

Citation: Tekin Z. (2018), Muş İlinin Kadın Girişimcilik Eğilimini Belirlemeye Yönelik Bir Pilot Araştırma, BMIJ, (2018), 6(1): 149-165 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v6i1.222>

MUŞ İLİNİN KADIN GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİNİ BELİRLEMeye YÖNELİK BİR PİLOT ARAŞTIRMA¹

Zeliha TEKİN²

Received Date (Başvuru Tarihi): 06/03/2018

Accepted Date (Kabul Tarihi): 10/04/2018

Published Date (Yayın Tarihi): 20/04/2018

ÖZ

Son yıllarda kadınların iş yaşamında daha fazla yer almasından dolayı kadın girişimciliği işletme/yönetim literatüründe sıklıkla ele alınır olmuştur. Çalışmanın amacı, Muş ilinde kadın girişimci adaylarının girişimcilik profilinin/eğiliminin ortaya çıkarılması; kadınların çalışma hayatında hangi sektörlerde yoğunlaştığının saptanması; kadın girişimci adaylarının genel olarak demografik özelliklerinin ne olduğunun belirlenmesidir. Bu araştırmanın evrenini, Muş'ta yerleşik olarak ikamet eden ve hane gelirine katkı sağlamak için ev içinde yaptığı el işini; bahçesinde veya tarlasında yetiştirdiği meyve-sebzeyi; hayvanlarından sağladığı süt, yoğurt ve peyniri ev dışına satan; hane dışına parayla temizliğe giden ve çocuk bakıcılığı yapan kadınlar oluşturmuştur. Araştırmanın örneklemini ise Muşmerkez ve ilçelerinde ikamet eden 300 kadın oluşturmaktadır. Araştırma sonucunda, kadınların büyük çoğunluğunun el işi yaparak haneye katkı sağladıkları, iş yeri açmak için yeterli sermayelerinin olmamasına rağmen olanak sağlandığında işyeri açmak için girişimde bulunacağı, girişimcilikle ilgili herhangi bir eğitim almadıkları, çoğunluğun ailesinde girişimci olmadığı bilgilerine ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Kadın Girişimciliği, Girişimcilik Eğilimi

JEL Kodları: L26, M19, J10

A PILOT RESEARCH TOWARDS DETERMINING THE WOMEN ENTREPRENEURSHIP TENDENCY IN MUS PROVINCE

ABSTRACT

Since women have participated in business life more in recent years, female entrepreneurship has been frequently handled in business/management literature. This study aims to reveal the entrepreneurship profile/tendency of prospective female entrepreneurs in the province of Mus, to determine in which sectors women take part more and the general demographical features of the prospective female entrepreneurs in Mus. The population of this study is women who inhabit Mus and do handicraft work, carry out agricultural (growing fruit and vegetables) and animal breeding (producing milk, yoghurt and cheese) and sell those products or work as charwomen or babysitters. The sample of the study is 300 women inhabiting center and districts of Mus. As a result of the study, it is seen that a vast majority of women contribute to family income by doing handicraft work, that they do not have sufficient capital but will attempt to open a place of business if they are supported, that they have never gotten entrepreneurial education and that there are no entrepreneurs in families' of many.

Keywords: Entrepreneurship, Women's Entrepreneurship, Entrepreneurship Tendency

Jel Codes: L26, M19, J10

¹ Bu çalışma, Muş Alparslan Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi tarafından desteklenmiştir (BAP proje no: BAP-17-SBMY-4901-01).

²Dr. Öğr. Üyesi, Muş Alparslan Üniversitesi, z.tekin@alparslan.edu.tr

<http://orcid.org/0000-0002-6283-0910>

1. GİRİŞ

İngilizce entrepreneur olarak bilinen girişimci kelimesi, köklerini Fransızca risk alıp bir görevi üstlenen anlamına gelen entreprendre fiilinden almıştır (Landström, 2005: 8). Girişimcilik tanımı ilk kez 1730'lu yıllarda İrlandalı İktisatçı Richard Cantillon tarafından yapılmıştır ve girişimci, henüz belirlenmemiş bir bedelle satmak üzere üretim girdilerini ve hizmetlerini satın alan ve üreten kişi olarak tanımlanmıştır (Meydan, 2013: 15). Schumpeter (1934: 92-93), girişimcinin var olan süreçlere yenilikler sunduğu için ekonomik olaylara yön verdiğini, girişimcinin değişimin motivatörü olduğunu dile getirmiştir. Kadın girişimciliği, kalkınma potansiyelinin artırılmasına ve daha fazla istihdam yaratılmasına olanak sağladığı için geliştirilmesi gereken bir konudur.

Muş ilinde yapılmış kadın girişimci potansiyelinin ortaya çıkarılmasına yönelik herhangi bir akademik çalışma bulunmamaktadır. Bu ihtiyaçtan hareketle, kadın girişimciliği konusu genel hatlarıyla ele alındıktan sonra Muş ilinde kadın girişimci potansiyelinin-profilinin ortaya çıkarılmasına yönelik bir pilot uygulama yapılmıştır. Çalışma Muş için (AB projesi, Sosyal Destek Programı (SODES), Doğu Anadolu Kalkınma Ajansı (DAKA) projelerine veri sağlama noktasında) başlangıç niteliğinde olup ilerleyen süreçte veriler genişletilerek daha kapsamlı bir araştırma yapılması planlanmaktadır.

2. KURAMSAL ÇERÇEVE

Çalışmanın bu kısmında, girişimcilik ve kadın girişimciliği kavramlarına değinilmiş, girişimcilik eğilimi hakkında bilgi verilmiş ve son olarak da kadın girişimciliği, kadın girişimcilik eğilimi konusunda yapılmış olan çalışmalar gözden geçirilmiştir.

2.1. Girişimcilik ve Girişimcilik Eğilimi

Girişimci kavramı ilk defa 17. Yüzyılda Fransız askeri literatüründe kullanılan bir kavramdır. Fransa'da uzun askeri yolculuklara rehberlik veya önderlik eden kişi girişimci olarak tanımlanmıştır (Kaya, 2017: 51). Daha sonra Fransa'da yaşayan İrlandalı ekonomist Richard Cantillon 1755'te girişimciyi, kar elde etmek amacıyla işi organize eden, risk alan kişi olarak tanımlamıştır. Girişimcilik, fırsatlardan yararlanmak için sınırsız kaynakların oluşturulduğu değer yaratma sürecidir (Morris vd.,1994). Bu değer yaratma sürecinde yeni ve bilinmeyen bilgi oluşturulur, mevcut fırsatlar farkedilir ya da yeni fırsatlar yaratılır (Hisrich ve Peters, 2002: 47). Girişimciler, iş kuran mevcut işlere yeni özellikler katan, yeni ürünler, yöntemler, teknikler ve süreçler yaratan kişilerdir (Mirze, 2002: 39).

Girişimciler içinde buldukları topluma karşı işsizliğe çözüm bulma, toplumsal refahı ve yaşam kalitesini artırma, bilim ve teknolojinin gelişmesine öncülük yapmak, yurtdışında kendi ülkelerinin tanıtımını yapmak, âtıllığı önleme, çevre, insan hakları, yoksulluk gibi toplumsal sorunlara çözüm bulma gibi önemli misyonlar üstlenirler (İraz, 2010: 158).

Girişimciler, bir ülkenin gelişme ve kalkınma gücünün dinamosu işlevini üstlenen kişilerdir. Bu nedenle dinamo ne kadar sık ateşleme yaparsa ülkeler de o kadar kısa sürede gelişip kalkınırlar. Bunun için yönetimlere düşen görev bu insanları cesaretlendirmek, onların önündeki engelleri kaldırıp yollarını açmak, motive etmek, teşvik etmek ve maddi manevi destek sağlamaktır (Kaya, 2017: 33). Girişimcilerin ortaya çıkmasında, yaşamalarında ve büyümelerinde bir ülkedeki siyasi, hukuki ve idari ortamın büyük etkisi vardır (Güney, 2015: 231).

Özetle, girişimci, daha önce fark edilmemiş bir fırsatı yakalayan, daha önce rutin/günlük iş süreçlerinde farklılık yaratarak yenilikleriyle fark edilen kişidir (Kuratko ve Hodgetts, 1995: 6). Girişimciler yaşadıkları ortamın ürünüdürler, fakat girişimciyi diğer insanlardan ayıran risk alma, proaktif kişilik özelliğine sahip olma, rol modeller, kararlı olma, iyi iletişim kurabilme, etkili karar verebilme, yaratıcılık, anlayışlı-hoşgörülü olma ve girişimcilik eğilimli olma gibi özellikleri bulunmaktadır (Haworth ve Brearley, 1991: 4; Hisrich ve Peters, 2002: 32-33).

Girişimcilik eğilimi, öncelikle bireysel ve çevresel faktörlerin bir kombinasyonu olup, bireylerin kendi işlerini yapmada istek ve kararlılığını göstermekte ve girişimcilik davranışının bir parçası olarak özerklik, yeni yönetim teknikleri ve teknolojilerin geliştirilerek ve iyileştirilerek yaratıcı çözüm önerileri sunma (Knight, 1997: 213-214) risk alma, proaktiflik ve rekabetçi bir yapı gibi temel süreçler ile birlikte bütünü oluşturmaktadır. Girişimcilik eğilimi, bir firmanın girişimcilik faaliyetleri yerine getirilirken, strateji oluşturma süreçleri, metotları ve stilleri olarak da değerlendirilmektedir (Wiklund ve Shepherd 2005: 75; Lumpkin ve Dess, 2001: 432).

2.2. Kadın Girişimciliği

Girişimcilik, geçmişte daha çok erkek uğraşısı olarak kabul gören alanlardan biridir. Bununla beraber, günümüzde sosyal, kültürel, teknolojik ve endüstriyel değişimler daha çok sayıda kadının iş yaşamında yer almaya başlamasına neden olmaktadır (Güney, 2015: 237). Kadın girişimciliği kavramı literatüre ilk kez 1974'te girmiş; 1980'li yıllardan sonra da kadınların iş yaşamında daha fazla yer almasından dolayı da işletme/yönetim literatüründe sıklıkla ele alınır olmuştur. KOSGEB, TOBB, Kadın Girişimcileri Derneği (KAGİDER), Uluslararası Ticari Bilimler Ekonomi Öğrenciler Birliği (AIESEC), Avrupa Birliği İş

Geliştirme Merkezi (ABİGEM), Kadın Emegini Değerlendirme Vakfı (KEDV), Türk Sanayicileri ve İş İnsanları Derneği (TÜSİAD), AB, Dünya Bankası, Uluslararası Çalışma Örgütü (UÇÖ) gibi ulusal ve uluslararası kuruluşlar da kadın girişimciliğine destek veren çalışmalar yürütmektedir. Dünyada olduğu gibi ülkemizin kalkınmasında da kadın girişimciliği önemli bir etkidir. Kadınların iktisadi faaliyetlerde ve üretimde daha fazla yer alması ülkemiz kalkınma potansiyelinin artırılmasına ve istihdam sağlanmasına yol açacaktır. Bu sebeple, kadın girişimciliği geliştirilmesi gereken bir konudur. Ülkemizde toplam 1.2 milyon girişimcinin yalnızca 110 bini kadın girişimcidir ve bu girişimlerin çoğunluğu da büyük şehirlerde faaliyet göstermektedir (www.ekonomist.com).

Araştırmalar, sürdürülebilir büyüme ve refah artışı için kadınların iş yaşamına katılımının gerekli olduğunu ortaya koymuştur (Akehurst vd., 2012: 2489). Kadın girişimciliği genel olarak istihdam ve kadın istihdamının özel bir alanıdır. Dünya Ekonomi Forumu 2017 Küresel Toplumsal Cinsiyet Uçurumu Raporunda Türkiye'nin "ekonomik katılım ve fırsatlar" kategorisinde 144 ülke arasında 128. sırada olması, Türkiye'de kadınların işgücüne katılımı ve istihdamı konusunda dünya ölçeğinde ne kadar geri bir konumda olduğunu gözler önüne sermektedir. Türkiye'nin "ekonomik katılım ve fırsatlar" kriterinde, diğer kriterlere göre çok daha geride olması, Türkiye'de kadın istihdamı sorununun boyutu hakkında fikir vermektedir (Göküş vd., 2013: 93; www3.weforum.org). Kadınların birer girişimci olarak işgücüne katılımının önünde pek çok engel vardır. Kutanis ve Alparslan (2003) araştırmalarında, iş dünyasına genellikle erkeklerin hâkim olmalarından dolayı kadın girişimcilerin, müşterilerinin ve erkek meslektaşlarının gözünde meşruiyet kazanmasının zor olduğu ve piyasada kendilerini kabul ettirebilmenin erkeklere göre daha fazla zaman aldığını belirtmiştir.

Yapılan bir araştırmada, Türkiye'deki kadın girişimcilerin karşılaştığı problemlerin iş kurma aşamasındaki sorunlar, iş yeri kurulduktan sonra ortaya çıkan sorunlar ve mevcut sorunlar olmak üzere üç temel kategoride incelenebileceği vurgulanmıştır. İş kurma aşamasındaki sorunlar şöyle sıralanabilir: sermaye temini, işyeri arama ve kiralama, mal, donanım-araç-gereç temini, resmi kuruluşlarla ilişkiler, acemilik, yalnızlık ve işi organize edememe, toplumun iş kadınına alışkın olmaması. İşyeri kurulduktan sonraki sorunlar ise şunlardır: müşteri azlığı, işi yürütmeye bilgisizlik, parasızlık, kendini kabul ettirme, personel temini, piyasadaki istikrarsızlıktır. Mevcut sorunlar ise: müşteri azlığı, resmi kuruluşlar, kalifiye eleman bulamama, kaliteli hammadde, mal teminidir (Güney, 2015: 249-250).

Kadın girişimci tanımının aşağıda belirlenen nitelikler dikkate alınarak yapılması mümkündür (Ecevit, 1993: 20):

- Ev dışı bir mekânda, kendi adına kurduğu bir veya bir kaç işyeri olan
- Bu işyerinde tek başına veya istihdam ettiği diğer kişilerle çalışan ve-veya işin sahibi olma sıfatıyla ortaklık kuran,
- Herhangi bir mal veya servisin üretilmesiyle ilgili faaliyetleri yürüten, bu mal veya servisin dağıtım, pazarlama ve satışını yapan, yaptıran,
- İş ile ilgili olarak ilişkiye girmesi gereken kişi, örgüt, kurum ve kuruluşlarla kendi adına ilişki kuran,
- İş sürecinin örgütlenmesi, mal ve hizmet üretiminin planlanması, işyerinin işletilmesi, kapatılması veya işin geliştirilmesi konusunda kendisi karar veren,
- İşinden elde ettiği kazancın yatırım ve kullanım alanları üzerinde söz sahibi olan kadınlar.

Kadın girişimcilerin özgüvenli, rekabetçi, dinamik, bağımsızlıktan yana olma ve amaç yönelimli olmaları gibi kişisel karakteristikleri vardır. Ayrıca girişimci kadınlar, risk alma, hırslı olma, kendi işini kontrol etme gibi özellikler çerçevesinde de betimlenmektedir. Kadın girişimciler erkek girişimcilerle karşılaştırıldığında, genelde aralarında benzerlikler bulunmasına rağmen kadın girişimciler farklı güdülere, iş hüneri düzeyine ve mesleki geçmişe sahiptir (Yetim, 2002: 81).

2.3. Kadın Girişimciliği ve Kadın Girişimcilik Eğilimi Üzerine Yapılan Çalışmalar

Girişimcilerin cinsiyet, yaş, eğitim seviyesi, gelir, iş tecrübesi, girişimcilik eğitimi alması gibi sosyo-demografik özellikleri girişimci kimliğinin ve kültürünün oluşturulmasında belirleyici rol oynamaktadır. Kadın girişimciliği ve kadın girişimcilik eğilimi ile ilgili alan yazın tarandığında çok sayıda çalışma olduğu görülmektedir. Bunlardan bazılarına aşağıda yer verilmiştir.

Çelik ve Özdevecioğlu'nun (2001), Nevşehir'deki kadın girişimcilerin sosyo-ekonomik-demografik özelliklerini inceledikleri araştırmalarında, kadın girişimcilerin büyük çoğunluğunun 26-45 yaş aralığında evli, lise mezunu oldukları, ticaret sektöründe kendi sermayeleri ile kurmuş oldukları işlerde faaliyet gösterdikleri belirlenmiştir. Kadın girişimcileri daha çok aileye ek kazanç sağlama, kendi ayakları üzerinde durabilme, eşin ölümü gibi sebeplerin ticari hayata yönlendirdiği sonucuna varılmıştır. Çalışmada ayrıca, kadınların faaliyetlerini yürütürken, tecrübe yetersizliği, ortak bulma güçlüğü, rol çatışması, cinsel beklentiler gibi sorunlar yaşadıkları saptanmıştır.

Çakıcı'nın (2006) Mersin'deki kadın girişimciler üzerinde yaptıkları çalışmada, onların kişilik özelliklerinden olan dürüstlük, özgüven, cesaret ve risk üstlenmenin iş yaşamında etkili olan faktörlerden olduğu öne çıkmıştır.

Frear (2007), çalışmasında Pensilvanya kırsalında yaşayan kadın girişimcilerin demografik özelliklerini incelemiş; girişimci kadınların büyük çoğunluğunun hizmet sektöründe faaliyet gösterdiği ve 40 yaş üstü, evli, çocuksuz olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Palaz ve Turgut (2009), Balıkesir-Bandırma'daki kadın girişimcilerin profillerini ortaya çıkarmaya yönelik çalışmalarında, kadınların yaşadıkları zorlukları, girişimcilik faaliyetlerini yürütürken onları nelerin motive ettiğini tespit etmeyi amaçlamışlardır. Büyük çoğunluğun evli ve çocuklu olduğu kadın girişimcilerin, ailelerine katkı sağlayabilmek adına faaliyette bulunduğu ortaya çıkmıştır. Çalışmada ayrıca, en önemli motivasyon unsurlarının başarıya isteği, diğer insanlara yararlı olabilme isteği ve sosyalleşebilme arzusu olduğu tespit edilmiştir.

Soysal (2010), Kahramanmaraş'taki kadın girişimcilerin özelliklerini, karşılaştıkları sorunları araştırma konusu yapmış; kadın girişimcilerin düşük eğitim seviyesine sahip oldukları (ilk ve orta öğretim mezuniyeti), bekâr ve evlilerin aynı oranda iş hayatına katıldıkları ortaya çıkmıştır. Araştırma sonucunda ayrıca, kadınların ekonomik ve sosyal açıdan özgür olmak, kendi kararlarını alıp daha güçlü bir şekilde kendilerini temsil edebilmek amacıyla faaliyette buldukları sonucuna varılmıştır.

Patgaonkar (2010), Shriampur Taluka (Hindistan) bölgesindeki kadın girişimcilerin sosyo-ekonomik-demografik açıdan profillerini incelemiş, kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunları ortaya çıkarmayı amaçlamıştır. Çalışma neticesinde, girişimci kadınların büyüme, finansman, teşviklerden yararlanma, yönetim gibi sorunlar yaşadıklarını tespit etmiştir.

İplik (2012), Osmaniye kırsalındaki kadın girişimciliğini araştırmış, 12 köyde toplam 240 kadınla çalışmasını yürütmüştür. Çalışma sonucunda, girişimci kadınlara karşı çevrenin negatif yaklaşım içinde olduğu, kadınların sermaye temini sorunu yaşadığı ortaya çıkmıştır. Ayrıca, dağ köylerinde yaşayan kadınların ova köylerinde yaşayan kadınlara göre daha fazla sorun yaşadığı tespit edilmiştir.

Taşlıyan ve arkadaşlarının (2016), Kahramanmaraş ilinde faaliyet gösteren 100 kadın girişimci üzerinde yaptıkları çalışmada, kadınların demografik özellikleri, girişimci olma nedenleri, iş kurarken ve faaliyetlerini yürütürken karşılaştıkları sorunlar incelenmiştir. Araştırma sonucunda, kadın girişimcilerin en çok maddi açıdan rahat olmak için, ekonomik bağımsızlık elde etmek için ve becerilerini değerlendirmek için iş kurma girişiminde buldukları ortaya çıkmıştır. Girişimci kadınların işlerini kurarken en çok kiralardan yüksek olmasından ve sermaye temininde problem yaşadıkları tespit edilmiştir.

3. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Çalışmanın bu kısmında, araştırmanın bulgularına ve sonuçlarına yer verilmiştir.

3.1. Çalışmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmanın amacı, Muş ilinde kadın girişimciliğin içinde bulunduğu durumu demografik faktörleride göz önünde bulundurarak tespit etmeye çalışmak ve kadın girişimciliğinin artırılması yönünde çözüm önerileri sunmaktır. Çalışma, Muş ilinde ilk kez yapılmasından dolayı Muş için (AB projesi, Sosyal Destek Programı (SODES), Doğu Anadolu Kalkınma Ajansı (DAKA) projelerine veri sağlama noktasında) başlangıç niteliğindedir. Muş ilinin de dâhil edildiği/verilerin biraraya getirildiği kapsamlı bir çalışmayla Türkiye'nin kadın girişimci potansiyeli ortaya çıkarılabilir.

3.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Bu araştırmanın evrenini, Muş Merkez ve ilçelerinde ikamet eden ve hane gelirine katkı sağlamak için ev içinde yaptığı el işini; bahçesinde veya tarlasında yetiştirdiği meyve-sebzeyi; hayvanlarından sağladığı süt, yoğurt ve peyniri ev dışına satan; hane dışına parayla temizliğe giden ve çocuk bakıcılığı yapan kadınlar oluşturmuştur. Evreni temsil edecek örneklem sayısına ise %95 güven seviyesinde ve e=%5 hata payıyla $n=(z/e)^2 p.q$ formülü ile ulaşılmıştır. Sekeran (1992: 253), evreni 100.000 ve üzeri olan araştırmalarda örneklemin minimum seviyede 384 olması gerektiğini savunmaktadır. Bu çalışmada araştırma anketi 396 kadına uygulanmış, araştırma kriterlerine uymayan, eksik cevaplanmış anketler değerlendirmeye alınmamış ve araştırma kapsamından çıkarılmıştır. Böylelikle 300 (%78 oranında bir katılım) kullanılabilir anket araştırmaya dâhil edilmiştir.

2016 yılında Muş ilinde kadın nüfusu 199.311'dir. Nüfusun büyük çoğunluğu Muş merkezde (92.811) ve Muş'un en büyük ilçesi Bulanık'ta (39.891) ikamet etmektedir. Muş merkez için nüfus/toplam nüfus= 0.47; Bulanık için nüfus/toplam nüfus= 0.20'dir. Diğer ilçelerde ise toplamda 66.609 kişi (Malazgirt 25.818 kişi, Varto 15.237 kişi, Hasköy 12.979, Korkut 12.575 kişi) ikamet etmektedir (nüfus/toplam nüfus= 0.33). Örnekleme yöntemi olarak evrendeki alt grupların evrendeki ağırlıkları oranında temsil edilmesine olanak veren tabakalı örnekleme metodu seçilmiştir. Tabakalı örnekleme, sınırları belirlenmiş bir evrende alt tabakalar veya alt birim gruplarının var olduğu durumlarda kullanılır. Bu şekilde toplam örneklem içinde her sınıf eşit düzeyde veya evrendeki oranı ölçüsünde temsil edilebilir. Böylelikle, elde edilecek bulguların evreni temsil etme gücü de o ölçüde artar. Saptanan alt

tabakalardan örneklemeler basit tesadüfi örnekleme ile seçilebilir (Yıldırım ve Şimşek, 2005:105).

3.3. Araştırmanın Yöntemi

Sosyal bilimler başta olmak üzere, birçok bilim disiplini içinde yer alan araştırma ve çalışmalar için veri toplama tekniği olarak kullanılan anket tekniği bu çalışmada da veri toplama tekniği olarak kullanılmıştır. Çalışmada, Uygun ve Güner'in (2016) alan yazın tarayarak oluşturduğu (Bosch, 2013; Kerrick, 2008; Malebana, 2014), 4 boyutlu 17 ifadeli "Girişimcilik Eğilimi Ölçeği" kullanılmıştır. Anket formu iki kısımdan oluşmaktadır. İlk kısım açık uçlu ve çoktan seçmeli sorularla katılımcıların demografik özelliklerini tespit etmek amacıyla oluşturulmuştur. İkinci kısım ise 5'li Likert Ölçeği kullanılarak katılımcıların 1'den (Kesinlikle Katılmıyorum) 5'e (Kesinlikle Katılıyorum) kadar sıralanan ifadelere verdiği cevaplardan oluşan kısımdır.

4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Muş ili merkez ve ilçelerinde ikamet eden ve ankete cevap verenlerin demografik özelliklerinin ve girişimcilik eğilimlerinin belirlenmeye çalışıldığı 300 kadın üzerinde yürütülen anket çalışmasından elde edilen veriler SPSS 24.0 istatistik programı ile değerlendirilmiştir. Sonuçların elde edilmesinde Faktör Analizi, Kruskal Wallis H Testi ve Bonferroni Testi testinden yararlanılmıştır ($p < 0,05$).

4.1. Demografik Özelliklere İlişkin Bulgular

Araştırma katılımcılarının demografik özelliklerine ilişkin veriler Tablo 1'de yer almaktadır.

Tablo 1: Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri

ÖZELLİKLER	FREKANS	YÜZDE
Yaş Aralığı		
18-29	172	57.3
30-39	64	21.3
40-49	50	16.7
50-59	11	3.7
59 ve üzeri	3	1.0
Toplam	300	100.0
Eğitim Durumu		
İlkokul	78	26.0
Ortaokul	47	15.7
Lise	142	47.3
Önlisans	14	4.7
Lisans	18	6.0
Lisansüstü	1	0.3
Toplam	300	100.0
İkamet Yeri		
Muş Merkez	141	47.0
Bulanık	60	20.0
Bulanık	39	13.0
Malazgirt	22	7.3
Varto	20	6.7
Hasköy	18	6.0
Korkut		
Toplam	300	100.0
Medeni Durum		
Evli	127	42.3
Bekâr	173	57.7
Toplam	300	100.0
İş Yeri Açmak İçin Yeterli Sermayenin Varlığı		
Evet	18	6.0
Hayır	282	94.0
Toplam	300	100.0
Girişimcilik Eğitimi Alma		
Evet	129	43.0
Hayır	171	57.0
Toplam	300	100.0
Faaliyet Gösterilen Sektör		
Hayvancılık	46	15.3
Tarım	16	5.3
El işi yapma	179	59.7
Hizmet (temizlik, bakıcılık vb.)	59	19.7
Toplam	300	100.0
Haftalık Çalışma Süresi		
45 saatten az	227	75.7
45 - 55 saat arası	52	17.3
55 - 65 saat arası	10	3.3
65 saatten fazla	11	3.7
Toplam	300	100.0
Ailede Girişimci Var mı?		
Evet	112	37.3
Hayır	188	62.7
Toplam	300	100.0

Tablo 1’de görüldüğü üzere, katılımcı kadınların çoğunluğu (172 kişi) 18-29 yaş aralığında; bekar (173 kişi). Türkiye’deki kadın girişimciliği hakkında yorum yapabilmek için okullaşma oranının da dikkate alınması gerekmektedir. Her ne kadar araştırma katılımcılarının eğitim durumları çoğunlukla lise mezunu (142 kişi) çıksa da özellikle köylerde okuma-yazma bilmediği için ankete cevap vermeyen/veremeyen pek çok girişimci olabilecek kadının varlığı da göz ardı edilmemelidir. Anket neticesinde ortaya çıkan diğer çarpıcı sonuç ise, bir iş yeri açacak sermayeye neredeyse hiç kimsenin sahip olmamasıdır. 300 katılımcı kadından yalnızca 18’inin bir girişimde bulunacak yeterli sermayesi vardır. Diğer kalan 282 kişinin yeterli sermayesi mevcut değildir. Anket uygulaması sırasında yapılan mülakatlarda, kadınlara yöneltilen “yeterli sermayeniz olursa işyeri açmayı düşünür müsünüz?” sorusuna kadınların büyük çoğunluğu evet cevabını vermiştir. Yine büyük çoğunluk (227 kişi) haftalık 45 saatten az hane içinde çalışıp üretmekte, kazanç sağlamaktadır. Ankete katılanlardan 171 kişi girişimcilik ile ilgili herhangi bir eğitim almamışken; 129 kişi girişimcilik ile ilgili bir eğitim almıştır; 188’inin ailesinde girişimci yokken 112’sinin ailesinde girişimci vardır.

Toplam 819.000 ha olan Muş il arazisinin %42’sini tarım alanı oluşturmaktadır. Muş ili 1.000.000 küçükbaş hayvan varlığıyla Türkiye 7.si; 300.000 büyükbaş ile Türkiye 15.sidir. Araştırmaya katılan kadınların büyük çoğunluğu (179 kişi) örgü, halı dokuma, takı-boncuk işi, biçki-dikiş gibi el işi ile uğraşmaktadır. Muş ilinin ekonomisi yukarıdaki bilgilerden de anlaşıldığı üzere tarım ve hayvancığa dayalı olmasına rağmen yalnızca 46 katılımcı hayvancılık (süt, yoğurt, peynir, kaymak, yumurta satma) işi yapmakta; 16 katılımcı ise tarım ile uğraşmaktadır.

4.2. Güvenilirlik Analizi Bulguları

Araştırmanın ölçek güvenilirliği Cronbach Alfa Katsayısı ile ölçülmüştür.

Tablo 2: Girişimcilik Eğilimi Ölçeği ve Alt Boyutlarının Güvenilirlik Katsayıları

Ölçekler ve alt boyutları	İfade Sayısı	Güvenilirlik Katsayısı
Girişimciliğe yönelik genel eğilim	5	0,852
Girişimciliğe yönelik algılanan sosyal norm	4	0,885
Girişimciliğe yönelik algılanan davranışsal kontrol	4	0,893
Girişimciliğe yönelik tutum	4	0,901
Girişimcilik eğilimi ölçeği	17	0,955

Anket formunda yer alan ölçek ve alt boyutlarına ilişkin güvenilirlik katsayıları girişimciliğe yönelik genel eğilim alt boyutu (0.852), girişimciliğe yönelik algılanan sosyal

norm alt boyutu (0.885), girişimciliğe yönelik algılanan davranışsal kontrol alt boyutu (0.893), girişimciliğe yönelik tutum alt boyutu (0.901) olarak ölçülmüştür. Girişimcilik eğilimi ölçeğinin dört boyutla birlikte değerlendirilen güvenilirlik katsayısı (0.955) olarak ölçülmüştür. Kalaycı (2009: 405), güvenilirlik katsayısına (α) göre şu şekilde yorumlanabileceğini belirtmektedir:

- $0.00 \leq \alpha < 0.40$ ise ölçek güvenilir değildir,
- $0.40 \leq \alpha < 0.60$ ise ölçek güvenilirliği düşüktür,
- $0.60 \leq \alpha < 0.80$ ise ölçek oldukça güvenilirlerdir,
- $0,80 \leq \alpha < 1,00$ ise ölçek yüksek derecede güvenilirlerdir.

Bu doğrultuda; girişimcilik eğilimi ölçeğinin maddelerine yüksek derecede güvenilir cevaplar verildiği görülmüştür. Ölçek alt boyutlarının ise 0.80'den yüksek çıktığı için, ölçüm aracının içsel tutarlılığı/ güvenilirliğinin yüksek olduğu söylenebilir.

4.3. Faktör Analizi Bulguları

Katılımcılardan elde edilen verilerin yapısal geçerliliğini saptamak amacıyla faktör analizi yapılmıştır. Faktör analizi sonuçları Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3: Girişimcilik Eğiliminin Boyutlarına Yönelik Faktör Analizi Sonuçları

Boyutlar ve Ölçek Maddeleri	Döndürülmüş Faktör Yükleri*	Açıklanan Varyans
Girişimciliğe Yönelik Genel Eğilim Boyutu Gelecekte kendi işimi kurmak ve sürdürmek için çaba gösteririm. Bir iş kurma üzerine ciddi ciddi kafa yoruyorum. Gelecekte kendi işimi kurma olasılığım çok yüksektir. Gelecekte yeterli kaynak ve fırsat olursa kendi işimi kurmayı çok istiyorum. Şu an bir iş kurmak için kendimi tamamen hazır hissediyorum.	0,823 0,755 0,639 0,683 0,846	%26,102
Girişimciliğe Yönelik Algılanan Sosyal Norm Boyutu Aile fertlerim kendi işimi kurma kararımı onaylıyorlar. Arkadaşlarım kendi işimi kurma konusundaki kararımı onaylıyorlar. Toplumda kendi işine sahip olanların daha çok takdir edildiği düşüncesindeyim. Kendi işine sahip olanların daha itibarlı olduğu düşüncesindeyim.	0,556 0,782 0,679 0,809	%20,760
Girişimciliğe Yönelik Algılanan Davranışsal Kontrol Boyutu Yeteneklerimin ve becerilerimin bir iş kurmak için yeterli olduğu düşüncesindeyim. Geçmiş deneyimlerimin bir iş kurmada önemli katkılar sunacağı düşüncesindeyim. Bir iş kurmak için ihtiyaç olan çabayı gösterme konusunda kendime güveniyorum. Bir iş kurmaya çalıştığımda başarı şansımın yüksek olduğunu düşünmekteyim.	0,502 0,538 0,581 0,691	%15,690
Girişimciliğe Yönelik Tutum Boyutu Kendi işimi kurmayı diğer kariyer fırsatlarından daha fazla arzu etmekteyim. Kendi işimi kurmaya çaba sergilendiğim sürece sorun yaşamayacağım düşüncesindeyim. Geleceğe yönelik öncelikli amacım, kendi işimi kurmaktır. Kendi işime sahip olmak düşüncesinden büyük haz alıyorum.	0,662 0,755 0,815 0,806	%11,479
* Rotasyon Yöntemi: Varimax		Toplam Açıklanan Varyans: %74,031
KMO = 0,950; $\chi^2(136) = 3887,904$; Bartlett Küresellik Testi (p) = 0,000		

Açıklayıcı faktör analizi uygulamasından önce, örneklem büyüklüğünün faktör analizi yapma uygun olup olmadığını test etmek amacıyla Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi uygulanmıştır. Analiz sonucunda KMO değerinin 0,950 olduğu belirlenmiştir. Bu bulgu doğrultusunda, örneklem yeterliliğinin faktör analizi yapmak için “iyi derecede yeterli” olduğu sonucuna ulaşılmıştır. KMO değeri olarak 0,5-1,0 arası değerler kabul edilebilir olarak değerlendirilirken, 0,5’in altındaki değerler faktör analizinin söz konusu veri seti için uygun olmadığını göstergesidir. Ancak genel olarak araştırmacılar tarafından tatminkâr olarak düşünülen minimum KMO değeri 0,7’dir (Altunışık vd., 2010: 266). Ayrıca Bartlett küresellik testi sonuçları incelendiğinde, elde edilen ki kare değerinin ($\chi^2(136) = 3887,904$; $p < 0,01$) kabul edilebilir olduğu görülmüştür

Araştırma katılımcılarının girişimcilik eğilimi, 17 maddeden oluşan dört boyutlu ölçek ile ölçülmeye çalışılmıştır. Bu dört alt boyut, girişimcilğe yönelik genel eğilim, girişimcilğe yönelik algılanan sosyal norm, girişimcilğe yönelik algılanan davranışsal kontrol ve girişimcilğe yönelik tutumdur. Bu çerçevede, aracın faktör desenini ortaya koymak amacıyla açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Faktörleştirme yöntemi olarak temel bileşenler analizi; rotasyon/döndürme yöntemi olarak da varimax seçilmiş ve bu faktörlerin toplam varyansı ne oranda açıkladığı ortaya çıkmıştır (Malhotra, 2007: 616- 619).

Açıklayıcı faktör analizinde, faktör yük değerleri için kabul düzeyi 0,50 düzeyindedir. Dört faktör için yapılan analizde, maddeler, binişiklik ve faktör yük değerlerinin kabul düzeyini karşılayıp-karşılamaması açısından değerlendirildiğinde, faktör yüklerinin istenilen düzeyde olduğu ve binişiklik olmadığı tespit edilmiştir. Faktör yüklerinin 0,502-0,823 arasında iyi olduğu görülmektedir. Varimax döndürmesi sonuçlarında maddeler toplam 4 faktör altında toplanmıştır. Bu faktörler toplam varyansın %74,031’ini açıklamaktadır. Çok faktörlü yapılarda, açıklanan varyansın %40’ın üzerinde olması yeterli olarak kabul edilir. Bu çerçevede, tanımlanan bir faktörün, toplam varyansa yaptığı katkının yeterli olduğu görülmektedir. Tabloda görüldüğü üzere birinci faktör olan “*Girişimcilğe Yönelik Genel Eğilim*” toplam varyansın %26’sını, ikinci faktör “*Girişimcilğe Yönelik Algılanan Sosyal Norm*” yaklaşık %21’ini, üçüncü faktör “*Girişimcilğe Yönelik Algılanan Davranışsal Kontrol*” yaklaşık %16’mı ve dördüncü faktör “*Girişimcilğe Yönelik Tutum*” yaklaşık %11’ini açıklamaktadır.

4.4. Kruskal-Wallis H Testi ve Bonferroni Testi Bulguları

Araştırmaya dâhil olan kadın girişimci adaylarının girişimcilik eğilimi ölçeği ve alt boyutlarının eğitim durumuna göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek üzere, Kruskal Wallis H testi uygulanmıştır.

Tablo 4: Kadın Girişimci Adaylarının Eğitim Durumuna Göre Girişimcilik Eğilimlerine Yönelik Olumlu Tutum Puanı Arasındaki Farka İlişkin Kruskal-Wallis H Tablosu

Tanıtıcı Özellikler	Ölçek Alt Boyutları				
	Girişimciliğe yönelik genel eğilim	Girişimciliğe yönelik algılanan sosyal norm	Girişimciliğe yönelik algılanan davranışsal kontrol	Girişimciliğe yönelik tutum	Girişimcilik eğilimi
	Sıra Ort.	Sıra Ort.	Sıra Ort.	Sıra Ort.	Sıra Ort.
Eğitim Durumu					
İlkokul (1)	443,34	440,69	446,53	442,27	439,98
Ortaokul (2)	472,73	500,76	502,26	506,74	487,78
Lise (3)	554,81	547,96	537,73	551,07	555,28
Ön lisans (4)	653,16	644,94	608,25	625,37	647,28
Lisans (5)	651,66	579,27	641,25	536,72	609,34
Lisansüstü (6)	630,50	587,30	625,70	496,90	561,30
KW	52,926	41,886	35,499	36,564	47,007
<i>P</i>	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
<i>Bonferroni</i>	1<3, 1<4, 1<5, 2<3, 2<4, 2<5	1<3, 1<4, 2<4	1<3, 1<4, 1<5	1<3, 1<4	1<3, 1<4, 1<5, 2<4

Tablo 4'te Katılımcıların eğitim durumuna göre girişimcilik ölçeği alt boyutlarından girişimciliğe yönelik genel eğilim boyutunun istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir ($p<0.05$). Bu manidarlığın hangi gruplar arasında olduğunu görmek için Post-Hoc testlerinden Bonferroni testi yapılmıştır.

Ön lisans mezunu olanların girişimciliğe yönelik genel eğilimin diğer eğitim durumu gruplarına göre daha yüksek olduğu görülmüştür. Bonferroni testine göre farklılık yaratan gruplar tespit edilmiştir. Buradan hareketle, ilkokulu mezunu olan grup lise, ön lisans, lisans gruptan olanlardan, ortaokul mezunu olan grup lise, ön lisans, lisans gruptan olanlardan farklıdır. Katılımcıların eğitim durumuna göre girişimcilik ölçeği alt boyutlarından girişimciliğe yönelik algılanan sosyal norm boyutunun istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir ($p<0.05$). Ön lisans mezunu olanların girişimciliğe yönelik algılanan sosyal norm diğer eğitim durumu gruplarına göre daha yüksek olduğu görülmüştür. İlkokulu mezunu olan grup lise, ön lisans gruptan olanlardan, ortaokul mezunu olan grup ön lisans gruptan olanlardan farklıdır. Katılımcıların eğitim durumuna göre girişimcilik ölçeği alt boyutlarından girişimciliğe yönelik algılanan davranışsal kontrol boyutunun istatistiksel açıdan

anamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir ($p<0.05$). Ön lisans mezunu olanların girişimcilğe yönelik algılanan davranışsal kontrol diğer eğitim durumu gruplarına göre daha yüksek olduğu görülmüştür. İlkokulu mezunu olan grup lise, ön lisans, lisans gruptan olanlardan farklıdır. Katılımcıların eğitim durumuna göre girişimcilik ölçeği alt boyutlarından girişimcilğe yönelik tutum boyutunun istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir ($p<0.05$). Ön lisans mezunu olanların girişimcilğe yönelik tutumun diğer eğitim durumu gruplarına göre daha yüksek olduğu görülmüştür. Yapılan Bonferroni testine göre farklılık yaratan gruplar tespit edilmiştir. Dolayısıyla ilkokulu mezunu olan grup lise, ön lisans gruptan olanlardan farklıdır. Katılımcıların eğitim durumuna göre girişimcilik ölçeğinin istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir ($p<0.05$). Ön lisans mezunu olanların girişimcilik eğiliminin diğer eğitim durumu gruplarına göre daha yüksek olduğu görülmüştür. İlkokulu mezunu olan grup lise, ön lisans, lisans gruptan olanlardan, ortaokul mezunu olan grup ön lisans gruptan olanlardan farklıdır.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bir ülke ekonomisinin kalkınması, sürdürülebilir olması, istihdam olanaklarının yaratılması, işsizliğin azaltılması kısacası refah seviyesinin artması, ülkenin sahip olduğu doğal kaynaklar, fiziki sermaye ve beşeri sermaye gibi potansiyellerini kullanmasına bağlıdır. Bu potansiyeli harekete geçirebilecek unsurlardan biri de kadın girişimciliğidir. Bu bağlamda, ekonomik yaşama dâhil olma oranı erkeklerin gerisinde olan kadınların istihdamlarını ve girişimciliklerini artırmak OECD ülkeleri arasında kadın istihdam oranında sonuncu olan ülkemiz için son derece önemli ve öncelikli bir konudur. Kadın girişimci sayısının artırılmasında, kadın girişimciliğin teşvik edilmesinde birtakım yollar izlenebilir, yatırım ortamı iyileştirilebilir. Öncelikle, kadınların nasıl birer girişimci olabileceklerini, nasıl bir yol izleyeceklerini, finansal kaynak erişimini nasıl sağlayacaklarını öğrenmeleri gerekmektedir. Bunun için kadınlara gerek halk eğitim merkezleri yoluyla gerekse de üniversiteler aracılığıyla girişimcilik eğitimi/mentorlük verilebilir. Eğitim kadınların girişimcilğe katılmalarında önemli bir konudur hele de bir ülkede hala okuma-yazma bilmeyenler var ise daha da önemli bir konudur. Kadın girişimcilerin eğitim düzeyi ile iş kurma nedenleri arasında bir ilişki olduğundan dolayı, kız çocuklarının, genç kızların ve yetişkin kadınların meslek sahibi olabilmeleri için meslek edinme olanaklarından daha fazla faydalanmaları sağlanmalıdır.

Muş ilinde yürütülen bu pilot çalışma ile kadınların hanelerine gelir sağlamak amacıyla (kayıt altına alınmamış) pek çok iş yaptıkları görülmüştür. Katılımcıların “gelecekte yeterli kaynak ve fırsat olursa kendi işimi kurmayı çok istiyorum”, “gelecekte kendi işimi kurma

olasılığım çok yüksektir”, “geleceğe yönelik öncelikli amacım, kendi işimi kurmaktır” gibi anket ifadelerine vermiş oldukları cevaplar, imkân verildiği/yatırım ortamı oluşturulduğu takdirde iş yeri sahibi olmak istediklerini ortaya çıkarmıştır.

Çalışmaya katkı sağlaması, yol göstermesi açısından, MUŞ Ticaret ve Sanayi Odasına kayıtlı kaç kadın işletmeci/girişimci olduğu bilgisine ulaşılmıştır. Buna göre, 1750 işletmenin varlığına karşın bu işletmelerin yalnızca 128’inin kadın işletmeciye kayıtlı olduğu ve bu işletmelerden sadece 30’unun bayan işletmeci tarafından işletildiği verilerine ulaşılmıştır. Bu veriler Muş ilinde kadın girişimciliğinin geliştirilmesi gereken bir konu olduğunun diğer bir göstergesidir.

Çalışmada ayrıca, ön lisans mezunu kadınların girişimcilik eğilimlerinin, girişimciliğe yönelik genel eğilimlerinin, girişimciliğe yönelik algılanan sosyal norm düzeylerinin ve girişimciliğe yönelik tutumlarının diğer eğitim durumu gruplarına göre daha yüksek olduğu sonucuna varılmıştır.

Kadınların girişimcilik eğilimlerinin belirlenmesine yönelik ifadelerle verdikleri cevapları özetlemek ve girişimcilik eğilimi boyutlarını saptamak amacıyla açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Girişimcilik eğilimi faktör analizine göre, girişimciliğe yönelik genel eğilim faktörüne katılım, girişimciliğe yönelik algılanan sosyal norm faktörüne katılım, girişimciliğe yönelik algılanan davranışsal kontrol faktörüne katılım ve girişimciliğe yönelik tutum faktörlerine katılım yüksek düzeydedir. Dünyada olduğu gibi ülkemizde de kadın girişimciler homejen bir yapı oluşturmamaktadır. Şehirlerde daha eğitilmiş, iş kurmak için daha fazla sermayeye sahip kadınlar varken; girişimciliği geçim aracı olarak gören kırsaldaki kadınlar, daha eğitimsiz ve daha az sermayeye sahiptir. Buradan hareketle, gerek merkezde gerekse de ilçe ve köylerde ankete katılan girişimci aday kadınların, girişimcilik eğilimini etkileyen boyutlara yüksek düzeyde katılım göstermeleri önemli bir sonuç olarak görülebilir.

Bu çalışma sınırlı bir örneklem ve kısıtlı bir zamanda gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın diğer illerde gerçekleştirilmiş olan benzer çalışmalarla karşılaştırıldığı/değerlendirildiği zaman Türkiye’nin kadın girişimci potansiyelini ve kadın girişimcilik kültür yapısını anlamaya ve bütüncül bir bakış açısı kazandırmaya katkı sağlayabileceği düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Akehurst, G., Simarro, E., and Mastur, A. (2012). "Women entrepreneurship in small service firms: Motivations, barriers and performance", *The Service Industries Journal*, 32(15), 2489- 2505.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., ve Yıldırım, E. (2010). Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri, Adapazarı: Sakarya Kitabevi.
- Çakıcı, A. (2006). "Mersin'deki kadın girişimcilerin iş yaşamını etkileyen faktörler", *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8 (4), 54-78.
- Çelik, C. ve M. Özdevecioğlu (2001). "Kadın Girişimcilerin Demografik Özellikleri ve Karşılaştıkları sorunlara İlişkin Nevşehir İlinde Bir Araştırma", 1. Orta Anadolu Kongresi, Nevşehir, 487-498.
- Ecevit, Y. (1993). Kadın girişimciliğin yaygınlaşmasına yönelik bir model önerisi, *Kadını Girişimciliğe Özendirme ve Destekleme Paneli Bildiriler ve Tartışmalar*, Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, Yayın No:74, 15-34.
- Ekonomist Online (2016). "Kadınlara girişim desteği", <http://www.ekonomist.com.tr/kapak-konusu/kadnlara-girisim-destegi.html>, (Erişim: 19.03.2018).
- Frear, D. (2007). "Rural female entrepreneurs: A demographic survey in rural Pennsylvania", *Journal of Business and Public Affairs*, 1(2), 12-21.
- Göküş, M., Özdemiray, S. M., ve Göksel, Z. S. (2013). "Bölgesel kalkınmada kadın girişimciliğinin önemi", *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 29, 87-97.
- Güney, S. (2015). Girişimcilik: Temel kavramlar ve bazı güncel konular, Ankara: Siyasal Kitabevi
- Hisrich, D. R., and Peters, P. M. (2002). *Entrepreneurship*, USA: McGraw- Hill Irwin.
- İplik, E. (2012). Osmaniye ili kırsalında kadın girişimciliği, Çukurova Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Doktora Tezi
- İraz, R. (2010). Girişimcilik ve Kobiler, Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları.
- Kalaycı, Ş. (2009). SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri, Ankara: Asil Yayıncılık.
- Kaya, A. (2017). Bilişim ve iletişim çağında girişimcilik ve Kobi yönetimi, Konya: Eğitim Kitabevi.
- Knight, G. (1997). "Cross-cultural reliability and validity of a scale to measure firm entrepreneurial Orientation", *Journal of Business Venturing*, 12(3), 213-225.
- Kuratko, D. F., and Hodgetts, R. M. (1995). *Entrepreneurship: A contemporary approach*, Fort Worth: The Dryden Press.
- Kutunis, R. Ö., ve Alparlan S. (2006). "Girişimci ve yönetici kadınların profilleri farklı mıdır?", *Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 8(2), 139-153.
- Landström, H. (2005). *Pioneers in entrepreneurship and small business research*. New York:Springer.
- Lumpkin, G. T., and Dess, G. G. (2001). "Linking two dimensions of entrepreneurial orientation to firm performance: The moderating role of environment and industry life cycle", *Journal of Business Venturing*, 16(5), 429-451.
- Malhotra, K. N. (2007). *Marketing research, an applied orientation*. 5th ed., New- Jersey: Prentice-Hall.

- Meydan, M.C. (2013). Girişimciliğin ölçülmesi: Türkiye için bölgesel girişimcilik endeksi önerisi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi.
- Mirze, S.K. (2002). Introduction to business, Istanbul: Literatür Publishing.
- Morris, M.H., Davis, D.L.,and Allen, J.W. (1994). “Fostering corporate entrepreneurship:Cross-Business Studies”, 25 (1), 65-89.
- Palaz, S., ve Turgut, B. (2009). “Kadın girişimcilerin kişisel ve iş yaşamına ilişkin özellikleri, motivasyonları ve beklentileri üzerine bir araştırma: Bandırma örneği”, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 4 (1), 99-115.
- Patgaonkar, M. S. (2010). “Entrepreneurship development amaong women in Shriampur Taluka of Ahmednagar District”, The IUP Journal of Entrepreneurship Development, 3 (1), 51-62.
- Schumpeter, J. A. (1934). The theory of economics development Oxford, U.K: Oxford University Press.
- Sekeran, U. (1992). Research methods for business- a skill-building app- instructor’s resource guide with test question&transparency masters, John Wiley&Sons, Incorpo.
- Soysal, A. (2010). “Kadın girişimcilerin özellikleri, karşılaştıkları sorunlar ve iş kuracak kadınlara öneriler: Kahramanmaraş ilinde bir araştırma”, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, 5(1), 71-95.
- Taşlıyan, M., Hırlak, B., Çiftçi, B., ve Fidan, Enise (2016). “Kahramanmaraş’taki kadın girişimcilerin özellikleri, girişimci olma nedenleri ve karşılaştıkları sorunlar”, Elazığ: I. Uluslararası Sosyal Bilimler Sempozyumu Tam Metin Bildiri Kitabı, 2522-2540.
- Uygun, M., ve Güner, E. (2016). “Gençlerin girişimcilik eğilimlerinde girişimci ve girişimcilik algılarınınrolü”, Aksaray Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi 8(3), 55-66.
- World Economic Forum (2017). “The global gender gap report”, <http://www3.weforum.org>, (Erişim:09.04.2018)
- Yetim, N. (2002). “Sosyal sermaye olarak kadın girişimciler: Mersin örneği”, Ege Akademik Bakış Dergisi, 2(2), 79-92.
- Yıldırım, A., ve Şimşek, H. (2005). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri, Ankara: Seçkin Yayıncılık.