

Kadın Girişimciler Schumpeter'in Girişimcisi Olursa...

What if Women Entrepreneurs Become Schumpeterian Entrepreneur...

**Yrd. Doç. Dr. Bahar Araz
TAKAY***
Başkent Üniversitesi

Doç. Dr. İpek Kalemci TÜZÜN
Başkent Üniversitesi

ÖZ

Girişimciliğin iktisadi gelişmenin motoru olduğu yadsınmaz bir gerçekliktir. Girişimcilik tarihsel süreç içerisinde farklı dönemlerde farklı yazarlar tarafından değişik anlamlarla ifade edilmiş olsa da, kavramın iktisadi gelişmedeki anahtar rolü herkes tarafından kabul edilmiştir. Bu çalışma, girişimciliğin iktisadi gelişme içerisindeki rolünü en anlamlı bir biçimde ortaya koyan Schumpeter'in girişimciliği üzerinedir. Schumpeter'in girişimciye atfettiği kişilik özellikleri ve girişimcileri motive eden güdüler; girişimcinin ortalama kişilerden farklı özelliklere sahip kişiler olduğunu ortaya koymaktadır. Aynı zamanda, Schumpeter'in girişimcilik teorisi sadece iktisadi değil; toplumsal özellikleri de içine alan bir girişimci profilini ortaya koymaktadır. Ankara ve çevre ilçelerinde 41 kadın ile yaptığımız görüşmeler, ilk ağızdan bunun kadın girişimciler üzerinde bir karşılığı olduğunu göstermektedir. Elde ettiğimiz mülakat sonuçlarını nitel analiz yöntemi ile değerlendirdiğimizde, Kadın girişimcilerin; Schumpeter'in girişimcisine atfettiği kişilik özelliklerine sahip olduğu ortaya çıkarken; temel motivasyon kaynaklarındaki benzerlik de dikkat çekicidir.

Anahtar Sözcükler: Kadın Girişimciliği, Schumpeter, Nitel analiz, İktisadi Gelişme

ABSTRACT

Although at different times of the historical process, entrepreneurship has been expressed by using different terms by different authors; entrepreneurship's key role in the economic development has been accepted. This study is based on Schumpeter's interpretation of entrepreneurship which has the most meaningful rationalization of its role in the economic development. Personality traits that Schumpeter attributed to entrepreneurs their entrepreneurial instincts; it is evident that entrepreneurs have different characteristics compared to average individuals. Schumpeter's theory of entrepreneurship is not only economic; reveals an entrepreneurial profile can incorporate social features. The interviews conducted with a total of 41 women, in Ankara, indicate in first-hand that this is a provision on women entrepreneurs. When we evaluate the interviews results of women entrepreneurs using qualitative analysis tools; personality traits attributed to entrepreneurs by Schumpeter have emerged and the similarities in their basic motivation sources have been found remarkable.

Keywords: Women entrepreneurship, Schumpeter, Qualitative analysis, Economic development

1. GİRİŞ

Girişimciliğin evrimsel yolculuğu insanın evrimsel yolculuğu ile çakışan bir seyir izlemektedir. Kavramın günümüz dünyasında ifade ettiği anlamdan oldukça farklı bir konumda tarih sahnesinde yerini alması, kavrama yüklenen anlamları farklılaştırırsa bile; özünde ulaşılan yer aynı olmaktadır. Toplumsal gelişmenin itici gücü olma özelliği her dönem geçerliliğini korumuştur. İnsanlık tarihinin toplayıcılıktan tarım devrimine, sanayi devrimine ve günümüz bilgi çağına kadar geçirdiği evreler girişimciliğin de tarihini yansıtmaktadır. Alet kullanmaya başlayan ilk insanın, hayatını kolaylaştıracak ve hayatta kalmasını sağlayacak eylemler içinde bulunması ilk girişimcilik hamlesi olarak değerlendirilebilir.

Girişimcilik kavramının kökeni Fransızca “entreprendre” kelimesi ile ilişkili olup “bir şey yapmak” anlamına gelmektedir (Oseifuah, 2010). Kavramın kökeni, girişimciliğin her dönemde içerdiği anlamlarla bütünlük içerisinde. En basit tanımıyla bir şey yapmak ve bir görevi üstlenmek...

Kavramın kökeni çok eskilere dayanmakla birlikte, özellikle 18. Yüzyılda dönemin mucitlerini tanımlamak için kullanılırken; günümüzdeki kullanımına uygun ilk tanım R. Cantillon tarafından yapılmıştır. Cantillon (1755)’de girişimciliği, kavramın kökenine uygun bir biçimde tanımlarken, girişimciyi riski üstlenen kişi olarak belirtmiştir. Cantillon’un iktisadi analizinde, kapitalistler toprak sahibi olarak değerlendirilirken, üretim faktörleri içinde işçiler ve kapitalistler arasında arabuluculuk yapan girişimciler de vardır. Cantillon’un girişimcilik analizi günümüz girişimcisinin katlanmak zorunda olduğu temel zorlukları da barındırmaktadır. Piyasanın belirsizliği, girişimcilikte karşılaşılan en temel zorluktur. J.B Say’ın analizinde girişimcilik daha merkezi bir konuma yerleşirken, girişimciliğin yöneticilikle olan bağlantısı vurgulanmakta ve girişimciler risk alan ücretli işçiler olarak değerlendirilmektedir (Praag, 1999).

Girişimciliğin tarihsel gelişiminin incelenmesi bu çalışmanın amacın dışında yer almaktadır. Bu anlamda, çalışmada ileri sürülen ve girişimciliğe atfedilen anlamın Schumpeter’in teorisi çerçevesinde değerlendirmek ve onun girişimcisinin kişilik özellikleri ile yaptığımız çalışmada kadın girişimcilerin özelliklerini birlikte ele almak çalışmayı daha anlamlı bir noktaya taşımaktadır. Girişimcilik, günümüzde Schumpeter’in “yaratıcı yıkım” teorisinin aktörü “girişimciler” temelinde ele alınmaktadır. Schumpeter’in girişimcisinin sahip olduğu kişilik özellikleri, onları ortalama insandan ayırırken; girişimciliğin sadece bir üretim faktörü olmadığı, onun ötesinde anlamlar içerdiğini de vurgulaması açısından önemlidir. Bu noktada belirtilmesi gerekir ki, onun girişimcilik kuramı; iktisadi, tarihsel, sosyal, kültürel ve psikolojik faktörleri içinde barındıran bütüncül bir kuramdır.

Bu çalışma üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde, Schumpeter’in girişimcisinin kişilik özellikleri ve motivasyon kaynakları ele alınacak; ikinci bölümde çalışmanın yöntemi ortaya konulacaktır. Bu çalışmada yarı yapılandırılmış derinlemesine mülakat yöntemi ile 41 Kadın girişimci ile yapılan görüşmelerin kayıt altına alınması ve kodlama tekniği ile ilk ağızdan kadın girişimcilerin kendi kişilik özelliklerini nasıl tanımladıkları ve temel motivasyon kaynaklarının neler olduğu üzerinedir. Son bölümde, yöntem kısmında ortaya çıkan özelliklerin Schumpeter’in tanımladığı kişilik özellikleri ve motivasyon kaynakları ile kadın girişimcilerin kendi ifadeleri ile tanımladıkları özelliklerin birbirine uyup uymadığı tartışılacaktır.

2. GİRİŞİMCİLER KİŞİLİK ÖZELLİKLERİNE KAVUŞUYOR...; KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Girişimcilik, yukarıda da belirtildiği üzere, kavramsal olarak incelendiğinde “bir görevi üstlenen ve bir şey yapmak” anlamına gelmekle birlikte, temelde; iktisadi gelişme ve değişim ile ilişkili bir kavramdır. Girişimcilik tarihsel süreç içerisinde çeşitli anlamlar ile ifade edilmiş olsa da, girişimcilik ve iktisadi gelişme ilişkisini inceleyen ilk iktisatçı Schumpeterdir. Böylece girişimciliği

Schumpeter'in çizgisinde tanımladığımızda "ekonomik büyüme ve kalkınmanın itici gücü" olarak ifade edebiliriz (Araz Takay ve Güler Aydın, 2013).

Schumpeter'in iktisadi gelişme teorisinde, girişimci; değişime neden olan içsel faktörler olarak görünmektedir. Girişimcinin başlangıç noktası olarak alınması, onun kuramının temelini yöntemsel bireyciliğe dayanması ile ilişkilidir (Reisman, 2004). Schumpeter ortaya koyduğu iktisadi gelişme modeli, sistemin değişimi nasıl sağladığını sorgularken, kapitalist sistemde bu değişimin ancak ve ancak yeni 'yenilikler' ve var olanın yıkılıp yeni olanın onun yerine geçmesi ile mümkün olacağını belirtir. Bu sürecin asıl aktörü de girişimcilerdir. Kısaca yenilik; kendi ifadesiyle "Üretimin yeni metodlar ile yapılması, yeni mallar, organizasyonların yeni bir form kazanması, yeni arz kaynakları, yeni ticari yollar ve yeni piyasalar..." olarak tanımlanmaktadır (Schumpeter, 1934:68). Yenilik olarak ortaya konulanların iktisadi yapıya sunulması iktisadi gelişmeyi göstermektedir (Schumpeter, 1934, Araz Takay ve Güler Aydın, 2013).

Schumpeter'in tanımladığı yenilik ve onun aktörü girişimci "yaratıcı yıkım" sürecinin belirleyicileridir. Ve bu süreç kapitalizmin esasıdır. (Schumpeter, 1934). Yaratıcı yıkım süreci "ekonomik yapının radikal biçimde değişimi, eski yapının bozulması ve yeni yapının yaratılması" olarak tanımlanmaktadır (Schumpeter, 1934:83). Bu süreci belirleyen ve yaratan kişi girişimcidir. Kısaca, girişimci eski yapının ortadan kalkmasını ve yeni yapının oluşmasını sağlar (Brouwer, 2002).

Bu anlamda, Schumpeter'de ekonomik değişimin bir grup insanın kişilik özelliklerine indirgenmiş olduğunu söylemek mümkündür. Böylece merak uyandıran soru Schumpeter'in girişimcisinin taşıdığı kişisel özellikleri ve sahip oldukları temel motivasyon kaynakları neler olduğunun sorgulanmasıdır. Her şeyden önce, Schumpeter, girişimcilerin özel insanlar olduğunu ve farklı kişilik özelliklerine sahip olduğunu ortaya koyan ilk iktisatçıdır. Kısaca, Schumpeter'in girişimcisi, kar-zarar hesabı yapan ve alışılmış davranışlara göre hareket eden olarak tanımladığı ortalama bireyden farklı özellikler göstermektedir. Kendi ifadeleriyle girişimci "ortaçağ şövalyelerine" benzemektedir (Schumpeter, 1934). Bu anlamda, ana akım iktisadın rasyonel davrandığını varsaydığı bireyden farklı olarak kahramanlık özelliklerine sahip, bir üretim faktörü olmanın çok ötesinde yaratıcı özelliklere sahip bir kişidir (Legris, 2002). Bütün bunlar Schumpeter'in girişimcisinin ekonomik bir bireyden farklı, bir takım güdüler ile hareket eden özelliklere sahip bireyler olduğunu göstermektedir. Bu girişimci, vizyon sahibi, cesaretli ve büyük ölçüde insiyatif elinde bulundurma yeteneği olan ve ekonomik bir figürden ziyade kahramanlık özelliklerini benliğinde barındıran kişilerdir ve kahramanlar azınlıktadır (Schumpeter, 1934 ve Elliott, 2001). Burada vurgulanması gerekli önemli bir nokta da, girişimciliğin kalıtsal olmadığıdır. Schumpeter girişimcilik modelini, bireylerin ekonomik davranışlarını toplumsal boyutu ile birlikte inceleyerek şekillendirmiştir. Böylece, Schumpeter girişimciyi hem psikolojik faktörlerin etkisi altında hem de sosyolojik açıdan değerlendirmektedir¹.

Bütün bu özellikler Schumpeter'de girişimcinin güdüler ile hareket eden bireyler biçiminde algılanmasına neden olmaktadır. Yöntemsel bireycilik anlayışını benimsemekle birlikte, güdülerin etkisi altındaki bireyin davranışları; toplumsal ve tarihsel koşullar tarafından belirlenmektedir. İnsan güdülerini biçimlendiren bireysellik değil, toplumsal koşullardır (Basılğan, 2011). Güdülerin şekillendirdiği girişimcilerin temel motivasyon kaynakları kazanç güdüsünden ziyade, başarının merkezde konumlandığı bir özelliğin; girişimcilik motivasyonunun itici gücü olmasıdır. Bu da Schumpeter'in girişimcisinin hazcı olmayan karakterini göstermektedir (Araz Takay ve Güler Aydın, 2013). Yaratma zevki ve başarıma arzusuyla biçimlenen girişimci, kendi krallıklarını kurma yolunda ilerleme göstermektedir. Yeni krallık eskisinin yıkılıp yenisinin yeni kurumsal yapı ile birlikte şekillenmesi ile kurulacaktır. Yani, kahraman girişimci "özel krallığını kurmaya istekli bir güce sahip olmalıdır" (Schumpeter, 1934:42). Girişimciliğin toplumsallık özelliği dikkate alınarak değerlendirilmesi, Schumpeter'in "Capitalism, Socialism and Democracy" (1942) çalışmasında daha net bir şekilde görülmektedir.

"Girişimcilerin işlevi bir buluş keşfederek, ya da daha genel olarak, denenmemiş bir teknolojik olanağı kullanarak yeni bir mal üretmek ya da eskisini yeni bir yöntemle üretmek, yeni bir mal arzı kaynağına ya da ürünler için yeni bir pazara girerek, sanayiye yeniden yapılandırarak benzeri

üretim modelini yeniden düzenlemek ya da kökten değiştirmektir.....herkesin anladığı rutin görevlerin dışına çıkılması anlamına geleceğinden veçevrenin, toplumsal şartlara göre, basit bir şekilde yeni bir şeyi satın almaktan ya da finanse etmekten kaçınmasından onu üreten kişiye fiziksel saldırıya kadar birçok biçimde ona tepki göstereceğinden ayırıcı bir ekonomik işlev içermektedir.” (Schumpeter, 1942: 132).

Yukarıdaki ifade, Schumpeter’de girişimciliğin bireylerin ekonomik davranışlarının toplumsal anlamda karşılık bulduğunun göstermektedir. Schumpeter’in girişimcisinin ana akım iktisadın ortaya koyduğu kendi çıkarını düşünen birey varsayımından farklı bir yerlerde konumlanması, yeniliklerin sosyal hayata sokularak iktisadi gelişmenin sağlanması yönünde önemli adımların atılmasına imkan vermektedir. Aynı zamanda, önceden yapılmamış olanı yapma ve bununla karşılaşılana dirence karşı koymak, girişimcilerin rutin her tarafa yayılan rolüne karşı çıkma işlevini de üstlendiğini göstermektedir. (Fagerberg, 2002). Kısaca, yeni bir şeyler yapmak ve alışılmış olanın dışına çıkmaya gösterilen direnç girişimcilerin karşılaştıkları zorlukları belirtmesi açısından önemlidir. Çünkü “yeni birşeyler yapmak rutin alanına ait bazı şeyleri yapmaktan çok daha zordur” (Schumpeter, 1939: 99). Burada belirtilmesi gereken önemli bir husus da, karşılaşılana engellerin her türlü engelli kapsamasıdır. Politik ve yasal engellerin yanı sıra yeniliğe olan direncin fiziksel şiddete kadar uzanması mümkün olmaktadır (Schumpeter, 1934).

Girişimcilerin alışılmışın dışında sahip oldukları kişilik özellikleri onları özel insanlar yaparken, diğer taraftan değişimin ve dönüşümün itici güçleri olmalarını sağlamaktadır. Böylece, her türlü olumsuzlukla karşılaşma ve alaya alınma riskine rağmen cesur olan kişiler Schumpeter için girişimci özelliğine sahiptir ve bu özellik vizyon sahibi olma ile bütünleştiğinde kapitalist sistemin içsel değişimini sağlayan bireyler olma misyonunu üstlenmelerini sağlamaktadır.

Maddi kazancın temel motivasyon olmadığı, asıl güdünün başarıma isteğinde düğümlendiği Schumpeter’den girişimciler, rasyonel ve hedonist arzuların pençesindeki ortalama bireyden oldukça farklı bir yerlerde konumlanarak, üstün bir takım özelliklerin şekillendirdiği birey olma özelliklerine sahiptir. Kısaca, Schumpeter’in girişimcisi alışılmışın dışına çıkma rolünü üstlenen kişilerdir ve olağanüstü şartlarda karar verme yeteneğine sahiptirler (Basılğan, 2011).

Bu çalışma temelde, Schumpeter’in girişimcisinin sahip olduğu kişilik özellikleri ve girişimcilerin motivasyon kaynaklarını belirleyen güdülerinin neler olduğunu kuramsal olarak ortaya koyarken, diğer taraftan uygulamada bunun karşılığının olup olmadığının sorgulanması üzerinedir. Tüm bu kavramsal açıklamalar ışığında bu çalışma Ankara’daki kadın girişimcilerin Schumpeter’in tanımladığı girişimcilere atfettiği kişilik özelliklerini taşıyıp taşımadıkları ile Schumpeter’in belirttiği temel motivasyon kaynaklarıyla uyumlu olup olmadığı araştırılacaktır.

3. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ VE ÖRNEKLEMİ

Bu çalışma nitel bir araştırma olarak kurgulanmış, nitel analiz yöntemlerinden yarı yapılandırılmış mülakat tekniği kullanılmıştır. Nitel analiz gerçekleştirilmesindeki temel amaç girişimci kadınların kendi tanımlamaları doğrultusunda ve ilk ağızdan oluşan bir yapıyla girişimcilik olgusunu anlamaya çalışmaktır. Nitel analiz yöntemi olguları ve olgular arası ilişkileri anlamak için etkili bir yöntemdir. Kadın girişimciliğindeki etkenleri kavramsallaştırmak ve girişimcilik kavrayışlarını doğru anlamak kadınların mülakat sürecinde belirttikleri her bir kelimeye göz önünde bulundurarak gerçekleştirilebilir. Araştırmada kullanılan yarı yapılandırılmış mülakat tekniği ile çalışmanın yazarları kadınların sosyal ve demografik bilgilerini, girişimciliğe motive eden unsurları içeren mülakat sorularını hazırlamış, görüşmenin akışına bağlı olarak değişik yan ya da alt sorularla kişinin yanıtlarını açması ve detaylandırması sağlanmıştır.

Araştırmanın örneklem oluşturma sürecinde Ankara Kalkınma Ajansının² yardımlarıyla kaymakamlıklar ve belediyelerle iletişime geçilmiştir. Ankara’ya bağlı ilçe kaymakamlıklarına ve belediyelerine Ankara Kalkınma Ajansı tarafından yazı gönderilmiştir. Bazı belediye ve kaymakamlıklardan gelen yazılarda ilçelerde kadın girişimciler bulunmadığına ilişkin geri

bildirimlerde bulunulmuştur. Belediyeler ve kaymakamlıklardan gelen yazılar ile çalışmanın araştırmacılarının TOBB Kadın Girişimciler Kurulu ve ANGİKAD'dan aldıkları geri bildirimler doğrultusunda bir kadın girişimciler havuzu oluşturulmuştur. Söz konusu havuz içerisinde araştırmacılar 55 girişimci kadın rassal örneklem çerçevesinde belirlenmiştir. 55 girişimci kadın içinden görüşmeyi kabul eden Ankara merkez ve 8 çevre ilçeden (Kızılcahamam, Beypazarı, Nallıhan, Güdül, Ayaş, Kalecik, Elmadağ ve Çubuk) toplam 41 kadınla yarı yapılandırılmış mülakat gerçekleştirilmiştir. Araştırmacılar, kadın girişimcilerle mülakatlara Nisan 2013'de başlamış ve Ağustos 2013'te sonlandırmışlardır. Tüm bu süreç boyunca araştırmacıların rassal seçtikleri 19 girişimci kadını Ankara merkezde, 22 girişimci kadını ise ilçelerde (Kızılcahamam, Beypazarı, Nallıhan, Güdül, Ayaş, Kalecik, Elmadağ ve Çubuk) ziyaret etmiştir.

41 kadın girişimci ile gerçekleştirilen mülakatlar ses kaydına alınmış, daha sonra bu ses kayıtları hiçbir değişiklik yapılmadan metne dökülmüştür. Görüşmelere sonunda 814 sayfalık metne ve toplamda 199.450 kelimeye ulaşılmıştır. Söz konusu ve metin ve kelime üzerinden MAXQDA 11 istatistik programının yardımıyla içerik analizi yapılmıştır. Açık uçlu olan bu sorulara verilen cevaplar MAXQDA 11 programına nitel veri analizinde kodlama yöntemi kullanılarak aktarılmıştır. Kodlama yöntemi temelde orijinal veri kaynağı (yapılan görüşmelerin metne dökümü) içinden ilgili "veri parçalarının" (bit of data) alınarak kategoriler içine atanması sürecidir. Kodlamalar genelde kelime, kelime öbeği, cümle ya da cümlelerin kendi içerisinde ortaklık gösterdiği anahtar kelimeler nitel veri analizini yapan araştırmacı tarafından tayin edilerek yapılır. Farklı veri kaynakları (bu araştırmada yapılan her bir görüşme) ilgili analize göre aynı kodlara sahip olabilir. Örneğin kadınları girişimcilğe motive eden sebepler bir görüşmede "başarmak" ile anlamlandırılmışsa başka bir görüşmede de "işlerin mutlaka yerine getirilmesi" olarak anlamlandırılabilir. Bu kavrama ait anlamlar "başarma isteği" anahtar kelimesiyle tek bir kod altında toplanabilir. Araştırmacılar benzer kelime öbeklerini aynı grupta kodlamışlardır. Kodlamalar araştırmanın yazarları ve alanda çalışan üç akademisyenin katkılarıyla gerçekleştirilmiştir.

Yapılan analizler sonucunda aşağıdaki bulgulara ulaşılmıştır.

3.1 Araştırma Bulguları

Çalışmada öncelikle sosyal ve demografik bulgular değerlendirilmiştir. Araştırmada Ankara merkezden 19 kadın girişimci, çevre ilçelerden ise 22 kadın girişimci ile görüşülmüştür. Girişimci kadınların büyük çoğunluğunun eğitim seviyesi lise (%36,6) ve üniversite (%39) düzeyindedir. Çalışmaya katılan girişimcilerin %70,7'si evli, %22'si boşanmış ve geri kalanı bekârdır. 41 kadın girişimciden 23'ünün doğum yeri Ankara ve çevre ilçelerdir. Araştırmaya katılan 41 girişimci kadının yaş ortalaması 41.48'dir. Kadın girişimcilerin yaş dağılımı 23-64 arasında değişmekte, 40-49 ile 50-59 yaş aralığında yoğunlaşmaktadır. Araştırmaya katılan Ankara merkezde bulunan girişimci kadınlardan 12'si hizmet, 1'i imalat, 6'sı hizmet ve imalat faaliyetlerinde bulunmaktadır. Çevrede bulunan girişimci kadınlar değerlendirildiğinde kadınların 8'i hizmet, 1 imalat, 13ü ise hizmet ve imalat faaliyetlerinde bulunduğu görülmektedir.

Kadınların girişimcilik tecrübeleri değerlendirildiğinde araştırmaya katılan 35 kadının ilk girişimcilik deneyimini yaşadıkları görülmektedir. Çevredeki kadınlardan 4'ü daha önce de girişimcilik deneyimine sahip olup merkezdeki girişimci kadınların 17'si ilk girişimcilik deneyimini gerçekleştirmiştir.

Sosyal ve demografik bulguların ardından kadınların kişilik özellikleri ve onları girişimcilğe motive eden unsurlar analiz edilmiştir. Çalışmanın yazarları araştırmaya katılan kadın girişimcilerden, kendi kişilik özelliklerini tanımlamalarını istemiştir. Girişimci kadınların verdiği yanıtlar çalışmanın yazarları tarafından kavramsallaştırılmış ve toplamda 187 kişilik özelliği kodlanmıştır. Çalışmanın bu kısmında nitel analiz kodlamaları hem tablo ve şekillerle nicelleştirilmiş, hem de ilk ağızdan söylenen cümlelere yer verilmiştir. Tablo 1'de girişimci kadınların tanımladıkları kişilik özellikleri ile sıklık ve yüzdeliği verilmiştir.

Araştırmaya katılan girişimci kadınların, %14,44'ü kendilerini sosyal, %11,23'ü hırslı, %9,09'u çalışkan, %9,09'u tuttuğunu koparan olarak tanımlamışlardır. Eğitim seviyesine göre kişilik tanımlamalarına bakıldığında; ilkökul mezunlarının %12,5'i sosyal bir kişiliğe sahiptir. Ortaokul mezunları kendilerini en çok cesur, tuttuğunu koparan, çalışkan, iddialı ve sosyal olarak nitelendirmekte, lise mezunları kendilerini %15,15 oranında hırslı, %13,64 oranında sosyal bir kişiliğe sahip görmekte ve üniversite mezunlarının %15,28'i kendilerini "sosyal", %11,11'i de "hırslı" olarak tanımlamışlardır.

"Dışa dönüğüüm sosyalim evet. Yani şimdi iddialılıkla mütevazılık... İnsan olarak mütevazı ama işimde iddialıyım. Ama hani kibirli miyim, hayır değilim. Hani iddialıyım ama kibirli değilim dostlarım söyler zaten bunu."

Tablo 1: Girişimci Kadınların Tanımladıkları Kişilik Özellikleri

Kişilik Özellikleri	Sıklık	% Yüzde
Sosyal	27	14,44
Hırslı	21	11,23
Tuttuğunu Koparan	17	9,09
Çalışkan	17	9,09
İddialı	15	8,02
Cesur	12	6,42
Azimli	11	5,88
Özgüven	7	3,74
İyi Niyetli	7	3,74
İnatçı	6	3,21
Kararlı	5	2,67
Sabırlı	5	2,67
Yaratıcı	3	1,60
Duygusal	3	1,60
Pozitif	2	1,07
Sakin	2	1,07
Dobra	2	1,07
Dürüst	2	1,07
Güçlü	2	1,07
Hassas	2	1,07
Bilinçli	2	1,07
Mantıklı	2	1,07
Mücadeleci	2	1,07
Titiz	2	1,07
Değişimlere Açık	1	0,53
Fedakâr	1	0,53
Hareketli	1	0,53
Lider	1	0,53
Meraklı	1	0,53
Mükemmeliyetçi	1	0,53
Mütevazı	1	0,53
Takım Çalışmasını Seven	1	0,53
Tez canlı	1	0,53
Yardımsever	1	0,53
İşini seven	1	0,53
Toplam	187	100,00

"Ha evet. Yani ona hırs diyelim. Başarı hırsım var şey hırsım yok hani birinin bir şeyini kiskanıp onu yapayım. Öyle bir karakterim yok."

"Aslında bu farklıydı. Ben çok çalıştım. Bizim ailemizde böyle bir şey var. Herkes çok çalışıyor. Kadınlar da çok çalışıyor erkekler de. Okul zamanı da çok çalıştım. Hani o zaman da başarılıydım. Sonra bir dönem kendi şirketimizde mağazacılık yaptım. Başka bir marka adı altında. O zaman da hiç bugün de işe gitmeyeyim gibi bir şey bilmiyorum, hiç olmadı."

Bekâr girişimci kadınların kendilerini %21,43 oranında "hırslı" ve "sosyal", %14,29 oranında "azimli" olarak görmektedirler. Boşanmış olanların %11,11'i hırslı bir karaktere sahip olduğunu söylerken, evlilerin %15,63'ü "sosyal", %10,16'sı "tuttuğunu koparan", %10,16'sı da "hırslı" bir kişiliğe sahip olduklarını söylemişlerdir.

"Kesinlikle pes etmem kesinlikle kötü düşünmem her zaman için hiçbir zaman yani nasıl söyleyeyim ya bu sıkıntı beni götürür demem. Hatta sıkıntıyı görünce sevinirim ki arkasından büyük bir fırsat gelecektir bana eminim ne zaman sıkışsam peşinden çok büyük bir kolaylık yaşadım. Yerine göre usta bulamadığımız oldu yerine göre müşteriler ilerimle sıkıntı yaşadığımız oldu yerine göre kirada zorlandığım oldu ama hiç birisinde pes etmedim İnsanları çok seviyorum ve karşımdaki insanla empati kurabiliyorum. O da bana bazen eksi getiriyor çünkü ilk önce onu düşünüyorum ben o yüzden"

"tutuğumu koparacağım.. yok kopacak bu günün işini yarına koymam imkan yok yok.. buna annem öyle derdi bu günün işini yarına koyma evladım yarının işi de çıkar o iş kalır. Bu günün işini yarına koymayı sevmem işimi sıralı yaparım temiz yaparım yağlı yapmam "

"Yok iddialıyım. Sosyalliği severim biraz. Sadece, benim mesela burada olduğum saatler bellidir; on buçuk - on bir ile üç arası buradayımdır. Üçten sonra ben kahve içmeye giderim Üçten sonra arkadaşlarımla kuaföre giderim. Yani hani benim belirlidir. Ya da ameliyatım varsa bir saat ameliyatımı yapıp, çok çalışma, belirli saatler arasında çalışırım.."

"Dediğin olmadığı zaman kendin üzülüyorsun, kendin yapıyorsun her şeyi"

Merkezdeki girişimci kadınların %14,12'si kendilerinin sosyal, %11,76'sı da kendilerinin hırslı olduğunu düşünmektedir. İlçelerdeki girişimcilerin %14,71'i kendilerini sosyal, %11,76'sı tuttuğunu koparan, %10,78'i de hırslı olarak tanımlamışlardır.

"Yılmayan birisiyim ilk önce onu söylemeliyim. Mesela 2007 yılında biz çok konuştuk kapatalım diye. Hayır dedim yani her şey inişli çıkışlıdır. Vazgeçmem, bir şeyi kafama koyduysam yaparım. Tabi dışa dönük birisiyim. İnsanları çok seviyorum ama son zamanlarda hakikaten kendi insanlığımı sorguluyorum. Evet, insancılığım, hümanistim, daha iyi şeyler olsun istiyorum ama böyle sıklıkla olumsuz şeyler gördüğüm zaman da açıkçası kendi insanlığımı sorgulamaya başlıyorum. Çünkü çirkin bakmaya başlıyorum etrafa, kendi bakışlarımı sevmiyorum. Kendini de eleştiren birisiyim onu söyleyeyim. Çok tartarım. Yaptığım şeyleri de çok tartarım. Eleştirmeyi severim kötü bir huy aslında eleştirmemek gerekiyormuş onu da yeni öğrendim."

"Çok hassas bir yapıdayım bir kere. Çok hassas bir yapım var. İnsanları kırmak istemeyen, farkında olmadan herhangi bir söz bir şey sarf ettiysem ondan sonra tekrar anında özür dilemeyi bilen, telefon açıp defalarca insanların "Aa niye gelmiyorsun?"... Şimdi benim tanıdığım bir insan buradan geçsin, eğer buraya girmesin iki üç sefer, ben onun evine telefon açarım; "Sen niye hiç uğramıyorsun, hiç gözükümüyorsun, ne var bir şey mi var?" Ben bir de böyle bir insanım. Çünkü Nallıhan'da herkesle birebir ilgilenen konuşan biriyim..."

"Normal yani hani çok aşırı dışa dönük değilimdir, çok içe kapanık da değilimdir. Yani normal o dengede bir şey sanıyorum bende Olumsuz anlamda bir hırsım hiç yok yani hani başarıyı severim demin dediğim şey aslında çok belirleyici yani böyle nasıl deyim yapabileceğim bir şey varsa yaparım yani hani yoksa bırakırım ama yani yapabileceğim varsa... Sonuna kadar onu devam ettiririm. Evet, yani öyle bir şey var ama pes etmeme noktasında da şey var yani".

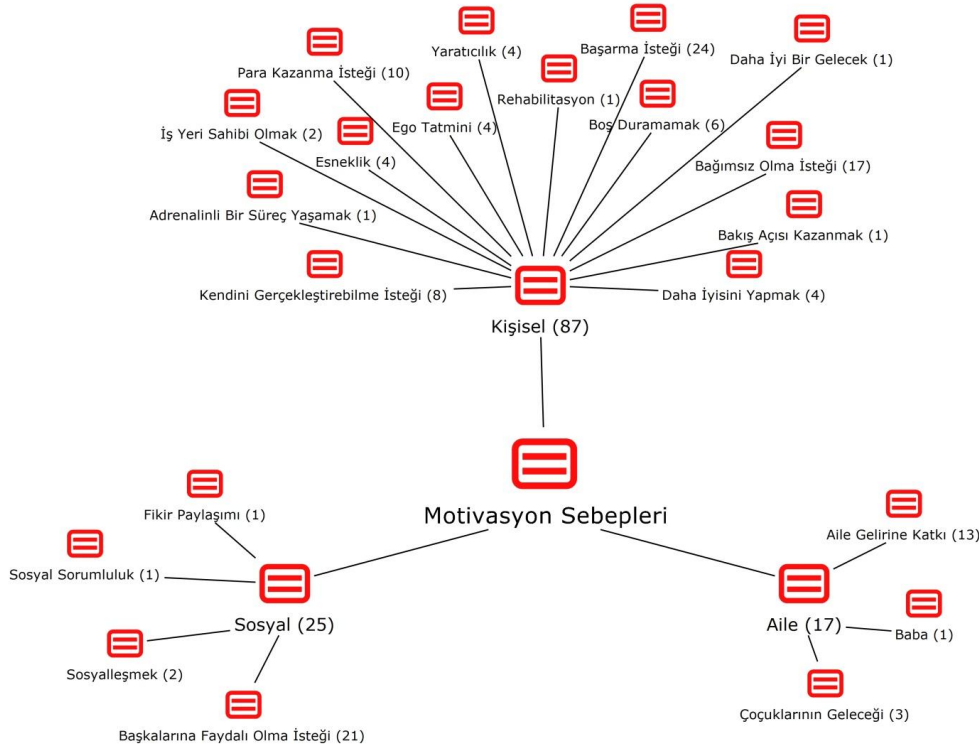
Çalışmanın bir diğer amacı da araştırmaya katılan girişimci kadınları girişimciliğe iten sebepleri anlamaktır. Bu bağlamda araştırmaya katılan girişimci kadınları girişimciliğe motive eden sebepler analiz edilmiş ve yazarların uygun gördüğü anahtar kelimelerle kavramsallaştırılmıştır. 129 kodlama incelendiğinde kadınları girişimciliğe motive eden sebeplerin bireysel, toplumsal ve aile olmak üzere üç farklı kategoriye ayrıldığı görülmüştür. Şekil 1’de girişimci kadınları motive eden sebeplerin ağaçlandırılmış hali bulunmaktadır.

Kadınları girişimciliğe motive eden nedenler incelendiğinde kişisel açıdan “başarma isteği”, “para kazanma isteği”, “bağımsız olma isteği”, “boş durmamak” temel sebepler olarak görülmektedir. Kadın girişimcileri sosyal açıdan motive eden sebeplerin başında “başkalarına faydalı olma isteği” yer alırken, aile açısından “aile gelirine katkı” yer almaktadır.

"Var tabi, var tabi, yani daha iyisine ulaşmak daha kalitelisini yapmak, bunlar hep birbiri ardına gelen şeyler ama bağımsız iş kurmak istememin nedeni daha önceki işimden memnun olmamam, onun dışındaki hiçbir faktör benim için motive edici doğrudan etkili değil. Zaten paramı kazanıyordum, zaten ekonomik özgürlüğüm vardı, aile bütçesine katkı yapmam çok fazla gerekmiyordu, diğer söylediğim şeyler"

"Evet, işte, mutlaka, yani öyle olsa gerek. Yani bugün bakınca öyle gözüküyor. Bugün bakınca öyle gözüküyor yani. O günkü adı faydalı olmak mıydı? Mutlaka ki faydalı olma, çünkü kendi çocuklarım için arayıp bulamadığımı başka çocuklara sunma olunca, faydalı olmak evet."

Motivasyon Sebepleri



Şekil 1: Kadınları Girişimciliğe Motive Eden Sebepler

"Bu en başta bahsettiğim yeteneği, yetkinliği ortaya çıkarmak, bütünleşmek ve evet yani. Beni bende var olanı ortaya koyabiliyorum ve insanlar da bunun farkına varıyorlar, onların da işine"

yarıyor, "ben de çok mutluyum, ne kadar güzel" dediğimiz şeyin adı belki başarı. Başarıyı belki o şekilde tanımlayabiliriz."

Girişimci kadınlardan eğitim seviyesi ilkokul olanların %22,2'si "aile gelirin katkı", %16,67'si "boş durmamak", %16,67'si "başarma isteği", %16,67'si "başkalarına faydalı olma isteği" cevabını vermiştir. Eğitim seviyesi ortaokul olanların %25'i "aile gelirin katkı", %25'i "başarma isteği" olarak tanımlamıştır. Eğitim seviyesi lise ve dengi olanların %22,22'si "başarma isteği", %17,78'i "bağımsız olma isteği" ve %15,56'sı da "başkalarına faydalı olma isteği" olarak nitelemiştir. Üniversite mezunlarının %17,54'ü "başkalarına faydalı olma isteği", %15,79'u da "başarma isteği" olarak tanımlanmıştır.

"Aslında bu saydığınız her şey bana uyuyor ama en önce tabi ki de aileye katkıda bulunmak. Çünkü benim eşim 750 milyon maaş alıyor, çalıştığı yer burası esnaf odası maaşımızda sıkıntı oluyor. Biz mesela iki ay alıyorsak üç ay alamıyoruz falan. O şekilde döndürmeye çalışıyorduk. E bende ne yapabilirim, nereden ne kazanabilirim, işte bir üç beş bir şey yaparım en fazla açığını kapatırım çocuğum bire başlar çocuğumun ihtiyacını sağlayabilirim. O şekilde bir kitabını alırım, bir defterini alırım. Öyle yani."

"Biraz kadın olmakla da ilgili. Bir kimliğinizin olması, bilgilerinizin olması ama daha çok kimseye muhtaç olmadan nasıl ayakta kalırım. Çalışmak aynı zamanda çok ciddi bir iyileştirme aracı. Çalışarak çok şeyin üstesinden gelebiliyorsunuz; üzüntünüzün de, acınızın da. Bu benim için çok önemli bir de. Bu da birazcık herhalde ruh. Girişimcilik ruhu denen bir şey var"

Girişimciliğe motive eden sebepler olarak bekârların %33,33'ü "başkalarına faydalı olma isteği", %22,22'si ise "bağımsız olma isteği" olarak cevap vermiştir. Boşanmışların %15,63'ü "başarma isteği" olarak tanımlamış, evlilerin ise %20,45'i "başarma isteği" ve %15,91'i "başkalarına faydalı olma isteği" olarak belirtmiştir.

"Sosyalleşme zenginleşme değil. Ama başkalarına faydalı olma evet. Başarma duygusu barındıran bir faydalı olma isteği diyebilirim."

"İhtiyacımız yoktu buraya faydalı olmak istedik."

"Ailene gelirin katkı evet"

"Hepsi demek daha iyi. Yani hem özgür iş yapma, kendi işine sahip olmak, özgürlük. Hem işimde daha iyi noktaya, ben hiç işimde hayatta sığmadım zaten, başladığım günden hemen hep, hep, hep ilerledim. Hep pozisyon olarak ilerledim. Kendi şirketimde de yani, ilk çalıştığım şirket yarısı devletindi, orada da hep ilerledim, orada da şaşırtıyordum herkesi, yani hem mesleğimde çok iyi noktaya gelmek, hem yaratıcılık yanımlı kullanmak, hem de finansal hepsi var. Yani iyi bir gelecek sağlamak finans olarak, maddi olarak..."

Girişimci kadınların merkez ya da çevrede bulunmasıyla, kadınları girişimciliğe motive eden sebeplerle ilişkisine bakıldığında, merkezdeki girişimcilerin %18,18'i "başkalarına faydalı olma isteği", %13,64'ü "başarma isteği", %13,64'ü "bağımsız olma isteği", %10,61'i ise "kendini gerçekleştirebilme isteği" olarak belirtmişlerdir. İlçelerdeki girişimcilerin %23,81'i "başarma isteği", %19,05'i "aile gelirin katkı" ve %14,29'u "başkalarına faydalı olma isteği" olarak cevaplamışlardır.

"Hepsi daha iyi yaşamak için, en başta standartlarımı yükseltmek için, her zaman azimli ve çalışkan biri olduğumu söyleyebilirim. Daha iyi yaşamak için, bir kere özgür bir kadın olmak için, yani asla tam tersini hiçbir zaman düşünmedim. Örneğin bir yıl evde kaldığım bir dönem var. Benim bu bir yıl içinde, ben 3 kursa başladım, hani insan evde kalıp dinlenmek ister, 3 kursa ç başladım yemek kursuna gidiyordum, boyama kursuna gidiyordum, hani onda bile rahat olup da bir yıl dinlenemedim. Dinlenmek istemedim çünkü. Hani gencim öyle bir şeye de ihtiyacım yok. Bence hepsi çalışmak ve hepsi hem özgür olmak"

"Benim aslında o tür hırslarım yok Ben her zaman ben değil de hep biz olarak düşünüyorum ailem elemanlarım burası kalkınacaksa eğer elemanlarımda yaralansın çevremdeki bütün insanlar

yararlansın her zaman öyle düşünmüşümdüm ben başarayım ben yükseğe geleyim ben bir yerlere geleyim o tür düşüncelerim asla olmadı asla da patronluk yapmadım."

4. SONUÇ

Bu çalışma, Ankara ve çevresinde yer alan 41 kadın girişimci ile yapılan derinlemesine mülakat sonucu ilk ağızdan elde edilen verilerle; girişimci kadınların kişilik özellikleri ve girişimciliğe onları motive eden unsurların neler olduğunun sorgulanması ve sonuçlar ile Schumpeter'in girişimciye attığı özelliklerin karşılaştırılmasını amaçlanmıştır.

Derinlemesine gerçekleştirilen mülakatların sonucunda, kadın girişimcilerin; Schumpeter'in girişimcisinde tanımlanan kişilik özelliklerine sahip olduğu ve temelde benzer motivasyon sebepleriyle ile girişimciliğe yöneldikleri görülmüştür. Gerçekleştirilen çalışmada 41 kadın girişimcinin kişilik özellikleri ve temel motivasyon sebeplerinin Schumpeter'i doğrular nitelikte olmaları, girişimcilerin Schumpeter'in açıkladığı kuram çerçevesinde değerlendirilebileceğini göstermektedir.

Çalışmanın kavramsal çerçevesinde Schumpeter'in girişimcisinde tanımlanan kişilik özellikleri belirtilmiştir. Kadın girişimcilerin kişilik özellikleri tanımlamalarında yapılan 187 kodlamasının 120'si "azimli", "hırslı", "tuttuğunu koparan", "çalışkan", "iddialı", "cesur" ve "sosyal" kişilik özelliklerini ifade etmektedir. Bu özellikler göz önünde bulundurulduğunda girişimci kadınların kendilerini cesur bireyler olarak tanımlamaları, hırslı olmaları ve Schumpeter'in ortaya koyduğu gibi bir "yaratıcı yıkım" sürecini gerçekleştirmeye uygun kişilik özelliklerine sahip olmaları; onların Schumpeter'in girişimcisinde tanımlanan kişilik özelliklerine ne kadar uygun olduğunu göstermektedir. Bu çalışma sonuçları, Schumpeter'in girişimcilik özellikleriyle ilgili daha önce yapılan çalışmaları doğrular niteliktedir.

Çalışmada; kadınları girişimciliğe motive eden nedenleri; kişisel, toplumsal ve aile olmak üzere üç farklı kategoride analiz edilmiştir. Kadınları motive eden sebepler göz önünde bulundurulursa, Schumpeter'in girişimcisinde tanımlanan motivasyon nedenleriyle uyum içinde olduğunu söylenebilir. Özellikle, Schumpeter'in girişimcisini motive eden sebeplerin başında yer alan başarıma arzusu; araştırma örneklemindeki kadın girişimcileri de girişimciliğe motive eden nedenlerin başında gelmektedir. Öte yandan "başarıma isteğinin" merkezdeki kadınlarla kıyaslandığında çevredeki kadınlarda daha fazla olması çevredeki kadınların sosyal açıdan kendilerini tatmin etmeye ve çevreden kabul görmeye daha çok ihtiyaçları olduğunu göstermektedir. Bu durum çevredeki girişimci kadının, girişimcilik faaliyetini sosyal bir varoluş olarak tanımladığı şeklinde yorumlanabilir. Bunun yanı sıra elde ettiğimiz verilerde başkalarına faydalı olma güdüsünün başarıma isteğinin hemen ardında yer alması, Schumpeter'in de girişimciliğin toplumsal yönüne yaptığı vurgu ile uyum içindedir. Aile gelirine katkının da önemli bir motivasyon nedeni olması, girişimciliğin toplumsal yönüne yapılan katkının yanı sıra; kültürel bir takım özelliklerinde girişimcilikteki önemini göstermesi açısından önemlidir. Çevredeki kadınların "ailene gelirine katkı" güdüsünü merkezdeki kadınlara göre daha sık dile getirmeleri çevredeki kadınların ihtiyaç odaklı girişimlerini açıklamaktadır. Para kazanma güdüsünün daha geri planda yer alması, kadın girişimcilerde de Schumpeter'in girişimcisinde öne çıkan *kahramanlık* özelliğinin var olduğunun bir göstergesi olarak değerlendirilebilir.

Bununla birlikte Schumpeter'in girişimcisinin sahip olduğu özellikler, eski yapının ortadan kalkmasına ve yeni bir yapının oluşmasına öncülük eden bireylerin sahip olduğu kişilik özelliklerdir. Bu bireyler, önemli toplumsal dönüşümlere neden olabilmektedir. Bizim çalışmamızda görüştüğümüz kadınların büyük çoğunluğu kendi bölgelerinde yarattıkları farkındalıklar ile bölgesel anlamda bir "yaratıcı yıkım" sürecini gerçekleştirmişlerdir. Özellikle, diğer kadınların evlerinden dışarı çıkmalarını sağlamak gibi toplumsal bir göreve öncülük etmeleri, bu girişimci kadınların yaptıkları en önemli toplumsal katkıdır. Diğer kadınların, girişimci kadınların başardıklarından etkilenecek çalışma hayatı içerisinde varlık göstermeye teşebbüs

etmeleri; sadece bölgesel bir iktisadi kalkınmayı değil, ülkenin sosyo-ekonomik kalkınmasını da sağlaması açısından önemlidir.

Girişimci kadınları anlamaya yönelik gerçekleştirilen bu çalışmayla Schumpeter'in girişimcilik kuramı doğrulanmıştır. Çalışmanın nitel doğası ve anlamaya yönelik yaklaşımının diğer girişimcilik çalışmalarına ışık tutacağı düşünülmektedir. Öte yandan çalışmanın bazı kısıtları da bulunmaktadır. Öte yandan kadınların girişimciliğe attikleri özellikleri ulusal kültürün unsurları çerçevesinde de değerlendirmek mümkündür. Tanımlanan özelliklerde yerel kültürel özelliklerinin etkisi olduğu düşünülmesine rağmen kültürel unsurlar değişken olarak ele alınmamıştır. Çalışmanın nitel doğası gereği yapılan kodlamalarda, kodlamalar arası güvenilirliğin analiz edilmemesi ise bir kısıt olarak düşünülebilir. Her ne kadar nitel çalışmalarda örneklem sayısı temel değişken olmasa da örneklem sayısının artırılmasıyla kodlamaların zenginleşmesi sağlanabilir. Ayrıca çalışmanın sonuçları, nitel çalışmaların öznel doğası göz önünde bulundurularak değerlendirilmelidir.

Notlar:

¹ Schumpeter'in iktisadi analizi ekonomik sosyoloji olarak tanımlanmaktadır ve onun ekonomik sosyoloji olarak ifade ettiği "sosyal kurumların analizidir" Ekonomik sosyolojiyi tanımlarken temelde, alışkanlıkları ve davranış şekillerinden bahsetmekte; mülkiyet ve gelenekler gibi kavramları ekonomik sosyolojinin içinde değerlendirmektedir (Schumpeter 1954).

² Bu çalışmanın veri toplama sürecini Ankara Kalkınma Ajansı desteklemiştir.

KAYNAKÇA

- Takay, Araz Bahar ve GÜLER AYDIN Derya (2013); "Kapitalizmin Şövalyeleri ve Sanayi Kaptanları Üzerine" *H.Ü İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, cilt 31, sayı 2: 153-165.
- Basilgan, Müslüm (2011); "Ekonomik Gelişmenin Yaratıcı Yıkımı: Schumpeteryen Girişimci" *Amme İdaresi Dergisi*, Cilt 44, Sayı 3: 27-56.
- Brouwer, T. Maria (2002); "Weber, Schumpeter and Knight of Entrepreneurship and Economic Development" *Journal of Evolutionary Economics* 12: 83-105.
- Elliott, E. John (2001); "Schumpeter's Theory of Economic Development and Social Change: Exposition and Assessment", *International Journal of Sustainable Economy*, 12, (6/7): 6-33.
- Praag, Van Mirjam (1999); "Some Classical Views of Entrepreneurship" *De Economics*, 143(3): 331-348.
- Legrıs, Andrea (2002); "On the Boundaries between Economic Analysis and Economic Sociology", Arena, Richard - Dangel-Hagnauer, Cecile (Eds.), *The Contribution of Joseph A. Schumpeter to Economics: Economic Development and Institutional Change*, Routledge, London and New York: 89-105.
- Reisman, A. David. (2004); *Schumpeter's Market: Entrprice and Evolution*, Edward Elgar, UK.
- Oseifuah, E. Koja (2010); "Financial literacy and youth entrepreneurship in South Africa", *African Journal of Economic and Management Studies*, 1(2): 164-182.
- Schumpeter, A. Joseph (1934); *The Theory of Economics Development*, Oxford University Press, Oxford, U.K.
- Schumpeter, A. Joseph (1939); *Business Cycless: A Theoretical, Historical, and Statistical Analysis of the Capitalist Process, Vol: I*, McGraw-Hill Book Company, Inc., New York and London.
- Schumpeter, A. Joseph (1943); *Capitalism, Socialism and Democracy*, London: George allen and Unwin Ltd.
- Schumpeter, A. Joseph (1954); *History of Economic Analysis*, Oxford Press, UK.