

## TURİZM SEKTÖRÜNDEKİ KADIN GİRİŞİMCİLERİN BİREYSEL DEĞERLERİNİN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİ AÇISINDAN İNCELENMESİ: ANTALYA İLİ ÖRNEĞİ

Şevket YİRİK

Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi, [sevketyirik@gmail.com](mailto:sevketyirik@gmail.com)

Burcu ILGAZ YILDIRIM

Iğdır Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, [burcuilgazyildirim@gmail.com](mailto:burcuilgazyildirim@gmail.com)

### Özet

*Girişimci; fırsatları sezen, değerlendiren ve onları hayallere, hayalleri projelere dönüştüren, projeleri de günlük hayata taşıma becerisine sahip olan, üretkenliğiyle hayatı kolaylaştıran kişidir. (Bozkurt, 2000). 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 2009:612). Bireysel değerler göreceli de olsa sabittirler ve sosyalleşme sürecini yansıtarak bireylerce farklı tercihlerle ortaya konulabilirler. (Bulut, 2012:218). Bu çalışmada turizm sektöründeki kadın girişimcilerin bireysel değerlerinin demografik özellikleri açısından incelemesi ortaya konulmuştur.*

**Anahtar Kelimeler:** Girişimcilik, Bireysel Değerler, Turizmde Kadın, Kadın Girişimci.

## ANALYSIS OF PERSONAL VALUES OF WOMEN ENTREPRENEURS OF TOURISM SECTOR IN TERMS OF THEIR DEMOGRAPHIC CHARACTERISTICS: THE CASE OF ANTALYA

### Abstract

*Entrepreneurship consists of having the ability of intuitively sensing the opportunities created by the environment in which one lives, creating visions based on those intuitions, transforming these visions into projects, bringing these projects to life and producing richness while facilitating life (Bozkurt, 2000). First paper on women entrepreneurship was published in the middle of 1970s. Elenor Brantley Schwartz's "Entrepreneurship, A New Female Frontier" titled paper published in 1976 was concerned with motivations, characteristics and attitudes of women entrepreneurs (Casson et al., 2009:612). In a certain sense, values may be expressed as mostly relative personal preferences which are fixed reflections of socialization process (Bulut, 2012:218). This study analyzes personal values of women entrepreneurs of tourism sector in terms of their demographic characteristics.*

**Keywords:** Entrepreneurship, Personal Values, Women in tourism, Women entrepreneurs.

## 1.Giriş

Schumpeter girişimciyi; bir buluşu ya da daha genel olarak hiç kullanılmamış bir teknik imkânı kullanarak üretim sistemini yenileyen, düzenleyen kişi olarak görmektedir. Yani yeni teknik imkânlar dâhilinde; yeni bir malın üretimini, eski bir malın yeni bir üretim metodunu, yeni bir hammaddenin bulunup kullanılmasını, bir endüstri kolunda yeniden düzenlemeyi kapsayan çalışmaları yapan kişi olarak tanımlamaktadır (Schumpeter, 1950:132). Girişimcilik hem yenilik yapmayı hem de şirket açma sürecini kapsamaktadır (TUSIAD, 2002). Girişimcilik, girişimcinin hali hazırda yaptığı işi ifade ederken, girişimsel, girişimcinin sahip olduğu yaklaşımı belirtmektedir. Girişim süreci girişimcinin meşguliyetinin içeriğini bize göstermektedir. (Wickham, 2001: 4). Girişimciliğin önemi üç alanda vurgulanabilir. Bunlar (Coulter, 2001:11):

- Yenilikçilik-icatçılık,
- Yeni işletmelerin doğması-büyümesi,
- Yeni iş alanları yaratmadır.

Dünya genelinde her geçen gün artan gelir dağılımı eşitsizlikleri, ekonomik alandaki gelişmelerin bölgesel farklılıkları, artan fakirlik ve işsizlik, gelişememe ve etkin rekabet ortamının yaratılmaması girişimcilik faktörünün önemini arttırmıştır (Soysal, 2010: 84). Girişimci; yenilikçi, risk alabilen, kararlarını hızlı verebilen ve en mühimi de yapacağı işte kararlı ve özverili olmalıdır. Meredith'e göre bir girişimde olması şart olan özellikler: (Chell vd., 1991)

- İş fırsatlarını görüp değerlendirebilme
- Kaynakları bir fayda yaratmak üzere bir araya getirebilme
- Başarı sağlayacak uygun eylemleri başlatabilme

Bilgi toplumunda, sanayi toplumundaki geleneksel ve doğal kaynaklarla beslenen girişimcilik, emeğin ve sermayenin sabit kalması suretiyle ikinci plana düşmüştür. Üretim, bilgi sayesinde sağlanmaktadır. Bilgi ise yalnızca insanların katkılarıyla ortaya çıkabilir. Bu nedenle bilgi toplumunda diğer önemli girdiyi insan faktörü oluşturmaktadır (Yeniçeri ve İnce, 2005: 489).

Kadın girişimci; kendi evi yahut evi dışında bir mekanda, kendi kurduğu bir çalışma alanı olan, bu alanda yalnız başına, ortaklık ile ve ya işin sahibi olarak ortak edinen, mal ve ya hizmetin üretimi ile ilgili çalışmayı yürüten, işyerinin işletmesinin, kapatılmasının yahut geliştirilmesinin kararını veren, işyerinden edindiği kazancın kullanım hakları üzerinde karar verme hakkı ve yetisi olan kadındır (Ecevit, 1993: 20).

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 O'Brien, 1982).

Günümüzde kadın girişimci sayısının artmasında, Dünya çapında çalışan kadınların korunmasını ve desteklenmesini sağlayan yasalar ve uygulamalarla birlikte, birbirine ilintili pek çok faktör etkili olmuştur. Bu faktörlerden en önemli olanları şunlardır: (Takol, 1999)

- Demografik gelişimler,
- Eğitim imkanlarının artışı,
- Standardın dışında kalan (atipik) çalışma biçimlerinin oluşumu ve yaygınlaşması,
- Ailelerin küçülmesi ve çekirdek ailelerin çoğalması,
- Evlenme oranlarındaki düşüş ve boşanma oranlarında artış,
- Toplumlardaki çalışan kadın imajına yönelik tutumların iyileşmesi,
- Çocukların bakım ve büyüme alanındaki hizmetlerin iyileştirilmesi.

Ekonomik ve sosyal alanda yaşanan gelişmelere bağlı olarak kadın girişimcilerin sayısında bir artış gözlenmesine rağmen, gelişmiş ülkelerle Türkiye kıyaslandığında durumun hiç de iyi olmadığı anlaşılmaktadır. Türkiye'deki kadın işgücü 1955'te %72 ile ani çıkış yapmıştır. 1990'larda %30,9'a düşmüş ve 2004 yılı itibarıyla ise %25,4 olarak belirtilmiştir (İlter, 2008: 86).

Değerler, toplumun ve toplumdaki bireylerin gelişim süreciyle oluşurlar. Yani bireyler değerleriyle doğmamış, onları zamanla edinmişlerdir (Evans vd., 2007, s.22). Değer sistemi, bir toplumdaki ödül ve cezanın da temelini oluşturmaktadır (Bozkurt, 2006 :93). Değerleri; arzu, istek ve ihtiyaçlar doğurur. Yani değerler, "Gereklilik" kavramının bir ifadesidir (Bolay, 2007: 60). Değerler, bireysel ve toplumsal analizler yardımıyla kavramsal olarak çözümlenmişlerdir (McDonald ve Gandz, 1991). Değerler bir kişi veya grubun sosyal alanda oluşturduğu, içinde inanç ve mutluluk ilkeleri barındıran standartlardır (Aktepe ve Yel, 2009:609). Değerler sonradan öğrenilmiştir ve özellikle çocukların, değerleri bilinçdışı/bilinçaltı düzeyde ilk öğrendikleri şeyler olduğu anlaşılmıştır (DeMooij, 2004:25).

Değerler görecelidir ve insanların yaşadıkları toplumlardaki kişilik eğilimleri ve kültürel özellikleriyle uyumlu bir yapıdadırlar (Berry vd, 1992). Hofstede değeri, başkalarıyla olan ilişkilerde belirli ve arzulanan bir durumu seçme eğilimi olarak tanımlamıştır (Hofstede, 2001:5). Kluckhohn'a göre ise değer, davranışın biçimleri, araçları ve sonuçları arasında yapılan seçimi, arzu edileni etkileyen bir grup karakteristiği ya da bireyi diğerlerinden ayıran örtülü ya da belirgin bir olgudur (Kluckhohn, 1951:395)

İnsanın sahip olduğu değerler insan yaşamında ortaya koyduğu davranışları belirlemede büyük önem taşır. Değerler konusunu önemli çalışmalarla ortaya koyan Rokeach'a (1973) göre değerler, kişinin yaşam hedeflerine ve yaşamına kılavuzluk eden standartların bütünüdür. Rokeach'a (1973) göre değerler insanın sosyal tutumları ve davranışlarında belirleyici bir rol oynar. Değerlerin en önemli yanı davranışların temelini oluşturarak, tercih edilen davranışlar üzerinde hüküm olmasıdır. Değerler, insanların benmerkezcil yanlarının motivasyonunun oluşması,

oluşturulan yakın ve uzak çevrenin devamlılığının korunması ve geliştirilmesi durumunu kapsayacak kadar geniş bir etki alanına sahiptir (Schwartz, 1992; 12).

Diğer taraftan Kağıtçıbaşı (1997), “bireycilik-toplulukçuluk” boyutlarının sadece Amerika’da ele alındığı şekilde bire bir birbirlerinin zıddı şeklinde değil, kültürel farklılıkların dikkate alınarak daha geniş kapsamlı değerlendirilmesi gerektiğini belirtir (Özgür, 2011:25) Bireysel değerler sosyal ortamda gelişir. Bu bakımdan sosyal sistemin ya da kültürün ürünüdür (Meglino ve Ravlin, 1998).

Schwartz, kültürel ve bireysel değerleri 57 değer ifadesi üzerinde ölçmeye çalışmıştır. Schwartz’a göre değer öncelikleri, bir toplumun kültüründeki en temel noktayı teşkil etmektedir. Schwartz’ın kültürel ve bireysel düzeyli değer boyutları şu şekildedir (Schwartz, 1992; Schwartz, 1999):

**Tablo 1: Schwartz’ın Bireysel Değer Boyutları**

Güç	Sosyal düzeni korumak, aile güvencesi, geleneklere saygı ve uyum konusuna vurgu yapar
Başarı	Kişilerin kendi düşüncelerini ve entelektüel yönelimlerini
Hazcılık	Kişilerin bağımsızca duygusal olarak olumlu deneyimleri izlemesinin arzulanabilirliği üzerine vurgu yapar
Uyarılım	Kişinin içinde yaşadığı çevre ve doğaya ne ölçüde uyum gösterdiği konusuna vurgu yapar
Kendini Yönlendirme	Başkalarının iyiliği için çalışmak, gönüllü bir şekilde bencilliğin aşılması konusuna vurgu yapar
Evrenselcilik	Kişisel şartlarını iyileştirme ve başkalarını geçme konusuna vurgu yapar
İyilikseverlik	Rollerin, kaynakların ve gücün eşitliksiz dağıtılmasının onaylanması üzerine vurgu yapar
Gelenekçilik	İnanç ve geleneksel kültürün sağladığı düşünce ve gelenekleri kabul etmek, bağlı olmak ve saygı göstermek
Uyma	Çevreyi korumak, doğayla bütünlük olmak ve güzelliklerle dolu bir dünyaya sahip olmak
Güvenlik	Kişinin kendi varlığının, ilişkilerinin ve toplumun devamı, uyumu ve güvenliği

**Kaynak:** Pazarcık (2010: 14)

Bireysel değerler, hem ortak paylaşılan kültürün, hem de kişilerin yaşadıkları şahsi deneyimlerinin bir ürünüdürler. Bu değerler, bireyin bağlı olduğu, davranışını etkileyen ve kavramsal olarak bireyi odak noktası yapan değerlerdir. Bireysel değerler, motivasyonel amaçlardan dolayı tüm kültürlerde rastlanma olasılığı en yüksek olan, insan doğasının evrensel gerekliliklerini bilinçli tercihler şeklinde sergileyen değerlerdir (Pazarcık, 2010:14)

## 2. Yöntem

### 2.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmanın amacı, turizm sektöründeki kadın girişimcilerin bireysel değerlerini demografik özellikleri açısından değerlendirmektir. Kadın girişimcilerin

sayısı günümüzde günden güne artış göstermektedir. Turizm sektörünün Türkiye'deki en yoğun merkezlerinden biri Antalya İlidir. Bu durumlar göz önüne alındığında turizm sektöründe çalışmakta olan kadın girişimcilerin değerlerinin, risk ve belirsizlik algı durumları üzerindeki etkisi önem taşımaktadır.

### **2.2. Araştırmanın Evren ve Örneklemi**

Bu çalışmanın evreni Antalya'da turizm sektöründe çalışan kadın girişimcilerdir. Araştırmanın evrenini belirleyebilmek için Antalya Sanayi ve Ticaret Odası verilerinden yararlanılmıştır. Ancak bu verilerden net bir rakam elde etmek mümkün olmamaktadır. Çalışmanın evreni sayısal olarak elde edilememektedir. ATSO'nun 140 adet kadın girişimci kurulu üyeleri bulunmaktadır. Kadın girişimci kurulu üyeleri aracılığıyla turizm sektöründe çalışan kadın girişimcilere ulaşılmış aynı zamanda turizm işletmeleri sahiplik ve ortaklıkları araştırılarak da kişilere ulaşılmıştır. Anketler tesadüfi örneklem yoluyla kadın girişimcilere ulaştırılmıştır. Anket formları 150 kadın girişimciye ulaştırılmış ancak %92'sinden geri dönüşüm alınmıştır. Araştırmanın örneklemini 138 kadın girişimci oluşturmaktadır

### **2.3. Veri Toplama Araçları**

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Anketin birinci bölümünde kadın girişimcilerin demografik özellikleri ve mesleki bilgileri ile ilgili sorular yer almaktadır.

Anket formunun ikinci bölümünde bireysel değerleri ortaya koymaya yönelik sorular yer almaktadır. Bu bölümde, Türk kültürüne uygunluğu saptanmış olan ve 57 değeri kapsayan Schwartz'ın (1992,1994) değer ölçeği kullanılmıştır. Bu ölçekte, bireylerin yaşamlarını yönlendirmeleri açısından her bir değer karşısına, (-1) ile (7) arasında bir ölçek sayısı ile belirtmesi istenmiştir. (-1) sayısı, herhangi bir değer, bireyin ilkelerine ters düştüğünü; (0) sayısı, birey için önemli bir değer olmadığını ve (7) sayısı ise herhangi bir değer birey için en üst düzeyde önemli olduğunu ifade etmektedir. Schwartz Değerler Listesi (SDL) 57 değerden oluşmaktadır. Denekler toplam 57 değeri ve yanlarında parantez içinde verilmiş olan açıklamaları okuduktan sonra her birini kendi hayatlarını yönlendiren bir ilke olmaları açısından taşıdıkları öneme göre 1 (ilkelerime ters düşer) ile 7 (en üst düzeyde önemlidir) arasında değişen bir ölçek üzerinde değerlendirme yapmışlardır. Toplam yedi değer ise 10 alt boyutta gruplandırılmıştır. Bu alt boyutlar; güç, başarı, hazcılık, uyarılma, özdenetim, evrensellik, yardımseverlik, geleneksellik, uyum, güvenlik olarak sıralanmaktadır. Kuşdil ve Kağıtçıbaşı (2000), tarafından yapılan çalışmada değer boyutlarına ilişkin güvenilirlik katsayısı hesaplanmıştır. Kuşdil ve Kağıtçıbaşı (2000) elde ettikleri değer boyutları için güvenilirlik katsayıları ve içerdiği maddeler Tablo 2'de verilmiştir.

**Tablo 2: Bireysel Değerler Boyutunun Güvenirlilik Katsayıları**

Değer Boyutu	Değer boyutunun içerdiği maddeler	Güvenirlilik katsayısı
Güç (Power)	Sosyal güç sahibi olmak, otorite sahibi olmak, zengin olmak, toplumdaki görünümünü koruyabilmek	0,75
Başarı	Başarılı olmak, yetkin olmak, hırslı olmak, sözü geçen biri olmak, zeki olmak	0,66
Hazcılık	Zevk, yaşamdan zevk almak, isteklerine düşkün olmak	0,54
Uyarılma	Cesur olmak, değişken bir hayat yaşamak, heyecanlı bir yaşantı sahibi olmak	0,70
Öz-Denetim	Yaratıcı olmak, özgür olmak, kendi amaçlarını seçebilmek, bağımsız olmak, kendine saygılı olmak	0,69
Evrensellik	Sosyal adalet, barış içinde bir dünya, erdemli olmak, güzel bir dünya, çevreyi korumak, açık fikirli olmak, eşitlik, doğayla bütünlük, iç huzuru	0,77
Yardımsızlık	Manevi bir yaşam, bağışlayıcı olmak, dürüst olmak, yardımsever olmak, sadık olmak, sorumlu olmak, anlamlı bir yaşam, gerçek dostluk, olgun sevgi	0,76
Geleneksellik	Bana düşen hayatı kabullenmek, ılımlı olmak, dindar olmak, alçak gönüllü olmak, geleneklere saygı, mahremiyete ve özel haklara saygı	0,63
Uyum	İtaatli olmak, ana babaya ve yaşlılara değer vermek, kibar olmak, kendini denetleyebilmek	0,51
Güvenlik	Ulusal güvenlik, bağlılık duygusu, iyiliğe karşılık vermek, toplumsal düzen, aile güvenliği, sağlıklı olmak, temiz olmak	0,59

#### **2.4. Verilerin Çözümlemesi**

Araştırmada elde edilen tüm verilerin analizinde SPSS 16,0 for Windows paket programından yararlanılmıştır. Kadın girişimcilerin demografik ve mesleki özelliklerinin dağılımları Frekans Analizi ile belirlenmiştir. Güvenirlilik analizinde Cronbach's Alpha katsayısı kullanılmıştır. Normallik sınaması tek örneklem Kolmogorov-Smirnov (One-Sample Kolmogorov-Smirnov) testi ile incelenmiştir. Araştırma hipotezleri doğrultusunda Kruskal-Wallis ve Mann-Whitney U testleri uygulanmıştır. Araştırma boyunda önem düzeyleri 0,01 ve 0,05 olarak alınmıştır.

#### **2.5. Araştırmanın Soruları ve Hipotezleri**

Araştırmada cevap aranacak sorular ve araştırmanın temel hipotezleri Tablo 3'teki gibi özetlenebilir.

*Turizm Sektöründeki Kadın Girişimcilerin Bireysel Değerlerinin Demografik Özellikleri Açısından İncelenmesi: Antalya İli Örneği*

**Tablo 3: Araştırmanın Soruları ve Hipotezleri**

Araştırma Sorusu	Alternatif Hipotezler
1.Kadın girişimcilerin bireysel değerleri eğitim düzeylerine göre değişmekte midir?	H1.1: Kadın girişimcilerin güç değerleri eğitim düzeylerine göre farklılık göstermektedir. H1.2: Kadın girişimcilerin başarı değerleri eğitim düzeylerine göre farklılık göstermektedir. H1.3: Kadın girişimcilerin hazcılık değerleri eğitim düzeylerine göre farklılık göstermektedir. H1.4: Kadın girişimcilerin uyarılma değerleri eğitim düzeylerine göre farklılık göstermektedir. H1.5: Kadın girişimcilerin özenetim değerleri eğitim düzeylerine göre farklılık göstermektedir. H1.6: Kadın girişimcilerin evrensellik değerleri eğitim düzeylerine göre farklılık göstermektedir. H1.7: Kadın girişimcilerin yardımseverlik değerleri eğitim düzeylerine göre farklılık göstermektedir. H1.8: Kadın girişimcilerin geleneksellik değerleri eğitim düzeylerine göre farklılık göstermektedir. H1.9: Kadın girişimcilerin uyum değerleri eğitim düzeylerine göre farklılık göstermektedir. H1.10: Kadın girişimcilerin güven değerleri eğitim düzeylerine göre farklılık göstermektedir.
2.Kadın girişimcilerin bireysel değerleri yaşlarına göre değişmekte midir?	H2.1: Kadın girişimcilerin güç değerleri yaşlarına göre farklılık göstermektedir. H2.2: Kadın girişimcilerin başarı değerleri yaşlarına göre farklılık göstermektedir. H2.3: Kadın girişimcilerin hazcılık değerleri yaşlarına göre farklılık göstermektedir. H2.4: Kadın girişimcilerin uyarılma değerleri yaşlarına göre farklılık göstermektedir. H2.5: Kadın girişimcilerin özenetim değerleri yaşlarına göre farklılık göstermektedir. H2.6: Kadın girişimcilerin evrensellik değerleri yaşlarına göre farklılık göstermektedir. H2.7: Kadın girişimcilerin yardımseverlik değerleri yaşlarına göre farklılık göstermektedir. H2.8: Kadın girişimcilerin geleneksellik değerleri yaşlarına göre farklılık göstermektedir. H2.9: Kadın girişimcilerin uyum değerleri yaşlarına göre farklılık göstermektedir. H2.10: Kadın girişimcilerin güven değerleri yaşlarına göre farklılık göstermektedir.
3.Kadın girişimcilerin bireysel değerleri işletme türüne göre değişmekte midir?	H3.1: Kadın girişimcilerin güç değerleri işletme türüne göre farklılık göstermektedir. H3.2: Kadın girişimcilerin başarı değerleri işletme türüne göre farklılık göstermektedir. H3.3: Kadın girişimcilerin hazcılık değerleri işletme türüne göre farklılık göstermektedir. H3.4: Kadın girişimcilerin uyarılma değerleri işletme türüne göre farklılık göstermektedir. H3.5: Kadın girişimcilerin özenetim değerleri işletme türüne göre farklılık göstermektedir. H3.6: Kadın girişimcilerin evrensellik değerleri işletme türüne göre farklılık göstermektedir. H3.7: Kadın girişimcilerin yardımseverlik değerleri işletme türüne göre farklılık göstermektedir. H3.8: Kadın girişimcilerin geleneksellik değerleri işletme türüne göre farklılık göstermektedir. H3.9: Kadın girişimcilerin uyum değerleri işletme türüne göre farklılık göstermektedir. H3.10: Kadın girişimcilerin güven değerleri işletme türüne göre farklılık göstermektedir.

### 3. Bulgular ve Yorum

138 Türk kadın girişimci üzerinden gerçekleştirilen anket uygulaması sonucunda toplanan verilerden elde edilen bulgular ve yorumlar bu bölümde verilmiştir.

**Tablo 4: Kadın Girişimcilerin Demografik ve Mesleki Özellikleri**

	Grup	f	%
Yaş	20-30 yaş arası	60	43,5
	30-40 yaş arası	47	34,1
	40-50 yaş arası	18	13,0
	50 yaş ve üzeri	13	9,4
Eğitim Düzeyi	İlkokul	12	8,7
	Ortaokul	14	10,1
	Lise	44	31,9
	Lisans	68	49,3
Mesleki Kıdem	0-3 yıl	33	23,9
	3-6 yıl	19	13,8
	6-9 yıl	22	15,9
	9 ve üzeri	64	46,4
İşletme Türü	Küçük işletme	60	43,5
	Orta boy işletme	72	52,2
	Büyük işletme	6	4,3

Tablo 4'ten elde edilen bulgulara göre, Türk kadın girişimcilerin %43,5'inin 20-30 yaş grubundan, %34,1'inin 30-40 yaş grubundan, %13,0'inin 40-50 yaş grubundan ve %9,4'ünün 50 yaşında veya daha büyük olduğu gözlenmiştir. Örneklemin eğitim düzeyine göre dağılımları incelendiğinde, kadın girişimcilerin %8,7'sinin ilkokul, %10,1'inin ortaokul, %31,9'unun lise ve %49,3'ünün lisans mezunu olduğu gözlenmiştir. Türk kadın girişimcilerin %23,9'unun 0-3 yıl arası, %13,8'inin 3-6 yıl arası, %15,9'unun 6-9 yıl arası, %46,4'ünün 9 yıl ve üzeri mesleki kıdeme sahip olduğu gözlenmiştir. Kadın girişimcilerin işletmelerinin türü incelendiğinde, %43,5'inin küçük işletme, %52,2'sinin orta boy işletme ve %4,3'ünün büyük işletme olduğu saptanmıştır.

**Tablo 5: Ölçeklerin güvenilirliği ve Kolmogorov-Smirnov Testi**

	Madde Sayısı	Cronbach Alfa	Homojenlik Kolmogorov-Smirnov	p
Schwartz'ın Evrensel Değer Ölçeği	57	0,937	1,414	0,037
Güç	4	0,731	1,655	0,008
Başarı	5	0,756	2,697	0,000
Hazcılık	3	0,615	2,114	0,000
Uyarılma	3	0,686	1,620	0,010
Öz-Denetim	5	0,738	2,120	0,000
Evrensellik	9	0,790	2,015	0,001
Yardımsızlık	9	0,770	1,653	0,008
Geleneksellik	6	0,610	1,882	0,002
Uyum	4	0,690	2,023	0,001
Güvenlik	7	0,604	1,737	0,005



Bu çalışmada güvenilirliği belirlemek amacı ile Cronbach Alfa katsayısı kullanılmıştır. Kalaycı (2008), güvenilirlik katsayısı 0-0,39 arasında ise ölçeğin güvenilir olmadığını, 0,40-0,59 arasında ölçeğin güvenilirliğinin düşük olduğunu, 0,60-0,79 arasında ise ölçeğin oldukça güvenilir olduğunu, 0,80-1,0 arasında ise ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğunu belirtmiştir. Tablo 5’den elde edilen bulgulara göre Schwartz’ın evrensel değer ölçeği ve alt boyutları Cronbach Alfa katsayılarının 0,604-0,937 arasında olduğu görülmüştür. Buna göre, Schwartz’ın evrensel değer ölçeği genelinin yüksek derecede güvenilir, Schwartz’ın evrensel değer ölçeği alt boyutlarının oldukça güvenilir olduğu gözlenmiştir. İstatistiksel testlere geçmeden önce normallikten sapma olup olmadığını belirlemek amacı ile Schwartz’ın evrensel değer ölçeği ve alt boyutlarının normallik sınaması Kolmogorov-Smirnov ile incelenmiştir. Asymp. Sig. (2-tailed) değerleri 0,05 önem düzeyinden düşük olduğu için ilgili ölçeklerden elde edilen toplam puanların normal dağılmadığı saptanmıştır. Bu durumda hipotezleri test ederken parametrik yöntemlerin yerine parametrik olmayan alternatifleri kullanılmıştır.

**Tablo 6: Eğitim Düzeyine Göre Girişimcilerin Bireysel Değerleri Kruskal-Wallis Sonuçları**

		N	Sıra Ortalaması	$\chi^2$	p
<b>Güç</b>	İlkokul	12	85,00	17,970	0,000**
	Ortaokul	14	71,07		
	Lise	44	49,00		
	Lisans	68	79,71		
<b>Başarı</b>	İlkokul	12	87,50	6,973	0,073
	Ortaokul	14	87,50		
	Lise	44	66,92		
	Lisans	68	64,29		
<b>Hazcılık</b>	İlkokul	12	92,96	9,385	0,025*
	Ortaokul	14	47,18		
	Lise	44	65,83		
	Lisans	68	72,33		
<b>Uyarılma</b>	İlkokul	12	43,50	48,201	0,000**
	Ortaokul	14	120,50		
	Lise	44	45,48		
	Lisans	68	79,13		
<b>Özdenetim</b>	İlkokul	12	63,50	25,774	0,000**
	Ortaokul	14	118,00		
	Lise	44	57,66		
	Lisans	68	68,24		
<b>Evrensellik</b>	İlkokul	12	68,00	13,085	0,004**
	Ortaokul	14	105,18		
	Lise	44	62,03		
	Lisans	68	67,25		
<b>Yardımsızlık</b>	İlkokul	12	81,50	22,447	0,000**
	Ortaokul	14	114,50		
	Lise	44	64,05		
	Lisans	68	61,65		

<b>Geleneksellik</b>	İlkokul	2	98,42	23,211	0,000**
	Ortaokul	14	96,89		
	Lise	44	75,51		
	Lisans	68	54,87		
<b>Uyum</b>	İlkokul	12	68,00	22,320	0,000**
	Ortaokul	14	112,50		
	Lise	44	73,40		
	Lisans	68	58,39		
<b>Güven</b>	İlkokul	12	61,50	38,557	0,000**
	Ortaokul	14	109,50		
	Lise	44	87,42		
	Lisans	68	51,08		

\*\* : 0,01 önem düzeyinde anlamlı farklılık var.

\* : 0,05 önem düzeyinde anlamlı farklılık var.

Kadın girişimcilerin eğitim düzeylerine göre bireysel değerleri algılarının tek yönlü varyans analizinin parametrik olmayan alternatifi Kruskal-Wallis ile sınanmıştır. Kruskal-Wallis testi sonucunda anlamlı ise hangi gruplar arasında fark olduğunu belirlemek amacı ile ikili gruplar bağımsız örneklem t testinin parametrik olmayan alternatifi olan Mann-Whitney U testine tabii tutulmuştur. Elde edilen bulgulara göre;

Kadın girişimcilerin eğitim düzeylerine göre güçleri arasındaki farkı belirlemek amacı ile hesaplanan 17,970 istatistik değeri 0,01 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Mann-Whitney U testi sonucunda ilkokul mezunu olan girişimcilerin ortaokul mezunlarına göre daha güçlü, lisans mezunlarının lise mezunlarına göre daha güçlü olduğu görülmüştür.

Kadın girişimcilerin eğitim düzeylerine göre başarı değerleri arasındaki farkı belirlemek amacı ile hesaplanan 6,973 istatistik değeri 0,05 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamsız bulunmuştur.

Kadın girişimcilerin eğitim düzeylerine göre hazcılık değerleri arasındaki farkı belirlemek amacı ile hesaplanan 9,385 istatistik değeri 0,05 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Mann-Whitney U testi sonucunda ilkokul ve lisans mezunu olan girişimcilerin ortaokul mezunlarına göre hazcılık değerlerinin daha yüksek olduğu saptanmıştır.

Kadın girişimcilerin eğitim düzeylerine göre uyarılma değerleri arasındaki farkı belirlemek amacı ile hesaplanan 48,201 istatistik değeri 0,01 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Mann-Whitney U testi sonucunda ortaokul mezunu olan girişimcilerin ilkokul, lise ve lisans mezunlarına göre uyarılma değerlerinin daha yüksek olduğu saptanmıştır. Ayrıca lisans mezunu olan kadın girişimcilerin uyarılma değerleri ilkokul ve lise mezunlarına göre daha yüksektir.

Kadın girişimcilerin eğitim düzeylerine göre özdenetim değerleri arasındaki farkı belirlemek amacı ile hesaplanan 25,774 istatistik değeri 0,01 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Mann-Whitney U testi sonucunda ortaokul

mezunu olan girişimcilerin ilkokul, lise ve lisans mezunlarına göre özdenetim değerlerinin daha yüksek olduğu saptanmıştır.

Kadın girişimcilerin eğitim düzeylerine göre evrensellik değerleri arasındaki farkı belirlemek amacı ile hesaplanan 13,085 istatistik değeri 0,01 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Mann-Whitney U testi sonucunda ortaokul mezunu olan girişimcilerin ilkokul ve lisans mezunlarına göre evrensellik değerlerinin daha yüksek olduğu saptanmıştır.

Kadın girişimcilerin eğitim düzeylerine göre yardımseverlik değerleri arasındaki farkı belirlemek amacı ile hesaplanan 22,447 istatistik değeri 0,01 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Mann-Whitney U testi sonucunda ortaokul mezunu olan girişimcilerin ilkokul, lise ve lisans mezunlarına göre yardımseverlik değerlerinin daha yüksek olduğu saptanmıştır. Ayrıca ilkokul mezunu olan kadın girişimcilerin yardımseverlik değerleri lise mezunlarına göre daha yüksektir.

Kadın girişimcilerin eğitim düzeylerine göre geleneksellik değerleri arasındaki farkı belirlemek amacı ile hesaplanan 23,211 istatistik değeri 0,01 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Mann-Whitney U testi sonucunda ilkokul ve ortaokul mezunu olan girişimcilerin lise ve lisans mezunlarına göre geleneksellik değerlerinin daha yüksek iken ilkokul ve ortaokul mezunları arasında bir fark gözlenmemiştir. Ayrıca lise mezunu olan kadın girişimcilerin geleneksellik değerleri lisans mezunlarına göre daha yüksektir.

Kadın girişimcilerin eğitim düzeylerine göre uyum değerleri arasındaki farkı belirlemek amacı ile hesaplanan 22,320 istatistik değeri 0,01 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Mann-Whitney U testi sonucunda ortaokul mezunu olan girişimcilerin ilkokul, lise ve lisans mezunlarına göre uyum değerlerinin daha yüksek olduğu saptanmıştır.

Kadın girişimcilerin eğitim düzeylerine göre güven değerleri arasındaki farkı belirlemek amacı ile hesaplanan 38,557 istatistik değeri 0,01 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Mann-Whitney U testi sonucunda ortaokul ve lise mezunu olan girişimcilerin ilkokul ve lisans mezunlarına göre güven değerleri daha yüksek iken ortaokul ve lise mezunları arasında bir fark gözlenmemiştir.

**Tablo 7: Yaşa Göre Girişimcilerin Bireysel Değerleri Kruskal-Wallis Sonuçları**

		N	Sıra ortalaması	$\chi^2$	df	p
Güç	20-30 yaş arası	60	57,20	16,297	3	0,001**
	30-40 yaş arası	47	81,55			
	40-50 yaş arası	18	89,50			
	50 yaş ve üzeri	13	55,00			
Başarı	20-30 yaş arası	60	55,81	19,008	3	0,000**
	30-40 yaş arası	47	71,66			
	40-50 yaş arası	18	96,50			
	50 yaş ve üzeri	13	87,50			

Hazcılık	20-30 yaş arası	60	73,82	4,444	3	0,217
	30-40 yaş arası	47	63,17			
	40-50 yaş arası	18	80,28			
	50 yaş ve üzeri	13	57,50			
Uyarılma	20-30 yaş arası	60	55,15	17,393	3	0,001**
	30-40 yaş arası	47	86,60			
	40-50 yaş arası	18	65,83			
	50 yaş ve üzeri	13	79,00			
Özdenetim	20-30 yaş arası	60	55,60	13,472	3	0,004**
	30-40 yaş arası	47	78,89			
	40-50 yaş arası	18	81,67			
	50 yaş ve üzeri	13	82,85			
Evrensellik	20-30 yaş arası	60	58,41	9,777	3	0,021*
	30-40 yaş arası	47	73,56			
	40-50 yaş arası	18	85,17			
	50 yaş ve üzeri	13	84,31			
Yardımsellik	20-30 yaş arası	60	59,46	12,637	3	0,005**
	30-40 yaş arası	47	70,30			
	40-50 yaş arası	18	78,50			
	50 yaş ve üzeri	13	100,50			
Geleneksellik	20-30 yaş arası	60	71,42	23,621	3	0,000**
	30-40 yaş arası	47	67,05			
	40-50 yaş arası	18	98,78			
	50 yaş ve üzeri	13	28,92			
Uyum	20-30 yaş arası	60	65,17	10,678	3	0,014*
	30-40 yaş arası	47	77,39			
	40-50 yaş arası	18	82,83			
	50 yaş ve üzeri	13	42,50			
Güven	20-30 yaş arası	60	63,94	22,978	3	0,000**
	30-40 yaş arası	47	82,71			
	40-50 yaş arası	18	83,50			
	50 yaş ve üzeri	13	28,00			

\*\* : 0,01 önem düzeyinde anlamlı farklılık var.

\* : 0,05 önem düzeyinde anlamlı farklılık var.

Elde edilen bulgulara göre;

Kadın girişimcilerin yaşlarına göre güçleri arasındaki farkı belirlemek amacı ile hesaplanan 16,297 istatistik değeri 0,01 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Mann-Whitney U testi sonucunda 30-40 ve 40-50 yaş grubundan kadın girişimcilerin güç değerlerinin 20-30 yaş grubu ve 50 yaş üzeri olanlara göre daha yüksek olduğu gözlenmiş ayrıca, 30-40 ve 40-50 yaş grupları arasında fark gözlenmemiştir.

Kadın girişimcilerin yaşlarına göre başarıları arasındaki farkı belirlemek amacı ile hesaplanan 19,008 istatistik değeri 0,01 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Mann-Whitney U testi sonucunda 20-30 yaş grubundan kadın girişimcilerin başarı değerlerinin diğer yaş grubundakilere göre daha düşük olduğu

gözlenmiş ayrıca, 40-50 yaş grubundan kadın girişimcilerinin başarı değerlerinin 30-40 yaş grubundakilere göre daha yüksek olduğu saptanmıştır.

Kadın girişimcilerin yaşlarına göre hazları arasındaki farkı belirlemek amacı ile hesaplanan 4,444 istatistik değeri 0,05 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır.

Kadın girişimcilerin yaşlarına göre uyarılma değerleri arasındaki farkı belirlemek amacı ile hesaplanan 17,393 istatistik değeri 0,01 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Mann-Whitney U testi sonucunda 20-30 yaş grubundan kadın girişimcilerin uyarılma değerlerinin 30-40 yaş grubundakilere ve 50 yaşından büyük olanlara göre daha düşük olduğu gözlenmiş ayrıca, 30-40 yaş grubundan kadın girişimcilerinin uyarılma değerlerinin 50 yaşından büyük olanlara göre daha yüksek olduğu saptanmıştır.

Kadın girişimcilerin yaşlarına göre özdenetimleri arasındaki farkı belirlemek amacı ile hesaplanan 13,472 istatistik değeri 0,01 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Kadın girişimcilerin yaşlarına göre uyarılma değerleri arasındaki farkı belirlemek amacı ile hesaplanan 17,393 istatistik değeri 0,01 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Mann-Whitney U testi sonucunda 20-30 yaş grubundan kadın girişimcilerin özdenetimleri diğer yaş grubundakilere göre daha düşük olduğu gözlenmiştir.

Kadın girişimcilerin yaşlarına göre evrensellik değerleri arasındaki farkı belirlemek amacı ile hesaplanan 9,777 istatistik değeri 0,05 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Mann-Whitney U testi sonucunda 40-50 yaş grubundan ve 50 yaşından büyük olan kadın girişimcilerin evrensellik değerlerinin 20-30 yaş grubundakilere göre daha yüksek olduğu gözlenmiştir.

Kadın girişimcilerin yaşlarına göre yardımseverlikleri arasındaki farkı belirlemek amacı ile hesaplanan 12,637 istatistik değeri 0,01 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Mann-Whitney U testi sonucunda 50 yaşından büyük olan kadın girişimcilerin yardımseverlik değerlerinin 20-30 ve 40-50 yaş grubundakilere göre daha yüksek olduğu gözlenmiştir. Ayrıca, 40-50 yaş grubunda kadın girişimcilerin yardımseverlik değerleri 20-30 yaş grubundakilere göre daha yüksektir.

Kadın girişimcilerin yaşlarına göre geleneksellikleri arasındaki farkı belirlemek amacı ile hesaplanan 23,621 istatistik değeri 0,01 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Mann-Whitney U testi sonucunda 50 yaşından büyük olan kadın girişimcilerin geleneksellik değerlerinin diğer yaş grubundakilere göre daha düşük olduğu gözlenmiştir. Ayrıca, 40-50 yaş grubunda kadın girişimcilerin geleneksellik değerleri 20-30 yaş grubundakilere göre daha yüksektir.

Kadın girişimcilerin yaşlarına göre uyumları arasındaki farkı belirlemek amacı ile hesaplanan 10,678 istatistik değeri 0,05 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Mann-Whitney U testi sonucunda 50 yaşından büyük olan

kadın girişimcilerin uyum değerlerinin 20-30 ve 40-50 yaş grubundakilere göre daha düşük olduğu gözlenmiştir.

Kadın girişimcilerin yaşlarına göre güvenleri arasındaki farkı belirlemek amacı ile hesaplanan 22,978 istatistik değeri 0,01 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Mann-Whitney U testi sonucunda 50 yaşından büyük olan kadın girişimcilerin güven değerlerinin diğer yaş grubundakilere göre daha düşük olduğu gözlenmiştir. Ayrıca 30-40 yaş grubundan kadın girişimcilerin güven değerleri 20-30 yaş grubundakilere göre daha yüksek gözlenmiştir.

**Tablo 8: İşletme Türüne Göre Girişimcilerin Bireysel Değerleri Kruskal-Wallis Sonuçları**

		N	Sıra ortalaması	$\chi^2$	df	p
Güç	Küçük işletme	60	72,40	3,285	2	0,193
	Orta boy işletme	72	69,42			
	Büyük işletme	6	41,50			
Başarı	Küçük işletme	60	81,89	15,006	2	0,001**
	Orta boy işletme	72	62,59			
	Büyük işletme	6	28,50			
Hazcılık	Küçük işletme	60	67,66	18,561	2	0,000**
	Orta boy işletme	72	76,46			
	Büyük işletme	6	4,42			
Uyarılma	Küçük işletme	60	77,07	9,373	2	0,009**
	Orta boy işletme	72	66,74			
	Büyük işletme	6	27,00			
Özdenetim	Küçük işletme	60	79,17	6,458	2	0,040*
	Orta boy işletme	72	61,94			
	Büyük işletme	6	63,50			
Evrensellik	Küçük işletme	60	79,49	26,152	2	0,000**
	Orta boy işletme	72	56,09			
	Büyük işletme	6	130,50			
Yardımsızlık	Küçük işletme	60	78,82	5,824	2	0,054
	Orta boy işletme	72	62,31			
	Büyük işletme	6	62,50			
Geleneksellik	Küçük işletme	60	74,00	6,978	2	0,031*
	Orta boy işletme	72	62,96			
	Büyük işletme	6	103,00			
Uyum	Küçük işletme	60	77,81	23,515	2	0,000**
	Orta boy işletme	72	57,49			
	Büyük işletme	6	130,50			
Güven	Küçük işletme	60	68,47	13,658	2	0,001**
	Orta boy işletme	72	65,53			
	Büyük işletme	6	127,50			

\*\* : 0,01 önem düzeyinde anlamlı farklılık var.

\* : 0,05 önem düzeyinde anlamlı farklılık var.

İşletmelerinin türüne göre kadın girişimcilerinin bireysel değerlerinin tek yönlü varyans analizinin parametrik olmayan alternatifi Kruskal-Wallis ile sınanmıştır. Kruskal-Wallis testi sonucunda anlamlı ise hangi ikili gruplar arasında

fark olduğunu belirlemek amacı ile ikili gruplar bağımsız örneklem t testini parametrik olmayan alternatifi olan Mann-Whitney U testine tabii tutulmuştur. Elde edilen bulgulara göre;

İşletme türüne göre kadın girişimcilerin güçleri ve yardımseverlikleri arasındaki farkı belirlemek amacı ile hesaplanan 3,285 istatistik değeri 0,05 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır.

İşletme türüne göre kadın girişimcilerin başarıları arasındaki farkı belirlemek amacı ile hesaplanan 15,006 istatistik değeri 0,01 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Mann-Whitney U testi sonucunda küçük işletmedeki kadın girişimcilerin başarılarının orta boy işletmedekilere göre daha yüksek, orta boy işletmedeki yöneticilerin başarıları ise büyük işletmedekilere göre daha yüksek bulunmuştur.

İşletme türüne göre kadın girişimcilerin hazcılık değerleri arasındaki farkı belirlemek amacı ile hesaplanan 18,561 istatistik değeri 0,01 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Mann-Whitney U testi sonucunda büyük işletmelerdeki kadın girişimcilerin hazcılık değerlerinin küçük ve orta boy işletmedekilere göre daha düşük olduğu görülmüştür.

İşletme türüne göre kadın girişimcilerin uyarılma değerleri arasındaki farkı belirlemek amacı ile hesaplanan 9,373 istatistik değeri 0,01 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Mann-Whitney U testi sonucunda büyük işletmelerdeki kadın girişimcilerin uyarılma değerlerinin küçük ve orta boy işletmedekilere göre daha düşük olduğu görülmüştür.

İşletme türüne göre kadın girişimcilerin özenetim değerleri arasındaki farkı belirlemek amacı ile hesaplanan 6,458 istatistik değeri 0,05 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Mann-Whitney U testi sonucunda küçük işletmelerdeki kadın girişimcilerin özenetim değerlerinin orta boy işletmedekilere göre daha yüksek olduğu görülmüştür.

İşletme türüne göre kadın girişimcilerin evrensellik değerleri arasındaki farkı belirlemek amacı ile hesaplanan 26,152 istatistik değeri 0,01 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Mann-Whitney U testi sonucunda büyük işletmedeki kadın girişimcilerin evrensellik değerleri küçük işletmedekilere göre daha yüksek, küçük işletmedeki yöneticilerin evrensellik değerleri ise orta boy işletmedekilere göre daha yüksek bulunmuştur.

İşletme türüne göre kadın girişimcilerin geleneksellik değerleri arasındaki farkı belirlemek amacı ile hesaplanan 6,978 istatistik değeri 0,05 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Mann-Whitney U testi sonucunda büyük işletmelerdeki kadın girişimcilerin geleneksellik değerlerinin orta boy işletmedekilere göre daha yüksek olduğu görülmüştür.

İşletme türüne göre kadın girişimcilerin uyum değerleri arasındaki farkı belirlemek amacı ile hesaplanan 23,515 istatistik değeri 0,01 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Mann-Whitney U testi sonucunda büyük

işletmedeki kadın girişimcilerin uyum değerleri küçük işletmedekilere göre daha yüksek, küçük işletmedeki yöneticilerin uyum değerleri ise orta boy işletmedekilere göre daha yüksek bulunmuştur.

İşletme türüne göre kadın girişimcilerin güven değerleri arasındaki farkı belirlemek amacıyla ile hesaplanan 13,658 istatistik değeri 0,01 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Mann-Whitney U testi sonucunda büyük işletmedeki kadın girişimcilerin güven değerleri küçük ve orta boy işletmedekilere göre daha yüksek bulunmuştur.

### 3. Sonuçlar

Örneklem olarak belirlenen Antalya ilindeki kadın girişimciler üzerinden gerçekleştirilen çalışma sonucunda aşağıdaki bilgilere ulaşılmıştır.

40 yaşından küçük ve en az lise mezunu olan kadın girişimcilerden örneklem içerisindeki oranı oldukça yüksektir. Örneklemin büyük çoğunluğu küçük ve orta boy işletmedeki kadın girişimcilerdir.

Kadın girişimcilerin eğitim düzeyleri bireysel değerlerinde oldukça önemli bir faktördür. İlkokul mezunu olan girişimciler ortaokul mezunlarına göre daha güçlü, lisans mezunları ise lise mezunlarına göre daha güçlüdür. ilkokul ve lisans mezunu olan girişimcilerin hazcılık değerleri ortaokul mezunlarına göre daha yüksek, ortaokul mezunu olan girişimcilerin ilkokul, lise ve lisans mezunlarına göre uyarılma, özdenetim, yardımseverlik ve uyum değerlerinin daha yüksektir. Ortaokul mezunu olan girişimcilerin evrensellik değerleri ilkokul ve lisans mezunlarına göre daha yüksektir. ilkokul ve ortaokul mezunu olan girişimciler lise ve lisans mezunlarına göre daha geleneksellikçidir. Ortaokul ve lise mezunu olan girişimcilerin güven değerleri ilkokul ve lisans mezunlarına göre daha yüksektir.

Kadın girişimcilerin yaşları bireysel değerlerinde oldukça önemli bir faktördür. 30-40 ve 40-50 yaş grubundan kadın girişimciler diğer yaş grubundakilere göre daha güçlüdür. 20-30 yaş grubundan kadın girişimcilerin başarı, uyarılma, özdenetim değerleri diğer yaş grubundakilere göre daha düşüktür. 40-50 yaş grubundan ve 50 yaşından büyük olan kadın girişimcilerin evrensellik değerleri 20-30 yaş grubundakilere göre daha yüksek, 50 yaşından büyük kadın girişimcilerin yardımseverlikleri ve geleneksellikçilikleri diğer yaş grubundakilere göre daha yüksek olmasına rağmen uyum ve güven konusundaki değerleri diğer yaş grubundakilerden daha düşüktür.

İşletme büyüdükçe kadın girişimcilerin başarı değerleri düşmektedir. büyük işletmelerdeki kadın girişimcilerin hazcılık, uyarılma değerleri küçük ve orta boy işletmedekilere göre daha düşük, güven değerleri ise daha yüksektir. Büyük işletmedeki kadın girişimcilerin evrensellik ve uyum değerleri küçük işletmedekilere göre daha yüksek, küçük işletmedeki girişimcilerin uyum değerleri orta boy işletmedekilere göre daha yüksek, büyük işletmelerdeki kadın girişimcilerin geleneksellik değerleri ise orta boy işletmedekilere göre daha yüksektir.



### **Kaynakça**

- Aktepe V. ve Yel S. (2009). İlköğretim Öğretmenlerinin Değer Yargılarının Betimlenmesi: Kırşehir İli Örneği, *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 7(3), 607-622.
- Berry, J.B., Portinga, Y.H., Marshall, H.S. & Dosen, P.R. (1992). *Cross Cultural Psychology Research And Applications*, Cambridge University Press.
- Bolay, S. H. (2007). Aşkın Değerler Buhranı, *Değerler Ve Eğitimi Uluslararası Sempozyumu (26-28 Kasım 2004) Kitabı*, 55-69, İstanbul: Dem Yayıncılık.
- Bozkurt.R. (2000). Girişimci Ve Rol Bilinci, *İş Fikirleri Dergisi*, Sayı:12.
- Bozkurt, V. (2006). *Değişen Dünyada Sosyoloji*, Ekin Kitabevi, Bursa.
- Bulut S.S. (2012). Gazi Eğitim Fakültesi Öğrencilerinin Değer Yönelimleri, *Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim Dergisi*, 1 (3): 216-238.
- Casson, M., Yeung, B., Basu, A. & Wadeson, N. (2009). *Entrepreneurship*, Oxford University Press, Oxford.
- Chell E., Haworth J., & Brearley S. (1991). *The Entrepreneurial Personality* Routledge.
- Coulter, M. (2001). *Entrepreneurship In Action, Small Business 2000*, New Jersey: Prentice- Hall.
- De'mooij, M. (2004). *Consumer Behavior And Culture – Consequences For Global Marketing And Advertising*, Sage Pub., California.
- Ecevit, Y. (1993). Kentsel Üretim Surecinde Kadın Emeginin Konumu Ve Değişen Biçimleri. (Ed: S. Tekeli). 1980'ler Türkiye'sinde Kadın Bakış Açısından Kadınlar (S.117-128), İstanbul İletişim Yayınları.
- Evans, M., Jamal, A., & Foxall, G. (2007). *Consumer Behavior*, John Wiley & Sons, Ltd., England.
- Hisrich, R., & Brush C. (1985). Women And Minority Entrepreneurs: A Comparative Analysis, *Frontiers Of Entrepreneurial Research*,566-587.
- Hisrich, R., & Brush C. (1987). Women Entrepreneurs: A Longitudinal Study, *Frontiers Of Entrepreneurship Research*, 187-201.
- Hisrich, R., & O'brein M. (1982). The Woman Entrepreneur As A Reflection Of The Type Of Business, *Frontiers Of Entrepreneurship Research*, 54-67.
- Hofstede, G. (2001). *Culture's Consequences: Comparing, Values, Behaviors, Institutions, And Organizations Across Nations*, London: Sage Publications, 2nd. Ed.
- İlter B. (2008). *Girişimcilik Sürecinde Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunların Analizi: Kagider Örneği*, Doktora Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyonkarahisar.
- Kalaycı, Ş. (2008). *Spss Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Ankara.

Kluckhohn, C. (1951). Values And Value Orientations In The Theory Of Action: An Exploration In Definition And Classifications. (Ed. Talcott Parsons Ve Edward A. Shils). Toward A General Theory Of Action, Harvard University Press, Cambridge, Ma.

Kuşdil, M.E. ve Kağıtçıbaşı, Ç. (2000). Türk Öğretmenlerin Değer Yönelimleri Ve Schwartz Değer Kuramı, *Türk Psikoloji Dergisi*, Cilt.15, Sayı.45.

Mcdonald, P., & Gandz, J. (1991). Human Resource Management, *Identification Of Values Relevant To Business Research*, 30(2), 217-236.

Meglino, R.M. & Ravlin, E.C. (1998). Individual Values In Organizations: Concepts, Controversies And Research, *Journal Of Management*, 24(3).

Özgür E. (2011). *The Intervening Role Of Work Values Between The Personal Values And Work Engagement (Cross-Cultural Research: Abkhazia - Turkey)*, Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.

Pazarcık Y. (2010). *Eğitimin Bireysel Değerler Ve Yöneticilerin İş Görme Anlayışına Etkisi: Türkiye’de Yabancı Dilde Eğitim Veren Orta Eğitim Kurumları Mezunları Üzerine Bir Araştırma*, Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.

Rokeach, M. (1973). *The Nature Of Human Values*, Free Press, New York.

Schumpeter J. A. (1950). *Capitalizm, Socializm And Democracy*, Third Edition, Harper Torchbooks, New York.

Schwartz, S. H. (1992). Universal In The Content And Structure Of Values: Theoretical Tests In 20 Countries, *Advances In Experimental Social Psychology*. Vol. 25.

Schwartz, S. H. (1999). *A Theory Of Cultural Values And Some Implications For Work. Applied Psychology: An International Review*.

Soysal, A. (2010). Türkiye’de Kadın Girişimciler: Engeller Ve Fırsatlar Bağlamında Bir Değerlendirme, *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 65(1), 83-114.

Tokol A. (1999). Dünya’da Kadın İşgücü, *Türkiye’de Kadın İşgücü Seminerleri*, Tisk Yayınları, Yay. No.192, Aralık.

Tüsiad. (2002). *Türkiye’de Girişimcilik*, Tüsiad Yayınları, İstanbul.

Wickham, P. A. (2001). *Strategic Entrepreneurship; A Decision-Making Approach To New Venture Creation And Management*, Financial Times Prentice Hall.

Yeniçeri, Ö., & İnce, M. (2005). *Bilgi Yönetim Stratejileri Ve Girişimcilik*. İstanbul: IQ Kültür Sanat Yayıncılık.