kadın girişimcilerin erkek meslektaşları ile karşılaştırıldığında çalışma saatlerinin de belirgin ölçüde az olduğu görülmektedir. Kadınların girişimcilik kariyerini seçiminde iş ve özel yaşam dengesini kurabilmek motivasyonları olduğu dikkate alındığında, bu durum bir sürpriz olmayacaktır. Araştırmacılara göre çalışma süresi ile girişim performansı arasında pozitif ilişki bulunmaktadır (Diaz And Jimenez 2006; Devine 1994; Brush Et Al 2006).

Araştırma bulguları ışığında işletme stratejileri ve performans ilişkisine dair hipotezler şunlardır:

(Çalışma süresi Soru Formunda yer alan aşağıda verilen ifade ile tespit edilmiştir. “9. Olağan bir haftada kaç saatinizi iş yerinde geçirmektesiniz?”)

H5: Haftalık çalışma süresi ile girişim performansı arasında pozitif ilişki vardır.

H6: Kalite odaklılık işletme stratejisi ile girişim performansı arasında pozitif ilişki vardır.

5. Araştırma Örnekleme

Araştırma Türkiye' nin Marmara, Ege, Akdeniz bölgelerinden seçilen yedi (7) büyük şehirde faaliyet gösteren kadın girişimcileri kapsamaktadır. Bu şehirler: Ankara, İstanbul, Çanakkale, Bursa, İzmir, Manisa, Antalya olarak sıralanabilir. Araştırma örnekleme olarak büyük şehirlerde faaliyet gösteren kadın girişimciler seçilmiştir. Zira faaliyet gösterilen coğrafyanın farklılaşması, örneklemin farklı özelliklerle taşınmasına neden olacaktır. Bu durumda başta örneklem profili olmak üzere, motivasyon faktörleri, engeller ve stratejiler de farklılık gösterecektir. Örneklemin olabildiğince homojen olmasına dikkat etmek amacı ile büyük şehirlerde faaliyet gösteren kadın girişimciler seçilmiştir. Aynı zamanda büyük şehirlerde faaliyet gösteren kadın girişimcilerin, kadın girişimciliği yada iş kadınları ile ilgili organizasyonlara üye oldukları ve fakat görece küçük yerlerde faaliyet gösteren kadın girişimcilerde bu tür sosyal yapılanmaların olmadığı görülmektedir. Bu araştırma kapsamında kadın girişimcilerle üye oldukları yada iletişimde buldukları dernekler aracılığı ile iletişim kurulduğundan özellikle bu tür sosyal yapılanmaların kadın girişimciler arasında popüler olduğu büyük şehirler seçilmiştir. Örnekleme dahil edilen kadınların girişimlerinin adresleri incelenerek özellikle yukarıda verilen bölgelerde faaliyet gösteriyor olmalarına dikkat edilmiş, bu bölgelerin dışında iş yeri olan kadın girişimciler örneklemden çıkarılmıştır.

Toplam olarak 1000 kadın girişimciye soru formu gönderilmiştir. Anket geri dönüşleri değerlendirilerek, yanıtlamayan kişi ve organizasyonlara soru formu tekrar gönderilmiştir. Bu işlem üç kez tekrarlanmış ve gerekli geri dönüş rakamına ulaşıldığında işlem durdurulmuştur. Toplam olarak 134 kullanılabilir geri dönüş elde edilmiştir. Böylece geri dönüş oranı % 13,4 olarak hesaplanabilir. Bu çalışmada girişim ömrü, bir girişimin temel ve diğerlerine göre daha gerçekçi performans göstergesi olarak kabul edilmiştir. Bu nedenle örneklemin öncelikle en az 1 yıl ve yaşlı işletmeleri kapsamına dikkat edilmiştir. Yanıtlar incelendiğinde 8 girişimin 1 yıldan genç olduğu görülmüş ve bu kişiler örneklemden çıkarılmıştır. Böylece örneklem hacmi $134 - 8 = 126$ olarak verilebilir.

Soru formunun hazırlanması ve örnekleme ulaştırılmasında Survey Monkey yazılımı kullanılmıştır. Yazılım The University of Liverpool ve Manchester University araştırmacıları tarafından kullanıldığından ve referans gösterildiğinden, araştırma seçeneklerinin uygunluğu ve geri dönüşlerin kaynağını izleme olanağı vermesi nedeni ile tercih edilmiştir.

6. Araştırma Bulguları

Bu bölümde soru formuna verilen yanıtlar değerlendirilerek, model öncesi genel durum açıklanacaktır.




6.1. Örneklem Profili

Aşağıda verilen tablolardan da izlenebileceği üzere kadın girişimcilerin yaş aralığı 31-50 (%75) olup; evli (%75) ve çocuk sahibi (\approx %77) oldukları görülmektedir. Bu durum da daha önceki araştırmalar ile tespit edilen bulguları doğrulamaktadır. Kadın girişimcilerin evli olmalarının girişimlerine etkisi, Bölüm 2 de tartışıldığı üzere aile desteği almaları açısından önem taşımaktadır. Bu araştırma verilerine dayanarak başarılı kadın girişimcilerin evli, çocuk sahibi oldukları görülmektedir. 31-50 yaş aralığında ise başarıyı yakalamış oldukları görülmektedir.



Tablo 3.4: Yaş Aralığı

| | | Response Percent |
|------------------|--|------------------|
| 30 yaşın altında | | 9.5% |
| 31 – 40 | | 38.1% |
| 41 – 50 | | 36.9% |
| 51 – 60 | | 14.3% |
| 61 yaşın üstünde | | 1.2% |

Tablo 3.5: Medeni Durum

| | | Response Percent |
|----------------|--|------------------|
| Bekar |  | 17.9% |
| Evli |  | 75.0% |
| Dul / boşanmış |  | 7.1% |


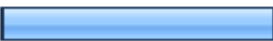
Tablo 3.6: Çocuk Sahibi Olma Durumu

| | | Response Percent |
|-------|---|------------------|
| Evet |  | 76.8% |
| Hayır |  | 23.2% |

6.2. Beşeri Sermaye Yapısı

Öncelikle görülmektedir ki kadın girişimcilerin büyük çoğunluğunun (\approx %62) ailesinde girişimci bulunmaktadır. Bölüm II' de de tartışıldığı üzere, ailede girişimci bireylerin varlığı özellikle kadınlara rol model oluşturması açısından büyük önem taşımaktadır (Barret 2006). Araştırma örneklemini başarılı girişimcilerin oluşturduğu göz önüne alınacak olursa, ailede girişimci bulunmasının kadın girişimlerinin başarısını, a) rol model oluşturması, b) kadınlara erken dönem sosyal öğrenme olanağı tanınması, c) aile işletmelerinde girişimcilik hayatına atılmak açısından olumlu etkilediği düşünülebilir.

Tablo 3.7: Ailenin Girişimci Kompozisyonu

| | | Response Percent |
|-------|---|------------------|
| Evet |  | 62.2% |
| Hayır |  | 37.8% |

Formal eğitimden önce spesifik eğitimlerin durumu incelendiğinde, kadınların yaklaşık % 89 unun formal eğitimleri dışında çeşitli kaynaklardan eğitimler aldıkları görülmektedir. Madsen Vd (2003) girişimin performansına asıl etki eden eğitim bileşenin spesifik eğitimler olduğunu belirtmiştir. Araştırmacıya göre doğrudan yapılan iş ve faaliyette bulunulan sektör ile ilgili eğitimler girişim performansını olumlu etkilemektedir. Araştırma verileri de başarılı kadınların % 89 oranında spesifik eğitimler aldıklarını ortaya koymaktadır. Spesifik eğitim konularının ise öncelikli olarak sektörel konular, yabancı dil yada spesifik programların kullanımı ile liderlik ve yönetim gibi, yönetim etkinliğini artırmaya yönelik programlar olduğu görülmektedir.

Tablo 3.8a: Formal Eğitim Dışında Alınan Spesifik Eğitimler

| | | Response Percent |
|--|--|-------------------------|
| Evet | | 89.3% |
| Hayır | | 10.7% |
| | | Response Percent |
| Liderlik | | 50.7% |
| Sektörel | | 58.7% |
| Yönetim | | 52.0% |
| Girişimcilik | | 42.7% |
| Fon bulma / finansman | | 17.3% |
| Yasal düzenlemeler | | 20.0% |
| Operasyonel konular (pazarlama, üretim, hizmet yada stoklama gibi işletme konuları ile ilgili) | | 37.3% |
| Ürün / hizmet kalitesi | | 30.7% |
| Yabancı Dil | | 54.7% |
| Bilgisayar Programları Kullanımı | | 44.0% |

Tablo 3.8b: Formal Eğitim Dışında Alınan Spesifik Eğitimlerin Pareto Tablosu

| | | |
|--|-------|----|
| Sektörel | 14,4% | 44 |
| Yabancı Dil | 13,4% | 41 |
| Yönetim | 12,7% | 39 |
| Liderlik | 12,4% | 38 |
| Bilgisayar Programları Kullanımı | 10,8% | 33 |
| Girişimcilik | 10,5% | 32 |
| Operasyonel konular (pazarlama, üretim, hizmet yada stoklama gibi işletme konuları ile ilgili) | 9,2% | 28 |
| Ürün / hizmet kalitesi | 7,5% | 23 |
| Yasal düzenlemeler | 4,9% | 15 |
| Fon bulma / finansman | 4,2% | 13 |









Araştırma bulguları başarılı kadın girişimcilerin % 90,5 inin en az üniversite mezunu olduğunu ortaya koymaktadır. Böylece bulgular, girişim performansı ile eğitim durumu arasında pozitif ilişki olduğunu savunan araştırmacıları desteklemektedir (Loss ve Ljunggren 2006; Henry, Johnston ve Hamouda 2006; Diaz ve Jimenez 2006; Boden ve Nucci 2000; Lee vd 2009; Stevenson ve Jarillo 1990; Vesper 1990; Gartner 1985; Cooper 1981; Box vd 1993; Coleman 2004).

Tablo 3.9: Eğitim Durumu

| | | Response Percent |
|------------------------|--|------------------|
| İlkokul | | 1.2% |
| Orta Okul | | 0.0% |
| Lise yada Dengi | | 8.3% |
| Üniversite | | 66.7% |
| Yüksek Lisans / Master | | 21.4% |
| Doktora | | 2.4% |
| Hiç okula gitmedim | | 0.0% |

Araştırmacılara göre formal eğitimin süresi yada düzeyinden çok, eğitim alanı girişim başarısı açısından önemlidir (Brush 1992; Shragg, Yacuk And Glass 1992). Diaz And Jimenez (2006)' e göre ise sosyal bilimler alanında eğitim almış olmak kadın girişimcilerin başarısı üzerinde negatif etkilidir. Tablo dan da görüleceği üzere örneklemin büyük bir bölümü (%81,2) mühendislik dışında bir bölümde, spesifik olarak % 32 oranında İşletme Ana Bilim Dalında eğitim almıştır.

Tablo 3.10: Üniversite Bölümü

| | | Response Percent |
|------------------------------|---|------------------|
| İşletme |  | 31.9% |
| İktisat |  | 18.8% |
| Eczacılık |  | 1.4% |
| Mühendislik |  | 18.8% |
| Veterinerlik |  | 1.4% |
| Tıp |  | 4.3% |
| Güzel Sanatlar yada Mimarlık |  | 1.4% |
| Hukuk |  | 1.4% |

Beşeri sermayenin diğer bileşeni olan deneyim ile ilgili tabloda görülen sonuçlar ise şu şekilde yorumlanabilir. Kadın girişimcilerin % 85 i geçmiş iş deneyimine sahiptir. Bu deneyimin dağılımına bakıldığında % 39 u aynı sektör deneyimine sahiptir, % 21,3 ü ise girişimcilik deneyimine sahiptir. Girişim performansı ile ilişkilendirilen yöneticilik deneyimine sahip olanların oranı ise % 12,4 dür. Bir grup araştırmacı ise geçmiş yöneticilik deneyiminin işletmenin başarısını olumlu etkilediğini belirtmektedirler (Bates 1990; Boden ve Nucci 2000). Araştırma örnekleminin sadece % 12,4 ünün yöneticilik deneyimi bulunmaktadır. Öte yandan, kadın girişimcilerin spesifik eğitimleri incelendiğinde yönetim ve liderlik konulu eğitimlerin ilk sırada yer aldığı görülmektedir.

Tablo 3.11: Deneyim Durumu

| | Response Percent |
|--|------------------|
| Şimdiki işimle AYNI sektörde maaşlı çalıştım (Yöneticilik dışı bir pozisyonda) | 24.8% |
| Şimdiki işimden FARKLI bir sektörde maaşlı çalıştım (Yöneticilik dışı bir pozisyonda) | 26.5% |
| Şimdiki işimle AYNI sektörde şirket sahibi / ortağı idim | 14.2% |
| Şimdiki işimden FARKLI bir sektörde şirket sahibi / ortağı idim | 7.1% |
| Bir şirkette yönetici olarak çalışmaktaydım (Sektör önemli değildir) | 12.4% |
| Eğitimim devam ettiğinden herhangi bir işte çalışmıyordum | 7.1% |
| İşsizdim | 0.0% |
| Diğer | 8.0% |

Araştırma örneklemini oluşturan başarılı kadın girişimcilerin büyük çoğunluğunun ilk girişimcilik deneyimlerinde başarılı oldukları görülmektedir (% 54,8). Mevcut girişimleri öncesi başarılı girişimcilik deneyimi olanların oranı % 27 dir. Literatürde geçmiş girişimcilik deneyimlerinin, başarılı yada başarısız olsun, girişimcinin başarısına olumlu katkı sağladığı tartışılmaktadır (Madsen vd 2003; Brush vd 2006; Brush 1997; Greene vd 2003; Box, White ve Barr 1993; Brush ve Hisrich 1991; Ronstadt 1988).

Tablo 3.12: Önceki Girişimlerin Durumu

| | | Response Percent |
|--|--|------------------|
| Kapattım | | 8.6% |
| Hala bana ait ve başarılı bir şekilde devam ediyor | | 15.1% |
| Sattım | | 2.2% |
| Devrettim | | 9.7% |
| Mevcut şirketim benim ilk girişimimdir | | 54.8% |

6.3. Girişimlerin Yapısı

Örneklemin büyük bir bölümü (\approx %74) girişimini kendi çabaları ile kurmuştur. Örnekleme Franchising yolu ile girişimci olan sadece % 1,8 lik orandır. İleriki araştırmalarda kadınların bu eğiliminin nedenleri incelenebilir.

Tablo 3.13: Girişimin Başlangıç Şekli

| | | Response Percent |
|--|--|------------------|
| Kendi çabalarımla sıfırdan başladım | | 73.6% |
| Miras olarak kaldı | | 5.5% |
| Satın aldım / devraldım | | 3.6% |
| Franchising aldım | | 1.8% |

Girişimin ortaklık yapısı sorgulandığında, başarılı kadın girişimcilerin aile fertleri ile ortaklık kurma (\approx %32) eğiliminde oldukları görülmektedir. Bu yapıyı kadınların tek başına varlık sürdürmeye çalıştıkları ortaksız yapılar takip etmektedir (%31). Aile fertleri dışında bireylerle gerçekleştirilen ortaklıkların oranının ise % 26 olduğu görülmektedir. Ortaklık yapıları incelendiğinde kadın girişimler için evli olmanın neden girişimlerinin başarısında







etkili olduğu görülebilecektir. Özetle kadın girişimlerinin \approx %60 oranında ortaklı yapı sergiledikleri görülmektedir.

Tablo 3.14: Girişimin Ortaklı Yapısı

| | | Response Percent |
|---|--|------------------|
| Şirketin tek sahibi benim | | 30.8% |
| Ben ve eşim ortağız | | 31.8% |
| Benden başka kadın ortağım/ortaklarım var | | 8.4% |
| Benden başka erkek ortağım/ortaklarım var | | 5.6% |
| Benden başka hem kadın hem erkek ortaklarım var | | 12.1% |

Sektör seçimlerinde kadınların “kadın girişimci sektörleri” ne eğilimleri açıkça görülmektedir. Bölüm II de değinildiği gibi kadın girişimci sektörleri hizmet, toptan ve perakende satış olmaktadır. Bu sektörlerin özelliği düşük başlangıç sermayesi ile iş kurma olanağının olması, düşük karlılık ve büyüme oranı ile yüksek düzeye rekabetin varlığı olarak verilebilir (Lee vd 2009; Kalleberg ve Leicht 1991; Watson 2003; Miskin ve Rose 1990; Manolava 2006). Örneklemin durumu incelendiğinde % 54,1 oranında kadın girişimci sektörlerinde faaliyet göstermektedirler. Öte yandan tablodan da görüldüğü üzere % 25 oranında kadın girişimci üretim sektöründe faaliyet göstermektedir ki, bu durum kimi yazarların değişen trend olarak adlandırdıkları ve özellikle üniversite eğitimi ve yaş faktörü ile ilişkilendirdikleri eğilimi ortaya koymaktadır (Welter 2006; Walker 2000).

Tablo 3.15: Sektör

| | | Response Percent |
|-------------------------------------|---|---------------------|
| Hizmet sektörü |  | 33.3% |
| Toptan / perakende satış |  | 9.4% |
| Yapı / inşaat sektörü |  | 6.3% |
| Eğitim sektörü |  | 8.3% |
| Finansman yada sigortacılık sektörü |  | 3.1% |
| Üretim sektörü |  | 25.0% |

Bölüm II de başlangıç sermayesi miktarının girişimin ileriki dönemlerindeki performansı üzerinde etkili olduğu tartışılmıştı. Aşağıda yer alan Tablo dan da açıkça görülebileceği gibi kadın girişimcilerin dörtte birlik bölümünden biraz daha fazlasının başlangıç sermaye miktarı 2.500 TL den azdır. Başlangıç sermayesi miktarı, sektör ile yakından ilişkilidir. Bu nedenle düşük sermaye miktarı kadın girişimci sektöründe faaliyet göstermenin bir çıktısı olarak kabul edilebilir.

Tablo 3.16: Başlangıç Sermayesi Miktarı

| | | Response Percent |
|-----------------------------|--|------------------|
| 2.500 TL den az | | 29.7% |
| 2.500 - 5.000 TL arasında | | 4.4% |
| 5.000 - 10.000 TL arasında | | 5.5% |
| 10.000 - 20.000 TL arasında | | 13.2% |
| 20.000 - 50.000 TL arasında | | 15.4% |
| 50.000 -100.000 TL arasında | | 15.4% |
| 100.000 TL üzeri | | 16.5% |

6.4. Büyüme Eğilimi

Kadın girişimcilerin tamamına yakınının (%93,3) girişimlerini büyütme eğiliminde oldukları görülmektedir.

Tablo 3.17: Büyüme Eğilimi

| | | Response Percent |
|-------|--|------------------|
| Evet | | 93.3% |
| Hayır | | 6.7% |

Öte yandan büyüme eğilimine karşın kadınların bir takım engeller algıladıkları görülmektedir. Önceki araştırmalara paralel olarak kadın girişimcilerin önündeki en büyük engellerin başında yetersiz kaynaklar gelmektedir. Yetersiz kaynaklarda ise ilk sırada finansman kaynağı yer almaktadır. Bölüm II de tartışıldığı üzere, önceki araştırmalarla kadınların finansal kaynaklara ulaşamamalarının öncelikle sosyal sermaye yapılarından kaynaklandığı görülmektedir. Kadınlar kendilerine uygun dış finansal kaynakları sağlayacak profesyonel noktalarla iletişime geçmek yerine aile ve arkadaşlarından oluşan bir sosyal yapıda faaliyet göstermeyi tercih etmektedirler. Araştırmacılara göre kadınların

gerekli kaynaklara ulaşma konusunda yaşadıkları engellerin temel nedeni kurdukları sosyal ilişkilerin yapısından, başka bir ifade ile sosyal sermaye yapılarından kaynaklanmaktadır.

Tablo 3.18a: Büyüme Açısından Algılanan Engeller

| | Response Percent |
|---|------------------|
| Yasal düzenlemeler | 17.3% |
| Gerekli finansman kaynağına ulaşamamak | 50.0% |
| Danışacak kişi / kuruluşların yetersiz oluşu | 15.3% |
| Uygun kalifiye personel bulma zorluğu | 49.0% |
| Uygun bina ve alt yapı bulma zorlukları | 13.3% |
| Piyasanın belirsizliği | 44.9% |
| Artan rekabet ortamı | 34.7% |
| İş ve özel yaşamımı dengelemek | 11.2% |

Pareto tablosundan da görüleceği üzere kadın girişimcilerin algıladıkları engellerin % 14,7'sini rekabet ortamından kaynaklanan engeller oluşturmaktadır. Kadın girişimcilerin eğilim gösterdiği “kadın girişimci” sektörlerinin karakteristiklerinden biri yoğun rekabet olarak belirtilmiştir. Tablodan da görüleceği üzere pazarın yapısından kaynaklanan engeller, piyasanın belirsizliği ve rekabet ortamı toplamı olarak verildiğinde % 33,7 gibi bir orana erişmektedir.

Tablo 3.18b : Büyüme Açısından Algılanan Engeller Pareto Tablosu

| | | |
|--|-------|----|
| Gerekli finansman kaynağına ulaşamamak | 21,2% | 49 |
| Uygun kalifiye personel bulma zorluğu | 20,8% | 48 |
| Piyasanın belirsizliği | 19,0% | 44 |
| Artan rekabet ortamı | 14,7% | 34 |
| Yasal düzenlemeler | 7,4% | 17 |
| Danışacak kişi / kuruluşların yetersiz oluşu | 6,5% | 15 |
| Uygun bina ve alt yapı bulma zorlukları | 5,6% | 13 |
| İş ve özel yaşamımı dengelemek | 4,8% | 11 |

Girişimlerini büyütmeyi düşünmeyen kadın girişimcilerin bu kararında kontrol eğilimlerinin yattığı görülmektedir. Literatürde bir çok araştırmanın da ortaya koyduğu üzere kadınların “büyümeme” eğilimlerinde girişimlerinin kontrol altında tutma stratejilerinin etkili olduğu görülmektedir. Böylece bu araştırma ile kadın girişimcilerin küçük ölçekli kalmasında, girişimlerini kontrol altında tutma eğilimlerinin etkili olduğu yönünde veri üretilmiştir. Araştırmacılar erkek girişimcilerden farklı olarak kadınların iş ve özel yaşam dengesine önem verdiklerini ortaya koymuştur (Cliff 1998; Orser ve Richard 2004; Moore ve Buttner 1997; Demartino ve Barbato 2003; Mukhtar 2002; Watson, Newby ve Mahuka 2006; Tiggers ve Green 1992; Rosa vd 1994; Diaz ve Jimenez 2006; Caputo ve Dolinsky 1998).

Tablo 3.19a: Büyümeme Kararında Etkili Olan Unsurlar

| | Response Percent |
|---|------------------|
| Şirketimi rahat yönetebileceğim bir büyüklükte tutmak istiyorum | 68.4% |
| Şirketimin her yönü ile kendi kontrolüm altında olmasını sağlamak istiyorum | 36.8% |
| İşime harcadığım zaman ve enerjiyi makul ölçüde tutmak istiyorum | 15.8% |
| İş ve özel yaşamımı dengeli bir şekilde yürütmek istiyorum | 31.6% |
| İşletmemi büyütme diğer amaçlarımla çatıştığı için, büyümek istemiyorum | 5.3% |
| Uygun olmayan çevre koşulları nedeniyle büyümek istemiyorum | 15.8% |
| Herhangi bir özel nedenim yok, sadece büyümek istemiyorum | 0.0% |

Pareto tablosundan da görüleceği gibi, önceki araştırma bulgularını destekler nitelikte, en yaygın büyümeme nedenini kontrol eğilimi oluşturmaktadır. Kontrol eğilimini, iş ve özel yaşam dengesini koruyabilmek ve yine bu eğilim ile bağlantılı olarak iş için harcanan zaman ve enerjiyi belli düzeyde tutmak izlemektedir. Özetle bu nedenlerin % 60,6 ı kontrol eğilimi kaynaklı, % 30,3 ü de iş ve özel yaşam dengesini koruma eğilimi kaynaklıdır.

6.5. Başarı Stratejileri

Kadınları başarıya taşıyan faktörler incelendiğinde, kadınların öncelikle ürün ve hizmetlerinin kendine özgü olmasının başarı stratejisi olarak algılandığı görülmektedir.

Tablo 3.19b: Büyümeme Kararında Etkili Olan Unsurlar Pareto Tablosu

| | | |
|---|-------|----|
| Şirketimi rahat yönetebileceğim bir büyüklükte tutmak istiyorum | 39,4% | 13 |
| Şirketimin her yönü ile kendi kontrolüm altında olmasını sağlamak istiyorum | 21,2% | 7 |
| İş ve özel yaşamımı dengeli bir şekilde yürütmek istiyorum | 18,2% | 6 |
| İşime harcadığım zaman ve enerjiyi makul ölçüde tutmak istiyorum | 9,1% | 3 |
| Uygun olmayan çevre koşulları nedeni ile büyümek istemiyorum | 9,1% | 3 |
| İşletmemi büyütme diğer amaçlarımla çatıştığı için, büyümek istemiyorum | 3,0% | 1 |
| Herhangi bir özel nedenim yok, sadece büyümek istemiyorum | 0,0% | 0 |

Tablo 3.20a: Başarı Stratejileri

| | | Response Percent |
|--|--|------------------|
| Rakiplerimden daha düşük fiyat sunmak | | 8.4% |
| Rakiplerimden daha iyi hizmeti aynı fiyata sunmak | | 43.9% |
| Ürün ve hizmet kalitesine odaklanmak | | 63.6% |
| Pazarın gereksinimlerine rakiplerimden daha çabuk yanıt vermek | | 49.5% |
| Rakiplerinizin kaybettiği müşterilere odaklanmak | | 9.3% |
| Zamanlama ve konum açısından iyi olmak | | 36.4% |
| Kendine özgü ve fark edilir ürün ve hizmetler sunmak | | 66.4% |
| Müşterilere daha çok ürün veya hizmet seçeneği sunmak | | 38.3% |
| Yeni teknolojiyi kullanmak | | 41.1% |

Bu araştırma özellikle “kalite odaklılık” işletme stratejisinin kadın girişimciler için yaygın bir strateji olup olmadığını tespit etmeyi amaçlamıştır. Tablodan da görüldüğü gibi “kalite” kadın girişimcilerin en yaygın olarak kullandıkları ikinci stratejiyi oluşturmaktadır. Zira araştırmacılar işletme performansı ile en güçlü korelasyona sahip strateji olarak kalite odaklılığı tespit etmişlerdir (Maysami ve Goby 1999; Lee vd 1997). Bu çalışma ile kalite odaklılığın işletme başarısına olumlu etkisi doğrulanmış olmaktadır.

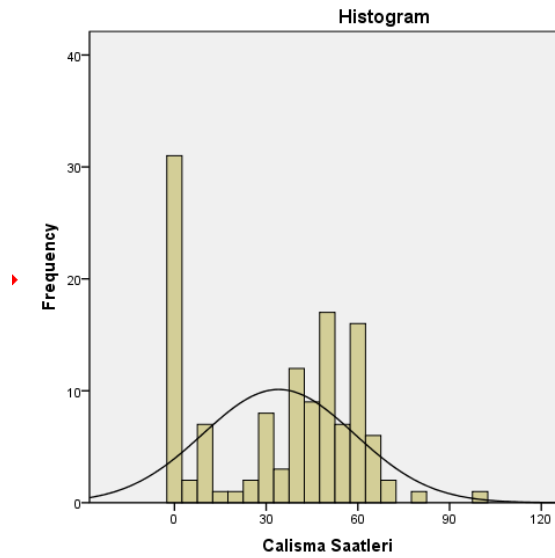
Tablo 3.20b: Başarı Stratejileri Pareto Tablosu

| | | |
|--|-------|----|
| Kendine özgü ve fark edilir ürün ve hizmetler sunmak | 18,6% | 71 |
| Ürün ve hizmet kalitesine odaklanmak | 17,8% | 68 |
| Pazarın gereksinimlerine rakiplerimden daha çabuk yanıt vermek | 13,9% | 53 |
| Rakiplerimden daha iyi hizmeti aynı fiyata sunmak | 12,3% | 47 |
| Yeni teknolojiyi kullanmak | 11,5% | 44 |
| Müşterilere daha çok ürün veya hizmet seçeneği sunmak | 10,7% | 41 |
| Zamanlama ve konum açısından iyi olmak | 10,2% | 39 |
| Rakiplerinizin kaybettiği müşterilere odaklanmak | 2,6% | 10 |
| Rakiplerimden daha düşük fiyat sunmak | 2,4% | 9 |

Tablo 3.21: İş Yerinde Geçirilen Süre

| Çalışma Saatleri | | | | |
|------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid 0 | 31 | 24,6 | 24,6 | 24,6 |
| 5 | 2 | 1,6 | 1,6 | 26,2 |
| 8 | 3 | 2,4 | 2,4 | 28,6 |
| 10 | 3 | 2,4 | 2,4 | 31,0 |
| 12 | 1 | ,8 | ,8 | 31,7 |
| 15 | 1 | ,8 | ,8 | 32,5 |
| 20 | 1 | ,8 | ,8 | 33,3 |
| 25 | 2 | 1,6 | 1,6 | 34,9 |
| 30 | 8 | 6,3 | 6,3 | 41,3 |
| 35 | 3 | 2,4 | 2,4 | 43,7 |
| 40 | 12 | 9,5 | 9,5 | 53,2 |
| 45 | 8 | 6,3 | 6,3 | 59,5 |
| 46 | 1 | ,8 | ,8 | 60,3 |
| 50 | 17 | 13,5 | 13,5 | 73,8 |
| 54 | 1 | ,8 | ,8 | 74,6 |
| 55 | 5 | 4,0 | 4,0 | 78,6 |
| 56 | 1 | ,8 | ,8 | 79,4 |
| 60 | 16 | 12,7 | 12,7 | 92,1 |
| 63 | 1 | ,8 | ,8 | 92,9 |
| 65 | 5 | 4,0 | 4,0 | 96,8 |
| 70 | 2 | 1,6 | 1,6 | 98,4 |
| 80 | 1 | ,8 | ,8 | 99,2 |
| 100 | 1 | ,8 | ,8 | 100,0 |
| Total | 126 | 100,0 | 100,0 | |

Şekil 3.1: Çalışma Süresi Histogram




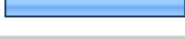
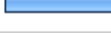


6.6. Performans Parametreleri



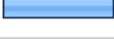


Performans parametreleri bir arada incelendiğinde, karlılığında artış kaydedenlerin oranı % 51,7, satış hacminde artış kaydedenlerin oranı %60,2, çalışan sayısını artıranların oranı ise %35,3 olarak verilebilir. İşletmelerin % 71,4 i ise 10-6 yaş aralığındadır. Bu

araştırmada bir işletmenin başarılı olarak kabul edilebilmesi için öncelikli şart olarak işletme ömrünün 1 yıldan uzun olması konmuştur. Bu işletmelerde karlılık, satış hacmi ve çalışan sayıları dönemsel olarak iniş çıkışlar gösterebileceğinden, işletme ömrü 1 yıldan uzun olan işletmelerin diğer performans parametrelerinde azalma dahi olsa dikkate alınmıştır. Fakat karlılığı, çalışan sayısı ve satış hacmi değişmeyen ve artan işletmeler modele dahil edilmiştir.

Tablo 3.22: Karlılık Değişimi

| | | Response Percent |
|--------------------------|---|------------------|
| Azaldı (10% un üzerinde) |  | 12.4% |
| Azaldı (5-10% arasında) |  | 14.6% |
| Değişmedi |  | 21.3% |
| Arttı (5-10% arasında) |  | 32.6% |
| Arttı (10% un üzerinde) |  | 19.1% |

Tablo 3.23: Satış Hacmi Değişimi

| | | Response Percent |
|--------------------------|---|------------------|
| Azaldı (10% un üzerinde) |  | 12.5% |
| Azaldı (10% un altında) |  | 8.0% |
| Değişmedi |  | 19.3% |
| Arttı (10% un altında) |  | 26.1% |
| Arttı (10% un üzerinde) |  | 34.1% |

Tablo 3.24: Çalışan Sayısı Değişimi

| | Response Percent |
|--------------------------|------------------|
| Azaldı (20% un üzerinde) | 1.1% |
| Azaldı (20% un altında) | 2.3% |
| Değişmedi | 61.4% |
| Arttı (20% un altında) | 23.9% |
| Arttı (20% un üzerinde) | 11.4% |

Tablo 3.25: İşletme Yaşı

| | Response Percent |
|------------------------|------------------|
| 1 yıldan genç | 8.8% |
| 1 – 3 yıl arasında | 11.0% |
| 4 – 5 yıl arasında | 8.8% |
| 6 – 10 yıl arasında | 19.8% |
| 10 yıldan yaşlı | 51.6% |

6.7. Engeller

Önceki araştırmalar kadınların karşılaştıkları engellerin başında gerekli kaynaklara ulaşamama olduğunu ortaya koymuştur.

Tablo 3.26: Engeller

| | Response Percent |
|--|------------------|
| Başlangıç sermayemin yeterli olmaması | 35.3% |
| Eğitim ve bilgi eksikliğimin olması | 1.2% |
| Yöneticilik vasıflarının yeterli olmaması | 8.2% |
| Kadınlara uygulanan ayrımcılık | 10.6% |
| Yasal düzenlemeler | 11.8% |
| Ailemden yeterli manevi destek alamamam | 7.1% |
| Yeterli enerji ve zamanımın olmaması | 3.5% |
| İş ve özel yaşamımı dengelemek | 34.1% |
| Danışacak veya yol gösterecek kişilerin olmaması yada yetersiz oluşu | 24.7% |
| Diğer girişimcilerle yeterli işbirliği ve iletişim geliştirememem | 12.9% |
| Gerekli kişi ve organizasyonlara ulaşamamam | 9.4% |
| Profesyonel ticari organizasyonlardan dışlanmam | 5.9% |
| Kendime yeterli güvenimin olmaması | 1.2% |
| Yeterli deneyimimin olmaması | 14.1% |
| Ömek alabileceğim rol modellerin olmaması | 12.9% |
| Sosyal baskılar | 8.2% |
| Herhangi bir engelle karşılaşmadım | 35.3% |

Kadınların karşılaştıkları engeller incelendiğinde, ilk sırayı yetersiz başlangıç sermayesinin aldığı görülmektedir. Bu durum Bölüm II de tartışıldığı üzere, kadınların sosyal ağlarının yapısından, dış kaynak aramama eğiliminde olduklarından ve kadın girişimci sektörlerinde faaliyet göstermelerinden kaynaklanmaktadır (Welter 2006). Kadın girişimciler, sosyal ağlarında aile ve arkadaşlarına ağırlıklı olarak yer vermektedirler. Bu nedenle ulaşabilecekleri kaynak miktarı bu sosyal çevrelerinin sağlayabileceği ile sınırlı

kalmaktadır. Dış kaynak kullanmama kadın girişimcilerin araştırmalarla ortaya konan karakteristiklerinden birini oluşturmaktadır. Araştırmalar başarılı kadın girişimcilerin diğerlerine kıyasla daha çözüm odaklı olduklarını ortaya koymaktadır (Berggren vd 2000). Bu çalışmada da kadın girişimciler herhangi bir engelle karşılaşmadıklarını belirtmişlerdir. Bu durum araştırmacıların belirttiği gibi başarılı kadın girişimcilerin farklı algı ve yaklaşımlarından kaynaklanabileceği gibi, ortakların varlığından kaynaklandığı da söylenebilir. İş ve özel yaşam dengesini korumanın da kadın girişimciler için önemi bu tabloda da doğrulanmaktadır. Kadın girişimcilerin, girişimcilik kariyerini seçmelerinde iş ve özel yaşam dengesini kurmak önemli bir yere sahipken, ileriki aşamalarda girişimcilik kariyerinin bu dengenin korunmasında negatif etkili olduğu görülmektedir.

Tablo 3.27: Engeller Pareto Tablosu

| | | |
|--|-------|----|
| Başlangıç sermayemin yeterli olmaması | 14,9% | 30 |
| Herhangi bir engelle karşılaşmadım | 14,9% | 30 |
| İş ve özel yaşamımı dengelemek | 14,4% | 29 |
| Danışacak veya yol gösterecek kişilerin olmaması yada yetersiz oluşu | 10,4% | 21 |
| Yeterli deneyiminin olmaması | 6,0% | 12 |
| Diğer girişimcilerle yeterli işbirliği ve iletişim geliştirememem | 5,5% | 11 |
| Örnek alabileceğim rol modellerin olmaması | 5,5% | 11 |
| Yasal düzenlemeler | 5,0% | 10 |
| Kadınlara uygulanan ayrımcılık | 4,5% | 9 |
| Gerekli kişi ve organizasyonlara ulaşamamam | 4,0% | 8 |
| Yöneticilik vasıflarımın yeterli olmaması | 3,5% | 7 |
| Sosyal baskılar | 3,5% | 7 |
| Ailemden yeterli manevi destek alamamam | 3,0% | 6 |
| Profesyonel ticari organizasyonlardan dışlanmam | 2,5% | 5 |
| Yeterli enerji ve zamanımın olmaması | 1,5% | 3 |
| Eğitim ve bilgi eksikliğimin olması | 0,5% | 1 |
| Kendime yeterli güvenimin olmaması | 0,5% | 1 |

6.8. Motivasyon Faktörleri

Motivasyon faktörleri açısından kadınların bağımsız olma motivasyonunu dikkat çekicidir. Bağımsızlık, kendini gerçekleştirme motivasyon faktörlerinin ekonomik gerekliliklerden önce geldiği görülmektedir. İlk bakışta, araştırmacıları ileri sürdüğü gibi

(Barret 2006; Manolava 2006) çekici faktör girişimcilerinin daha başarılı oldukları düşünülebilir. Fakat bu yorumu yapabilmek için ileri düzey istatistiki analizler gereklidir.

Tablo 3.28a: Motivasyon Faktörleri

| | Response Percent |
|---|------------------|
| Pazar fırsatlarını değerlendirmek | 28.0% |
| Aile şirketini miras yoluyla devraldım | 9.8% |
| Kendi işimin patronu olmak | 68.3% |
| Bağımsız olmak | 64.6% |
| Meydan okumak | 15.9% |
| Yeteneklerimi daha çok kullanabilmek | 62.2% |
| Hayallerimi gerçekleştirmek | 65.9% |
| Daha yüksek gelir elde etmek | 56.1% |
| Statü / prestij sağlamak | 50.0% |
| Çocuklarıma miras bırakacağım bir değer yaratmak | 36.6% |
| Evden çalışabilmek | 12.2% |
| İş ve özel yaşamımı dengeleyebileceğim daha esnek çalışma şartlarına kavuşmak | 28.0% |
| Ekonomik gereklilikler | 32.9% |
| Ekonomik destek alabileceğim kimsem bulunmadığından | 8.5% |
| İş hayatında maaş ve terfi politikalarında kadına uygulanan ayrımcılık nedeni ile | 7.3% |
| Daha iyi başka bir seçeneğim olmadığından | 15.9% |

Araştırmacılar, kadınların motivasyon faktörlerinin erkek girişimcilerden farklılaştığını belirtmektedirler. Bu araştırmacılara göre erkekler finansal kazanç ile motive olurken kadın girişimciler, kendini gerçekleştirme, bağımsızlık yada iş – özel yaşam

dengesini kurabilmek için girişimci olmaktadır. Tablodan da görüleceği üzere, kadınları motive eden ilk dört motivasyon faktörü finansal kazançtan farklıdır. Bu bulgular kadın girişimlerinin erkeklere göre düşük performans göstermesinin nedenlerinden biri olarak motivasyon faktörlerini gösteren araştırma bulgularını destekler niteliktedir (Fisher vd 1993; Tominic And Rebernik 2006; Small Business And Trade 1991; Cliff 1998, Brush ve Hisrich 2000).

Tablo 3.28b: Motivasyon Faktörleri Pareto Tablosu

| | | |
|---|-------|----|
| Kendi işimin patronu olmak | 12,5% | 56 |
| Hayallerimi gerçekleştirmek | 12,1% | 54 |
| Bağımsız olmak | 11,8% | 53 |
| Yeteneklerimi daha çok kullanabilmek | 11,4% | 51 |
| Daha yüksek gelir elde etmek | 10,3% | 46 |
| Statü / prestij sağlamak | 9,2% | 41 |
| Çocuklarıma miras bırakacağım bir değer yaratmak | 6,7% | 30 |
| Ekonomik gereklilikler | 6,0% | 27 |
| Pazar fırsatlarını değerlendirmek | 5,1% | 23 |
| İş ve özel yaşamımı dengeleyebileceğim daha esnek çalışma şartlarına kavuşmak | 5,1% | 23 |
| Meydan okumak | 2,9% | 13 |
| Evden çalışabilmek | 2,2% | 10 |
| Aile şirketini miras yoluyla devraldım | 1,8% | 8 |
| Ekonomik destek alabileceğim kimsem bulunmadığından | 1,6% | 7 |
| İş hayatında maaş ve terfi politikalarında kadına uygulanan ayrımcılık nedeni ile | 1,3% | 6 |

6.9. Fon Kullanım Stratejileri

Literatürde yer alan araştırmaların bulgularını destekler nitelikte kadın girişimcilerin kendi kaynaklarına odaklandıkları görülmektedir. Kişisel birikimlerin ana kaynak olarak, yakınlardan edinilen fonların ise ikincil kaynak olarak, başlangıç sermayesinde en büyük paya sahip olduğu görülmektedir. Araştırmacılar kadınların dış kaynak kullanmama tercihlerinin başlangıç sermayesi miktarını düşürdüğünü ve ileriki dönem performansını olumsuz etkilediğini savunmaktadırlar (Gem Australia 2003; Brush vd 2006; Ufuk And Ozgen 2001b).

Finansal sermaye ile ilgili sorular hazırlanırken özellikle güncel literatürde popüler hale gelen bootstrapping tekniklerinin analiz edilmesine çalışılmıştır. Bu teknikler kısaca kadınların fon kaynakları yaratma konusundaki yaratıcı ve farklı çözümlerini olarak tanımlanabilir ve bu çalışma kapsamında Türk kadın girişimcisinin kendine özgü çözümleri de irdelenmeye çalışılmıştır. İlerleyen bölümlerde bu tekniklerin neler olduğu ve alınan yanıtlar değerlendirilecektir.

Tablo 3.29a: Başlangıç Sermayesi Tercihleri

| | Ana Kaynağım | İkincil Kaynaklarım |
|---|--------------|---------------------|
| Kişisel birikimlerimi kullandım | 93.8% (60) | 6.3% (4) |
| Devlet desteğinden yaralandım | 0.0% (0) | 100.0% (1) |
| Girişimci kredisi kullandım | 40.0% (2) | 60.0% (3) |
| Banka kredisi kullandım | 66.7% (12) | 33.3% (6) |
| Kendi kredi kartımı kullandım | 70.0% (7) | 30.0% (3) |
| Aile ve/veya arkadaşlardan karşılıksız para aldım | 84.6% (11) | 15.4% (2) |
| Aile ve/veya arkadaşlardan geri ödemek üzere para aldım | 57.1% (12) | 42.9% (9) |
| Diğer | 100.0% (6) | 0.0% (0) |

Tablo 3.29b: Başlangıç Sermayesi Tercihleri Pareto Tablosu (Kişi Bazında)

| Answer Options | Ana Kaynağım |
|---|--------------|
| Kişisel birikimlerimi kullandım | 60 |
| Aile ve/veya arkadaşlardan fon sağladım | 23 |
| Banka kredisi kullandım | 12 |
| Kendi kredi kartımı kullandım | 7 |
| Girişimci kredisi kullandım | 0 |
| Devlet desteğinden yaralandım | 0 |

| Answer Options | İkincil Kaynaklarım |
|---|----------------------------|
| Aile ve/veya arkadaşlardan geri ödemek üzere para aldım | 9 |
| Banka kredisi kullandım | 6 |
| Kişisel birikimlerimi kullandım | 4 |
| Girişimci kredisi kullandım | 3 |
| Kendi kredi kartımı kullandım | 3 |
| Aile ve/veya arkadaşlardan karşılıksız para aldım | 2 |
| Devlet desteğinden yaralandım | 1 |

Şekilde yer alan dağılım incelendiğinde, kadınların ana kaynak olarak girişimci kredisi ve devlet desteğinden yararlanmadıkları görülmektedir. Bu durum özellikle uygun koşullarda devlet desteğinin sağlanamamasının yanında, var olan desteklere ulaşımın sınırlı olması ve talebin yoğunluğundan kaynaklanmaktadır. Kredi kartı kullanımının başlangıç sermayesi olarak kullanıldığı görülmektedir. Araştırmalar kadın girişimcilerin dış kaynak kullanmaktan kaçınırken geliştirdikleri alternatif çözümlerin dış kaynak kullanımından daha maliyetli olduğunu ortaya koymaktadır. İlginç olan nokta ise, banka kredisi kullanımından kaçınan kadınların daha maliyetli olan kredi kartı borçlanması yoluna gitmeleridir. (Constantinidis vd 2006; Jennings ve Cash 2006). Sonuç olarak önceki araştırmalarında ortaya koyduğu gibi kadınların ana sermaye kaynağı kişisel birikimleridir. Aile ve arkadaş yolu ile sermaye edinenlerin toplam sayısı 23 olarak alındığında kişisel birikimlerin ardından en büyük paya sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 3.30: Dış Kaynak Kullanmama Nedenleri

| | Response Percent |
|---|------------------|
| Kendi kaynaklarım iş kurmak için yeterli idi | 46.4% |
| Taşıdığı riskler ve geleceğin belirsizliği nedeni ile | 33.9% |
| Şirketimin kontrolünü kaybetmeme neden olabilir düşüncesi ile | 3.6% |
| Dış finansal kaynak kullanma şartları benim için kabul edilebilir değildi | 7.1% |
| Dış finansal kaynak kullanmanın getireceği sorumluluk nedeni ile | 3.6% |
| Dış finansal kaynak kullanmanın yaratacağı stres nedeni ile | 5.4% |
| Bürokratik işlemler nedeni ile | 3.6% |
| Finansal kurumlardan hoşlanmadığım için | 3.6% |
| Dış finansal kaynak kullanmanın getireceği maliyetler nedeni ile | 8.9% |
| Dış kaynaklardan nasıl yararlanabileceğim konusunda yeterli bilgi sahibi değildim | 12.5% |
| Bankaların ve finansal kurumların kadınlara ayrımcılık uygulaması nedeni ile | 1.8% |
| Yetersiz kredi notum nedeni ile | 12.5% |
| Dış kaynak aramak için yeterli enerjim olmadığından | 3.6% |
| Dış kaynak aramak için yeterli zamanım olmadığından | 3.6% |
| Diğer | 5.4% |

Kadın girişimcilerin riskten kaçınma ve girişimlerini her yönü ile kontrol altında tutma eğilimlerinin de dış kaynak kullanmama kararında etkili olduğu görülmektedir. Araştırmalar, kadınların kişisel birikimlerinin miktarının başlangıç sermayesi olarak yeterli olmasının da kadınları dış kaynak aramaktan alıkoymadığını ortaya koymaktadır. Araştırma

bulguları da göstermektedir ki kadınların kişisel birikimlerinin yeterli düzeyde olması onları dış kaynak aramaktan alıkoyan en önemli nedeni oluşturmaktadır.

Tablo 3.31: Girişim Faaliyete Geçtikten Sonra Kullanılan Fon Kaynakları

| | Response Percent |
|---|------------------|
| Kendi birikimlerimi kullandım | 35.3% |
| Devlet desteğinden yararlandım | 8.2% |
| Devletin sağladığı düşük faizli kredilerden yararlandım | 18.8% |
| Girişimci kredisi kullandım | 7.1% |
| Banka kredisi kullandım | 54.1% |
| Yatırımcılar fon sağladı | 1.2% |
| Şirketimden elde ettiğim kendi kazancımdan kullandım | 56.5% |
| Ödemelerimi erteledim | 11.8% |
| Müşterilere erken tarihli fatura kestim | 1.2% |
| Müşterilerden fatura tarihinden önce ödeme aldım | 1.2% |
| Müşterilerden ön ödeme aldım | 15.3% |
| Diğer | 1.2% |

Yukarıda yer alan Tablo incelendiğinde kadınların girişimin ileriki evrelerinde finansal kaynak edinim tercihlerini değiştirdikleri görülmektedir. Önceki araştırmalarında ortaya koyduğu üzere kadınlar girişimin ileriki evrelerinde dış kaynak kullanımına eğilim göstermektedirler. Yukarıdaki tablodan da görüleceği üzere en yaygın olarak kullanılan fon kaynağı BOOTSTRAPPING tekniklerinden biri olarak soru formunda yer alan “şirketten elde edilen kişisel kazancın kullanımı”dır. Tüm bootstrapping tekniklerini bir arada değerlendirdiğimizde % 84,8 ile en yüksek paya sahip fon kaynağını oluşturmaktadır. Bootstrapping teknikleri içinde en az kullanılanı “müşterilere erken tarihli fatura kesmek” ve “fatura tarihinden önce ödeme almak”tır. Daha önce de değindiğimiz gibi kadınların finansal tercihleri işletmelerinin ileriki aşamalarında değişmekte ve banka kredisinin bootstrapping tekniklerinden sonra en yaygın fon kaynağı olduğu görülmektedir.

6.10. Sosyal Ağlar

Kadın girişimcilerin sosyal sermayeleri yada kısaca networking stratejileri, girişimcilik literatüründe son dönemde ele alınan konuların başında gelmektedir. Özellikle kadın ve erkek girişimlerinin performansını karşılaştıran çalışmalarda, kadın girişimlerinin performanslarındaki görece düşüklüğün temel nedenlerinden biri olarak kurdukları sosyal ilişkiler gösterilmektedir. Bölüm II de tartışıldığı üzere kadınların sosyal ağlarında profesyonellere yer vermemeleri, sosyal ağlardan profesyonel amaçlar dışında psikolojik destek için yararlanmaları, girişimlerinin performansını olumsuz yönde etkilemektedir.

Tablo 3.32: Sosyal İlişkiler

| | İş kurarken | Maddi destek | Manevi destek | Sektör bilgisi | Tavsiye | Referans | Yeteneklerimi geliştirmek |
|---|-------------|--------------|---------------|----------------|------------|------------|---------------------------|
| Profesyonel Hizmetler (Bankalar, Danışmanlık Şirketleri gibi) | 21.7% (10) | 67.4% (31) | 4.3% (2) | 19.6% (9) | 8.7% (4) | 8.7% (4) | 8.7% (4) |
| Devlet Kurumları | 21.4% (8) | 25.0% (7) | 3.6% (1) | 50.0% (14) | 10.7% (3) | 7.1% (2) | 10.7% (3) |
| Üniversiteler | 4.2% (1) | 0.0% (0) | 12.5% (3) | 37.5% (9) | 20.8% (5) | 8.3% (2) | 37.5% (9) |
| Aile ve/veya Arkadaşlarınız | 37.3% (22) | 37.3% (22) | 83.1% (49) | 8.5% (5) | 27.1% (16) | 25.4% (15) | 6.8% (4) |
| Müşteri ve/veya Tedarikçileriniz | 14.6% (7) | 12.5% (6) | 39.6% (19) | 22.9% (11) | 25.0% (12) | 64.6% (31) | 6.3% (3) |
| Daha Önceki Çalışma Arkadaşlarınız | 5.6% (2) | 8.3% (3) | 52.8% (19) | 22.2% (8) | 27.8% (10) | 36.1% (13) | 8.3% (3) |
| Diğer Kadın Girişimciler | 0.0% (0) | 0.0% (0) | 53.6% (15) | 14.3% (4) | 46.4% (13) | 39.3% (11) | 14.3% (4) |
| Kadın Organizasyonları(Kadın Girişimci Dernekleri gibi) | 2.8% (1) | 0.0% (0) | 55.6% (20) | 16.7% (6) | 47.2% (17) | 41.7% (15) | 27.8% (10) |
| Ticari Organizasyonlar,Dernek ve Klüpler (Ticaret Odaları, Rotary gibi) | 12.5% (4) | 3.1% (1) | 37.5% (12) | 59.4% (19) | 25.0% (8) | 46.9% (15) | 21.9% (7) |
| Diğer | 0.0% (0) | 100.0% (1) | 100.0% (1) | 0.0% (0) | 0.0% (0) | 0.0% (0) | 0.0% (0) |

Girişimin başarısının dış kaynak kullanmak ile pozitif ilişkili olduğu, bunun nedeninin de daha yüksek düzeyde sermayeye ulaşım olanağı sağlaması olduğuna Bölüm

II de değinilmiştir. Tablodan da görüldüğü üzere kadınlar profesyonel birimlerden fon sağlamaktadırlar. SPSS analizleri ile kadınların fon kullanım tercihlerinin performanslarına etkisi ayrıntılı olarak incelenecektir.

Tablo 3.33: Sosyal İlişkilerin Gücü (Yoğunluğu)

| | Hiç | Nadiren | Ara Sıra | Sık | Çok Sık | Rating Average |
|---|-----------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|----------------|
| Profesyonel Hizmetler (Bankalar, Danışmanlık Şirketleri gibi) | 4.1% (2) | 8.2% (4) | 30.6% (15) | 42.9% (21) | 14.3% (7) | 3.55 |
| Devlet Kurumları | 10.8% (4) | 21.6% (8) | 40.5% (15) | 27.0% (10) | 0.0% (0) | 2.84 |
| Üniversiteler | 25.7% (9) | 22.9% (8) | 31.4% (11) | 20.0% (7) | 0.0% (0) | 2.48 |
| Aile ve/veya Arkadaşlarınız | 0.0% (0) | 10.7% (6) | 17.9% (10) | 32.1% (18) | 39.3% (22) | 4.00 |
| Müşteri ve/veya Tedarikçileriniz | 1.8% (1) | 9.1% (5) | 12.7% (7) | 43.6% (24) | 32.7% (18) | 3.98 |
| Daha Önceki Çalışma Arkadaşlarınız | 13.2% (5) | 26.3% (10) | 31.6% (12) | 21.1% (8) | 7.9% (3) | 2.84 |
| Diğer Kadın Girişimciler | 7.1% (3) | 14.3% (6) | 31.0% (13) | 35.7% (15) | 11.9% (5) | 3.31 |
| Kadın Organizasyonları(Kadın Girişimci Dernekleri gibi) | 8.7% (4) | 8.7% (4) | 28.3% (13) | 30.4% (14) | 23.9% (11) | 3.52 |
| Ticari Organizasyonlar, Demek ve Klüpler (Ticaret Odaları, Rotary gibi) | 9.3% (4) | 2.3% (1) | 32.6% (14) | 39.5% (17) | 16.3% (7) | 3.51 |
| Diğer | 0.0% (0) | 75.0% (3) | 25.0% (1) | 0.0% (0) | 0.0% (0) | 2.25 |

Yukarıda her bir sosyal ilişkiye ait iletişim kurma sıklığı soru formunda yer alan ölçek bazında yer almaktadır. Tablolar kısaca özetlenecek olursa,

- Profesyonellerle ilişkilerin sıklığı, sık
- Devlet kurumları ile ilişkilerin sıklığı, ara sıra
- Üniversiteler ile ilişkilerin sıklığı, ara sıra
- Aile ve arkadaşlarla ilişkilerin sıklığı, çok sık
- Müşteri ve tedarikçilerle ilişkilerin sıklığı, sık

- f) Daha önceki çalışma arkadaşları ile ilişkilerin sıklığı, ara sıra
- g) Diğer kadın girişimciler ile ilişkilerin sıklığı, sık
- h) Kadın organizasyonları ile ilişkilerin sıklığı, sık
- i) Ticari organizasyonlar ile ilişkilerin sıklığı, sık

Olarak verilebilir. Bu özet durumda en yüksek yüzde paya sahip görüşme sıklığı baz olarak alınmıştır.

Tablo 3.34: Sosyal İlişkilerden Sağlanan Yarar

| | Hiç olmadı | Pek olmadı | Kararsızım | Biraz oldu | Çok oldu | Rating Average |
|--|---------------|---------------|------------|---------------|---------------|-------------------|
| Profesyonel Hizmetler (Bankalar, Danışmanlık Şirketleri gibi) | 8.2% (4) | 2.0% (1) | 4.1% (2) | 40.8% (20) | 44.9% (22) | 4.12 |
| Devlet Kurumları | 18.4% (7) | 7.9% (3) | 13.2% (5) | 39.5% (15) | 21.1% (8) | 3.37 |
| Üniversiteler | 25.7% (9) | 8.6% (3) | 11.4% (4) | 37.1% (13) | 17.1% (6) | 3.11 |
| Aile ve/veya Arkadaşlarınız | 3.5% (2) | 1.8% (1) | 3.5% (2) | 22.8% (13) | 68.4% (39) | 4.51 |
| Müşteri ve/veya Tedarikçileriniz | 3.4% (2) | 1.7% (1) | 3.4% (2) | 39.0% (23) | 52.5% (31) | 4.36 |
| Daha Önceki Çalışma Arkadaşlarınız | 17.1% (6) | 8.6% (3) | 14.3% (5) | 45.7% (16) | 14.3% (5) | 3.31 |
| Diğer Kadın Girişimciler | 15.0% (6) | 10.0% (4) | 12.5% (5) | 37.5% (15) | 25.0% (10) | 3.48 |
| Kadın Organizasyonları(Kadın Girişimci Dernekleri gibi) | 11.4% (5) | 6.8% (3) | 2.3% (1) | 47.7% (21) | 31.8% (14) | 3.82 |
| Ticari Organizasyonlar,Dernek ve Klüpler (Ticaret Odaları, Rotary gibi) | 17.9% (7) | 0.0% (0) | 5.1% (2) | 43.6% (17) | 33.3% (13) | 3.74 |
| Diğer | 0.0% (0) | 50.0% (1) | 0.0% (0) | 0.0% (0) | 50.0% (1) | 3.50 |

Yukarıda her bir sosyal ilişkiden algılanan yarar değerlendirmesi yer almaktadır. Tablolar kısaca özetlenecek olursa,

- j) Profesyonellerle ilişkilerden sağlanan yarar, çok
- k) Devlet kurumları ile ilişkilerden sağlanan yarar, biraz

- l) Üniversiteler ile ilişkilerden sağlanan yarar, biraz
- m) Aile ve arkadaşlarla ilişkilerden sağlanan yarar, çok
- n) Müşteri ve tedarikçilerle ilişkilerden sağlanan yarar, çok
- o) Daha önceki çalışma arkadaşları ile ilişkilerden sağlanan yarar, biraz
- p) Diğer kadın girişimciler ile ilişkilerden sağlanan yarar, biraz
- q) Kadın organizasyonları ile ilişkilerden sağlanan yarar, biraz
- r) Ticari organizasyonlar ile ilişkilerden sağlanan yarar, biraz

Olarak verilebilir. Bu özet durumda en yüksek yüzde paya sahip algılanan yarar baz olarak alınmıştır.

7. Araştırma Hipotezlerinin Test Edilmesi ve SPSS Sonuçları

Survey Monkey programi kullanılarak toplanan veriler, istatistiksel analizlerin yapılması için SPSS programına aktarılmıştır. Veri tipleri kısaca kısaca şöyle özetlenebilir. Bağımlı değişkenlerin tamamı nominal değişkendir ve fakat uygun istatistiksel analizlerin yapılabilmesi için dummy değişkenler haline getirilmiştir. Bu durumun gerekçeleri sonuçlar açıklanırken açıklanacaktır. Bağımsız değişkenlerin bir kısmı kategorik değişkenler olup; dummy değişken haline getirilmiştir. Değişkenlerin durumu aşağıdaki tabloda özetlenmektedir.

Tablo 3.35: Araştırma Sorularının Değişken Yapıları

| SORU NO | DEĞİŞKEN TÜRÜ |
|---------|---------------------|
| 1. | Kategorik – Nominal |
| 2. | Kategorik – Nominal |
| 3. | Kategorik – Nominal |
| 4. | Kategorik – Nominal |
| 5. | Kategorik – Nominal |
| 6. | Kategorik – Nominal |
| 7. | Kategorik – Nominal |
| 8. | Kategorik – Nominal |
| 9. | Nümerik – Sürekli |
| 10. | Kategorik – Nominal |
| 11. | Nümerik – Sürekli |
| 12. | Kategorik – Nominal |
| 13. | Kategorik – Nominal |
| 14. | Kategorik – Nominal |
| 15. | Kategorik – Nominal |

| SORU NO | DEĞİŞKEN TÜRÜ |
|---------|---------------------|
| 16. | Kategorik – Nominal |
| 17. | Kategorik – Nominal |
| 18. | Kategorik – Nominal |
| 19. | Kategorik – Nominal |
| 20. | Kategorik – Nominal |
| 21. | Kategorik – Nominal |
| 22. | Kategorik – Ordinal |
| 23. | Kategorik – Ordinal |
| 24. | Kategorik – Nominal |
| 25. | Kategorik – Nominal |
| 26. | Kategorik – Nominal |
| 27. | Kategorik – Nominal |
| 28. | Kategorik – Nominal |
| 29. | Kategorik – Nominal |
| 30. | Kategorik – Nominal |
| 31. | Kategorik – Nominal |
| 32. | Kategorik – Nominal |

İstatistiksel analiz aşamasında soru tiplerine uygun modeller seçilmiştir. Öncelikle uygulanabilir modeller, linear regresyon analizi ve χ^2 testidir. Linear regresyon yöntemi, model oluşturulmasını sağladığı ve modele dahil edilen değişkenlerin aynı zamanda kontrol değişkeni olarak da hareket etmesini sağlamasından dolayı veri tipine uygundur. Başka bir ifade ile modele dahil edilen her değişken diğer değişkenler kontrol altında tutulduğunda aldığı katsayı değerini vermektedir. Bu nedenle 1 bağımsız ve 1 bağımlı değişken arasında var olduğu düşünülen ilişki birebir regresyon modeli ile ve çoklu değişkenler de katılarak çoklu model ile test edilebilir. Diğer bir yöntem de χ^2 yöntemidir. Bu yöntem kategorik değişkenler için uygun olduğunda kullanılabilir. Araştırma bulgularını değerlendirmeden önce bağımlı değişkenleri hatırlamakta yarar vardır.

Bağımlı değişkenler:

- a) Son bir yılda karlılıkta pozitif yönde değişim yada değişmeme durumu
- b) Son altı (6) ayda satışlarda artış yada değişmeme durumu
- c) Son altı (6) ayda çalışan sayısında artış yada değişmeme durumu
- d) İşletme ömrünün > 1 yıl olması

Bağımsız değişkenleri ise:

- a) Beşeri sermaye düzeyi
- b) Sosyal sermaye yapısı/düzeyi
- c) Finansal sermaye yapısı
- d) İşletme stratejileri

Olarak verilebilir. Linear regresyon analizi ile χ^2 tabloları ekte yer almaktadır. Bu tablolar ışığında ilişkiler aşağıdaki tabloda özetlenmiştir. Tabloya alınan ve kabul edilen anlamlılık düzeyi $p < 0,10$ olarak verilebilir.

Tablo 3.36: χ^2 Analizi Sonuçları

| Hipotez No | Ana Hipotez | Hipotez Alt Bileşenleri | Karlılık | Satışlar | Çalışan Sayısı | İşletme Ömrü |
|------------|-----------------------------------|--|----------|----------|----------------|--------------|
| H1a | Beşeri Sermaye | Aynı Sektör Deneyimi | X | - | | X |
| H1c | | Girişimcilik Deneyimi | X | - | X | |
| | | Başarılı Girişimcilik deneyimi | - | - | | |
| | | Yöneticilik deneyimi | - | - | | |
| H1b | Beşeri Sermaye | Universite ve sonrası eğitim almak | X | X | X | X |
| | | Sosyal bilimler alanında yüksek eğitim almak | X | X | X | X |
| | | Mühendislik alanında eğitim almak | - | - | | |
| | | Sektör spesifik eğitim almak | X | X | X | X |
| H2a | Başlangıç sermayesi | Kredi kullanımı | - | - | | X |
| | | Kişisel birikimlerin kullanımı | X | X | X | X |
| | | Yakın çevreden fon kullanımı | X | X | X | X |
| H2b | İşletme Sermayesi | Kişisel Birikim | X | X | X | X |
| | | Kredi kullanımı | X | X | X | |
| H3 | Bootstrapping | Bootstrapping | X | X | X | X |
| H4 | Karma ağ yapıları | Güçlü bağlar ile yoğun ilişkiler | X | X | X | X |
| | | Profesyonellerle yoğun ilişkiler | X | X | | X |
| | | Zayıf bağlarla yoğun ilişkiler | X | - | X | X |
| | | Güçlü bağlarla zayıf ilişkiler | X | X | X | X |
| | | Profesyonellerle zayıf ilişkiler | X | X | | X |
| | | Zayıf bağlarla zayıf ilişkiler | - | - | X | X |
| | İş kurma aşaması sosyal ağ yapısı | Profesyonel ilişkiler | X | X | X | X |
| | | Güçlü bağlar ile ilişkiler | X | X | X | X |
| | | Zayıf bağlar ile ilişkiler | - | - | X | X |
| | Fon kaynağı | Profesyonel ilişkiler | X | X | X | X |
| | | Güçlü bağlar ile ilişkiler | X | X | X | X |

| Hipotez No | Ana Hipotez | Hipotez Alt Bileşenleri | Karlılık | Satışlar | Çalışan Sayısı | İşletme Ömrü |
|------------|---------------------|------------------------------------|----------|----------|----------------|--------------|
| | | Zayıf bağlar ile ilişkiler | - | - | | X |
| | Genel amaçlı destek | Profesyonel ilişkiler | X | X | X | X |
| | | Güçlü bağlar ile ilişkiler | X | X | X | X |
| | | Zayıf bağlar ile ilişkiler | X | X | X | X |
| H5 | Çalışma süresi | Haftalık çalışma süresi >40 (saat) | X | X | X | X |
| H6 | İşletme stratejisi | Kalite odaklılık | - | - | X | X |
| | Medeni durum | Evli olmak | X | X | X | X |
| | Çocuk sahibi olmak | | X | X | X | X |

7.1. χ^2 Testleri

Araştırma değişkenlerinin yapısı dikkate alındığında değişkenler arasındaki ilişkileri en iyi açıklayabilecek modelin χ^2 testleri olduğu görülecektir.

Beşeri Sermaye ile Girişim Performansı İlişkisi

Tablodan görülebileceği üzere beşeri sermaye faktörlerinden formal eğitimin süresi ve sosyal bilimler alanında eğitim almış olmak tüm performans parametreleri ile pozitif ilişkilidir. Spesifik eğitim almış olmanın tüm bağımlı değişkenler ile pozitif ilişkiye sahip olması Madsen vd (2003)' nin ileri sürdüğü gibi, performansa asıl etki sağlayanın spesifik eğitimler olduğunu onaylarken formal eğitimin performansını olumlu etkilediğini savunan araştırmacıları da desteklemektedir. Araştırmamızda deneyim ve performans arasında anlamlı ilişkiye rastlanmamıştır. Deneyim ve çeşitli bağımlı değişkenler arasında pozitif ilişki gözlemlense de, hipotezimiz tüm bağımlı değişkenleri kapsadığından, bu ilişkiler yeterli olmamaktadır. Sonuç olarak girişim performansı ile sosyal bilimler alanında eğitim, üniversite ve sonrası eğitim ile spesifik eğitimler almış olmak arasında pozitif ilişki vardır. H1 hipotezi kısmen kabul edilmiş olup hipotez tüm beşeri sermaye bileşenleri için değil, sadece eğitim bileşeni için geçerlidir. Böylece:

H1a: Red edilmiştir.

H1b: Kabul edilmiştir.

H1c: Red edilmiştir

Finansal Sermaye İle Girişim Performansı İlişkisi

Tablodan açıkça görülebileceği gibi başlangıç sermayesi olarak kişisel birikimlerin kullanımı ile işletme performansı arasında pozitif ilişki vardır. Bu durum kadınların düşük başlangıç sermayesinin yeterli olduğu kadın sektörlerinde faaliyet göstermelerinden kaynaklanabilir. Böylece kadınlar başlangıç sermayelerini kendi kaynaklarından finanse edebilmektedirler. Böylece;

H2a: Red edilmiştir.

Aynı şekilde işletme sermayesi olarak kişisel birikimlerin kullanımının tüm bağımsız değişkenlerle pozitif ilişkili olduğu görülmektedir. Bbu durumda;

H2b: Red edilmiştir.

Literatürde nispeten yeni bir kavram ve araştırma konusu olan bootstrapping, bilinenin ötesinde yaratılan alternatif fon kaynaklarını ifade etmektedir. Araştırmamıza göre bootstrapping uygulamak ile girişim performansı arasında pozitif ilişki vardır. Böylece;

H3: Kabul edilmiştir.

Sosyal Sermaye İle Girişim Performansı İlişkisi

Tablo incelendiğinde başarılı kadın girişimcilerin ağ yapıları ile ilgili aşağıda verilen tablo ortaya çıkmaktadır.

- Güçlü bağlarla yoğun ilişkiler
- Güçlü bağlarla zayıf ilişkiler
- İş kurma aşamasında profesyoneller ile ilişkiler
- İş kurma aşamasında güçlü bağlarla ilişkiler
- Fon kaynağı olarak hem güçlü bağların hem de profesyonellerin kullanımı
- Girişim kapsamında genel çerçevede profesyonellerle, güçlü ve zayıf bağlarla sürekli iletişimde olmaları

Tüm bu bilgileri ışığında kadın sosyal ağlarının karma bir yapı sergilediği söylenebilir. Böylece;

H4: Kabul edilmiştir.

İşletme Stratejileri İle Girişim Performansı İlişkisi

Tablodan görüleceği üzere haftalık çalışma süresi tüm performans parametreleri ile pozitif ilişkilidir. Bu durumda;

H5: Kabul edilmiştir.

Kalite odaklılık işletme stratejisinin sadece çalışan sayısı ve işletme ömrü ile pozitif ilişkili olduğu görülmektedir. Tüm bağımsız değişkenler ile pozitif ilişkili olmadığından kalite odaklılığın işletme performansı ile ilişkisi kısmen mevcuttur. Böylece;

H6: Red edilmiştir.

7.2. Regresyon Analizi ve Araştırma Modelinin Kurulması

SPSS programı kullanılarak değişkenler arasında bir model kurulup kurulamayacağı araştırılmıştır. Bu amaçla linear regresyon yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntem değişkenler arasındaki ilişkileri basit olarak anlatması, soru tipleri açısından uygun olması ve kategorik değişkenler kullanılabilme olanağı nedeni ile tercih edilmiştir. Bağımlı değişkenler regresyon modeline kategorik – nominal olarak alınabilirken, diğer tüm bağımsız değişkenler için dummy (1= Evet, 0= Hayır) değişkenler oluşturulmuştur.

Aşağıdaki tabloda Linear Regresyon analizi sonuçları yer almaktadır. Tablo sadece bağımsız değişkenler ile anlamlı (en az $p < 0,10$) düzeyde ilişkiye sahip değişkenler alınmıştır.

Tablo 3.37: Linear Regresyon Analizi Sonuçları

| | | | (K) Karlılık | (S) Satışlar | (CS) Çalışan Sayısı | (İÖ) İşletme Ömrü |
|-----|-----------------------------------|--|-----------------|-----------------|------------------------|----------------------|
| H1 | Beşeri Sermaye | Aynı Sektör Deneyimi | 0.20 | | | 0,23 |
| | | Girişimcilik Deneyimi | | | | |
| | | Başarılı Girişimcilik deneyimi | | | | |
| | | Yöneticilik deneyimi | | | | |
| | | Universite ve sonrası eğitim almak | 0,6 | | 0,22 | 0,45 |
| | | Sosyal bilimler alanında yüksek eğitim almak | | | 0,18 | |
| | | Mühendislik alanında eğitim almak | | | | |
| | | Sektör spesifik eğitim almak | | | 0,320 | 0,2 |
| H2a | Başlangıç sermayesi | Kredi kullanımı | | | | 0,24 |
| | | Kişisel birikimlerin kullanımı | 0,23 | 0,3 | 0,38 | |
| | | Yakın çevreden fon kullanımı | | | | |
| H3 | İşletme Sermayesi | Kişisel Birikim | | | | |
| | | Kredi kullanımı | | 0,21 | 0,23 | 0,11 |
| | | Bootstrapping | | 0,19 | 0,22 | 0,31 |
| H4 | Karma ağ yapıları | Güçlü bağlar ile yoğun ilişkiler | | | | |
| | | Profesyonellerle yoğun ilişkiler | | | | |
| | | Zayıf bağlarla yoğun ilişkiler | | | | |
| | | Güçlü bağlarla zayıf ilişkiler | | | | |
| | | Profesyonellerle zayıf ilişkiler | | | | |
| | | Zayıf bağlarla zayıf ilişkiler | | | | |
| H5 | Çalışma süresi | Haftalık çalışma süresi (saat) | 0,3 | 0,34 | 0,33 | 0,29 |
| H6 | İşletme stratejisi | Kalite odaklılık | | | | |
| | İş kurma aşaması sosyal ağ yapısı | Profesyonel ilişkiler | | | | |
| | | Güçlü bağlar ile ilişkiler | | 0,27 | | |
| | | Zayıf bağlar ile ilişkiler | | | | |
| | Fon kaynağı | Profesyonel ilişkiler | | 0,2 | 0,14 | |

| | | (K) Karlılık | (S) Satışlar | (CS) Çalışan Sayısı | (İÖ) İşletme Ömrü |
|---------------------|----------------------------|-----------------|-----------------|------------------------|----------------------|
| | Güçlü bağlar ile ilişkiler | 0,24 | | | |
| | Zayıf bağlar ile ilişkiler | | | | 0,23 |
| Genel amaçlı destek | Profesyonel ilişkiler | | | 0,27 | |
| | Güçlü bağlar ile ilişkiler | 0,2 | | | |
| | Zayıf bağlar ile ilişkiler | | 0,22 | 0,32 | |
| Medeni durum | Evli olmak | | 0,25 | 0,34 | |
| Çocuk sahibi olmak | | | | 0,23 | 0,27 |

Model kurulabilmesi için regresyon tablosundaki ilişkiler ile χ^2 testleri karşılaştırılmıştır. Her iki analizin ortak bulguları modele dahil edilmiştir. Karşılaştırma sonunda Bağımlı Değişken = $ax + by + c$ modeli kurulması için katsayılar kontrol edilmiştir. Bu durumda modele dahil edilen değişkenler ve katsayıları kriterler bazında aşağıda yer almaktadır. Yukarıda basit olarak formüle edilen regresyon denkleminde yer alan c sabiti aşağıdaki denklemlerde yer almayacaktır. Bunun aşağıda yer alan her bir model için birden fazla c değişkeninin hesaplanmış olmasıdır. Örneğin; karlılık modelinde beşeri, finansal, sosyal sermaye ve işletme stratejilerine ait değişkenler yer almaktadır ve bu değişkenler 4 ayrı modelden alınmıştır. Bu da 4 farklı c değeri demektir ki c değerlerinin ortalamasını almak istatistiksel açıdan yanlıştır. Tüm değişkenler bir arada değerlendirilip tek bir c değerine ulaşmak olanaklı olmamıştır. Zira tüm bağımlı ve bağımsız değişkenler SPSS programına girilerek linear regresyon modeli oluşturulmaya çalışıldığında model hata vermektedir.

Karlılık Modeli

| Modele dahil edilen değişken | Katsayısı |
|---|-----------|
| Aynı Sektör Deneyimi | 0,20 |
| Universite ve sonrası eğitim almak | 0,6 |
| Başlangıç sermayesi olarak kişisel birikimlerin kullanımı | 0,23 |
| Haftalık çalışma süresi (saat) | 0,3 |
| Güçlü bağlar ile ilişkiler | 0,24 |

Satış Modeli

| Modele dahil edilen değişken | Katsayısı |
|---|-----------|
| Başlangıç sermayesi olarak kişisel birikimlerin kullanımı | 0,3 |
| İşletme sermayesi olarak kredi kullanımı | 0,21 |
| Bootstrapping | 0,19 |
| Haftalık çalışma süresi (saat) | 0,34 |
| Güçlü bağlar ile ilişkiler | 0,27 |
| Profesyonel ilişkiler | 0,2 |
| Zayıf bağlar ile ilişkiler | 0,22 |
| Evli olmak | 0,25 |

İşletme Ömrü

| Modele dahil edilen değişken | Katsayısı |
|--|-----------|
| Universite ve sonrası eğitim almak | 0,23 |
| Sektör spesifik eğitim almak | 0,45 |
| Başlangıç sermayesi olarak Kredi kullanımı | 1,7 |
| Bootstrapping | 0,11 |
| Haftalık çalışma süresi (saat) | 0,31 |
| Zayıf bağlar ile ilişkiler | 0,29 |
| Çocuk sahibi olmak | 0,23 |

Çalışan Sayısı Modeli

| Modele dahil edilen değişken | Katsayısı |
|---|-----------|
| Universite ve sonrası eğitim almak | 0,22 |
| Sosyal bilimler alanında yüksek eğitim almak | 0,18 |
| Sektör spesifik eğitim almak | 0,32 |
| Başlangıç sermayesi olarak Kişisel birikimlerin kullanımı | 0,38 |
| Bootstrapping | 0,23 |
| Haftalık çalışma süresi (saat) | 0,22 |
| Profesyonel ilişkiler | 0,33 |
| Profesyonel ilişkiler | 0,14 |
| Zayıf bağlar ile ilişkiler | 0,27 |
| Evli olmak | 0,32 |

BÖLÜM IV

1. Sonuç ve Değerlendirme

Bu tez çalışması, formal eğitim düzeyi, rol modellerin varlığı, bağımsızlık olma isteği, finansal kazanç motivasyonu ve iş yerine adanan zamanın miktarının kadın girişimleri için ne kadar önemli olduğunu ortaya koymaktadır. Literatürde kadın girişimcilerin eğitim düzeyinin önemi tartışılırken, bu çalışmanın verileri kadın girişimcilerin formal eğitim almalarını önemini vurgulamaktadır. Üniversite ve üstü eğitim almış kadınların karlılık, satış hacminde verilen zaman aralığında artış olduğu ve işletmelerinin en az 1 yaşında olduğu görülmektedir. Diğer bir ifade ile tüm bu performans değerlerine ulaşmakta formal eğitim süresinin önemli olduğu vurgulanabilir. Eğitim düzeyi ile ilgili bulgular, bu çalışmanın da eğitim düzeyinin girişim performansını olumlu yönde etkilediğini savunan araştırmacıları destekler niteliktedir (Jayawarna and Jones 2010; Loss ve Ljunggren 2006; Henry, Johnston ve Hamouda 2006; Diaz ve Jimenez 2006; Boden ve Nucci 2000; Lee vd 2009; Stevenson ve Jarillo 1990). Araştırma hipotezlerinde de görüleceği gibi, bir grup araştırmacının savunduğu gibi sosyal bilimler eğitimi ile girişimin performansı arasında negatif yönde ilişki beklenirken, bu konuyu destekler bir bulguya rastlanmamıştır. Madsen vd (2003) girişimlerin performansını asıl etkileyen değişkenin doğrudan sektör ve girişimle ilgili spesifik eğitimler ve deneyim olduğunu belirtmiştir. Bu çalışmada spesifik eğitimler ile tüm bağımlı değişkenler ilişkili bulunmuştur ve bu değişken aslında en güçlü performans parametresi olarak kabul edilebilir. Öye yandan aynı sektörde iş ve girişimcilik deneyiminin kadın girişimlerinin tüm başarı parametreleri üzerinde etkisi olmadığı görülmektedir.

Kadınların izlediği finansman stratejilerinin kadın girişimlerinin erkeklere göre daha düşük performans göstermesinde etkili olduğu araştırmacılar tarafından savunulmaktadır (Hutchinson 1995; Watson, Newby ve Mahuka 2006; Kan ve Storey 2003; Leitch, Hill ve Harrison 2006; Henry, Johnston ve Hamouda 2006; Neergard, Nielsen ve Kjeldsen 2006; Greene vd 1999). Bu gruba dahil araştırmacılar, kadınların algıladıkları engeller (Kan ve Storey 2003; Leitch, Hill ve Harrison 2006; Henry, Johnston ve Hamouda 2006; Neergard, Nielsen ve Kjeldsen 2006; Greene vd 1999), yaşam tarzları (Leitch, Hill ve Harrison 2006), sosyal ilişkileri gibi nedenlerden ötürü dış kaynak aramak yerine, yakın çevrelerinden fon sağladıklarını ya da alternatif fon kaynakları ürettiklerini

belirtmektedirler. Araştırmacılara göre, dış kaynak kullanmamak, kadınların yetersiz başlangıç sermayesi ile işe başlamalarına (Brush vd 2006; Ufuk ve Ozgen 2001b; Diaz ve Jimenez 2006), sosyal ağlarına profesyonel birimlerin dahil olmamasına neden olmakta (Brush ve Hisrich 1991) ve kendi yarattıkları alternatif fon kaynakları ise dış kaynak kullanımından daha maliyetli olduğundan uzun dönemde girişim performansını olumsuz etkilemektedir (Constantiidis vd 2006). Tüm bu tartışmalar ışığında dış kaynak kullanan kadınların girişimlerinin daha başarılı olması beklenmektedir. Araştırma bulguları, başlangıç sermayesi olarak kişisel birikim kullanan kadınların işletme ömürlerinin, satışlarının, çalışan sayılarının ve karlılıklarının olumlu etkilendiğini ortaya koymuştur. Bu bulgu göstermektedir ki başlangıç sermayesi olarak kişisel birikim kullanan kadınların işletmeleri daha uzun ömürlü olmakta, daha yüksek satış hacmine erişmekte ve işletmeleri diğerlerine oranla daha çok kar etmektedir. Literatürde son dönemde kadın girişimcilerin ürettikleri alternatif fon kaynaklarının etkileri araştırılmaktadır (Jayawarna ve Jones 2010; Brush vd 2006). Bu alternatif fon kaynaklarının kullanımı bootstrapping olarak adlandırılmaktadır ve alışıl gelmiş fon kaynaklarından farklıdır. Bu çalışmada bootstrapping yöntemleri olarak; şirketinden elde edilen öz kazancın kullanımı, ödemele erteleme, müşterilere erken tarihli fatura kesme, müşterilerden fatura tarihinden önce ödeme alma ve müşterilerden ön ödeme alma, sorulmuştur. Sonuçlar bootstrapping uygulamanın tüm bağımlı değişkenlerle pozitif ilişkili olduğunu ortaya koymuştur. Fakat unutulmamalıdır ki bu bulgular daha bir çok kontrol değişkeninin varlığı ile daha anlamlı hale gelebilecektir.

Sosyal sermaye yada diğer bir ifade ile sosyal ilişkiler, kadın girişimcileri erkek meslektaşlarından farklılaştığı diğer bir unsurdur. Bölüm II de ayrıntılı olarak tartışılmakla birlikte, kısaca özetlenecek olursa, kadınların ağlarının temel karakteristikleri, dışa kapalı diğer bir deyişle yakın çevrelerinden oluşması, profesyonel birimleri içermemesi yada görece az içermesi, ilişkilerin şiddetinin yoğun olması, az sayıda ilişkiye girilen birim olması gibi özellikler verilebilir. Ayrıca kadınlar girişimleri ile ilgili bilgiyi profesyonel birimlerden almak yerine informal yolları kullanmayı tercih etmektedirler. Fakat öte yandan başarılı kadın girişimcilerin ağlarında hem yakın çevrelerine hem de profesyonellere yer verdikleri, görüşme sıklığı açısından hem yoğun hem de seyrek bağlar kurdukları, özellikle iş kurma aşamasında ve sonrasında profesyonel birimlerle iletişimde oldukları, moral desteği almak açısından ailelerini yakın çevrelerinde tuttıkları

görülmektedir. Bu çalışmanın ortaya koyduğu veriler ise, bu tartışmaları destekler niteliktedir. Kadınlar girişimleri ile ilgili konularda, zayıf ağ ilişkilerinden yararlandıklarında, bu durumdan işletme ömürleri, karlılıkları, çalışan sayıları ve satış hacimleri olumlu etkilenmektedir. Daha önce de belirtildiği gibi zayıf ağ ilişkilerini oluşturan birimler, müşteri ve tedarikçiler ile diğer kadın girişimciler, eski çalışma arkadaşlarıdır. İş kurma aşamasında profesyonel birimlerden herhangi bir nedenle, fon kaynağı yada bilgi kaynağı olarak yararlanmış olmak ise, işletme ömrünü, karlılığı ve satış hacmini olumlu yönde etkilemektedir. Yakın çevreleri ile ilişkileri incelendiğinde, yakın çevrelerinde, aile ve arkadaşları, diğer kadın girişimciler ve eski çalışma arkadaşlarını buldukları görülmektedir. Bulgularımız, kadınların güçlü ağ ilişkileri olarak da tanımlanan yakın çevreleri ile, özellikle iş kurma aşamasında iletişimde olmaları işletmelerinin performansını olumlu etkilemektedir. Araştırmacılara göre aile desteği almak kadın girişimciler için büyük önem taşımakta ve bu nedenle de güçlü ağ iletişimi olan kadınlar daha başarılı olmaktadır (Loss ve Ljunggren 2006; Kovalanien ve Arenus 2006; Amine vd 2009; Hisrich ve Brush 1984; Lerner vd 1997). Kadınların girişimcilik süreci boyunca moral desteği almalarının onlar için önemi dikkate alındığında, sosyal ilişkileri ile bu konuda destek almış olmanın girişimin başarısı açısından olumlu olacağı beklenebilir. Araştırma bulgularımızda kişisel konularda güçlü ağ ilişkilerinden yararlanmanın işletme ömrü, karlılık ve satış hacmi ile pozitif ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır.

Araştırmacılar kadın girişimcilerin bir diğer karakteristiği olarak çalışma sürelerinin, ki bu süre iş yerinde geçirilen süre ile ölçülmektedir, erkek meslektaşlarından az olduğunu belirtmektedir. Araştırmacılara göre bunun nedeninin kadının yaşam tarzı ve önceliklerinden kaynaklanmasıdır. Zira kadınlar iş ve özel yaşam dengesini sürekli olarak gözetmektedirler. Demografik özelliklerini incelediğimizde, örnekleme oluşturan kadınların ezici çoğunluğu evli ve çocuk sahibidir. Araştırma bulguları göstermektedir ki iş yerinde, haftada en az 40 saat geçiren kadınların girişimleri daha uzun ömürlü olmakta, işletmeleri daha karlı olmakta ve daha yüksek satış hacmine erişmektedirler. Bu bulgu çalışma süresinin işletme performansı ile pozitif ilişkili olduğunu savunan araştırmacıları desteklemektedir (Diaz ve Jimenez 2006; Devine 1994; Brush vd 2006).

Araştırma bulguları, literatürde performansla ilişkisi çok boyutlu tartışılan medeni durum, çocuk sahibi olmak ve ailede başka girişimcinin var olmasının işletme

performansına etkisi konusunda da veri üretmiştir. Örneklemeden alınan veriler, kadın girişimcilerin başarısından, çocuk sahibi olmanın karlılık, satış hacmi, çalışan sayısı ve işletme ömrü ile, evli olmanın, işletme ömrü, karlılık, satış hacmi ve çalışan sayısı pozitif korelasyona sahip olduğunu ortaya koymuştur.

Kadın organizasyonlarının Türkiye’de kadın girişimleri için taşıdığı öneme gelince, χ^2 tablosu açıkça göstermektedir ki kadın girişimciler için bu tür organizasyonların varlığı önem taşımaktadır. Zira kadınların hem girişimleri ile ilgili konularda hem de kişisel konularda kadın organizasyonları ile temasa geçtikleri görülmektedir. Üstelik bu organizasyonlar ile kurulan ilişkilerin ortalamanın üstünde olduğu görülmektedir. Bu sosyal birimin kadın girişimlerine etkisi ise, karlılık ve işletme ömrü ile pozitif ilişkili olarak açıklanabilir. Her ne kadar bir grup araştırmacı kadın organizasyonlarının kadınları kırılğan hale getirdiği ve ekonomik açıdan önemsizleştirdiğini savunsa da (Greene vd 2003; Carter ve Allen 1997) bu araştırmacının örnekleme için kadın organizasyonların girişim performanslarına pozitif etkisi açıkça ortadadır.

Sonuç olarak, bu araştırma ile kadın girişimlerinin performansını etkileyen temel değişkenlerin, hazırlanan soru formu kapsamında değerlendirilmiş ve kadın girişimciliği ile ilgili 270 bağımsız değişken araştırılmıştır. Elde edilen regresyon modellerinde r^2 katsayısını en yüksek değeri 0,654 dür. Bu değer 270 bağımsız değişkenin, performans parametrelerindeki değişimin ancak % 65 ini açıklayabildiğini göstermektedir. Bu da kadın girişimciliği araştırmalarında yeni ufukların keşfedilmesi gerekliliğini ortaya koymaktadır. Çalışmada çalışan sayısı artışı bağımsız değişken olarak alınmışsa da, diğer parametrelere göre işletme performansı ile ilişkisinin zayıf olduğu görülmüştür. Zira teknoloji yatırımları ile çalışan sayısı değişmeden büyümek olanaklı olacağı gibi, satış ve karlılık artışı da sağlanabilir.

En güçlü bağımlı değişken ise işletme ömrü olarak kabul edilebilir. Her ne kadar bu çalışmada başarılı değişkenler olarak satış hacmi, çalışan sayısı ve karlılığı artan işletmeler hedeflenmiş ise de, bu değişkenlerin sabit kalması yada belirli süreler düşüş göstermesi, işletme faaliyetlerine devam ettiği sürece kabul edilebilir bir durumdur.

2. Gelecek Araştırmalar İçin Öneriler

Sonuç bölümünde de açıklandığı gibi, tüm analizlerimiz kadın girişimlerinin performansındaki değişimin ancak % 65 ini açıklayabilmiştir. Bu da demektir ki, gelecek araştırmaların bu çalışmada ele alınan değişkenlerden başka değişkenlere de odaklanması gerekecektir. Bootstrapping kadın girişimcilik literatüründe yeni bir konu olmakla birlikte bu tez çalışmasında bir takım bootstrapping yöntemlerinin kullanımını etkisi araştırılmıştır. Bu yöntemler yurt dışında yapılmış araştırmalardan alıntılı olduğundan

Türkiye şartlarına uygunluğu tartışılabilir. Gelecek çalışmalar, kadınların kullandığı alternatif fon bulma yöntemlerine ve bu yöntemlerin girişim performansı üzerindeki etkisine odaklanabilirler.

Sosyal sermaye yapıları da kadın girişimlerin başarısı üzerinde etkili olan bir faktördür. Bu araştırma Türkiye’ de kadın girişimciler için, girişimlerinin her aşamasında aile fertlerinin desteğinin ne derece önemli olduğunu göstermektedir.

Gelecek araştırmalar Türk kadın girişimcilerin sosyal sermaye yapılarına odaklanarak performansla ilişkilerini araştırabilir. Kadın girişimciliğini destekleyen organizasyonların varlığı ve yararı tartışılmakla birlikte, gelecek çalışmalar bu tür organizasyonların nasıl etkin hale getirilebileceğine odaklanabilir.

Zira bu organizasyonlar doğrudan kadın girişimlerini destekleme amaçlı kuruldukları için ekonomik açıdan önemleri büyüktür. Fakat kadın girişimcilere ne derece yararlı olabildikleri tartışma konusudur.

Gelecek araştırmalar için bu organizasyonların etkin hale getirilebilmesi için yapılacak araştırmalar önemli bir odağı oluşturmalıdır. Girişimcilik literatüründe cinsiyet temelli ayırımın yapılması ve girişimciliğin kadın ve erkek olarak ele alınması yıllardır tartışılan konulardan biridir.

Örneğin bir takım araştırmalarda kadınların finansal stratejilerinin erkek meslektaşlarından farklılaştığı ve dış kaynak kullanmaktan belirgin bir şekilde kaçındıkları tespit edilmiştir (Brush vd 2006; Watson, Newby ve Mahuka 2009; Berggren vd 2000; Hutchinson 1995; Cressy 1995; Jennings ve Cash 2006). Diğer bir grup araştırmacı ise kadınların sosyal sermayelerinin erkek meslektaşlarından farklılaştığını ortaya

koymaktadır (Nelson 1999; Aldrich 1999; Cromie ve Birley 1992, Katz ve Williams 1997; Smeltzer ve Fann 1989; Lee vd 2009, Ganesan 2002). Öte yandan sınıf olarak ele alınmaması gerektiğini savunmaktadırlar.

Bu araştırmacılara göre kadın ve erkek arasında tespit edilen farklılıklar ölçüm metodolojisi ve taraflı yaklaşımlardan kaynaklanmaktadır (Ossie ve Jawayarna 2010; Jennings ve Cash 2006:62).

Gelecek araştırmalar kadın ve erkek girişimcileri karşılaştırmalı ele alabilir ve neden kadın girişimcilerin sosyal ve finansal sermaye yapılarının ve işletme stratejilerinin farklılaştığını sorgulayabilirler.

Son olarak araştırma bulguları göstermektedir ki, devlet birimleri kadın girişimcileri desteklemek konusunda, diğer tüm sosyal birimlerle karşılaştırıldığında, pasif bir konumda kalmaktadır.

Bu çalışmada bağımlı değişkenler ile devlet birimleri kaynaklı bağımsız değişkenler arasında anlamlı bir ilişki üretilmemiştir. Kadın girişimcileri destekleme amaçlı bir çok devlet birimi olması ve bir çok fon ve hibelere ancak devlet birimleri ile işbirliğine girerek ulaşılmasına karşın, kadınların sosyal çevrelerin devlet birimlerinin yeterli yer almadığı görülmektedir.

Gelecek araştırmalar, diğer bazı ülkelerde örneklerine rastlandığı gibi (Örneğin Bruin Ve Flint-Hartle (2006:302)' in aktardığı üzere, Yeni Zelanda da kadın girişimleri ihracatı devlet eli ile desteklenmektedir.

Hükümet ulusal işletmeleri ile deniz aşırı işletmeler arasındaki işbirliğini geliştirmek için aracı kurumlar oluşturmuştur) devlet kurumlarının kadın girişimciler için geliştireceği modellere öncülük edebilirler.

Robert D. Hisrich and Candida G. Brush, “Kadın girişimci olmak çok çalışma, yalnızlık ve belirsizlikle dolu bir maceradır” tespitinde bulunarak aslında bu yolculuğu kadınlar adına özetlemiştir.

Kadınlar için girişimcilik kariyerini seçmelerinin altında yatan etken ne olursa olsun her zaman bir anne, bir eş ve bir evlat olarak sorumluluklarını en iyi şekilde dengelemeye

çalışmaktadırlar. Tüm bu sorumluluklarına karşın girişimcilik mücadelelerini başarı ile sürdüren kadınlar, ayakta alkışlanmayı ve desteği hak etmektedirler.

KAYNAKÇA

- Agarwal, Madhushree Nanda. "Type Of Entrepreneur, New Venture Strategy And The Performance Of Software Startups", Indian Institute Of Management Calcutta, January 2004, <http://www.iimcal.ac.in/programs/fpm/ThesisAbstracts/madhushree2004.pdf> (05.11.2009)
- Ahl, Helene. *The Scientific Reproduction Of Gender Inequality: A Discourse Analysis Of Research Texts On Women's Entrepreneurship*, August 20-24, Liber: Copenhagen Business School Press, 1-17, Copenhagen 2004.
- Ahl, Helene. "Why Research On Women Entrepreneurs Needs New Directions", *Entrepreneurship Theory And Practice*, 30(5), 2006, 595-621.
- Ahl, Helene. "The Case For An Institutional Perspective On Women's Entrepreneurship", *EURAM 2010*, 19-22 Mayıs 2010, Rome, Italy 2010.
- Alada, Dinç. "İktisadi Düşünce Tarihinde Girişimcilik Kavramı Üzerine Notlar", *İ.Ü.Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, No: 23-24 (Ekim 2000-Mart 2001) <http://www.istanbul.edu.tr/siyasal/dergi/sayi23-24/04.htm> (14.12.2009)
- Aldrich, E. Howard; Catherine Zimmer. "Entrepreneurship Through Social Networks", *The Art And Science Of Entrepreneurship*. Cambridge 1986, 3-23.
- Aldrich, E. Howard. "Networking Among Women Entrepreneurs", Editorler: O Hagan, C Rivchun Ve D Sexton, *Women Owned Businesses*, 103-132, New York 1989.
- Aldrich, E. Howard. "Strong Ties, Weak Ties, Strangers. Do Women Owners Differ From Men in Their Use Of Networking To Assistance?" Ed: Birley And Macmillan, *Entrepreneurship in Context*, Routledge, London, 1997, 1-25.
- Aldrich, E. Howard. *Organizations Evolving*, Sage Publications, London 1999.
- Alexandra, L. Anna; Gaylen N. Chandlerb; Erik Jansenc; Neal P. Mero. "Women Business Owners in Traditional And Non-Traditional Industries", *Journal Of Business Venturing*, 15 (3), 2000, 279-303.
- Allen, Sheila; Carole Truman. *Women in Business: Perspectives On Women Entrepreneurs*. London: Routledge Press. London 1993.
- Altınay, Levent; Eser Altınay. "Factors Influencing Business Growth: The Rise Of Turkish Entrepreneurship in The Uk", *International Journal Of Entrepreneurial Behaviour & Research*, Vol. 14 No. 1, 2008, 24-46.
- Arıkan, Semra. *Girişimcilik*, Siyasal Kitapevi, Ankara 2002.
- Arslan, Kahraman. "Üniversiteli Gençlerde Mesleki Tercihler Ve Girişimcilik Eğilimleri", *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, Sayı: 6, 2002, 1-11
- Aydın, Gülnil; Özlem Hasgöl; Ufuk Alpşahin Aksoy, "Girişimcilerin Kişilik Özellikleri İtibariyle İnovasyona Bakışları: Bandırma Örneği", *1. Üniversite Sanayi İşbirliği Sempozyumu (ÜSİS) Bildiri Kitabı*, Sakarya 5-6-7 Haziran 2007, Sakarya 2007.

- Aytaç, Ömer. “Girişimcilik: Sosyo Kültürel Bir Perspektif”, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı: 15, 2006, 139-160.
- Aytaç, Ömer ; Süleyman İlhan, “Girişimcilik Ve Girişimci Kültür: Sosyolojik Bir Perspektif”, http://www.sosyalbil.selcuk.edu.tr/sos_mak/makaleler/%C3%96mer%20AYTA%C3%87%20-%20S%C3%BCleyman%20%C4%B0LHAN/AYTA%C3%87,%20%C3%96MER.pdf (19.10.2009)
- Baker, Ted; Howard E. Aldrich; Nina Liou. “Invisible Entrepreneurs: The Neglect Of Women Business Owners By Mass Media And Scholary Journals in The Usa”, *Entrepreneurship And Regional Development*, 9, 1997, 221-238.
- Bandırma İktisadi Araştırmalar Enstitüsü. *Bandırma'nın Girişimcilik Profili*, Balıkesir Üniversitesi Bandırma İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Yayını, Yayın No:1, Bandırma Nisan 2007
- Bandura, Albert, *Self-Efficacy: The Exercise Of Control*. W.H.Freeman And Company, New York 1997.
- Bandura, Albert. *Social Learning Theory*, Englewood Cliffs, Prentice-Hall, NJ 1977.
- Bandura, Albert. “Toward a Psychology of Human Agency”, *Perspectives on Psychological Science*, Vol.1, Issue 2, Jun2006, 164-180.
- Bandura, Albert ve Edwin A. Locke. “Negative Self-Efficacy and Goal Effects Revisited”, *Journal of Applied Psychology*, Vol.88, No.1, 2003, 87–99.
- Barbato, Robert; Richard Demartino Ve Paul H Jacques. “The Entrepreneurial Motivations Of Nonemployer Entrepreneurs”, *New England Journal Of Entrepreneurship*, Vol. 12, Iss. 1, Spring 2009, 33-44.
- Barlow, Hugh D. “From Fiddle Factors To Networks Of Collusion: Charting The Waters Of Small Business Crime”, *Crime, Law, And Social Change*, 20, 1993, 319–337.
- Baron, Robert A; Markman Gideon; Hirsu, Azita. “Perceptions Of Women And Men As Entrepreneurs: Evidence For Differential Effects Of Attributional Augmenting”, *Journal Of Applied Psychology*, 86 (5), 2001, 923-929.
- Baron, Robert A., ve Thomas Ward. “Expanding Entrepreneurial Cognition’s Toolbox: Potential Contributions From The Field Of Cognitive Science”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28(6), 2004, 553-573.
- Baron, A. Robert. “Effectual Versus Predictive Logics In Entrepreneurial Decision Making: Differences Between Experts And Novices Does Experience In Starting New Ventures Change The Way Entrepreneurs Think? Perhaps, But For Now, “Caution” Is Essential”, *Journal Of Business Venturing*, 24, 2009, 310–315.
- Barret, Mary. *Women's Entrepreneurship in Australia: Present And Their Future*, Growth Oriented Women Entrepreneurs And Their Business, Edward Edgar Publishing Limited, 23-52, USA 2006.
- Basu, Anuradha. *An Exploration Of Entrepreneurial Activity Among Asian Small Businesses In Britain*, Smes In The Age Of Globalization, Ed. David B. Audretsch, Northampton: An Elgar Reference Collection, 2003.

- Bates, Timothy. "Entrepreneurial Human Capital Inputs And Small Business Longevity", *Review Of Economics And Statistics*, 72(4), 1990, 551-559.
- Baumol, William "Entrepreneurship: Productive, Unproductive And Destructive", *Journal Of Political Economy*, 98 (5), 1990, 893-921.
- Begley, Thomas M.; David P. Boyd. "Executive And Corporate Correlates Of Financial Performance in Smaller Business Firms", *Journal Of Small Business Management*, 24(04), 1986, 8-15.
- Begley, Thomas M. ve David Boyd. "Psychological Characteristics Associated With Performance In Entrepreneurial Firms And Smaller Businesses", *Journal Of Business Venturing*, 2, 1987, 79-93.
- Belcourt, Monica. "A Family Portrait Of Canada's Most Successful Entrepreneurs", *Journal Of Business Ethics*, 9(4/5), 1990, 435-438.
- Belcourt, Monica; Roland Burke; Lee Gosselin. *Women Business Owners in Canada*, Ottawa: Canadian Advisory Council On The Status Of Women, Canada 1991.
- Bellu, Renato. "Task Role Motivation And Attributional Style As Predictors Of Entrepreneurial Performance: Female Sample Findings", *Entrepreneurship And Regional Development*, 5, 1993, 331-344.
- Bem, Sandra. *The Lenses Of Gender: Transforming The Debate On Sexual Inequality*, Yale University Press, New Heaven 1993.
- Berggren, Björn; Christer Olofsson; Lars Silver. "Control Aversion And The Search For External Financing In Swedish SME's", *Small Business Economics*, 15(3), 2000, 233-242.
- Birley, Sue. "Succession In The Family Firm: The Inheritor's View", *Journal Of Small Business Management*, Vol. 24 Issue 3, Jul 86, 36-43
- Birley, Sue; Caroline Moss; Peter Saunders. "Do Women Entrepreneurs Require Different Training?", *American Journal Of Small Business*, 12(1), 1987, 27-35.
- Birley, Sue. "Female Entrepreneurs: Are They Really Different?", *Journal Of Small Business Management*, 27(1), 1989, 32-37.
- Boden, Richard; Alfred Nucci. "On The Survival Prospects Of Men's And Women's New Business Ventures", *Journal Of Business Venturing*, 15(4), 2000, 347-362.
- Borzi, M. Anna . *The Gender Finance Gap*, Smythe Pty Ltd., Sydney 1994.
- Box, Thomas M.; Margaret A. White; Steve H. Barr. "A Contingency Model Of New Manufacturing Firm Performance", *Entrepreneurship Theory And Practice*, 18(2), 1993, 31-45.
- Bozkurt, Öznur, "Girişimcilik Eğiliminde Kişilik Özelliklerinin Önemi", Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, İbrahim Bodur Girişimcilik Uygulama Ve Araştırma Merkezi, *Girişimcilik Ve Kalkınma Dergisi*, Cilt 1, Sayı 2, Ocak 2007, 93-112
- Bridge, Simon vd, *Understanding Enterprise, Entrepreneurship And Small Business*, Macmillan Business, London 1998.

- Brindley, Clare. "Barriers To Women Achieving Their Entrepreneurial Potential Women And Risk", *International Journal Of Entrepreneurial Behaviour & Research*, Vol.11, No. 2, 2005, 144-161"
- Brush, G. Candida. "Women And Enterprise Creation: Barriers And Opportunities", *Enterprising Women: Local Initiatives For Job Creation*, 150-172, Paris OECD, 1990.
- Brush, G. Candida; Robert Hisrich. "Antecent Influences On Women-Owned Businesses", *Journal Of Managerial Psychology*, 6(2), 1991, 9-16.
- Brush, G. Candida. "Research On Women Business Owners: Past Trends, A New Perspective And Future Directions", *Entrepreneurship Theory And Practice*, 16, 1992, 5-30.
- Brush, G. Candida. "Women Owned Business:Obstacles And Opportunities", *Journal Of Developmental Entrepreneurship*, 2(1), 1997, 1-24.
- Brush, G. Candida; Linda F. Edelman. *Women Entrepreneurs Opportunities For Database Reseach*, Editor: J Katz, Databases For The Study Of Entrepreneurship, Newyork 2000.
- Brush, Candida; Robert Hisrich. *Women Owned Businesses: An Exploratory Study Comparing Factors Affecting Performance*, Working Paper From Research Institute For Small And Emerging Businesses, Inc., 2000.
- Brush, G. Candida; Patricia Greene; Elizabeth Gatewood. *Perspectives On Women Entrepreneurs: Past Findings And New Directions*, Editor: M Minniti, Praeger Perspectives Series: The Entrepreneurial Process, Vol: 1, Praeger Publishing, Westport 2006.
- Buğra, Ayşe. *Political Sources Of Uncertainty In Business Life*, Strong State And Economic Interest Groups The Post -1980 Turkish Experience, Newyork 1991, 151-162.
- Burt, S. Roland. "The Gender Of Social Capital", *Rationality And Society*, 10(1), 1998, 5-46.
- Busenitz Lowell W. Ve Chung-Ming Lau, "A Cross Cultural Cognitive Model Of New Venture Creation" *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Volume: 20 Issue: 4, Summer 1996, 25-39.
- Buttner, Holly; Benson Rosen. "Funding New Business Ventures: Are Decision Makes Biased Against Women Entrepreneurs?", *Journal Of Business Venturing*, 4(4), 1989, 249-261.
- Buttner, Holly; Benson Rosen. "Rejection in The Loan Application Process And Female Entrepreneurs' Perception And Subsequent Intentions", *Journal Of Business Management*, 30(1), 1992, 58-65.
- Buttner, Holly. "Female Entrepreneurs:How Far Have They Come?", *Business Horizons*, 36 (2), 1993, 59-65.
- Buttner, Holly; Dorothy P. Moore. "Women's Organizational Exodus To Entrepreneurship: Self Reported Motivations And Correlates With Success", *Journal Of Small Business Management*, 35(1), 1997, 34-46.
- Buttner, Holly. "Examining Female Entrepreneurs' Management Style: An Application Of A Relational Frame", *Journal Of Business Ethics*, 29 (3), 2001, 253-270.
- Bygrave, William D. And Hofer, Charles W. "Theorizing About Entrepreneurship", *Entrepreneurship Theory And Practice*, 16(2), 1991,13-21.

- Bygrave, William ve Maria Minniti, "The Social Dynamics of Entrepreneurship", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 24 (3), 2000, 29-40.
- Bryant, Peter. "Self-Regulation And Decision Heuristics In Entrepreneurial Opportunity Evaluation And Exploitation", *Management Decision*, 45 (4), 2007, 732-748.
- Bryant, Peter. "Self-Regulation And Moral Awareness Among Entrepreneurs", *Journal Of Business Venturing*, 24, 2009, 505-518
- Bryant, Peter. "The Role Of Regulatory Pride In Entrepreneurial Career Choice" Macquarie Institute For Innovation, Building Macquarie University, Australia
[Http://Usasbe.Org/Knowledge/Proceedings/Proceedingsdocs/2007/Data/Papers/Cases/013.Pdf\(10.12..2009\)](http://Usasbe.Org/Knowledge/Proceedings/Proceedingsdocs/2007/Data/Papers/Cases/013.Pdf(10.12..2009))
- Caldwell, David, and Moberg, Dennis "An Exploratory Investigation Of The Effect Of Ethical Culture In Activating Moral Imagination", *Journal Of Business Ethics*, 73 (2), June 2007, 193-204.
- Calvert, Cheryl; Judy Oliver; John Breen. *Investigation Of Issues Affecting Women Owned Small Business*, Small Business Research Unit, Victorian University Technology, Melbourne 1994.
- Caputo, Richard; Arthur Dolinsky. "Women's Choice To Pursue Self Employment: The Role Of Financial And Human Capital Of Household Members", *Journal Of Small Business Management*, 36(3), 1998, 8-17.
- Carter, Nancy M.; Mary Williams; Paul Reynolds. "Discontinuance Among New Firms in Retail: The Influence Of Initial Resources, Strategy And Gender", *Journal Of Business Venturing*, 13, 1997, 125-145.
- Carter, Nancy; Kathleen R. Allen. "Size Determinants Of Women Owned Businesses: Choice Or Barriers To Resources", *Entrepreneurship And Regional Development*, 9(3), 1997, 211-220.
- Carter, Nancy; Candida Brush; Patricia Greene; Elizabeth Gatewood; Myra Hart. "Women Entrepreneurs Who Break Through To Equity Financing: The Influence Of Human, Social And Financial Capital", *Venture Capital*, 5(1), 2003, 1-28.
- Carter, Sara; Tom Cannon. "Women in Business", *Employment Gazette*, 96(10), 1988, 565-571.
- Carter, Sara; Peter Rosa. "The Financing Of Male And Female Owned-Business", *Entrepreneurship And Regional Development*, 10 (3), 1998, 225-241.
- Carter, Sara; Elenor Shaw; Fiona Wilson; Wing Lam. *Gender, Entrepreneurship And Business Finance: Investigating The Relationship Between Banks And Entrepreneurs in The UK, Growth Oriented Women Entrepreneurs And Their Business*. Eds. B. Candida, N.M Carter, E.J Gatewood, P.G Green, M.M Hart, Edward Edgar Publishing Limited, USA 2006, 373-392.
- Carter, Nancy; Mary Williams. *Comparing Social Feminism And Liberal Feminism*, Editor: J Butler, New Perspectives On Women Entrepreneurs, Ct: Information Age Publishing, Greenwich 2004.

- Cassar, Gavin. Entrepreneur Motivation, Growth Preferences And Intended Venture Growth, *The Babson College/Kauffman Foundation Entrepreneurship Research Conference*, Strathclyde, Scotland 2004.
- Casson, Mark; Bernard Yeung; Anuradha Basu; Nigel Wadeson. *Entrepreneurship*, Oxford University Press, Oxford 2009.
- Certo, Travis; Jeffrey G Covin; Cathrine M Daily Ve Dan R Dalton. "Wealth And The Effects Of Founder Management Among IPO-Stage New Ventures", *Strategic Management Journal*, Vol. 22, Iss. 6/7, Jun/Jul 2001, 641–658.
- Ceylan, Adnan Ve Nigar Demircan, "Girişimcilerin Başarı, Güç Ve Yakın İlişki İhtiyaçlarının Kişilik Özellikleriyle İlişkisi Üzerine Düzce Bölgesi'ndeki KOBİ' lerde Bir Araştırma", www.emu.edu.tr/smeconf/turkcepdf/bildiri_21.pdf, (02.03.2009)
- Chaganti, Radha. "Management in Women Owned Enterprises" *Journal Of Small Business Management*, 24(4), 1986, 18-29.
- Chaganti, Rajeswararao; Dona Decarolis; David Deeds. "Predictors Of Capital Structure in Small Ventures", *Entrepreneurship Theory And Practice*, 20(2), 1995, 7-18.
- Chaganti, Radha; Saroj Parasuraman. "A Study Of The Impact Of Gender On Business Performance And Management Patterns in Small Business", *Entrepreneurship Theory And Practice*, 21(2), 1996, 73–76.
- Chan, Shui-Ying; M. J. Foster. "Strategy Formulation In Small Business: The Hong Kong Experience," *International Small Business Journal*, 19 (3), 2001, 56-71.
- Chell, Elizabeth. "The Entrepreneurial Personality: A Review And Some Theoretical Developments", In Curran, J., Stanworth, J. And Watkins, D. (Eds), *The Survival Of The Small Firms, The Economics Of Survival And Entrepreneurship*, Volume:1, 1986, 102-19.
- Christensen, Clayton; Johnson Mark W Ve Darrell K. Rigby, "Foundations For Growth: How To Identify And Build Disruptive New Businesses", *MIT Sloan Management Review*, 43(3), 2002, 22–31.
- Cliff, Jeniffer. "Does One Size Fit All? Exploring The Relationship Between Attitudes Towards Growth, Gender And Business Size", *Journal Of Business Venturing*, 13(6), 1998, 523-542.
- Cliff, Jeniffer; Nancy Langton; Howard E. Aldrich. "Walking in The Talk? Gendered Rhetoric Vs Action in Small Firms", *Organizational Studies*, 26(1), 2005, 61-89.
- Coleman, Susan; Mary Carsky. "Understanding The Market Of Women Owned Small Businesses", *Journal Of Retail Banking Services*, 18(2), 1996, 47-49.
- Coleman, Susan. "Access To Capital And Terms Of Credit: A Comparison Of Men And Women Owned Small Businesses", *Journal Of Small Business Management*, 38(3), 2000, 37-52.
- Constantinidis, Christina; Annie Cornet; Simona Asandei. "Financing of women-owned ventures: The impact of gender and other owner -and firm-related variables", *Venture Capital: An International Journal of Entrepreneurial Finance*, Vol. 8, No. 2, April 2006, 133 – 157.

- Cooper, Arnold. "Strategic Management: New Ventures And Small Business", *Long Range Planning*, 14 (5), 1981, 39-46.
- Cooper, Arnold ve William Dunkelberg. "Entrepreneurial Research: Old Questions, New Answers And Methodological Issues", *Entrepreneurship Theory & Practice*, Volume:11, Issue:3, 1987, 11-23.
- Cooper, Arnold; Carolyn Y. Woo; William C. Dunkelberg. "Entrepreneurs' Perceived Changes For Success", *Journal Of Business Venturing*, 3, 1988, 97-108.
- Cooper, Arnold; F. Javier Gimeno-Gascon; Carolyn Y. Woo. "Initial Human And Financial Capital As Predictors Of New Venture Performance", *Journal Of Business Venturing*, 9(5), 1994, 371-395.
- Cox, Joe A.; Kris K. Moore; Philip M. Van Auken. "Working Couples in Small Business", *Journal Of Small Business Management*, 22(4), 1984, 25-30.
- Coviello, Nicole; Pervez Ghauri; Kristina Martin. "International Competitiveness: Empirical Findings From Sme Service Firms", *Journal Of International Marketing*, 6(2), 1998, 4-4.
- Covin, Jeffrey G. ve Dennis P. Slevin. *The Entrepreneurial Imperatives Of Strategic Leadership*, In M. A. Hitt, R. D. Ireland, S. M. Camp ve D. L. Sexton (Editörlüğünde), *Strategic Entrepreneurship: Creating A New Mindset*, Oxford: Blackwell Publishers, 2002, 309-327.
- Cressy, Robert. "Business Borrowing And Control: A Theory Of Entrepreneurial Types", *Small Business Economics*, 7(4), 1995, 291-300.
- Cross, Rob; Jeanne Liedtka; Leigh Weiss. "A Practical Guide To Social Networks", *Harvard Business Review*, 83(3), 2005, 124-132.
- Cromie, Stan; Sue Birley. "Networking By Female Business Owners In Northern Ireland", *Journal Of Business Venturing*, 7 (3), 1992, 237-251.
- Cron, William; Garry Bruton; John Slocum. "Professional Service Ventures, Performance, And The Gender Effect", *Journal Of Leadership & Organizational Studies* 12 (3), 2006, 53-67.
- Cuba, Richard; David Decenzo; Andrea Anish. "Management Practices Of Successful Female Business Owners", *American Journal Of Small Business*, 8(2), 1987, 40-46.
- Cuervo, Alvaro, "Individual And Environmental Dederminants Of Entrepreneurship", *International Entrepreneurship And Management Journal*, Vol:1, Number:3, September 2005, 293-311.
- CWBR. Center For Women's Business Research,
http://www.cfwbr.org/topfacts.html#characteristics_of_women_business_owners (Erişim: 05 Nisan 2010)
- Daft. Richard L. *New Era Of Management*, Thompson Higher Education, USA 2008.
- Das, T. K. ve Bing-Sheng Teng. "Time and Entrepreneurial Risk Behaviour", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 22 (2), 1997, 69-88.
- Davidsson, Per; Honig Benson. "The Role Of Social And Humal Capital Among Nascent Entrepreneurs", *Journal Of Business Venturing*, 18 (3), 2003, 301-323.

- Davidson, J. Marilyn; Sandra L. Fielden; Azura Omar. "Black, Asian And Minority Ethnic Female Business Owners Discrimination And Social Support", *International Journal Of Entrepreneurial Behaviour & Research*, Vol.16, No. 1, 2010, 58-80.
- De Bruin, Anne; Susan Flint-Hartle. "Entrepreneurial Women And Private Capital The New Zealand Perspective", *International Journal Of Entrepreneurial Behaviour & Research*, Vol. 11 No. 2, 2005, 108-128.
- De Bruin, Anna; Susan Flint-Hartle. *Women Entrepreneurs in New Zealand: Private Capital Perspectives*, Growth Oriented Women Entrepreneurs And Their Business. Eds. B. Candida, N.M Carter, E.J Gatewood, P.G Green, M.M Hart, Edward Edgar Publishing Limited, 284-307, USA 2006.
- DeMartino, Richard; Robert Barbato "Differences Between Women And Men MBA Entrepreneurs: Exploring Family Flexibility And Wealth Creation As Career Motivators", *Journal Of Business Venturing*, 18, 2003, 815-832.
- Devine, Theresa. "Characteristic Of Self Employed Women in The United States", *Monthly Labor Review*, 117(3), 1994, 20-34.
- Diaz, Cristina; Juan Jimenez. *Spain - The Gender Gap in Small Firms' Resources And Performance: Still A Reality?*, Growth Oriented Women Entrepreneurs And Their Business. Eds. B. Candida, N.M Carter, E.J Gatewood, P.G Green, M.M Hart, Edward Edgar Publishing Limited, Usa 2006, 348-372.
- Dilbagh, Kaur; R.C. Maheshwari; R. Ganesan. "Women Entrepreneurs: Problems And Prospects", *Journal Of Entrepreneurship*, 11, 2002, 75-93.
- Dolgun, Uğur, "Schumpeter'e Göre Ekonomik Girişimcinin Dinamik Rolü", Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, İbrahim Bodur Girişimcilik Uygulama Ve Araştırma Merkezi, *Girişimcilik Ve Kalkınma Dergisi*, Cilt 2, Sayı 1, Haziran 2007, 145-148.
- Dolinsky, L. Arthur; Richard K. Caputo, Kishore Pasumarty, Hesam Quazi. "The Effects Of Education On Business Ownership: A Longitudinal Study Of Women", *Entrepreneurship Theory And Practice*, 18(1), 1993, 43-53.
- Donald, Bowen D. ve Robert Hisrich. "The Female Entrepreneur: A Career Development Perspective", *Academy Of Management Review*, Volume:11, Number:2, 1986, 393-407.
- Douglas, Evan J., And Dean A. Shepherd. "Self-Employment As A Career Choice: Attitudes, Entrepreneurial Intentions, And Utility Maximization", *Entrepreneurship, Theory & Practice* 26(3), 2002, 81-90.
- Drucker, Peter. *21. Yüzyıl İçin Yönetim Tartışmaları*, Epsilon Yayıncılık, İstanbul 2000
- Dubini, Paola. "Blogging As A Form Of Female Venturing". *EURAM 2010*, 19-22 Mayıs 2010, Rome, Italy 2010.
- Duchesneau, Donald A. Ve William B. Gartner. "A Profile Of New Venture Success And Failure In An Emerging Industry", *Journal Of Business Venturing*, Volume 5, Issue 5, September 1990, 297-312.
- Dumas, Colette. "Integrating The Daughter Into Family Business Management", *Entrepreneurship Theory And Practice*, 16(4), 1992, 41-55.

- Du Rietz, Anita; Magnus Henrekson. "Testing The Female Underperformance Hypothesis", *Small Business Economics*, 14, 2000, 1-10.
- Durukan, Tülin. "Dünden Bugüne Girişimcilik Ve 21. Yüzyılda Girişimciliğin Önemi", *Girişimcilik Ve Kalkınma Dergisi*, Sayı:2, Volume: 1, 2006, 25-37
- Ebben, Jay J. "Bootstrapping And The Financial Condition Of Small Firms", *International Journal Of Entrepreneurial Behaviour & Research*, Vol. 15, No. 4, 2009, 346-363.
- Ehlers, Tracy Bachrach; Karen Main. "Women And False Promise Of Micro Enterprise", *Gender And Society*, 12(4), 1998, 424-440.
- Elfring, Tom; Willem Hulsink. "Networks in Entrepreneurship: The Case Of High Technology Firms", *Small Business Economics*, 21(4), 2003, 409-422.
- Erdem, Ferda, "Girişimcilerde Risk Alma Eğilimi Ve Belirsizliğe Tolerans İlişisine Kültürel Yaklaşım" *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi* (2) 2001, 43-61
- Ertübe, Neşe, Özgen. "Ege Bölgesi Girişimci Profili Ön Çalışması: Modernleşmeci Ölçütlerle Girişimci Kavramı", *Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Sosyoloji Dergisi*, Sayı:3, 1992, 217-245.
- Ertübe, Neşe Özgen. *Türkiye'de Kadın Girişimciliği: Mevcut Durum, Sorunlar Ve Öneriler*, Ed: Necla Arat, Türkiye'de Kadın Girişimcilik, Rapor No: 7, Ankara Tes-Ar Yayınları, 1993, 244-255.
- Esen, Adem Ve Kemalettin Çonkar. *Orta Anadolu (Konya, Kayseri, Sivas Ve Tokat) Girişimcilerinin Sosyo-Ekonomik Özellikleri, İşletmecilik Anlayışları Ve Beklentileri Araştırması*, Konya Ticaret Odası Yayınları, Konya 1999.
- EUROSTAT, *SMEs in Europa: Competitiveness, Innovation And The Knowledge Driven Society - Data 1996-2001*, Luxemburg 2002.
- Fagenson, Ellen. "Personal Value Systems Of Men And Women: Entrepreneurs Versus Managers", *Journal Of Business Venturing*, 8(5), 1993, 409-430.
- Fasci, A. Martha; Jude Valdez. "A Performance Contrast Of Male And Female Owned Small Accounting Practices", *Journal Of Small Business Management*, 36(3), 1998, 1-7.
- Fay, Michael; Lesley Williams. "Sex Of Applicant And The Availability Of Business Start Up Finance" *Australian Journal Of Management*, 16(1), 1991, 65-72.
- Fay, Michael; Lesley Williams. "Gender Bias And The Availability Of Business Loans", *Journal Of Business Venturing*, 8(4), 1993, 363-376.
- Feldman, Daniel C.ve Mark C. Bolino. "Career Patterns Of The Self-Employed: Career Motivations And Career Outcomes", *Journal Of Small Business Management*, 38(3), 2000, 53-68.
- Ferber, A. Marianne; Julie A. Nelson. *Feminist Economics Today: Beyond Economic Man*, University Of Chicago Press: Chicago 1993.
- Fernanda, Llussa. "Financial Development, Gender And Entrepreneurship" *EURAM 2010*, 19-22 Mayıs 2010, Tor Vergata University, Rome 2010.

- Fielden, Sandra ve Adel Dawe. "Entrepreneurship and Social Inclusion. *Women In Management Review*", Volume:19, Number:3, 2004, 139-142.
- Fischer, M. Eileen. "Sex Differences And Small Business Performance Among Canadian Retailers And Service Providers", *Journal Of Small Business And Entrepreneurship*, 9(4), 1992, 2-13.
- Fischer, M. Eileen; Rebecca A. Reuber; Lorraine S. Dyke. "A Theoretical Overview And Extension Of Research On Sex, Gender And Entrepreneurship", *Journal Of Business Venturing*, 8(2), 1993, 151-168.
- Forbes, Daniel, P. "Are some entrepreneurs more overconfident than others?", *Journal of Business Venturing*, 20(3), 2005, 623-640.
- Foss, Lene; Elisabet Ljunggren. *Women's Entrepreneurship In Norway: Recent Trends And Future Challenges*, Growth Oriented Women Entrepreneurs And Their Business. Eds. B. Candida, N.M Carter, E.J Gatewood, P.G Green, M.M Hart. Edward Edgar Publishing Limited. Usa. 2006, 154-183.
- Foss, J. Nicolai Ve Peter G. Klein. *Entrepreneurship And The Firm: Austrian Perspectives On Economic Organization*, Edward Elgar Publishing Limited, UK 2002.
- Fox, Janice Langan; Susanna Roth. "Achievement Motivation And Female Entrepreneurs", *Journal Of Occupational And Organizational Psychology*, 68, 1995, 209-218.
- Frank, Hermann; Alexander Kessler. "Entrepreneurial Orientation And Growth Of Smes", *EURAM 2010*, 19-22 Mayıs 2010, Tor Vergata University, Rome 2010.
- Fuller-Love, Nerys; Lynn Lim ve Gary Akehurst. "Female And Ethnic Minority Entrepreneurship", *Entrepreneurship Management*, 2, 2006, 429-439.
- Gartner, William. "A Conceptional Framework For Describing The Phenomenon Of New Venture Creation", *Academy Of Management Review*, 10, 1985, 696-706.
- Gatewood, J. Elizabeth; Kelly G. Shaver; William B. Gartner. "A Longitudinal Study Of Cognitive Factors Influencing Start-Up Behaviors And Success At Venture Creation", *Journal Of Business Venturing*, 10 (5), 2002a, 371-390.
- Gatewood, J. Elizabeth; Kelly G. Shaver; Joshua B. Powers; William B. Gartner. "Entrepreneurial Expectancy, Task Effort And Performance", *Entrepreneurship Theory And Practice*, 27 (2), 2002b, 187-206.
- Gerni, Mine. "Erzurum İli'nde Girişimci Özellikleri Araştırması", *Atatürk Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt: 15, Sayı:3-4, 2001, 145-164
- Gibb, Alan ve John Ritchie. "Understanding the Process of Starting a Small Business" *International Small Business Journal*, Vol:1, No:1, 1982, 26-45.
- Gilligan, Carol. *In A Different Voice*, Ma: Harvard University Press, Cambridge 1982.
- Global Entrepreneurship Monitor (Gem), *The Irish Report -How Entrepreneurial Is Ireland*, Department Of Business Administration, University College Dublin, 2001-2004.
- Global Entrepreneurship Monitor (Gem), Australia.
http://www.insme.org/documenti/gem_2003_global_report.pdf Erişim Tarihi: Eylül 2010.
- Goffee, Robert; Richard Scase. *Women in Charge: The Experience Of Female Entrepreneurs*, Allen And Unwin, London 1985.

- Gould, Leroy C. "Juvenile Entrepreneurs", *The American Journal of Sociology*, Vol. 74, No. 6, May 1969, 710-719.
- Greene, Patricia. "Self Employment As An Economic Behavior: An Analysis Of Self Employed Women's Human And Social Capital", *National Journal Of Sociology*, 12 (1), 2000, 1-55.
- Greene, Patricia; Myra M. Hart; Elizabeth J. Gatewood; Candida G. Brush; Nancy M. Carter. Women Entrepreneurs: Moving Front And Center: An Overview Of Research And Theory, *Women Entrepreneurs: Moving Front and Center*, 2003, <http://usasbe.org/knowledge/whitepapers/greene2003.pdf> (Erisim Tarihi 6 Mayıs 2010).
- Greer, Margaret; Patricia Greene. "Feminist Theory And The Study Of Entrepreneurship" Ed: Buttler, *Women Entrepreneurs*, Greenwich, Co: Information Age Publishing, Inc. 2003.
- Greve, Arent; Janet W. Salaff. "Social Networks And Entrepreneurship", *Entrepreneurship Theory And Practice*, 28, 2003, 1-22.
- Gundry, K.Lisa; Harold P. Welsch. "The Ambitious Entrepreneur: High Growth Strategies Of Women Enterprises", *Journal Of Business Venturing*, 16(5), 2001, 453-470.
- Güney, Semra; Öykü Yalçın Ve Aysun Çetin. "Girişimcilik Ve Kültür", Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, İbrahim Bodur Girişimcilik Uygulama Ve Araştırma Merkezi, Girişimcilik Ve Kalkınma Dergisi, Cilt:1, Sayı:2, Aralık 2006, 53-80.
- Gürol, Yonca Ve Nuray Atsan. "Üniversite Öğrencilerinin Özellikler Kuramı Çerçevesinde Girişimcilik Özelliklerinin Değerlendirilmesi", T.C. İstanbul Kültür Üniversitesi, Aile İşletmeleri Ve Girişimcilik Araştırma Merkezi, *1. Aile İşletmeleri Kongresi*, İstanbul 2004, 398-401
- Hofstede, Geert. *Culture's Consequences: International Differences In Work Related Values*. Sage Publications, Newbury Park 1984.
- Hofstede, Geert. *Culture and Organizations*, HarperCollins, London 1994.
- Hoppe, Melanie; Martin Waiguny; Dagmar Abfalter; Julia Müller. "The Influence Of Social Networks On Company Success For Sme: An Empirical Investigation Of The Online B2b-Network Xing", *EURAM 2010*, 19-22 Mayıs 2010, Rome, Italy 2010.
- Hakim, Catherine. *Occupational Segregation*, Department Of Employment, Research Paper No: 9, London 1979.
- Hakim, Catherine. "Identifying Fast Growth Small Firms", *Employment Gazette*, 97(6), 1989, 1-10.
- Hamilton, Robert; Mark A. Fox. "The Financing Preferences Of Small Firm Owners", *International Journal Of Entrepreneurial Behaviour And Research*, 4(3),1998, 239-248.
- Hanson, Susan; Megan Blake. "Gender And Entrepreneurial Networks Gender And Entrepreneurial Networks", *Regional Studies*, 43/1, February 2009, 135-149.
- Harris Jared D.; Harry J. Sapienza Ve Norman E. Bowie, "Ethics And Entrepreneurship", *Journal Of Business Venturing*, 24, 2009, 407-418.

- Hart, Myra; Candida Brush; Nancy Carter; Elizabeth Gatewood; Patricia Green. *Women's Entrepreneurship In The Us, Growth Oriented Women Entrepreneurs And Their Business*. Eds. B. Candida, N.M Carter, E.J Gatewood, P.G Green, M.M Hart. Edward Edgar Publishing Limited. Usa, 2006, 184-204.
- Hart, Myra; Nancy M. Carter; Candida G. Brush; Patricia G. Greene; Elizabeth Gatewood. *Women Entrepreneurs, Their Ventures And The Venture Capital Indusrty: An Annotated Bibliography*, Sweden: Esbri, Stockholm 2003.
- Haynes, W. George; Deborah C. Haynes. "The Debt Structure Of Small Business Owned By Women in 1987-1993", *Journal Of Small Business Management*, 37(2), 1999, 1-19.
- Headd, Brian. "Redefining Business Success: Distinguishing Between Closure And Failure", *Small Business Economics*, 21, 2003, 52-61.
- Henry, Colette; Kate Johnson; Angela Hamouda. *Access To Finance For Women Entrepreneurs In Ireland: A Supply Side Perspective*, Growth Oriented Women Entrepreneurs And Their Business. Eds. B. Candida, N.M Carter, E.J Gatewood, P.G Green, M.M Hart, Edward Edgar Publishing Limited, Usa 2006, 259-283.
- Hermann, Frank; Alexander Kessler. "Entrepreneurial Orientation And Growth Of Smes", *EURAM 2010*, 19-22 Mayis 2010, Tor Vergata University, Rome 2010.
- Hian, Chye, Koh. "Factors Associated with Entrepreneurial Inclination: An Emprical Study of Business Undergraduates In Hong Kong", *Journal of Smail Business and Entrepreneurship*, Volume: 12, Number:2, 1995, 29-41.
- Hian, Chye, Koh. "Testing of Hypotheses of Entrepreneurial Characteristics: A Study of Hong Kong MBA Students", *Journal of Managerial Psychology*, Volume: 11, Number:3, 1996, 12-25.
- Higgins, E. Tory; Ronald Friedman; Robert Harlow; Lorraine Chen Idson; Özlem Ayduk ve Amy Taylor. "Achievement Orientations From Subjective Histories Of Success: Promotion Pride Versus Prevention Pride", *European Journal Of Social Psychology*, 31(1), 2001, 3-23.
- Higgins, E. Tory "Self Discrepancy: A Theory Relating Self And Affect", *Psychological Review*, 94(3), 1987, 319-340.
- Higgins, E. Tory, Promotion And Prevention: Regulatory Focus As A Motivational Principle. *Advances In Experimental Social Psychology* 30, 1998, 1-46.
- Hisrich, Robert; Marie O'Brein. "The Woman Entreprenur As A Reflection Of The Type Of Business", *Frontiers Of Entrepreneurship Research*, 1982, 54-67.
- Hisrich, Robert; Candida Brush. "The Women Entrepreneur: Management Skills And Business Problems", *Journal Of Small Business Management*, 22(1), 1984, 30-37.
- Hisrich, Robert; Candida Brush. "Women And Minority Entrepreneurs: A Comparative Analysis", *Frontiers Of Entrepreneurial Research*, 1985,566-587.
- Hisrich, Robert; Candida Brush. *The Woman Entrepreneur: Starting, Managing And Financing A Successful New Business*, Lexington Books, Lexington 1986.

- Hisrich, Robert; Candida Brush. "Women Entrepreneurs: A Longitudinal Study", *Frontiers Of Entrepreneurship Research*, 1987, 187-201.
- Hisrich, Robert; Sevgi Ayse Öztürk. "Women Entrepreneurs in A Developing Economy", *The Journal Of Management Development*, Vol. 18 No. 2, 1999, 114-124.
- Hisrich, Robert D.; Michael P. Peters Ve Dean A. Shepherd. *Entrepreneurship*, Mc Graw Hill, Newyork 2005.
- Hitt, Michael A; R. Duane Ireland; S. Michael Camp Ve Donald L Sexton "Strategic Entrepreneurship: Entrepreneurial Strategies For Wealth Creation", *Strategic Management Journal*, Jun/July, 22, 6/7 (Special Issue), 2001, 479-491.
- Hitt, Michael A; R. Duane Ireland; S. Michael Camp Ve Donald L Sexton. *Strategic Entrepreneurship: Integrating Entrepreneurial And Strategic Management Perspectives, Strategic Entrepreneurship: Competitiveness And Globalization : Concepts & Cases*. Blackwell Publishers, Oxford 2002.
- Hitt, Michael A; R. Duane Ireland; S. Michael Camp Ve Donald L. Sexton (Editörlüğünde), *Strategic Entrepreneurship: Creating A New Mindset*: Blackwell Publishers, Oxford 2002.
- Hood, Jacqueline N. Ve John E. Young. "Entrepreneurship's Requisite Areas Of Development: A Survey Of Top Executives In Successful Entrepreneurial Firms", *Journal Of Business Venturing*, Volume: 8, Issue:2, 1993, 115-135.
- Hughes, Karen. "Pushed Or Pulled? Women's Entry Into Self Employment And Small Business Ownership", *Gender, Work And Organization*, 10(4), 2003, 433-454.
- Hundley, Greg "Why And When Are The Self-Employed More Satisfied With Their Work?", *Industrial Relations*, 40(2), 2001, 293-316.
- Huovinen, Jari Ve Hannu Littunen. "Habitual Entrepreneurship: Situational Factors At Different Start-Ups", *The ICFAI University Journal Of Entrepreneurship Development*, Vol. VI, No. 1, 2009, 6-26.
- Hutchinson, Robert. "The Capital Structure And Investment Decisions Of The Small Owner Managed Firm: Some Exploratory Issues", *Small Business Economics*, 7(3), 1995, 231-239.
- Ibarra, Herminia. "Personal Networks Of Women And Minorities in Management: A Conceptual Framework", *Academy Of Management Review*, 18, 1993, 56-87.
- Ireland, R. Duane; Michael A. Hitt ve David G. Sirmon. "A Model of Strategic Entrepreneurship: The Construct and its Dimensions", *Journal of Management*, 29(6), 2003, 963-989.
- Irwin, David; Jonathan M. Scott. "Barriers Faced By Smes in Raising Bank Finance", *International Journal Of Entrepreneurial Behaviour & Research*, Vol. 16, No. 3, 2010, 245-259.
- İlhan, Süleyman. "Sosyo-Ekonomik Bir Fenomen Olarak Girişimciliğin Oluşumunu Etkileyen Başlıca Faktörler", *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı: 11, Güz 2003, 61-79
- İraz, Rıfat. *Yaratıcılık Ve Yenilik Bağlamında Girişimcilik Ve KOBİ' Ler*, Çizgi Kitapevi, Konya 2005.

- Jennings, Jennifer; Michelle Cash. *Women's Entrepreneurship In Canada: Progress, Puzzles And Priorities*, Growth Oriented Women Entrepreneurs And Their Business, Eds. B. Candida, N.M Carter, E.J Gatewood, P.G Green, M.M Hart. Edward Edgar Publishing Limited, Usa, 2006, 53-87.
- Jensen, Michael; William Meckling. "Theory Of The Firm: Managerial Behavior, Agency Costs And Ownership Structure", *Journal Of Financial Economics*, 3(October), 1976, 305-360.
- Jo, Hyungrae Ve Jinjoo Lee. "The Relationship Between An Entrepreneur's Background And Performance In A New Venture", *Technovation*, Volume 16, Issue 4, April 1996, 161-171.
- Johannisson, Bengt. "To Grow Or Not To Grow-On The External Growth Of Small Firms", *Recent Research In Entrepreneurship*. Avebury, Aldershot: The Third International Eiasm Workshop, 1993, 266-285.
- Johnson, Steve; David Storey. "Male And Female Entrepreneurs And Their Businesses: A Comperative Study" Ed: Allen And Truman, *Women in Business: Perspectives On Women Entrepreneurs*, London: Routledge Press, 1993, 70-85.
- Johnson Bradley R. "Toward A Multidimensional Model Of Entrepreneurship:The Case Of Achievement Motivation And The Entrepreneur", *Entrepreneurship:Theory And Practice*, 14(3), 1990, 39-54.
- Jones, Thomas M., Ryan, Lori Verstegen "The Link Between Ethical Judgment And Action In Organizations: A Moral Approbation Approach", *Organization Science*, 8 (6), 1997, 663-680.
- Jones, Oswald; Dilani Jayawarna. "Financial Resources, Entrepreneurial Networks And Performance: The Role Of Bootstrapping in Emerging Businesses", *Venture Capital*, 12, 2, 2010, 127-152.
- Jones, Oswald; Dilani Jayawarna. "Bootstrapping And Entrepreneurship: Investigating The Role Of Gender", *EURAM 2010*, 19-22 Mayıs 2010, Tor Vergata University, Rome 2010.
- Jones, Oswald; Dilani Jayawarna. "Gendered Entrepreneurial Networks: Resource Acquisition During Business Start Up," *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, (Kabul edildi)
- Jones, Oswald. "Understanding The Small Business Sector", *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, Vol. 13, 6, 1995.
<http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?issn=1355-2554&volume=13&issue=6&articleid=1628240&show=html>, Erisim Tarihi: 23 Nisan 2010.
- Jurik, Nancy C. "Getting Away And Getting By:The Experiences Of Self-Employed Homeworkers", *Work And Occupations*, 25(1), 1998, 7-35.
- Kağıtçıbası, Çiğdem. *Kültürel Psikoloji, Kültür Bağlamında İnsan Ve Aile*, Evrim Yayınları, İstanbul 2000.
- Kalleberg, Arne; Kevin Leicht. " Gender And Organizational Performance: Determinant Of Small Business Survival And Success", *Academy Of Management Journal*, 34(1), 1991, 136-161.

- Karakayalı, Hüseyin ve Halit Yanıkkaya. “Kurumsal Faktörlerin Ekonomik Büyümeye Etkileri”, *I. Uluslararası Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi Bildiriler Kitabı*, Kocaeli Üniversitesi. IIBF Yayınları, İzmit, 2002, 385-401.
- Karçioğlu, Fatih; İlhami Yücel. “Aile İşletmeleri Açısından Girişimci Liderlik Ve Önemi-ETSO’ Ya Bağlı Aile Şirketlerinde Bir Uygulama”, *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi, İşletme Dergisi*, Cilt: 33, Sayı: 2, Kasım 2004, 97-119.
- Katz, Jarome; Pamela Williams. “Gender, Self Employment And Weak Tie Networking Through Formal Organizations-A Secondary Analysis Approach”, *Entrepreneurship And Regional Development*, 9(3), 1997, 183-197.
- Kızılkaya, Ertuğrul. “Joseph A. Schumpeter’ In Girişimcilik Fikrine Dair Bir Not”, *Akdeniz Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi*, Sayı:10, 2005, 26-45.
- Kirchhoff, Bruce. “Entrepreneurship’s Contribution To Economics”, *Entrepreneurship Theory And Practice*, Volume:16, Issue:2, 1991, 93–112.
- Koçel, Tamer. *İşletme Yöneticiliği*, Arıkan Kitabevi, İstanbul 2007.
- Koh, Hian Chye, “Testing Of Hypotheses Of Entrepreneurial Characteristics: A Study Of Hong Kong MBA Students”, *Journal Of Managerial Psychology*, Vo:11, Number:3, 1996, 12-25
- Koh, Hian Chye, “Factors Associated With Entrepreneurial Inclination: An Empirical Study Of Business Undergraduates In Hong Kong”, *Journal Of Small Business And Entrepreneurship*, Vol. 12, Iss. 2, Apr/Jun 1995, 29-41.
- Kolvalainen, Arenus. *Country Report On Finland*, Ed: Candida Brush, N Carter, E Gatewood, The Diana Project International: Growth Oriented Women Entrepreneurs And Their Business: A Global Research Perspective, Elgar, London 2006.
- Kon, Y; Storey D.J. “A Theory Of Discouraged Borrowers”, *Small Business Economic*, 21(1), 2003, 37-49.
- Kourilsky, Marilyn; William B Walstad. “Entrepreneurship And Female Youth: Knowledge, Attitudes, Gender Differences And Educational Practices”, *Journal Of Business Venturing*, 13 (1), 1988, 77-88.
- Kutanis, Rana Özen; Ayşegül Hancı. “Kadin Girişimcilerin Kişisel Özgürlük Algılamaları” <http://www.kadingirisimci.com/> (Erişim: 21 Mart 2010)
- Kühn, Robert L. *Creative Characters: Entrepreneurs And Chief Executives, Handbook For Creative And Innovative Managers*, Mc Graw Hill Book Company, Newyork 1998.
- Lee, Jean . “The Motivation of Women Entrepreneurs In Singapore”, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, Volume:3, Number:2, 1997, 93-110.
- Lee, Y., Don Ve Eric W. K. Tsang. “The Effects Of Entrepreneurial Personality Background And Network Activities On Venture Growth”, *Journal Of Management Studies*, Volume:38, Number:4, 2001, 583-602.

- Lee, Sang S.; Timothy M. Stearns; Jerome S. Osteryoung; Harriet B. Stephenson. "A Comparison Of The Critical Success Factors In Women-Owned Business Between The United States And Korea", *International Entrepreneurship Management Journal*, 5, 2009, 259-270.
- Leitch, Claire; Frances Hill; Richard Harrison. *The Supply Of Finance To Wimen Led Ventures: The Northern Ireland Experience*, Growth Oriented Women Entrepreneurs And Their Business. Eds. B. Candida, N.M Carter, E.J Gatewood, P.G Green, M.M Hart, Edward Edgar Publishing Limited, Usa 2006, 308-329.
- Lerner, Miri; Candida Brush; Robert Hisrich. "Israeli Women Entrepreneurs: An Examination Of Factors Affecting Performance", *Journal Of Business Venturing*, 12(4), 1997, 315-339.
- Lerner, Miri; Tamar Almor. "Relationship Among Strategic Capabilities And The Performance Of Women Owned Small Ventures", *Journal Of Small Business Management*, 40(2), 2002, 109-125.
- Levenson, Alec; Kristen Willard. "Do Firms Get The Financing They Want? Measuring Credit Rationing Experienced By Small Businesses in The US", *Small Business Economics*, 14(2), 2000, 83-94.
- Lin, Zhengxi; Janice Yates; Garnett Picot. "The Entry And Exit Dynamics Of Self Employment in Canada", *Small Business Economics*, 15(2), 2000, 105-125.
- Littunen, Hannu Ve Kimmo Hyrsky. "The Early Entrepreneurial Stage In Finnish Family And Nonfamily Firms", *Family Business Review*, 13, 2000, 41-53.
- Littunen, Hannu. "Entrepreneurship And The Characteristics Of The Entrepreneurial Personality" *International Journal Of Entrepreneurial Behaviour & Research*, Vol. 6, Iss. 6, 2000a, 295-312
- Littunen, Hannu Ve Esa Storhammar. "The Indicator Of Locus Of Control In The Small Business Context", *Journal Of Entreprising Culture*, Vol:8, No:4, December 2000, 343-360.
- Littunen, Hannu. "Networks and Local Environmental Characteristics In the Survival of New Firms", *Small Business Economics*, 15, 2000b, 59-71.
- Locke, A., Edwin Ve Gary P. Latham. "What Should We Do About Motivation Theory? Six Ecommendations For The Twenty-First Century", *Academy Of Management Review*, Vol.29, No. 3, 2004, 388-403.
- Longenecker, Justin G., Mckinney, Joseph A., and Moore, Carlos W. "Do Smaller Firms Have Higher Ethics?", *Business And Society Review*, 71, 1989, 19-21.
- Longstreth, Molly; Kathryn Stafford ve Theresa Mauldin. "Self-employed Women and Their Families: Time Use and Socioeconomic Characteristics ", *Journal of Small Business Management*, Volume:25, Number:3, 1987, 30-37.
- Loscocco, Karyn; Joyce Robinson; Richard Hall; John K. Allen. "Gender And Small Business: An Inquiry Into Women's Relative Disadvantage", *Social Forces*, 70, 1991, 65-85.
- Loscocco, Karyn; Joyce Robinson. "Barriers To Women's Small Small Business Success in The United States", *Gender And Society*, 5, 1991, 511-532.
- Luciana Lazzeretti. "Culture As A Source For Growth And Change: Some Evidences From Cultural Clusters in Andalusia", *EURAM 2010*, 19-22 Mayis 2010, Rome, Italy 2010.

- Lumpkin, G. Tom, and Gregory G. Dess. "Clarifying The Entrepreneurial Orientation Construct And Linking It To Performance", *Academy Of Management Review*, 21(1), 1996, 135–172.
- Lyn, S. Amine; Karin M. Staub. "Women Entrepreneurs in Sub-Saharan Africa: An Institutional Theory Analysis From A Social Marketing Point Of View", *Entrepreneurship & Regional Development*, Vol. 21, No. 2, March 2009, 183–211.
- Madsen, Henning; Helle Neergard; John Ulhoi. "Knowledge Intensive Entrepreneurship And Human Capital", *Journal Of Small Business And Entrepreneurship Development*, 10(4), 2003, 426-434
- Manolova, Tatiana. *Builders And Leaders: Six Case Studies Of Men And Women Small Proprietors in The Bulgarian Construction Industry*, Growth Oriented Women Entrepreneurs And Their Business. Eds. B. Candida, N.M Carter, E.J Gatewood, P.G Green, M.M Hart, Edward Edgar Publishing Limited, Usa 2006, 232-258.
- Manolova, Tatiana; Candida G. Brush; Linda F. Edelman. "What Do Women Entrepreneurs Want?", *Strategic Change*, 17, 2008, 69–82.
- Marlow, Susan. "Self Employed Women New Opportunities, Old Challenges?", *Entrepreneurship And Regional Development*, 9(3), 1997, 199-210.
- Marlow, Susan; Sara Carter. "Accounting For Change: Professional Status, Gender Disadvantage And Self Employment", *Women in Management Review*, 19(1), 2004, 5-17.
- Marlow, Susan ve Patton, Dean. "All Credit to Men? Entrepreneurship, Finance, and Gender", *Entrepreneurship Theory and Practice*, Volume:29, Number: 6, 2005, 717-735.
- Marlow, Susan; Elenor Shaw; Sara Carter. "Constructing Female Entrepreneurship Policy in The Uk: Is The Usa A Relevant Benchmark?", *Environmental Planning C: Government And Policy*, 26(1), 2008, 335-351.
- Mason, Colin; Richard Harrison. "Venture Capital: Rationale, Aims And Scope", *Venture Capital*, 1(1), 1999, 1-46.
- Masters, Robert; Robert Meier. Sex Differences And Risk-Taking Propensity Of Entrepreneurs. *Journal Of Small Business Management*, 26(1), 1988, 31–35
- Matthews, Charles; Steven B. Moser. "A Longitudinal Investigation Of The Impact Of Family Background And Gender On Interest in Small Firm Ownership", *Journal Of Small Business Management*, 34(2), 1996, 29-43.
- Maysami, Ramin Cooper; Valerie Priscilla Goby. "Female Business Owners in Singapore And Elsewhere: A Review Of Studies", *Journal Of Small Business Management*, 37(2), 1999, 96-105.
- McCarthy, Breda ve Leavy, Brian. "The Entrepreneur, Risk Perception and Change Over Time: A Typology Approach", *Irish Business and Administrative Research*, 19/20(1), 1999, 126-140.
- McClelland, David. *The Achieving Society*, The Free Press, New York 1961.

- McGrath, Rita Gunther, MacMillan, Ian C., ve Scheinberg, Sari, “Elitists, Risk-Takers, And Rugged Individualists? An Exploratory Analysis Of Cultural Differences Between Entrepreneurs And Nonentrepreneurs”, *Journal Of Business Venturing*, Volume:7, Issue:2, 1992,115–135.
- McGrath, Rita Gunther, Macmillan, Ian C., Yang, Elena Ai-Yuan, And Tsai, William “Does Culture Endure, Or Is It Malleable?”, *Journal Of Business Venturing*, Volume:7, Issue:6, 1992, 441–458.
- McGrath, Rita Gunther ve Ian MacMillan, I. C. *The Entrepreneurial Mindset*. Harvard Business School Press, Boston 2000.
- McPherson, Miller; Lynn Smith-Lovin; James M Cook. “Birds Of A Feather: Homophily in Social Networks”, *Annual Review Of Sociology* 27, 2001, 415–444.
- McVea, John F. “A Field Study Of Entrepreneurial Decision-Making And Moral Imagination”, *Journal Of Business Venturing*, 24, 2009, 491–504.
- Miller, Jean Baker. *Toward A New Psychology Of Women*, Beacon Press, Boston 1976.
- Miller, Kent D. Ve Timothy B. Folta. “Option Value Entry Timing”, *Strategic Management Journal*, Volume:23, Issue:7, 2002, 655–665.
- Minniti, Maria; Pia Arenius ve Nan Langowitz. *Global Entrepreneurship Monitor Report on Women and Entrepreneurship*, Babson Park, MA: The Centre for Women's Leadership, Babson College, Massachusetts 2006.
- Mirchandani, Kiran. “Feminist Insight On Gendered Work: New Directions in Research On Women And Entrepreneurship”, *Gender, Work, Organization*, 6, 1999, 224-235.
- Miskin, Val; Jerman Rose. “Women Entrepreneurs: Factors Related To Success”, *Frontiers Of Entrepreneurship Research*, Babson College, 1990, 27-38.
- Moberg, Dennis J., Seabright, Mark “The Development Of Moral Imagination”, *Business Ethics Quarterly*, 10, 2000, 845–884.
- Moore, Dorothy. “An Examination Of Present Research On The Female Entrepreneur-- Suggested Research Strategies For The 1990's”, *Journal Of Business Ethics*, 9(4-5), 1990, 275-281.
- Moore, E. Holly; Dorothy Buttner. *Women Entrepreneurs: Moving Beyond The Glass Ceiling*, Ca: Sage, Thousand Oaks 1997.
- Mordi, Chima; Ruth Simpson; Satwinder Singh; Chinonye Okafor. “The Role Of Cultural Values in Understanding The Challenges Faced By Female Entrepreneurs in Nigeria”, *Gender in Management: An International Journal*, Vol. 25, No. 1, 2010, 5-21.
- Morris, H. Michael; Nola N. Miyasaki; Craig E. Watters; Susan M. Coombes “The Dilemma Of Growth: Understanding Venture Size Choices Of Women Entrepreneurs”, *Journal Of Small Business Management*, 2006 44(2), 221–244.
- Morrison, Alison . “Entrepreneurship: What Triggers It?”, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 6 (2), 2000, 59-71.

- Morrison, Elizabeth W. "Doing The Job Well: An Investigation Of Pro-Social Rule Breaking", *Journal Of Management*, 32 (1), 2006, 5–28.
- Mueller, L., Stephen Ve Anisya S. Thomas. "Culture And Entrepreneurial Potential: A Nine Country Study Of Locus Of Control And Innovativeness", *Journal Of Business Venturing*, 16, 2001, 51–75.
- Mukhtar, Syeda-Masooda. "Differences in Male And Female Management Characteristics: A Study Of Owner-Manager Businesses", *Small Business Economics*, 18(4), 2002, 289-311.
- Müftüoğlu, Tamer. *Türkiye 'de Küçük Ve Orta Ölçekli İşletmeler, Kobi 'ler*, Turhan Kitabevi Yayınları, Ankara 2002.
- Müftüoğlu, Tamer; Yılmaz Ürper; Mehmet Başar Ve Tuğberk Tosunoğlu. *Girişimcilik*. Editör: Yavuz Odabaşı, T.C. Anadolu Üniversitesi, Yayın No: 1567, Eskişehir 2005.
- Müftüoğlu, Tamer Ve Tülin Durukan. *Girişimcilik Ve KOBİ'ler*, Gazi Kitapevi, Ankara 2004.
- Neergaard, Helle; Eleanor Shaw; Sara Carter. "The Impact Of Gender, Social Capital And Networks On Business Ownership: A Research Agenda", *International Journal Of Entrepreneurial Behaviour & Research*, Vol. 11, No. 5, 2005, 338-357.
- Neergaard, Helle. *Country Report On Denmark*, Ed: Candida Brush, N Carter, E Gatewood, The Diana Project International: Growth Oriented Women Entrepreneurs And Their Business: A Global Research Perspective, Elgar, London 2006.
- Neergaard, Helle; Kent Nielsen; John Kjeldsen. *State Of The Art Of Women's Entrepreneurship, Access To Financing And Financing Strategies In Denmark*, Growth Oriented Women Entrepreneurs And Their Business, Eds. B. Candida, N.M Carter, E.J Gatewood, P.G Green, M.M Hart, Edward Edgar Publishing Limited, Usa, 2006, 88-111.
- Neider, Linda. "A Preliminary Investigation Of Female Entrepreneurs in Florida", *Journal Of Small Business Management*, 25, 1987, 22-29
- Nelson, George. "Information Needs Of Women Entrepreneurs", *Journal Of Business Management*, 25 (3), 1987, 38-44.
- Nelson, George. "Factors Of Friendship: Relevance Of Significant Others To Female Business Owners", *Entrepreneurship Theory And Practice*, 13(4), 1989, 7-18.
- Nelson, Teresa; Sylvia Maxfield; Deborah Kolb. Women Entrepreneurs And Venture Capital: Managing The Shadow Negotiation", *International Journal Of Gender And Entrepreneurship*, 1(1), 2009, 57-76.
- Nicolaou, Nicos ve Scott Shane. "Can Genetic Factors Influence The Likelihood Of Engaging In Entrepreneurial Activity?", *Journal Of Business Venturing*, 24, 2009, 1–22.
- Nielsen, Kent; John Kjeldsen. *Women Entrepreneurs: Now And in The Future*. Danish Agency For Trade And Industry, Copenhagen 2000.
- OECD. Women Entrepreneurs in Small And Medium Enterprises, *Conference Paris 1988*.
- OECD, "Working Party on Small and Medium-sized Enterprises, Women Entrepreneurs: Improving Knowledge and Statistics", 2000.

- Olm, Carsrud. "The Role Of Networks in New Venture Funding For The Female Entrepreneur: A Continuing Analysis", Ed: Kirchoff, Long, McMullan, Vesper, Wetzel, *Frontier Of Entrepreneurship Research*, Wellesley, Ma: Babson College, 1998, 658-659.
- Olson, Shirley; Helen Currie. "Female Entrepreneurs in A Male-Dominated Industry: Personal Value Systems And Business Strategies", *Journal Of Small Business Management*, 30(1), 1992, 49-57.
- Orser, Barbara; Sandra Hogarth-Scott. "Opting For Growth: Gender Dimensions Of Choosing Enterprise Development", *Canadian Journal Of Administrative Sciences*, 19(3), 2005, 284-300.
- Örücü, Edip; Recep Kılıç Ve Özer Yılmaz, "Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinde Ailesel Faktörlerin Etkisi Üzerine Bir Uygulama" Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, İbrahim Bodur Girişimcilik Uygulama Ve Araştırma Merkezi, *Girişimcilik Ve Kalkınma Dergisi*, Cilt 2, Sayı 2, Aralık 2007, 27-48.
- Özkul, Gökhan Ve Murat Ali Dulupçu, "Kişisel Gelişimin Girişimci Tipleri Üzerine Etkisi: Antalya-Isparta İllerinde Bir İnceleme" , Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, İbrahim Bodur Girişimcilik Uygulama Ve Araştırma Merkezi, *Girişimcilik Ve Kalkınma Dergisi*, Cilt 2, Sayı 2, Aralık 2007, 67-92.
- Öztürk, İbrahim, *İGLAD Girişimcilik Raporu*, İstanbul 2008
- Öztürkler, Harun. "Schumpeteryen Analizde Yenilik Ve Müteşebbüs Kavramlarının Önemi" *Gazi Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, Cilt:5, Sayı:1-2, 1989, 169.
- Özyılmaz, Adnan Ve Auk Brian Kim. "Do Family And Demographic Characteristics Matter For Inclination Towards Entrepreneurship? The Case Of Fourth Year Business Administration Students In Turkey?", *5 th International Symposium On Business Administration*, Çanakkale, Türkiye, Mayıs 2008, 21-30.
- Pellegrino, T. Eric; Barry L. Reese "Perceived Formative And Operational Problems Encountered By Female Entrepreneurs in Retail And Service Firms", *Journal Of Small Business Management*, 20(2), 1982, 15-25.
- Peng, Mike, W. "How entrepreneurs create wealth In transition economies", *Academy of Management Executive*, 15(1), 2001, 95-108.
- Powell, Gary; Laura M. Graves. *Women And Men in Management*, Thousand Oaks, Ca: Sage, London 2003
- Prens Sabahattin. *Türkiye Nasıl Kurtarılabilir?*, (Çeviri: Muzaffer Sencer), Elif Yayınları, İstanbul 1965.
- Rauch, Andreas Ve Michael Frese, "Psychological Approaches To Entrepreneurial Success: A General Model and An Overview of Findings", In C.L. Cooper ve I.T. Robertson (Eds.), *International Review of Industrial and Organizational Psychology*, Chichester: Wiley, 2000, 101-142, http://ebme.uni-giessen.de/wps/pgn/dl/down/open/ebme_de/c9e41134718acb8ecb7bbf1301a0b2fcb8c73b129539451ffe6b2fa9bc1ca0132512e8dfc82dc348e45faf0b25d743fb/Psychological_approaches_to_entrepreneurial_success.pdf, (02.12.2009)

- Ridgeway, Cecilia; Lynn Smith-Lovin. "The Gender System And Interaction", *Annual Review Of Sociology*, 25, 1999, 191–216.
- Ray, M. Dennis. "The Role Of Risk-Taking In Singapore", *Journal of Business Venturing*, Vol:9, Issue:2, 1994, 157-177.
- Reynolds, Scott J. "Moral Awareness And Ethical Predispositions: Investigating The Role Of Individual Differences In The Recognition Of Moral Issues", *Journal Of Applied Psychology*, 91(1), 2006, 233–243.
- Romano, Claudio A. "Capital Structure Decision Making: A Model For Family Business", *Journal Of Business Venturing*, 16(3), 2001, 285-310.
- Ronstadt, Robert. "The Corridor Principle", *Journal Of Business Venturing*, 3(3), 1988, 31-40.
- Roper, Stephen; Scott, Jonathan. "Perceived Financial Barriers And The Start-Up Decision: An Econometric Analysis Of Gender Differences Using Gem Data", *International Small Business Journal*, Vol. 27, No. 2, 2009, 149-71.
- Rosa, Peter; Sara Carter. "Gender As A Determinant Of Business Performance: Insights Of A British Study", *Small Business Economy*, 1996, 463-478.
- Rosa, Peter; Sara Carter. "The Financing Of Male And Female Owned Business", *Entrepreneurship And Regional Development*, 10(3), 1998, 225-241.
- Ruef, Martin; Howard E. Aldrich; Nancy M. Carter. "The Structure Of Funding Teams: Homophily, Strong Ties And Isolation Among U.S. Entrepreneurs," *American Sociological Review*, 68, 2003,195-222.
- Sargut, Selami. *Kültürlerarası Farklılaşma Ve Yönetim*, İmge Kitabevi, Ankara 2001.
- Scherer, Robert F.; Janet S. Adams; Susan Carley; Frank A. Wiebe. "Role Model Performance Effects On Development Of Entrepreneurial Career Preference.", *Entrepreneurship Theory And Practice*, 13, 1989, 53–73.
- Scherer, Robert F.; James D. Brodzinski; Frank A. Wiebe. "Entrepreneur Career Selection And Gender: A Socialization Approach", *Journal Of Small Business Management*, 28(2), 1990, 37-43.
- Scherr, R. Frederick; Timothy F. Sugru; Janice B. Ward. "Financing The Small Firm Start Up: Determinants Of Debt Use", *Journal Of Small Business Finance*, 3(1), 1993, 17-36.
- Schoonhoven, Bird, Claudia Ve Elaine Romanelli. *The Local Origins Of New Firms, The Entrepreneurship Dynamic: Origins Of Entrepreneurship And The Evolution Of Industries*, (Editörler: Caludia Schoonhoven Ve Elaine Romanelli), The Book Of Balboa Bay Conference On The Entrepreneurship Dynamic Presentation, New Port Beach, California 2001.
- Schumpeter Joseph A. *The Theory Of Economic Development*, Transaction Publishers, New Brunswick, New Jersey 2004.
- Sexton, L. Donald; Nancy Bowman-Upton. "Female And Male Entrepreneurs: Psychological Characteristics And Their Role in Gender-Related Discrimination", *Journal Of Business Venturing*, 5(1), 1990, 29-36.

- Shane, Scott vd. "Entrepreneurial Motivation", *Human Resource Management Review*, 13(2), 2003, 257–279.
- Shane, Scott Ve S. Venkataraman. "The Promise Of Entrepreneurship As A Field Of Research", *Academy Of Management Review*, Vol. 25, No. 1, 2000, 217–236.
- Shaw, Elenor. "Small Firm Networking: An Insight Into Contents And Motivating Factors", *International Small Business Journal*, 24(1), 2006, 5-29.
- Shragg, Phil; Edmonton Lome Yacuk; Edmonton Anne Glass. "Study Of Barriers Facing Albertan Women in Business", *Journal Of Small Business And Entrepreneurship*, 9(4), 1992, 40-49.
- Silversides, Gill. "Networking And Identity: The Role Of Networking in The Public Image Of Professional Service Firms", *Journal Of Small Business And Enterprise Development*, 8(2), 2001, 174-184.
- Sitkin, Sim B., Pablo, Amy L. "Reconceptualizing The Determinants Of Risk Behavior", *Academy Of Management Review*, 17, 1992, 9–39.
- Smeltzer, Larry R.; Gail L. Fann. "Gender Differences in External Networks Of Small Business Owner/ Managers", *Journal Of Small Business Management*, 27(2), 1989, 25–32.
- Smith, Ken Ve Dante Di Gregorio. *Bisociation, Discovery, And The Role Of Entrepreneurial Action*, In Michael A. Hitt; R. Duane Ireland; S. Michael Camp Ve Donald L. Sexton (Editörlügünde), *Strategic Entrepreneurship: Creating A New Mindset*: Blackwell Publishers, Oxford 2002.
- Smith, Dayle. *Women At Work: Leadership For The Next Century*, Prentice Hall: Upper Saddle River, NY 2000.
- Sowon, Kim "Gender Differences in Career-Related Networking Behaviors", *EURAM 2010*, 19-22 Mayis 2010, Rome, Italy 2010.
- Sperberg, Elizabeth D.; Sally D. Stabb. "Depression in Women As Related To Anger And Mutuality in Relationships", *Psychology Of Women Quarterly*, 22(2), 1998, 223–238.
- Srinivasan, Raji; Carolyn Y. Woo; Arnold C. Cooper. "Performance Determinants For Male And Female Entrepreneurs", *Frontiers Of Entrepreneurship Research*, 1994, 43-56.
- Stabber, U. "Entrepreneurial Network Structures: Gender Differenctperformance Outcomes", *Academy Of Management Meetings*, August, 10-13, Boston 1997.
- Stevenson, Howard; Carlos Jarillo. "A Paradigm Of Entrepreneurship: Entrepreneurial Management", *Strategic Management Journal*, 11, 1990, 17-27.
- Stevenson, Howard. "A Perspective On Entrepreneurship", *New Business Venture And The Entrepreneur*, Ma: Harvard Business School, 3-14, Boston 1999.
- Stevenson, Lois. "Against All Odds: The Entrepreneurship Of Women", *Journal Of Small Business Management*, 24(4), 1986, 30-36.
- Stevenson, Lois. "Some Methodological Problems Associated With Researching Women Entrepreneurs", *Journal Of Business Ethics*, 9(4-5), 1990, 439-446.
- Still, Leonie. "Enterprising Women: Australian Women Managers And Entrepreneurs - A Comparison Of Their Career Paths And Futures", *Sociological Association Of Australia And New Zeland Annual Conference*, Sydney, 1987.

- Still, Leonie. *Typologies Of Enterprising Women: Managers Versus Entrepreneurs*, University Of Western Sydney, Sydney 1991.
- Still, Leonie. *Self Employment Women: Four Years On*, Women And Leadership Series, Paper No: 1, Perth: Edith Cowan University, 1995.
- Still, Leonie; Wendy Timms. "Women's Business: The Flexible Alternative Workstyle For Women", *Women in Management Review*, 15(5/6), 2000, 272.
- Still, Leonie; Geoffrey N. Soutar; Elizabeth Walker. "Generational And Gender Differences in The Start Up Goals And Later Satisfaction Of Small Business Proprietors", *16th Annual Conference of Small Enterprise Association of Australia and New Zealand*, 28 September – 1 October 2003, 1-12.
- Stoner, Charles R.; Richard I. Hartman; Raj Arora. "Work-Home Role Conflict in Female Owners Of Small Businesses: An Exploratory Study", *Journal Of Small Business Management*, 29(1), 1990, 30-38.
- Storey, David. *Understanding The Small Business Sector*, London: Routledge, London 1994.
- Stuart, Robert W. Ve Pier A. Abetti. "Impact Of Entrepreneurial And Management Experience On Early Performance", *Journal Of Business Venturing*, Volume 5, Issue 3, May 1990, 151-162.
- Surrey, Janet. "*The Self-in-Relation: A Theory Of Women's Development*", Women's growth in Connection, Guilford Press, 51–66, New York 1991.
- Swedberg, Richard. *Entrepreneurship: A Social Science View*. Oxford University Press, Oxford 2000.
<http://books.google.com.tr/books?id=bIsLlyjWns4C&printsec=frontcover&dq=Entrepreneurship:+A+Social+Science+View&ei=diYmS8GTOaD4yASq97GaCw&cd=1#v=onepage&q=&f=false> (14.12.2009)
- Tan, Justin. "Regulatory Environment And Strategic Orientation in A Transforming Economy: A Study Of Chinese Private Enterprise", *Entrepreneurship Theory And Practice*, 21(1), 1996, 31-46.
- Teoh, Hai Yap Ve See Liang Foo. "Moderating Effects of Tolerance For Ambiguity and Risk-Taking Propensity on The Role Conflict- Perceived Performance Relationship: Evidence From Singaporean Entrepreneurs", *Journal of Business Venturing*, 12(1), 1997, 67-81.
- Terjesen, Siri. "Female Business Owners: A Review Of The Last Decade Of Research", *The Annual Academy Of Management Meetings*, 2004.
- Thompson, Pat. "Characteristics Of The Small Business Entrepreneur In Canada", *Journal Of Small Business And Entrepreneurship*, 4, 11, 1986, 5-11
- Tigges, Leann M.; Gary P. Green. "Small Business Success Among Men And Women Owned Firms", *Rural Society Association Paper*, 1992.
- Tominc, Polona; Miroslav Rebernik. *Female Entrepreneurial Growth Aspiration in Slovenia: An Unexploited Resource*, Growth Oriented Women Entrepreneurs And Their Business. Eds. B. Candida, N.M Carter, E.J Gatewood, P.G Green, M.M Hart, Edward Edgar Publishing Limited, Usa 2006, 330-347.
- TÜSIAD. *Türkiye'de Girişimcilik İle İlgili Sorunlar ve Çözümler*, İstanbul 1987.
- TÜSIAD. *Türkiye'de Girişimcilik*, TÜSIAD Yayınları, İstanbul 2002.

- Ufuk, Hatun; Ozlen Ozgen. "Interaction Between The Business And Family Lives Of Women Entrepreneurs In Turkey," *Journal Of Business Ethics*, 31, 2001a, 95-106.
- Ufuk, Hatun; Ozlen Ozgen. "The Profile Of Women Entrepreneurs: A Sample From Turkey", *International Journal Of Consumer Studies*, 25, 2001b, 299-308.
- Uzzi, Brian. "Embeddedness in The Making Of Financial Capital: How Social Relations And Networks Benefit Firms Seeking Financing", *American Sociological Review*, 64, 1999, 481-505.
- Valian, Virginia. *Why So Slow? The Advancement Of Women*, Ma: The Mit Press, Cambridge 1998.
- Van Auken, Howard E.; Terri L. Rittenburg; B. Michael Doran; Shu-Fang Hsieh. "An Empirical Analysis Of Advertising By Women Entrepreneurs", *Journal Of Small Business Management*, 32(3), 1994, 11-27.
- Van De Ven, Andrew; Roger Hudson ve Dean M. Schroeder, D. M. "Designing New Business Start-Ups: Entrepreneurial, Organizational, And Ecological Considerations", *Journal Of Management*, Volume: 10, No:1, 1984, 87-107.
- Verhel, Ingrid; Sander Wennekers; David Audretsch ve Roy Thurik. "An Eclectic Theory of Entrepreneurship: Policies, Institutions and Culture", *SMEs In the Age of Globalization*, Ed. David B. Audretsch, Northampton: An Elgar Reference Collection, 2003, 1-50.
<http://www.tinbergen.nl/discussionpapers/01030.pdf> (14.12.2009)
- Verheul, Ingrid; André van Stel; Roy Thurik. "Explaining Female And Male Entrepreneurship At The Country Level", *Entrepreneurship And Regional Development*, 18(March), 2006, 151-183.
- Verheul, Ingrid; Roy Thurik. "Start Up Capital: Does Gender Matter?", *Small Business Economics*, 16(4), 2001, 329-345.
- Vesper, H. Karl. *New Venture Strategies*. Englewood Cliffs, Prentice-Hall, NJ 1980.
- Victorian Women's Consultative Council. "Women And Small Business - Overview," Victorian Women's Consultative Council, Melbourne 1988.
- Victorian Women's Trust, *Second Annual Report*, 1986-1987.
- Walker, Deborah; Brenda E. Joyner. "Female Entrepreneurship And The Market Process: Gender-Based Public Policy Considerations", *Journal Of Developmental Entrepreneurship*, 4(2), 1999, 95-116.
- Walker, Deborah. "The Changing Profile Of Women Starting Small Business", Paper No:6, *Centre For Women And Business, Graduate School Of Management*, The University Of Western Australia 2000.
- Walker, Elizabeth ve Beverley Webster. "Gender Issues In Home-Based Businesses", *Women In Management Review*, 19(7), 2004, 404-412.
- Watson, John; Rick Newby; Ann Mahuka. *Comparing The Growth And External Funding Of Male And Female Controlled Smes in Australia*, Growth Oriented Women Entrepreneurs And Their Business. Eds. B. Candida, N.M Carter, E.J Gatewood, P.G Green, M.M Hart, Edward Edgar Publishing Limited, Usa 2006, 128-153.
- Welter, Friderike. *Women's Entrepreneurship In Germany: Progress In A Still Traditional Environment*, Growth Oriented Women Entrepreneurs And Their Business. Eds. B.

Candida, N.M Carter, E.J Gatewood, P.G Green, M.M Hart. Edward Edgar Publishing Limited. Usa, 2006, 128-153.

Westhead, Paul, Deniz Ucbasaran Ve Mike Wright. “Decisions, Actions, And Performance: Do Novice, Serial, And Portfolio Entrepreneurs Differ”, *Journal Of Small Business Management*, Vol. 43, No. 4, 2005, 393-417.

Westhead, Paul Ve Mike Wright. “Novice, Portfolio, And Serial Founders: Are They Different?”, *Journal Of Business Venturing*, Volume: 13, Issue.3, 1998a, 173–204.

Westhead, Paul ve Mike Wright. “Novice, Portfolio, And Serial Founders In Rural And Urban Areas”, *Entrepreneurship Theory And Practice*, Vol. 22, No. 4, 1998b, 63-100.

Watkins, Jean; David Watkins. “The Female Entrepreneur: Her Background And Determinants Of Business Choice: Some British Data”, *International Small Business Journal*, 2(4), 1984, 21-31.

Watson, John. “Comparing The Performance Of Male- And Female-Controlled Businesses: Relating Outputs To Inputs”, *Entrepreneurship Theory And Practice*, 26(3), 2002, 91-100.

Weiler, Stephan; Alexandra Bernasek. “Dodging The Glass Ceiling? Networks And The New Wave Of Women Entrepreneurs”, *The Social Science Journal*, 38, 2001, 85-103.

Welter, Friderike. “The Environment For Female Entrepreneurship in Germany”, *Journal Of Small Business And Enterprise Development*, 11(2), 2004, 212-221.

Winborg, Joakim; Hans Landstrom. “Financial Bootstrapping in Small Businesses: Examining Small Business Managers' Resource Acquisition Behaviours”, *Journal Of Business Venturing*, 16(3), 2001, 235-254.

Yetim, Nalan. “Social Capital in Female Entrepreneurship”, *International Sociology*, 23(6), 2008, 864-885.

Yeşilay, Rüstem, Barış,. “Girişimcilik Perspektifinden Türkiye'nin Yapısal Analizi”, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, İbrahim Bodur Girişimcilik Uygulama Ve Araştırma Merkezi, *Girişimcilik Ve Kalkınma Dergisi*, Cilt 1, Sayı 1, Haziran 2006, 87-104

Zapalska, Alina. “A Profile Of Women Entrepreneurs And Enterprises in Poland”, *Journal Of Small Business Management*, 35(4), 1997, 76-82.

Zhang, Zhen Ve Richard D. Arvey. “Rule Breaking In Adolescence And Entrepreneurial Status: An Empirical Investigation”, *Journal Of Business Venturing*, 24, 2009, 436–447.

Zimmerman, Monica; Gerald Zeitz. “Beyond Survival: Achieving New Venture Growth By Building Legitimacy”, *Academy Of Management Review*, 27, 2002, 414-432.

<http://www.bisonet.eu/node/15> (28.12.2009)

EK 1: SORU FORMU ÖRNEĞİ

Bu soru formunun yanıtlanması yaklaşık 10 dakika sürmektedir. Bu çalışma, Türkiye ve İngiltere’de faaliyet gösteren kadın girişimcilerin, beşeri faktörlerinin karşılaştırmalı analizi amacıyla tasarlanmıştır. Elde edilen sonuçlar bilinen destekleyen kişi ve kurumlar dışında, Hükümet, kadın girişimcilik organizasyonları ve kadın girişimciler ile paylaşılacaktır.

Anketimizi yanıtlayanlarla ilgili hiçbir kimlikle mail bülteni bize ulaşmamaktadır.

Bu çalışmanın bir parçası olarak kadın girişimcilerin beşerisine seçtiğiniz katkından dolayı teşekkür ederiz.

1. Şimdiki işinizi kurmadan hemen önceki iş durumunuzu belirtir misiniz?

- Şimdiki işimle AYNI sektörde maaşlı çalışıyordum (Yöneticilik dışı bir pozisyonda)
- Şimdiki işimden FARKLI bir sektörde maaşlı çalışıyordum (Yöneticilik dışı bir pozisyonda)
- Şimdiki işimle AYNI sektörde şirket sahibi / ortağı idim
- Şimdiki işimden FARKLI bir sektörde şirket sahibi / ortağı idim
- Bir şirkette yönetici olarak çalışmaktaydım (Sektör önemli değildir)
- Eğitimim devam ettiği için herhangi bir işte çalışmıyordum
- İşsizdim
- Diğer

(Lütfen diğer seçeneğinizi açıklayınız)

2. Daha önce iş kurduysanız, daha önceki şirketinizin durumunu belirtir misiniz?

- Kapatıldı
- Hala bana ait ve başarılı bir şekilde devam ediyor
- Satıldı
- Devredildi
- Mevcut şirketim benim ilk girişimimdir
- Diğer

(Lütfen diğer seçeneğinizi açıklayınız)

3. Mevcut işinize nasıl başladığınızı belirtir misiniz?

- Kendi çabalarımla sıfırdan başladım
- Mimar olarak kaldım
- Satın aldım / devaldım
- Franchising aldım
- Diğer

(Lütfen diğer seçeneğinizi açıklayınız)

9. Girişiminizin ortaklık yapısını belir misiniz?

- Şirkette tek sahibi benim
- Ben ve eşim ortakız
- Benden başka kadın ortaklar/ortaklarım var
- Benden başka erkek ortaklar/ortaklarım var
- Benden başka hem kadın hem erkek ortaklarım var
- Diğer

(Lütfen diğer seçeneğinizi açıklayınız)

5. Şirketinizi büyütmeyi düşünüyor musunuz?

- Evet
 Hayır

6. Eğer 5. soruya yanıtınız "evet" ise şirketinizi büyütme açısından önünüzdeki engeller nelerdir? Birden çok seçenek işaretleyebilirsiniz.

- Yasal düzenlemeler
 Genel finansman kaynağına ulaşamamak
 Deneyimli işçi / kuruluşların yeterli ölçüde
 Uygun kalifiye personel bulma zorluğu
 Uygun bina ve alt yapı bulma zorluğu
 Piyasanın belirsizliği
 Aranan rekabet ortamı
 İş ve sosyal yaşamını dengelemek
 Diğer

(Lütfen diğer seçeneğinizi açıklayınız)

7. Eğer gelişiminizi büyütmeyi düşünmüyorsanız bu kararınızda etkili olan unsurlar nelerdir? Birden çok seçenek işaretleyebilirsiniz.

- Şirketimi rahat yönetebileceğim bir büyüklüğe tutmak istiyorum
 Şirketimin her yönü ile kendi kontrolüm altında olmasını sağlamak istiyorum
 İşime harcadığım zaman ve enerjimi makul ölçüde tutmak istiyorum
 İş ve sosyal yaşamımı dengeli bir şekilde yürütmek istiyorum
 İşletmemi büyütme diğer amaçlarımla çatıştığı için, büyümek istemiyorum
 Uygun olmayan çareye kopulan nedenle büyümek istemiyorum
 Herhangi bir özel nedenim yok, sadece büyümek istemiyorum
 Diğer

(Lütfen diğer seçeneğinizi açıklayınız)

3. Şirketinizi başarılı kılan stratejilerinizi belirtir misiniz? Birden çok seçenek işaretleyebilirsiniz.

- Rakiplerinden daha düşük fiyat sunmak
- Rakiplerinden daha iyi hizmet aynı fiyata sunmak
- Ürün ve hizmet kalitesine odaklanmak
- Pazarın gereksinimlerine rakiplerinden daha çabuk yanıt vermek
- Rakiplerinin kaybettiği müşterilere odaklanmak
- Zamanlama ve konum açısından iyi olmak
- Kendine özgü ve farklı edilebilir ürün ve hizmetler sunmak
- Müşterilere daha çok ürün veya hizmet seçeneği sunmak
- Yeni teknolojileri kullanmak
- Diğer

(Lütfen diğer seçeneğinizi açıklayınız)

9. Olağan bir haftada kaç saatinizi iş yerinde geçirmektesiniz? Eğer emin değilseniz ortalama bir rakam verebilirsiniz.

10. Şirketinizin hangi sektörde faaliyet gösterdiğini belirtir mısınız?

- Hizmet sektörü
- Toptan / perakende satış
- Yapı / İnşaat sektörü
- Eğitim sektörü
- Finansman veya sigortacılık sektörü
- Üretim sektörü
- Diğer

(Lütfen diğer seçeneğinizi açıklayınız)

11. Geçtiğimiz yıla ait satış gelirinizi belirtir mısınız?

12. Geçtiğimiz yıla ait karlılığınızdaki değişimi lütfen belirtiniz?

- Azaldı (10% un üzerinde)
- Azaldı (5-10% arasında)
- Değişmedi
- Arttı (5-10% arasında)
- Arttı (10% un üzerinde)

13. Son altı aya ait satış hacminizdeki değişimi lütfen belirtiniz?

- Azaldı (10% un üzerinde)
- Azaldı (10% un altında)
- Değişmedi
- Arttı (10% un altında)
- Arttı (10% un üzerinde)

14. Son altı ayda çalışan sayınızdaki değişimi lütfen belirtiniz. Çalışan sayısı tam zamanlı, yarı zamanlı ve sezonluk çalışanlardan oluşmaktadır.

- Azaldı (20% un üzerinde)
- Azaldı (20% un altında)
- Değişmedi
- Arttı (20% un altında)
- Arttı (20% un üzerinde)

15. Şimdiki işletmenizin yaşı lütfen belirtiniz.

- 1 yıldan genç
- 1 – 3 yıl arasında
- 4 – 5 yıl arasında
- 6 – 10 yıl arasında
- 10 yıldan yaşlı

16. Şu anki işinize ne kadar sermaye ile başladınız?

- 2.500 TL den az
- 2.500 - 5.000 TL arasında
- 5.000 - 10.000 TL arasında
- 10.000 - 20.000 TL arasında
- 20.000 - 50.000 TL arasında
- 50.000 -100.000 TL arasında
- 100.000 TL üzeri

17. Şirketinizi kurarken sermayenizi nasıl sağladınız? Lütfen sermayenizin en büyük kısmını sağladığınız kaynağı ana kaynak olarak, diğerlerini de ikincil kaynak olarak belirtiniz.

| | Ana Kaynağım | İkincil Kaynaklarım |
|---|--------------------------|--------------------------|
| Kişisel birikimlerimi kullandım | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Devlet desteğinden yararlandım | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Girijimli kredi kullandım | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Banka kredisi kullandım | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Kendi kredi kartımı kullandım | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Aile veli veya arkadaşlarımdan borç aldım | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Aile veli veya arkadaşlarımdan geri ödemek üzere para aldım | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Diğer | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

(Lütfen diğer seçeneğinizi açıklayınız)

18. Eğer şirketinizi kurarken kendi kaynaklarınız (Kişisel birikimleriniz, aile yada arkadaşlarınızın destekleri) dışında herhangi bir dış kaynaktan finansal destek almadıysanız lütfen nedenini belirtiniz.

- Kendi kaynaklarım için yeterli idi
- Taahhütlü rakamlar ve geleceğin belirsizliği nedeni ile
- Şirketimin kontrolünü kaybetmemeye neden olabilir düşüncesine
- Dış finansal kaynak kullanma şartları benim için kabul edilebilir değildi
- Dış finansal kaynak kullanmanın getireceği sorumluluk nedeni ile
- Dış finansal kaynak kullanmanın yaratacağı stres nedeni ile
- Bürokratik işlemler nedeni ile
- Finansal kurumlardan hoşlanmadığım için
- Dış finansal kaynak kullanmanın getireceği maliyetler nedeni ile
- Dış kaynaklardan nasıl yararlanabileceğim konusunda yeterli bilgi sahibi değildim
- Bankaların ve finansal kurumların kadınlara ayrımcılık uygulaması nedeni ile
- Yetersiz kredi notum nedeni ile
- Dış kaynak aramak için yeterli enerji olmamdan
- Dış kaynak aramak için yeterli zamanım olmadıktan
- Diğer

(Lütfen diğer seçeneğinizi açıklayınız)

19. Şirketiniz faaliyete geçtikten sonra hangi finansman kaynaklarından yararlandığınızı belirtir misiniz?

- Kendi birikimlerinizi kullandım
- Devlet desteğinden yararlandım
- Devletin sağladığı düşük faizli kredilerden yararlandım
- Girişimci kredisi kullandım
- Banka kredisi kullandım
- Yatırımcılar fon sağladı
- Şirketimden elde ettiğim kendi kazarımdan kullandım
- Ödemelerimi erteledim
- Müşerilere erken tarihli fatura keştim
- Müşerilerden fatura tarihinden önce ödeme aldım
- Müşerilerden ön ödeme aldım
- Diğer

(Lütfen diğer seçeneğinizi açıklayınız)

20. Girişimci bir kadın olarak, karşılaştığınız ENGELLERİ lütfen belirtir mısınız?

- Başlangıç sermayenin yeterli olmaması
- Eğitim ve bilgi eksikliğinin olması
- Yöneticilik vasıflarının yeterli olmaması
- Kadınlara uygulanan ayrımcılık
- Yasal düzenlemeler
- Aileden yeterli maddesi destek alamamam
- Yeterli enerji ve zamanının olmaması
- İş ve özel yaşamını dengelemek
- Deneyerek veya yol gösterecek kişilerin olmaması yada yeterli olup
- Diğer girişimcilerle yeterli iletişim ve iletişim geliştirilememesi
- Gerektiği işi ve organizasyonlara ulaşamamam
- Profesyonel ticari organizasyonlardan dışlanmam
- Kendine yeterli güvenimin olmaması
- Yeterli deneyiminin olmaması
- Örnek alabileceğim rol modellerin olmaması
- Sosyal beklentiler
- Hiçhangi bir engelle karşılaşmadım
- Diğer

(Lütfen diğer seçeneğinizi açıklayınız)

21. Aşağıda verilen kişi ve kurumlardan, yine aşağıda verilen hangi konularda destek aldığınızı belirtir mısınız?

| | İç kaynaklar | Maddi destek | Manevi destek | Sektör bilgil | Tavsiye | Referans | Yeteneklerini geliştirmek | Kendine güvenini geliştirmek |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|---------------------------|------------------------------|
| Profesyonel Hizmetler (Bankalar, Danışmanlık Şirketleri gibi) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Devlet Kurumları | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Üniversiteler | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Aile ve/veya Arkadaşlarınız | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Müşteri ve/veya Tedarikçileriniz | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Diğer Önceki Çalışma Arkadaşlarınız | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Diğer Kadın Girişimciler | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Kadın Organizasyonları (Kadın Girişimci Demekleri gibi) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Ticari Organizasyonlar, Demek ve Kulüpleri (Ticaret Odaları, Rotary gibi) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Diğer | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Eğer işaretlemediyseniz lütfen "Diğer" seçeneğini de açıklayınız

22. Bir önceki soruda destek aldığınızı belirttiğiniz kişi ve kurumlarla ne sıklıkla bağlantı kurduğunuzu belirtir mısınız?

| | Hiç | Nadiren | Arada Sıra | Sık | Çok Sık |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Profesyonel Hizmetler (Bankalar, Danışmanlık Şirketleri gibi) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Devlet Kurumları | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Üniversiteler | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Aile ve/veya Arkadaşlarınız | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Müşteri ve/veya Tedarikçileriniz | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Diğer Önceki Çalışma Arkadaşlarınız | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Diğer Kadın Girişimciler | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Kadın Organizasyonları (Kadın Girişimci Demekleri gibi) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Ticari Organizasyonlar, Demek ve Kulüpleri (Ticaret Odaları, Rotary gibi) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Diğer | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

23. Destek aldığınız kişi ve kurumların size ne ölçüde yararlı olduğunu belirtir mısınız?

| | HİÇ OLMADI | PEK OLMADI | KARARSIZIM | BİNEZ OLDU | ÇOK OLDU |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Profesyonel Hizmetler (Bankalar, Danışmanlık Şirketleri gibi) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Devlet Kurumları | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Üniversiteler | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Aile ve/veya Arkadaşlarınız | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Müşeri ve/veya Tedarikçileriniz | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Daha Önceki Çalışma Arkadaşlarınız | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Diğer Kadın Girişimciler | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Kadın Organizasyonları (Kadın Girişimci Dernekleri gibi) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Ticari Organizasyonlar, Demek ve Kütüphaneler (Ticaret Odaları, Rotary gibi) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Diğer | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

24. Girişimci olma nedenlerinizi belirtir misiniz? Birden çok seçenek işaretleyebilirsiniz.

- Pazar fırsatını değerlendirmek
- Aile geçicini mihna yoluyla devraldım
- Kendi işimin patronu olmak
- Bağımsız olmak
- Meydan dönmek
- Yeneklerimi daha çok kullanabilmek
- Hayallerimi gerçekleştirme
- Daha yüksek gelir elde etmek
- Statü / prestij sağlamak
- Çocuklarına mihna bırakacağı bir değer yaratmak
- Erişim sağlayabilmek
- İş ve özel yaşamını dengeleyebileceğim daha esnek çalışma şartlarına kavuşmak
- Ekonomik gereksinimler
- Ekonomik destek alabileceğim kimsen bulunmadığından
- İş hayatında maaş ve belli politikalarında kadına uygulanan ayrımcılık nedeni ile
- Daha iyi başka bir seçeneğim olmadığından
- Diğer

(Lütfen diğer seçeneğinizi açıklayınız)

25. Yaşınızı belirtir misiniz?

- 30 yaşın altında
- 31 – 40
- 41 – 50
- 51 – 60
- 61 yaşın üstünde

26. Medeni durumunuzu belirtir misiniz?

- Bekar
- Evli
- Dul / boşanmış

27. Çocuğunuz var mı?

- Evet
 Hayır

28. Ailanızda (Eş, anne, baba, kardeşleriniz arasında) sizden başka girişimci var mı?

- Evet
 Hayır

29. Eğitim durumunuzu belirtir misiniz?

- İkiokul
 Orta Okul
 Lise veya Dengi
 Üniversite
 Yüksek Lisans / Master
 Doktora
 Hiç okula gitmedim

30. Eğer Üniversite mezunu iseniz bölümünüzü belir misiniz?

- İşletme
 İktisat
 Eczacılık
 Mühendislik
 Veterinerlik
 Tıp
 Güzel Sanatlar veya Mimari
 Hukuk
 Diğer

(Lütfen diğer seçeneğinizi açıklayınız)

31. Okul eğitiminiz dışında özel eğitim, kurs programlarına katıldınız mı?

- Evet
 Hayır

32. Eğer bir önceki soruya yanıtınız "evet" ise, hangi konularda olduğunu belirtir misiniz?

- Liderlik
- Sektörel
- Yönetim
- Girişimcilik
- Fon bulma / finansman
- Yasal düzenlemeler
- Operasyonel konular (pazarlama, üretim, hizmet veya teslimat gibi işletme konuları ile ilgili)
- Ürün / Hizmet kalitesi
- Yabancı Dil
- Bilgisayar Programları Kullanımı
- Diğer

(Lütfen diğer seçeneklerinizi açıklayınız)

EK 2: KADIN ORGANİZASYONLARI LİSTESİ

1. Adana İşkadınları Derneği
2. Adana Kadın Danışma Merkezi
3. Aktif İş Kadınları Derneği (AKİKAD), Aktif Kadın Çalışmaları Derneği
4. Aktif Ve İş Girişimci Kadınlar Derneği
5. Angikad
6. Ankara Girişimci İş Kadınları Ve Destekleme Derneği (ANGİKAD)
7. Ankara Girişimci Kadınlar Derneği
8. Ankara KA-DER
9. Başkent Kadın Platformu Derneği
10. Bursa Girişimci İş Adamları Derneği
11. Bursa Is Kadınları Ve Yöneticileri Derneği
12. Çağdaş Yaşamı Destekleme Derneği Ankara Şubesi
13. Filmmor Kadın Kooperatifi
14. Girişimci Kadın Derneği (GİRKADE)
15. Gökkuşluğu İstanbul Kadın Platformu (GİKAP)
16. Hayal Mühendisleri Kadın Girişimciler Ve Eğitim Derneği
17. İstanbul Kadın Araştırmaları Merkezi
18. İstanbul Kadın Kuruluşları Birliği
19. İş Kadınları Dernekleri, Kadın Girişimciler Kurulları
20. Kadın Dayanışma Vakfı
21. Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı (The Foundation For The Support Of Women's Work)
22. Kadın Ve Genç Girişim Merkezi Derneği
23. Kadının Sosyal Hayatını Araştırma Ve İnceleme Derneği
24. Kadınlara Hukuki Destek Merkezi Derneği (KAHDEM)
25. Kadınları Koruma Ve Dayanışma Derneği (The Association For The Protection Of Women Rights)
26. Kadın Eliyle
27. Kadın Emeği Ve İstihdamı Girişimi
28. Kagid
29. Kagider
30. KOSGEB
31. KSGM
32. Ticaret Ve Sanayi Odaları

33. TOBB Ankara İl Kadın Girişimciler Kurulu
34. TOBB Birimleri
35. TOBB Kadın Girişimciler Kurulu
36. Türk Hukukçu Kadınlar Derneği
37. Türk Kadınlar Birliği Derneği
38. Türk Üniversiteli Kadınlar Derneği
39. Türkiye İş Kadınları Derneği (TİKAD)
40. Türkiye Kadın Dernekleri Federasyonu (TKDF)
41. Türkiye Kalkınma Vakfı (Development Foundation Of Turkey)
42. TÜSİAD
43. Uçan Süpürge Kadın İletişim Ve Araştırma Derneği (Flying Broom)
44. Uluslararası Hukukçu Kadınlar Federasyonu (FIFCJ)