

POTANSİYEL GİRİŞİMCİ OLAN KADINLARIN MOTİVASYON FAKTÖRLERİ VE ESKİŞEHİR'DE BİR ARAŞTIRMA

MOTIVATION FACTORS OF POTENTIAL ENTREPRENEURS AND A RESEARCH STUDY IN ESKİŞEHİR

Yrd.Doç.Dr. Aytül Ayşe ÖZDEMİR, Anadolu Üniversitesi, İİBF, Çalışma
Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü, aacengiz@anadolu.edu.tr

ÖZET

Girişimcilik, ülkelerin ekonomik ve sosyal gelişimindeki önemli itici güçlerden birini oluşturmaktadır; özellikle söz konusu kadın girişimciliği olduğunda girişimcilğe verilen değer ve önem daha da artmaktadır. Ülkemizde girişimcilik ve motivasyon faktörlerini araştıran birçok çalışma olmasına rağmen, bu çalışmada potansiyel kadın girişimcilerin motivasyon faktörleri incelenerek, yazında ilk olarak önemli bir boşluğun doldurulacağına inanılmaktadır. Bu çalışmadan elde edilen sonuçların, girişimciliği destekleyen birçok özel, kamu ve sivil örgütlerinin politika ve programlarına yeni bir bakış açısı getireceği düşünülmektedir. Bu bağlamda, bu çalışmada Eskişehir şehrinde 13 potansiyel kadın girişimciyle yapılan derinlemesine görüşmeyle elde edilen veriler, tümevarım analiziyle çözümlenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre kadınların hem iten hem de çeken motivasyon faktörleriyle girişimci olma isteklerinin şekillendiği, kendi kişilik algılarının girişimcide olması gereken kişilik özellikleriyle paralellik gösterdiği, sosyal ağlarının güçlü bağlardan oluştuğu ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kadın Girişimciler, Potansiyel Girişimciler, İten Motivasyon Faktörleri, Çeken Motivasyon Faktörleri

ABSTRACT

Entrepreneurship, as one of the significant impulsive force in economic and social development of countries, gains a more solid importance when the scope of analysis focuses on women entrepreneurship. Although there are satisfactory research about entrepreneurship and motivation factors in our country, this study examining potential women entrepreneurs' motivation factors, is believed

to initially fill a significant gap in literature. There is a belief the research results of this study brings a new approach to the policy and programs of private, public and civil organizations. In this context, the research findings were transcribed by inductive analysis of the data reached by in-depth interviews with 13 potential women entrepreneurs. According to the research results, both push and pull motivation factors shape the intention of being entrepreneurship, their self-perception is in accordance with the personality qualifications of entrepreneurs, and their social networks are mostly composed of strong ties.

Key Words: Women Entrepreneurs, Potential Entrepreneurs, Push Motivation Factors, Pull Motivation Factors

1. GİRİŞ

Girişimciliğin, ekonomik büyüme, yenilik (Wennekers and Thurik, 1999; Carree and Thurik, 2003; Wong, Ho, Autio, 2005), insan sermayesi, entelektüel ve sosyal sermaye (Zahra, Dess, 2001) üzerinde yarattığı olumlu etkiler, bu konunun üzerinde daha fazla durulmasına ve detaylı bir şekilde incelenmesine neden olmaktadır. Gerek dünyada gerekse de ülkemizde, özellikle kadın girişimci oranlarının düşüklüğü göz önüne alındığında, ilgili alan yazının kadın girişimcilere odaklanması kaçınılmaz gözükmektedir.

Bu çalışmanın amacı girişimciliğe aday olan kadınların, girişimci olma kararlarını veya isteklerini etkileyen motivasyon faktörlerini belirlemektir. Potansiyel girişimciler, girişimci olma isteği olan; fakat bunun için henüz somut bir adım atmamış kişiler olarak tanımlanmaktadır (Krueger, Brazeal, 1994, s.91). Bu kapsamda olan bireyleri tanımak, onların başarı ve risk algılarını motivasyon faktörleri çerçevesinde değerlendirmek oldukça önemlidir. Her istek veya hevesin girişimciliğe dönüşmemesi, bazı adayların başarılı bir girişimci olurken, diğerlerinin başarısız olması veya girişimci olmaktan vazgeçmesi, girişimcilik gibi uzun ve zorlu bir süreçte motivasyon faktörlerini önemli bir belirleyici olarak karşımıza çıkarmaktadır. Girişimcilik faaliyetleri, bilinçli yapılandırılan, amaca yönelik faaliyetlerdir ve bu faaliyetlerin şekillenmesinde ve yönetilmesinde motivasyon faktörleri temel rol oynamaktadır. Alan yazınında potansiyel veya aday girişimcilerin motivasyon faktörlerini inceleyen çalışmalar, nispeten ihmal edilmiştir; bu kişilerin kurumsal bir kayda sahip olmaması, kişilerin belirlenmesinde ve kişilere ulaşılmasında zorluk çekilmesi, bu kapsamda yapılan araştırmaların yetersizliğine neden olmaktadır. Oysa potansiyel girişimcilere veya girişimciliğe aday olan kişilere ilişkin yapılan araştırma sonuçları, girişimcilik oranlarının artırılması için geliştirilen politikalara veya destek kaynaklarına bir ışık tutabilecektir.

Bu bağlamda bu çalışmada ilk olarak motivasyon faktörlerinin girişimcilik başarısı üzerindeki etkisine değinilerek, girişimcilerin ve potansiyel girişimcilerin motivasyon faktörleri iten ve çeken motivasyon yaklaşımı ile incelenecektir.

Yazın taraması sonucu elde edilen bilgilerin ardından araştırma deseni ve araştırma sonuçları tartışılacaktır.

2. GİRİŞİMCİLİKLE İLGİLİ BAŞARI VEYA RİSK ALGILARININ OLUŞMASINDA MOTİVASYON FAKTÖRLERİNİN ÖNEMİ

Girişimcilik tanımlarından bir adım ötede, bu çalışmada girişimci adaylarının nasıl tanımlandığı üzerinde durulacaktır.

Girişimciliğe aday olan kişiler, yeni bir iş kurmaya çabalayan, yeni örgütün sahibi veya ortağı olmayı bekleyen, son 12 ay içerisinde aktif olarak örgüt kurmak için çabalayan ve harcamaları karşılayacak aylık bir nakit akışının olmadığı ve 3 aydan fazla bir süredir sabit yönetici maaşı almayan kişilerdir (Reynolds, 2000, s.170).

Girişimciliğe aday olan kişilerin karşılaştığı dört aşama vardır: Birinci aşama, girişimci olma isteğinin gelişmesidir. İkinci aşama, girişimcilik fikrinin oluşması veya girişimcilikle ilgili bir fırsatın algılanmasıdır. Üçüncü aşamada, geliştirilen girişimcilik modeline göre gerekli kaynakların toplanması ve örgütün yaratılması söz konusudur. Son aşama olan dördüncü aşamada ise örgüt, pazarda faaliyet göstermeye başlamaktadır. Girişimci olmaya karar vermek ve bunun için somut adımları atmak, aday girişimcilerin ikinci ve üçüncü aşamada olmasını gerektirmektedir. Birinci aşamada olan girişimci adayları potansiyel girişimci; dördüncü aşamada olanlar başlangıç düzeyinde girişimci olarak tanımlanmaktadır (Gelderens, Thurik and Bosma, 2006, s.366). Bu aşamaları birbirinden doğru bir şekilde ayırmak ve aralarındaki etkileşimi net bir şekilde ortaya koymak pek kolay gözükmemektedir. Bu çalışmada ise sadece birinci aşamada olan, bir başka ifadeyle potansiyel girişimciler incelenecek ve bu aşamadaki kadın adayların girişimcilikle ilgili motivasyon faktörleri değerlendirilecektir.

Girişimcilikte başarıyı etkileyen içsel ve dışsal birtakım faktörler mevcuttur. İçsel faktörler, bireyin demografik, karakteristik (McClelland, 1961; Rotter, 1966; Birley, 1989; Collins, Hanges, Locke, 2004) ve bilişsel özellikleri (Locke, 2000; Gatewood, 1995), insan sermayesi (Birley, Westhead, 1993; Delmar, Davidsson, 2000) ve sosyal sermayesi (Sequeira, Mueller ve McGee, 2007; Batjargal, 2003; Farr-Wharton, Brunetto, 2007) olarak değerlendirilirken; dışsal faktörler, ulusal kültür (Hayton, George and Zahra, 2002; Thomas and Mueller, 2000), ekonomik ve sosyal yapı, ekonomik istikrar, bürokratik prosedürler, finansal yeterlilik (Cooper, 1981; Dyer, 1994) gibi faktörleri içine almaktadır. Tüm bu faktörler arasında bireyin motivasyonu ise önemli bir içsel faktör olarak, potansiyel girişimcilerin başarısında önemli bir role sahiptir. Bir başka ifadeyle, dışsal faktörler sabit tutulduğunda, motivasyon, girişimcilerin veya girişimci adaylarının başarısını etkileyen güçlü faktörlerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır (Shane, Locke, Collin, 2003, s.258). Thomas ve Mueller'in

girişimcilikle ilgili ifadeleri girişimcilik ve motivasyon arasındaki ilişkiyi daha açık ortaya koymaktadır:

“Girişimcilik, bir örgüt kurma ve sürdürmeye motive olmuş bireyin psikolojik özellikleri, tutumları ve değerlerinin bir bütünüdür.” (2000, s.291).

Girişimcilik ve motivasyon ilişkisine kuramsal bir altyapı sağlayan modeller, Planlanmış Davranışlar Kuramı (Theory of Planned Behavior) ve Girişimsel Niyet Modelidir (Entrepreneurial Intentions Model). Bu modellerin iki kavrama yönelik temel varsayımları şu şekilde özetlenebilir: Niyetler, motivasyon faktörlerinin bir yansımasıdır ve niyetler, davranışları şekillendirir. Bireyin bir davranışa yönelik ne kadar istekli olduğunu, ne kadar çaba sarf edeceğini belirleyen niyetlerdir (Linan, Chen, 2006). Bu bağlamda yeni bir iş kurma kararında ilk aşama niyetlerin oluşmasıdır. Tehditlere karşın fırsatların algılanmasıyla ilgili bir süreç olan girişimcilik, tesadüflerden ziyade bilinçli birtakım davranışların sonucudur ve bu davranışların etkinliğinde niyetleri şekillendiren motivasyon faktörlerinin büyük bir rolü vardır. Özellikle Türkiye gibi ekonomik istikrarın kalıcı olmadığı, kadınların çalışma hayatındaki aktif rollerinin kısıtlı olduğu ve kadın girişimci modellerinin çok yaygın olmadığı bir ortamda, girişimci olma niyetinde olan kadınların motivasyon faktörlerini belirleyip, bu faktörleri ön plana çıkaracak ve güçlendirecek yöntemleri izlemek gerekmektedir.

3. İTEN VE ÇEKEN YAKLAŞIMI ÇERÇEVESİNDE GİRİŞİMCİLİKLE İLGİLİ MOTİVASYON FAKTÖRLERİ

Özellikle girişimciliğin fırsatların peşinden koşulduğu bir süreç olduğu düşünüldüğünde, bu insan odaklı süreçte yetenek ve isteklerin düzeyi gibi, her bireyin motivasyon düzeyi ve motivasyon faktörleri de birbirinden farklı olacaktır. Girişimcilikle ilgili motivasyon faktörlerinin incelendiği çalışmalar, daha çok girişimci olmuş kişilere yöneliktir. Alan yazınındaki bu çalışmalar incelendiğinde girişimcilik niyetini şekillendiren motivasyon faktörlerinin çok da birbirinden farklı olmadığı, ortak boyutlar altında toplanabileceği görülmektedir. Motivasyon faktörlerini iten-çeken yaklaşımıyla incelemek, en sık kullanılan yöntemlerden biridir (Buttner, Moore, 1997). İten faktörler, başka alternatifinin olmaması gibi, bireyleri girişimciliğe zorlayan, olumsuz olarak da nitelendirilen faktörlerken; çeken faktörler, özerklik gibi bireyleri girişimciliğe çeken, girişimciliği cazip kılan olumlu faktörlerdir. Çeken faktörleri bağımsızlık, onay alma ihtiyacı, kendini gerçekleştirme, kendini geliştirme ihtiyacı, özerklik, finansal başarı, refah düzeyinin artırılma isteği, tanınma, rol modellerini izleme, iş ve özel yaşamı dengeleme olarak belirtmek mümkündür (Carter ve diğerleri, 2003; Hughes, 2003; Shane, Kolvareid and Westhead, 1991; Birley, Westhead, 1994). Bu bağlamda iş tatminsizliği, algılanan ayrımcılık, terfi edilmeme, ücretten duyulan memnuniyetsizlik, işsizlik, iten motivasyon faktörleri olarak değerlendirilmektedir (Hisrich, Brush, 1987; Buttner, Moore, 1997; Moore and Mueller, 2002). Özellikle araştırmalarda bağımsızlık faktörü ile çok sık karşılaşılmaktadır; cinsiyet

bağlamında hem kadın hem de erkek için kuvvetli bir faktör olan bağımsızlık, kendi zamanını ayarlama, aile ve özel yaşamında esneklik tanıma ve kendi fikirlerini işte uygulama gibi nedenleri de içine alabileceğinden, motivasyon faktörleri arasında ilk sıralarda yer almaktadır (Shane, Kolvereid and Westhead, 1991; Still, Timms, 2000; Feldman, Bolino, 2000).

Burada akla gelen sorulardan bir tanesi cinsiyet temelinde bu motivasyon faktörlerinin farklılık gösterip göstermediğidir. Kadın ve erkek girişimcilerin motivasyon faktörlerinin birbiriyle tamamen benzer olduğunu söylemek mümkün değildir. Kadınların sosyalizasyon süreci, toplum dinamikleri ve her şeyden önemlisi çalışma hayatında karşılaştıkları zorluklar veya kısıtlılıklar, onların girişimci olma nedenlerini erkeklerinkinden daha farklı bir noktaya kaydırabilmektedir. Önceki iş deneyiminde yaşanan ayrımcılık, terfi edilmeme, iş ve aile sorumluluklarını dengeleme ihtiyacı, ekonomik kısıtlılıklar gibi iten faktörler, erkeklere kıyasla, kadınların girişimci olma istekleri üzerinde daha fazla bir etkiye sahiptir (Orhan and Scott, 2001; Omar, Davidson, Fielden, 2006). Burada iten faktörlerin tek ve en güçlü belirleyici olduğunu söylemek yanlış olacaktır; fakat iten faktörler, kadın girişimci veya adayların kararlarını şekillendiren bir özelliğe sahiptir. Örneğin Hughes'ın (2003) çalışmasında dikkat çeken bulgu, araştırmanın ilk aşamasında kadınların girişimci olma nedenleri olarak çeken faktörleri seçtikleri, fakat sonradan yapılan görüşmelerde iten faktörlerden çok sık bahsetmeleri olmuştur. Polonya'da kadın ve erkek girişimciler üzerinde yapılan bir çalışmada da, her iki grubun girişimci olma nedenlerinin birbirinden ayrıldığı tek noktanın kadınların erkeklere kıyasla önceki işten duyulan memnuniyetsizliğe daha çok yer vermeleri olmuştur (Zapalska, 1997).

Henüz girişimci olmamış, fakat girişimciliğe aday bireylerin motivasyon faktörlerini araştıran çalışmalar biraz daha sınırlı kalmakla birlikte, bu araştırmalar incelendiğinde motivasyon faktörlerinin girişimci olmuş bireylerinkinden çok da farklı olmadığı görülmektedir. Kolvereid'in (1996b) Norveç'te işletme yüksek lisansı yapan öğrenciler üzerindeki araştırmasında ekonomik fırsat, otorite, özerklik, kendini gerçekleştirme, tüm sürece katılım; Carter ve arkadaşlarının (2003) girişimci adaylar üzerindeki araştırmalarında da kendini gerçekleştirme, finansal başarı, yenilik, tanınma, bağımsızlık gibi motivasyon faktörleri girişimci olma nedenleri olarak ortaya çıkmıştır.

Ülkemizde girişimcilerle ilgili araştırmalar incelendiğinde ise motivasyon faktörlerinin yukarıda ifade edilenlerden çok da farklı olmadığı görülmektedir. Turan ve Kara'nın (2007) Adana, Mersin, Antakya ve İskenderun bölgesinde 161 girişimci ile yaptıkları araştırmalarında, kendi yaklaşımlarını işe uygulayabilmek, kendi kendinin patronu olmak ve önceki işten duyulan memnuniyetsizlik en önemli motivasyon faktörleri olarak bulunmuştur. Hollanda'da birinci ve ikinci nesil Türk girişimcilerinin motivasyon faktörlerinin araştırıldığı bir çalışmada ise, işsizlik, başarı ihtiyacı, statü elde etme, pazar fırsatlarından yararlanabilme, bağımsızlık ve yeteneklerini kullanabilme her iki neslin de girişimci olma isteklerini şekillendiren motivasyon faktörleri olarak

belirlenmiştir (Masurel, Nijkamp, 2004). Kadın girişimcilere yönelik çalışmalarda ise şu sonuçlara ulaşılmıştır: Örneğin Ankara Ticaret Odası'na kayıtlı 104 kadın girişimci, girişimci olma nedenlerini bir işle meşgul olma, bağımsızlık, başarı, evin bütçesine katkıda bulunmak olarak sıralamışlardır (Yağcı, Bener, 2005). Bir diğer kadın girişimcilerle ilgili olan çalışmada ise bağımsızlık ve zaman konusundaki esneklik, kadınları girişimciliğe çeken faktörler olarak bulunmuştur (Kutaniş ve Bayraktaroğlu, 2003). Bu bulguları destekleyen bir diğer çalışmada, tekstil ve bilgi işlem sektörlerindeki 7 kadın girişimci ile yapılan mülakatta, 2 girişimci, esneklik ve iş saatlerini kendileri ayarlayabilecek ve çocuklarına daha fazla zaman ayırabilecekleri için, diğer 2 girişimci ise finansal kazançlarının artacağından dolayı girişimciliği seçtiklerini belirtmiştir. Hepsi için geçerli olan ortak motivasyon faktörleri ise bireysel başarı ve bağımsızlık olarak bulunmuştur (Nayır, 2008). Motivasyon faktörleri arasında sosyal statü kazanma, kendi işini kurabilme gibi faktörlerin de kişisel özgürlük adı altında birleştirilebilmesi, Türkiye'de kadın girişimciler için kişisel özgürlük veya bağımsızlığın önemli bir belirleyici olarak ortaya çıktığını göstermektedir (Kutaniş, Hancı, 2004). Yetim'in (2002), Mersin bölgesindeki kadın girişimcilerle ilgili yaptığı çalışmada hem iten hem de çeken motivasyon faktörlerinin, kadınların girişimci olma nedenlerini etkiledikleri bulunmuştur. Çeken faktörler arasında özgürce çalışma isteği, bağımsız olma isteği ve üretken olma isteği; iten faktörler arasında da ekonomik anlamda zor durumdan kurtulma isteği, işletmenin kendi veya eşinin ailesinden devralınması, aileye ek gelir sağlamak ve beklenen standartlarda ücretli çalışma olanağına sahip olamama, girişimcilik isteğini şekillendiren faktörler olarak ortaya çıkmıştır. Farklı kültürlerde motivasyon faktörlerinin belli faktörler içerisinde yoğunlaştığı görülse de; ulusal kültür bağlamında bazı faktörlerin değişiklik göstereceği yadsınılamaz. Özellikle bireyciliğin, belirsizlikten kaçınma, maskülen değerlerin yüksek olduğu toplumlardaki motivasyon faktörleri fırsatların peşinden koşma, yenilik yaratma, rekabet etme gibi faktörlerde yoğunlaşmaktadır. Kanaatkar ve kaderciler toplumlarda rekabet, fırsat kollama, çok çalışma gibi tutum ve davranışlar daha az görüldüğünden, girişimciliği etkileyen motivasyon faktörleri arasında da bu faktörlere daha az rastlanılmaktadır (Aytaç, İlhan, 2007).

Motivasyon, girişimcilikle ilişkilendirildiğinde, iten ve çeken motivasyon faktörlerinin girişimcilik başarısında farklı bir etki yapıp yapmadığı temel sorulardan birini oluşturmaktadır. Yapılan çalışmalarda çeken faktörlere sahip girişimcilerin, iten faktörlere sahip girişimcilere göre daha başarılı oldukları saptanmıştır (Watson, Hogarth-Scott ve Wilson, 1998; Amit, Muller, 1996). Gatewood ve arkadaşlarının çalışmasında (1995), henüz girişimci olmamış, fakat bu yönde somut adımlar atan kadın ve erkeklerle ilgili çalışmada, özerk olma gibi içsel nedenlerle motive olan kadınların ve pazardaki bir fırsatın algılanması gibi dışsal nedenlerle motive olan erkeklerin, girişimci olmadan önceki aşamada başarılı olma şanslarının daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Kolvereid ise (1996a), bir örgütte iyi koşullarla, yüksek bir ücretle ve iş güvencesine sahip olarak çalışanların girişimcilik isteklerinin azaldığını bulmuştur. Bu noktada da çeken motivasyon faktörlerinin başarı üzerinde yarattığı olumlu etki daha anlaşılır kılınmaktadır; çeken faktörler, iten faktörlere

kıyasla zorluklarla dolu uzun bir süreci daha kolaylaştırabilmektedir. Ayrıca girişimcilik niyetini şekillendiren motivasyon faktörleri ile yatırım faaliyetlerinin yapısı, büyüklüğü gibi değişkenler arasında bir ilişki olduğu saptanmaktadır (Kolvereid, 1992; Cassar, 2007). Hughes (2003), Kanadalı kadınların motivasyon faktörleri ve yatırım türleri ile ekonomi başarıları arasındaki ilişkiyi araştıran çalışmasında motivasyon faktörlerini üç tip girişimcilik temelinde incelemiştir. Bağımsızlık, finansal bağımsızlık, fırsatlar gibi motivasyon faktörlerine sahip olan klasik girişimciler, insan sermayesi ve geliri yüksek, çalışma saatleri daha fazla olan ve tüzel kişilik kazanmış şirketleri olan, başkalarına istihdam olanağı yaratan girişimcilerdir. İş-aile dengesine önem veren girişimciler ise bu üç tür arasında en az çalışan, geliri düşük, evde tek başına çalışan kişileri oluşturmaktadır. Son girişimci türü olan ve işsizlik, iş fırsatlarının azlığı gibi motivasyon faktörlerine sahip zorunlu girişimciler ise klasikler kadar uzun çalışan, fakat iş-aile dengesine önem verenler kadar az gelir elde eden, tek başına çalışmayı tercih eden kişilerdir. Bir başka ifadeyle, girişimcilerin farklı motivasyon faktörleri, onların ekonomik başarı ve yatırım türleri gibi kararlarını etkilemektedir.

Bu bağlamda bu çalışmanın amacı girişimcilik isteği olan potansiyel girişimci kadınların motivasyon faktörlerini saptamaktır. Buradaki en temel araştırma sorularından bir tanesi, kadınların girişimci olma isteğini şekillendiren motivasyon faktörlerini iten-çeken yaklaşım içerisinde ortaya çıkarmaktır. Girişimciliğe ilişkin atılacak adımlarda niyetler çok önemlidir ve niyetlerin temelini motivasyon faktörleri oluşturmaktadır. Potansiyel girişimcilerin neden girişimci olmak istedikleri, onların girişimciliğe ilişkin atacakları adımlar veya faaliyetler üzerinde önemli bir etkiye sahiptir.

4. ARAŞTIRMANIN AMACI

Bu araştırmanın genel amacı kadınların girişimci olma isteğini şekillendiren motivasyon faktörlerini ortaya koymaktır.

Araştırmanın alt amaçları ise şu şekilde özetlenebilir:

- Potansiyel kadın girişimcileri girişimci olmaya yönlendiren motivasyon faktörleri iten mi yoksa çeken motivasyon faktörleridir?
- Potansiyel kadın girişimcilerin, başarılı bir girişimcide bulunması gereken özellikler konusundaki görüşleri nelerdir; bu özellikler bağlamında kendilerini nasıl tanımlamaktadırlar?
- Potansiyel kadın girişimcilerin sosyal ağları kimlerden oluşmaktadır?
- Potansiyel kadın girişimciler, amaçlarına ulaşmadaki en büyük engel olarak neyi algılamaktadırlar?

4.1. Araştırmanın Önemi

Girişimciliğin, ülkelerin ekonomik ve sosyal gelişimine olan katkısı göz önüne alındığında, girişimcilikle ilgili çalışmalara gösterilen ilgi ve önem artmaktadır. İnsan odaklı, uzun bir süreç olan girişimcilikte, özellikle girişimcilik sürecinin ilk aşaması olan girişimci olmaya karar verme aşamasında, bireylerin motivasyon faktörleri önemli bir rol oynamaktadır. Girişimci olma isteğini etkileyen en kuvvetli etkenlerden birisi motivasyondur; motivasyon düzeyi ve faktörleri, bireylerin girişimcilik isteklerini gerçeğe dönüştürme sürecinde belirleyici olmaktadır.

Bu bağlamda bu çalışma ülkemizde ilk olarak potansiyel girişimcilerin motivasyon faktörleri incelenecektir. Ortaya çıkan sonuçlar, daha kapsamlı çalışmaların yapılmasına olanak sağlayacaktır. Ayrıca kadın girişimci oranlarının artırılmasına dönük politika ve uygulamalarda, bu çalışmadan elde edilecek verilerin bir katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

4.2. Araştırmanın Sınırlılıkları

Niteliksel araştırmalarda verilerin görüşme, katılımcı gözlem gibi birden fazla veri toplama yöntemi vardır; araştırma sonuçlarının geçerliliği ve güvenilirliği açısından bu yöntemlerden bazılarını bir arada kullanmak fayda sağlamaktadır. Bu çalışmada ise sadece yarı yapılandırılmış görüşme kullanılarak veriler toplanmıştır. Araştırmanın bir diğer kısıtlılığı ise katılımcıların Eskişehir iliyle bir kurumda girişimcilik eğitimine katılmış kişilerle sınırlı kalmış olmasıdır.

4.3. Araştırma Yöntemi

Araştırma yöntemi olarak niteliksel araştırma yöntemlerinden tümevarım analizi kullanılmıştır. Yazında ülkemizde daha önce potansiyel girişimcilerle yapılmış bir çalışma olmaması, nitel yaklaşımın benimsenmesini sağlayan bir etken olmuştur. Bu yaklaşım sayesinde potansiyel girişimcilerin girişimciliğe attıkları anlam ve neden girişimci olmak istedikleri daha detaylı ve derinlemesine incelenebilecektir.

4.3.1. Veri toplama yöntemi

Araştırma kapsamına alınacak kadınların belirlenmesi için öncelikle KA-DER'in Nisan 2008-Eylül 2008 dönemini kapsayan ve Avrupa Birliği Hibe programı çerçevesinde desteklenen "Kadınlar Girişimcilikle Güçleniyor" eğitim projesine katılan kişilerin listesine ulaşılmıştır. Bu eğitime katılan kişilerin seçilme nedeni ise bu eğitime girişimci olmak isteyen ve hepsinden önemlisi bir girişimcilik fikri olan kadınların seçilmiş olmasıdır. Bu özellikler ise katılımcıların potansiyel girişimci olarak tanımlanmasını sağlamıştır. Bu listede yer alan 25 kişi arasından 13 kişiyle telefonla iletişime geçilip, kendilerine uygun olan yer ve zamanda buluşmak için randevu alınmıştır.

Araştırma verileri görüşme çeşitlerinden biri olan yarı yapılandırılmış görüşme yöntemiyle toplanmıştır. Verilerin kayıt edilmesinde veri kaybı olmaması için görüşmelerin teybe kayıt edilmesi için katılımcıların izni alınmıştır.

4.3.2. Görüşme sorularının hazırlanması ve görüşmelerin yapılması

Görüşme kılavuzunun hazırlanmasında kolay anlaşılabilen, sade terim ve ifadeler kullanılmaya dikkat edilmiştir. Katılımcıyı belli cevaplara yönlendirecek sorulardan kaçınılmıştır. Hazırlanan soruların içerik geçerliliğini sağlamak için uzman bir kişinin öneri ve eleştirileriyle sorular yeniden düzenlenmiştir. Görüşme soruları aşağıdaki şekildedir:

1. Neden girişimci olmak istiyorsunuz?
2. Girişimci olmak için hangi kişilik özelliklerine ve değerlere sahip olmak gerekir? Hangi özellikleriniz girişimci olma isteğinizi canlandırdı?
3. Girişimcilik fikirlerinizi paylaştığınız kişiler var mı? Varsa bu kişiler kimler?
4. İş kurarken başarınız için en büyük engelinizin ne(neler) olduğunu düşünüyor sunuz?

45 dk-1.30 dk. arasında süren görüşmeler, bizzat araştırmacının kendisi tarafından bire bir gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler, Ağustos - Ekim 2008 tarihleri arasında yapılmıştır.

5. VERİLERİN ANALİZ EDİLMESİ

Nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış görüşme yoluyla elde edilen veriler tümevarım yoluyla analiz edilmiştir. Verilerin çözümlenmesinde öncelikle verilerin yazıya dökümü, dökümlerin doğruluğu, indekslerin hazırlanması ve güvenilirlik çalışmaları gerçekleştirilmiştir. Nitel araştırmalarda, görüşme yöntemleri kullanılarak elde edilen verilerin güvenilirliğini sağlamak için alandan iki kişinin birbirinden bağımsız olarak veri dökümlerini dinlemeleri ve bu verileri okumaları önemlidir. Bu nedenle veri analizine geçilmeden önce araştırmacının güvenilirlik çalışmasını yürütmek amacıyla araştırmacı dışında bir kişi gönüllü olarak görev almıştır. Daha sonra araştırmacı ve diğer kodlayıcı bir araya gelerek yaptıkları çalışmaları karşılaştırmışlardır.

Bu işlemlerden sonra verilerin kodlanması, kodlanan verilerin çoğaltılması, tema ve alt temaların oluşturulması, alt temaları oluşturan verilerin düzenlenmesi, tema ve alt temaların yazılması, okunması ve gerekli düzeltmelerin yapılması işlemleri sistematik bir biçimde gerçekleştirilmiştir.

6. BULGULAR

Görüşme yapılan kişilerden elde edilen araştırma bulguları doğrultusunda iten motivasyon faktörleri, çeken motivasyon faktörleri, girişimcilikle ilgili kişilik özellikleri, sosyal ağ kompozisyonları ve algıladıkları engeller olmak üzere farklı başlıklarda bulgular elde edilmiştir.

4.1. Girişimci Olma İsteğini Oluşturan Motivasyon Faktörleri

Kendileriyle yapılan görüşmelerde kadınların girişimci olma isteklerinin ortaya çıkmasında hem iten hem de çeken motivasyon faktörlerinin etkili olduğu görülmüştür. Bu faktörler altında görüşmelerden elde edilen bulgularla ortaya çıkan alt temalar şu şekildedir:

4.1.1. İten motivasyon faktörleri

İten motivasyon faktörleri altında kadın görüşmecilerin belirttiği nedenler Tablo 1'de gösterildiği gibidir.

Tablo 1: İten Motivasyon Faktörleri

Amirin Yönetim Becerisinin Olmaması	4
İş Yükünün Ağırlığı	3
Sürekli Denetim	4
Mobbing	4
Cinsiyete Dayalı Ayrımcılık	4
İşin Monotonluğu	2
İş Güvencesinin olmaması	2
Çalışma Arkadaşlarıyla Olumsuz İlişkiler	3

13 görüşmeciden 2 kişi daha önce iş deneyimleri olmadığı için hiçbir iten faktör belirtmemişlerdir. Geriye kalan 11 kişiden 10'unda iten faktörlerin girişimci olma nedenleri üzerinde etkili olduğu görülmektedir. İten faktörler arasında görüşmecilerin sıklıkla üzerinde durduğu konular amirlerinin yönetim becerilerinin olmaması, mobbing, cinsiyete dayalı ayrımcılık ve sürekli denetim olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle kadın olmaları nedeniyle birtakım haksız uygulamalarla veya ayrımcılıkla karşılaştığını söyleyen görüşmecilerden bazılarının cevapları şu şekildedir:

"...Ama hepsinden önemlisi mevcut iş deneyimlerim boyunca kadın olmam nedeniyle çifte standartla karşılaşmam ve bu nedenle emeğimin karşılığını alamam. Örneğin son çalıştığım işyerinde yarın bir gün çocuğun olur, işi bırakırsın diye benle aynı anda başlayan erkek bir

mühendise göre daha düşük ücretle işe başladım, terfi sırasına tercih edilmedim. Bu yüzden işten ayrıldım. Veya yasal doğum iznini kullanamadım, bana ya işe başlarsın ya da yerine yenisi alınız dediler. İşimi, işyerimi çok sahipleniyorum, ve dedim ki bu kadar sıkıntı ve stresi kendi işyerim için çekerim....” (M.A., 40, Evli, Endüstri Mühendisi)

“...Kadın başınıza ne işiniz var burada, gidiniz evde yemeğinizi yapın diyen amirlerim vardı, aşağılanma yaşadım, benimle aynı veya daha düşük özelliklere sahip bir beyle aynı konumda aynı yerde işe başladık, benden 500 yıl fazla maaşla işe başladı, sözleşmem gereği almam gereken zamları o alırken ben alamadım. Gerekçe olarak da onun ailesi olduğundan bahsedildi. Benden sonra gelen benim kadar tecrübesi olmayan bir bey benim üzerime geldi. Çok büyük hayallerim vardı. Hepsi hayal kırıklığı ile sonuçlandı....” (B.E., 27, Bekar, Seramik Mühendisi)

Mobbing, bir başka ifadeyle psikolojik ve cinsel taciz, başka ülkelerde olduğu gibi, ülkemizde de kadınların iş yaşamlarında karşılaştıkları sorunların başında gelmektedir. Yapılan araştırmalarda bankacılık, eğitim, sağlık gibi hemen hemen her sektörde kadınların karşılaştığı mobbing, bu çalışmada daha çok üst yönetimden gelen ve cinsel taciz yoğun davranışlar olarak saptanmıştır. Örneğin, bir görüşmeci bu konuda şu ifadelerde bulunmuştur:

“...Bir de son çalıştığım yerde yöneticimden rahatsız edici taciz nitelikli davranışlar gördüm. O zaman bekarım, bir sene sonra evlendikten sonra maaşıma zam yapmadı, bana iş vermemeye başladı, bu tip rahatsızlıklar nedeniyle girişimci olmak istiyorum....” (S.A., 37, Evli, Çalışma Ekonomisti)

Kadınlarda girişimci olma isteğini oluşturan iten motivasyon faktörleri arasında en dikkat çekici noktalardan bir tanesi hemen hemen hepsinin işlerini ve çalışmayı çok sevdiğini; fakat beklentilerinin karşılanmadığını ve hayal kırıklığı yaşadıklarını belirtmeleri olmuştur. Emeğinin sömürüldüğü hisseden kadın görüşmeciler, girişimci olduklarında çok çalışmalarının ve çabalarının karşılığını alacaklarına inanmaktadırlar.

4.1.2. Çeken motivasyon faktörleri

Çeken motivasyon faktörleri altında kadın görüşmecilerin belirttiği nedenler Tablo 2’ de gösterildiği gibidir.

Tablo 2: Çeken Motivasyon Faktörleri

Esnek Çalışma Saatleri	1
Bağımsız ve Özgür Olmak	6
Kendini Gerçekleştirme	4
Para Kazanmak	1
Başarılı Olmak	2
Lider Olmak	2
Farklı/Hareketli İşler Yapmak	2
Kendi İşyerinin Olması	3

13 kadın görüşmeciden 10'u neden girişimci olmak istediklerini açıklarken çeken motivasyon faktörlerinin üzerinde durmuşlardır. Bu faktörler arasında en fazla üzerinde durulan faktör bağımsız ve özgür olma isteğidir. Kendi işyerinin olması faktörü de aslında bağımsızlık altında birleştirildiğinde, kadınların girişimci olma istekleri arasında bağımsız ve özgür olma isteğinin çok önemli bir yer tuttuğu yorumu yapılabilir. Kadın görüşmeciler sıklıkla emir altında çalışmak istemediklerini, kendi kararlarını almak istediklerini belirtmişlerdir. Bu sonuç, iten motivasyon faktörlerinden biri olan sürekli denetimin bir sonucu olarak da yorumlanabilir.

Bu sonuçlar arasında dikkat çekici nokta ise, yazında da belirtildiği gibi yeni ve farklı işler yapmak, iyi bir fırsat yakalamış olmak gibi nedenlerin kadınların girişimci olma nedenleri arasında çok fazla yer tutmamış olmasıdır. Özellikle görüşmecilerin çoğunun vurgu yaptığı nokta, çok para kazanmanın önemli olmadığı, onlar için önemli olan konunun sevdikleri bir işi yapmak olmasıdır. Kendilerini ifade edebilecekleri, başarılı olabilecekleri ortamlar yaratmanın onlar için önemli olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu konuda bazı görüşmecilerin ifadeleri şu şekildedir:

"...İz kalacak işler yapmak istiyorum, kendimi ifade etmek istiyorum, bir işyerinde çalışırken o işyerini temsil ediyorsun. Torunlarıma anlatacak güzel hikayelerim olsun istiyorum...." (A.F., 42, Evli, Seramik Mühendisi)

"...Girişimci olma isteğimin altında işimi layıkıyla yapabileceğim bir yer olsun istiyorum. Maddiyat, kaliteli işle gelir zaten, işimi iyi yapmak istiyorum...." (U.S., 37, Bekar, Ziraat Mühendisi)

4.2. Girişimcilik İçin Gerekli Kişilik Özellikleri

Görüşmecilere iyi bir girişimcide bulunması gereken kişilik özellikleri ve kendi kişilik özelliklerinden hangilerinin onların girişimci olma isteğini canlandırdığı sorulmuştur. Tablo 3'den de görüldüğü gibi görüşmecilere göre girişimcide bulunması gereken özellikler genel boyutlarıyla yaratıcılık/yenilik, mücadeleci

olmak, yöneticilik kabiliyet ve iletişim becerisi olarak ortaya çıkmıştır. Buna karşın görüşmecilerin kendilerinde girişimcilik isteğini canlandıran kişilik özellikleri sorulduğunda ilk başta mücadeleci olmak, iletişim becerileri, çalışkan olmak, fırsatları değerlendirmek ve sabırlı olmak gibi özellikler ön plana çıkmıştır. Bu karşılaştırmada dikkat çekici noktalardan bir tanesi kadınların kendileri için biraz daha fazla feminen değerlere odaklanmalarındır; bunun yanında yenilikçi olmak, cesur olmak, risk almak gibi girişimcilikte nispeten yaygın olan özelliklere daha az sahip olduklarını düşünmeleridir. Mücadeleci olmak üzerinde odaklaşmaları ise çalışma hayatlarında ailevi koşullar nedeniyle karşılaştıkları engeller ve kendilerini geliştirmek için verdikleri çabalar göz önüne alındığında oldukça anlaşılır gözükmektedir. Özellikle Türk toplumunun ataerkil yapısı içerisinde görüşmecilerden bazıları çalışma hayatlarıyla ilgili kararlarında eşleri nedeniyle engellemelerle karşılaştıklarını ve bu engellemeleri yıkmak için çok fazla uğraştıklarını; eş-annelik ve çalışan rollerini dengelemek için çok mücadele verdiklerini belirtmişlerdir. Bu konu bağlamında bazı görüşler şu şekildedir:

"...Eşim kursa gitmeme izin vermedi, "arı gibi vızıldyorsun, bal üretemiyorsun" dedi. Onun fikirlerini değiştirmek için hep mücadele ettim; çoğu zaman ona haber vermeden gittim... Sen benden üstün olursan ben naparım düşüncesi onu etkiledi..." (Z.D., 41, Evli, Lise mezunu)

"...Girişimcilikte eşim hevesli değil, isteksiz..."(A.F., 42, Evli, Seramik Mühendisi)

"...Eşim ondan sonra eve geleceğim bir işim olmasını istemez, onların ailesinde çalışan tek bayanım ben. O nedenle eşim ve işim arasında hep denge kurmak zorunda kaldım..." (M.A., 40, Evli, Endüstri Mühendisi)

Tablo 3'de gösterildiği gibi, görüşmecilerin 5'i yönetim becerisinin, 4'ü bilgili ve tecrübeli olmanın, 3'ü cesaretli olmanın girişimcide bulunması gereken kişilik özellikleri olduğunu belirtirken; 13 görüşmeciden hiç biri bu özelliklerden herhangi bir tanesine sahip olduğunu ifade etmemiştir. Özellikle yönetim becerisi konusunda ve tecrübe konusunda kendilerini eksik hissetmiş olmaları, girişimciliği geliştirmeye yönelik programlarda yer alması gereken konular hakkında ipucu vermektedir.

Birçok görüşmeci ayrıca çok duygusal olduklarını, otorite kuramadıklarını, çok detaycı olduklarını ve belki de hepsinden önemlisi başarısız olmaktan korktuklarını belirtmişlerdir; bu özelliklerin girişimcilik sürecinde onları olumsuz etkileyeceklerini düşünmektedirler.

Tablo 3: Girişimcilikle İlgili Kişilik Özellikleri

	Girişimcinin Sahip Olması Gereken Özellikler	Görüşmecilerin Sahip Olduğu Özellikler
Mücadeleci olmak	6	12
Çalışkan olmak	1	5
Vizyon sahibi olmak	3	1
Empati ve iletişim becerisi	5	9
Mükemmeliyetçilik	-	4
Kendine güvenmek	3	4
Sorun çözücü olmak	-	1
Organizasyon becerisi	-	2
Risk almak	2	3
Garantici olmak	-	2
Eleştiriye açık olmak	-	3
Diğerlerinin güvenini kazanmak	-	2
Sabırlı olmak	-	4
Programlı/Düzenli olmak	-	2
Dürüst olmak	2	2
Yenilikçi/Yeni fikirler üretmek	7	2
Fırsatları değerlendirmek	1	4
Kuralcı olmak	-	2
Araştırmacı olmak	-	3
İyi bir gözlemci olmak	1	1
Rasyonel olmak	-	1
Bilgili/tecrübeli olmak	4	-
Yönetim becerisi	5	-
Cesaretli olmak	3	-
Takım çalışması yapabilmek	1	-

4.3. Potansiyel Girişimcilerin Sosyal Ağ Kompozisyonları

Kariyer başarısında sosyal ağların önemi çok büyüktür; sosyal ağlardan elde edilecek bilgiye ulaşma, bilgiyi kontrol etme, fırsatları görme gibi faydalar, özellikle girişimciliğin ilk basamaklarında olan kişiler açısından çok önemlidir. Bu bağlamda görüşmecilere girişimcilik fikirlerini paylaştıkları, onlardan bilgi ve tavsiye aldıkları kişiler hakkında bir soru yöneltilmiştir. Elde edilen cevaplara ilişkin sonuç Tablo 4’de görülebilmektedir:

Tablo 4: Sosyal Ağ Kompozisyonu

Ailem/Yakın Akrabalarım	8
Arkadaşlarım	3
Kurs hocalarım	4
Sektörden kişiler	4

Tablo 4'den de görüldüğü gibi potansiyel girişimci olan kadınlardan 11'inin sosyal ağları yazında güçlü bağ olarak nitelendirilen yakın akrabalık ve arkadaşlık ilişkilerinden oluşmaktadır.¹ Bu bağlar, sosyal destek almak ve sorunlarını paylaşmak bağlamında oldukça faydalıdır. Buna karşın, bilgi gibi değerli, ulaşılması kolaylıkla mümkün olmayan, sektöre yönelik fırsatların paylaşıldığı bağlar ise zayıf bağlardır ve Tablo 4'de görüldüğü gibi bu bağlara sahip kadın sayısı oldukça sınırlıdır. Yetim'in çalışmasında (2002) kadınların informal bilgi kaynakları arasında ilk sırada aileler (%56.6), sonra da arkadaşlar (%13.3) ve kurumsal kaynaklar (%13.3) gelmektedir. Sosyal sermayenin en önemli kaynaklarından biri olan sosyal ağlar, elde edilecek amaçlar doğrultusunda kullanılmaz ise, sosyal sermayenin aktörler üzerinde bir fayda yaratması beklenemez. Yazındaki diğer araştırma sonuçlarının da işaret ettiği nokta, iş yaşamında kadınların erkekler kadar çeşitli ve geniş sosyal ağlara sahip olmadığıdır (Brass, 1985; Ibarra, 1992, 1993; Burt, 1998). Bunun en önemli sebeplerinden biri ise erkek yoğun ağlarda kadınların değerli ve önemli olarak algılanmadığı için erkeklerin kadınları mevcut ağlarına almak istememeleridir. Bu bilgiyi destekleyen bir yorumda görüşmecinin belirttiği düşünceler şu şekildedir:

".....Kadın olmak zor, iş hayatı çok erkek ağırlıklı, onların arasında girmekte zorluk çekiyorsunuz. Erkekler, yemek yiyor, politikadan bahsediyor, iş konusunda fikir alış veriş yapıyorlar, sen kadın olarak zayıf kalıyorsun, seni ilk başlarda iş partneri olarak görmüyorlar, erkek olsam, şimdiye kadar birçok sosyal ilişkinin içine girmiş olurum..."
(G.A., 35, Evli, AÖF-İşletme Mezunu).

Zayıf bağların kısıtlı olmasının bir başka nedeni ise Putnam'ın Ağ-Üyelik yaklaşımı çerçevesinde incelenebilir. Putnam'a göre (1993, 2000), bireylerin sivil toplum kuruluşlarına üye olmaları en önemli sosyal sermaye yatırımlarından birisidir; sivil toplum kuruluşlarına üyelik arttığı sürece güven temelli, geniş ve farklı çevrelerden kişilerle yeni sosyal ağlar kurmak mümkün olacaktır. Bu bağlam içerisinde görüşmecilere sivil toplum üyelerine üye misiniz? sorusu yöneltildiğinde sadece 5 kişinin sivil toplum kuruluşuna üye olduğu belirlenmiştir. Bu oranın azlığı genel olarak Türk toplumuna ilişkin bir gerçeği yansıtmaktadır. Özdemir'in (2007) akademisyenlerin sosyal sermaye profiline ilişkin olarak yaptığı çalışmada da 600 akademisyenin %50'si hiç bir sivil toplum kuruluşuna üye olmadığını belirtmiştir. Bu yönde bir sonuç ise hem bireylerin sosyal ağ yapılarında heterojenliği engellemekte, hem de genel güveni düşürmektedir.

¹ Güçlü bağ-zayıf bağ konusunda daha detaylı bilgi için bkz: Mark Granovetter, "The Strength of Weak Ties", American Journal of Sociology, Vol:78, No:6, 1973, s.1360-1380.

4.4. Potansiyel Girişimcilerin Algıladıkları Engeller

Görüşmecilere girişimci olma aşamasında başarılarının önündeki en büyük engel(ler) sorulduğunda, aşağıdaki Tablo 5'deki cevaplar alınmıştır:

Tablo 5: Algılanan Engeller

Ekonomik belirsizlik	7
Sermaye yetersizliği	8
Sektörü tanımamak /Tecrübesizlik	3
Yasal/Bürokratik prosedürler	1
Başarısızlık korkusu	4

Görüşme yapılan kişilerin birçoğu ekonomik belirsizlik ve sermaye yetersizliğini başarılarının önündeki en büyük engel olarak görmüştür. Günümüz koşulları göz önüne alındığında oldukça tahmin edilebilir bir sonuç olarak global krizler ve ülkemizin ekonomik koşulları kadınları potansiyel girişimciliğin diğer basamaklarına ilerlemelerini engellemektedir. Burada çarpıcı olan ve en azından bu soruya cevap olarak beklenmeyen bir faktör ise görüşmecilerden 4 kişinin başarılarının önündeki en büyük engel olarak başarısızlık korkusu olduğunu belirtmeleridir. Başarısızlık korkusunu engel olarak gören görüşmeciler, özellikle ailelerine karşı mahcup olmak istemediklerini ve bu nedenle başarısızlıktan korktuklarını ifade etmişlerdir.

5. SONUÇ

Bireyleri girişimci olmaya yönlendiren nedenler veya motivasyon faktörleri önemlidir, çünkü bu nedenler, bir ölçüde niyetlerin belirleyicisidir. Yeni örgütler, rastlantısal olarak kurulmamaktadır; yeni iş kurmak için ayrılması gereken çaba ve zaman, girişime yönelik faaliyetlerin amaca yönelik, bilinçli olarak yapılandırılmış faaliyetler olduğunu göstermektedir.

Özellikle ülkemizde kadın girişimci oranlarının düşüklüğü göz önüne alındığında, potansiyel girişimci olan kişilerin girişimcilik sürecini başarıyla tamamlamaları oldukça önem kazanmaktadır. Bu sürecin başarıyla tamamlanabilmesi için bireylerin mücadele gücünü şekillendiren motivasyon faktörlerinin belirlenmesi ve yönetilmesi gerekmektedir.

Bu amaçtan hareketle yapılan bu çalışmada girişimcilik fikri olan ve girişimci olmak isteyen 13 kişiyle derinlemesine görüşme sonucu elde edilen verilerin tümevarım analizi sonucunda potansiyel girişimcilerin motivasyon faktörlerinin girişimci olmuş kişilerin motivasyon faktörlerinden farklı olmadığı ortaya çıkmıştır. Araştırma sonuçlarına göre hem iten hem de çeken motivasyon faktörleri, görüşmecilerin girişimci olma isteklerini veya niyetlerini şekillendiren motivasyon faktörleri olarak karşımıza çıkmaktadır.

İten faktörlerin neler olduğu incelendiğinde, temelde önceki veya mevcut işten duyulan memnuniyetsizliğin kadınları girişimci olmaya yönlendirdiği ortaya çıkmaktadır. Birçok görüşmecinin hak ettiği değeri göremediğine, emeğinin karşılığını alamadığına inanması, onların en temel itici motivasyon faktörlerini oluşturmaktadır. Çeken faktörler arasında ise bağımsız ve özgür olma isteği, girişimci olmuş kişiler üzerinde yapılan diğer çalışmalarda olduğu gibi (Turan, Kara, 2007; Kutaniş, Hancı, 2004; Yetim, 2002; Yağcı, Bener, 2005; Kutaniş ve Bayraktaroğlu, 2003) en güçlü motivasyon faktörlerinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Görüşmecilerin girişimciliği, kendilerini ifade edebilecekleri, başarılarını gösterebilecekleri bir alan olarak görmeleri, belirgin bir şekilde girişimci olma isteklerini belirlemektedir. Aslında bu sonuç, iten faktörler arasında sürekli denetimin ve amirin yönetim becerisinin olmamasıyla da açıklanabilir. Yeterli özerkliğe ve kararlara katılma hakkını bulamamış olan görüşmeciler, bağımsız ve özgür olmaya daha fazla önem atfetmiş olabilirler.

Girişimcilik ve kişilik özellikleriyle ilgili bulgular arasında en dikkat çekici noktalardan bir tanesi potansiyel girişimcilerin kendilerini mücadeleci olmak, empati ve iletişim becerisine sahip olmak, mükemmeliyetçi olmak, kendine güvenmek, sabırlı olmak gibi özelliklerle tanımlamış olmalarıdır. Buna rağmen girişimcide bulunması gereken özellikler arasında örneğin 7 kişi yenilikçi ve yaratıcılığı öne çıkarırken, sadece 2 kişi kendisinde bu özelliğin bulunduğunu belirtmiştir. Turan ve Kara'nın (2007) çalışmasında da bu sonuca benzer şekilde kadın ve erkek girişimcilerin yenilik ve yaratıcılığa daha az atıf yaptıkları ortaya çıkmıştır. Özellikle yönetim becerisi, bilgi ve tecrübe sahibi olunmasını önemseyen potansiyel girişimcilerin hiç biri bu özelliklerden her hangi birini taşıdığını belirtmemiştir. Buradan çıkacak önemli sonuçlardan bir tanesi potansiyel girişimcileri kazanmak için verilen eğitim veya mentorluk çalışmalarında bu eksikliği giderecek konulara veya sosyal desteğe yer verilmesidir.

Potansiyel girişimci kadınların sosyal ağları, özellikle girişimciliğin ilk basamağında olmaları nedeniyle çok önemlidir. Sosyal ağlardan gelecek olan bilgi, destek, tavsiye, fırsatların değerlendirilmesi ve kontrol edilmesi gibi faydalar, nereden işe başlayacaklarını bilemediklerini belirten ve başarısız olmaktan korktuklarını belirten bu görüşmeciler için önemli bir avantaj sağlamaktadır. Yetim'in çalışmasına (2002) paralel sonuçların ortaya çıktığı bu çalışmada da görüşmecilerin sosyal ağları incelendiğinde, aile, yakın akraba gibi güçlü bağı temsil eden ilişkilerin ağırlıklı olduğu ortaya çıkmıştır. 13 görüşmeciden sadece 4'ü faaliyet göstermeyi planladığı sektörden kişilerle ilişkisi olduğunu belirtmiştir. Zayıf bağlar, kıt ve değerli bilgiye ulaşmak, diğer şirketlerle işbirliği yapmak anlamında çok faydalıdır ve zayıf bağlar ile girişimcilik arasında kuvvetli bir ilişki vardır. Bu çalışmada ise kadın görüşmecilerin sosyal ağların zayıf bağlar anlamında çok yetersiz olduğu görülmektedir.

Görüşmecilerinin birçoğu başarılarının önündeki en büyük engel olarak ekonomik belirsizlik ve sermaye yetersizliğini göstermektedirler. TÜSİAD'ın 2002 Türkiye'de Girişimcilik raporunda da belirttiği gibi, girişimcilerin %77'si

ekonomik ortamın kendi işini kurmak isteyenler açısından uygun olmadığını düşünmektedirler (s.107).

Tüm bu sonuçlar bir araya getirildiğinde ortaya çıkan nokta, girişimcilik niyeti ve her şeyden önemlisi girişimcilik fikri olan kadınlara yönelik daha kapsamlı ve daha yaygın politika ve programlara duyulan ihtiyaçtır. Girişimci olmuş kişilerle bu kişilerin bir araya getirildiği merkezlerin veya sosyal ağların olması çok faydalı olabilecektir. Hatta bu merkezlerde oluşturulan mentorluk sistemiyle, hem kariyere hem de psiko-sosyal fonksiyonlara yönelik mentorluk hizmetini almak mümkün olabilecektir. Yapılan görüşmelerin işaret ettiği en can alıcı nokta, gerçek anlamıyla çalışmayı ve bir iş yaratmayı çok isteyen ve bunun için her türlü mücadeleyi vermeye hazır olan bu kişileri kazanmanın gerekliliğidir. Girişimcilik oranlarını arttırmak için potansiyel girişimcilere yönelik gerek yazında gerekse de uygulamada daha fazla çalışmaya ihtiyaç vardır.

KAYNAKÇA

AMIT, R. and MULLER, E. (1996): "Push" and "Pull" Entrepreneurship", *Small Business and Entrepreneurship*, 12: 64-80.

AYTAÇ, Ö. ve İLHAN, S. (2007): "Girişimcilik ve Girişimci Kültür: Sosyolojik Bir Perspektif", *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18: 101-120.

BATJARGAL, B. (2003): "Social Capital and Entrepreneurial Performance in Russia: A Longitudinal Study", *Organization Studies*, 24: 535-556.

BIRLEY, S. (1989): "Female Entrepreneurs: Are They Really Different?" *Journal of Small Business Management*, 27 (1): 7-31.

BIRLEY, S. and WESTHEAD, P. (1994): "A Taxonomy of Business Start-Up Reasons and Their Impact on Firm Growth", *Journal of Business Venturing*, 9 (1):7-31.

BURT, R.S. (1998): "The Gender of Social Capital", *Rationality&Society*, 10 (1): 5-46.

BUTTNER, E.H. and MOORE, D.P. (1997): "Women's Organizational Exodus to Entrepreneurship: Self-Reported Motivations and Correlates with Success", *Journal of Small Business Management*, 35 (1): 34-47.

CARREE, M. and THURIK, R. (2003): "The Impact of Entrepreneurship on Economic Growth", *Handbook of Entrepreneurship Research*, Kluwer Academic Publishers, Boston.

CARTER, N. M., GARTNER, W. B., SHAVER, K.G. and GATEWOOD, E. J. (2003): "The Career Reasons of Nascent Entrepreneurs", *Journal of Business Venturing* 18: 13-39.

CASSAR, G. (2007): "Money, Money, Money? A Longitudinal Investigation of Entrepreneur Career Reasons, Growth Preferences and Achieved Growth", *Entrepreneurship and Regional Development*, 19: 89-107.

COLLINS, C., HANGES, P. & LOCKE, E. (2004): "The Relationship of Achievement Motivation to Entrepreneurial Behavior: A Meta-Analysis", *Human Performance*, 17 (1) : 95 - 117.

COOPER, A.C. (1981): "Strategic Management: New Ventures and Small Business", *Long Range Planning*, 14 (5): 39-45.

DELMAR, F. and DAVIDSSON, P. (2000): "Where Do They Come From? Prevalence and Characteristics of Nascent Entrepreneurs", *Entrepreneurship Regional Development*, 12: 1-23.

DYER, W. G. (1994): "Toward a Theory of Entrepreneurial Careers", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 19 (2): 7-21.

FARR-WHARTON, R. and BRUNETTO, Y. (2007): "Women Entrepreneurs, Opportunity Recognition and Government-Sponsored Business Networks: A Social Capital Perspective", *Women in Management Review*, 22 (3): 187-207.

FELDMAN, D.C. and BOLINO, M.C. (2000): "Career Patterns of the Self-Employed: Career Motivations and Career Outcomes", *Journal of Small Business Management*, 38 (3): 53-67.

HAYTON, J.C., GEORGE, G. and ZAHRA, S.A. (2002): "National Culture and Entrepreneurship: A Review of Behavioral Research", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26 (4): 33-52.

HUGHES, K. D. (2003): "Pushed or Pulled? Women's Entry into Self-Employment and Small Business Ownership", *Gender, Work and Organization*, 10 (4): 433-454.

IBARRA, H. (1992): "Homophily and Differential Returns: Sex Differences in Network Structure and Access in an Advertising Firms", *Administrative Science Quarterly*, 37 (3): 422-426.

IBARRA, H. (1993): "Personal Networks of Women and Minorities in Management: A Conceptual Framework", *Academy of Management Review*, 18 (1) : 56-88.

GATEWOOD, E.J., SHAVER, K.G. and GARTNER, W.B. (1995), "A Longitudinal Study of Cognitive Factors Influencing Start-Up Behaviors and Success at Venture Creation", *Journal of Business Venturing*, 10: 371-391.

GELDEREN, M., THURIK, R. and BOSMA, N. (2006): "Success and Risk Factors in the Pre-Startup Phase", *Small Business Economics*, 26: 319-335.

GRANOVETTER, M. (1973): "The Strength of Weak Ties", *American Journal of Sociology*, 78 (6): 1360-1380.

HISRICH, R.D. and BRUSH, C.G. (1987): "Women Entrepreneurs: A Longitudinal Study", *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson College, 187-189.

KOLVEREID, L. (1992): "Growth Aspirations among Norwegian Entrepreneurs", *Journal of Business Venturing*, 7: 209 - 222.

KOLVEREID, L. (1996a): "Organizational Employment versus Self-Employment: Reasons for Career Choice Intentions", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 20 (3):23-31.

KOLVEREID, L. (1996b): "Prediction of Employment Status Choice Intentions", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 21(1): 47-57.

KRUEGER, F.N. and BRAZEAL, D.B. (1994): "Entrepreneurial Potential and Potential Entrepreneurs", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18 (3): 91-104.

KUTANIS, R. Ö. ve HANCI, A. (2004): "Kadın Girişimcilerin Kişisel Özgürlük Algılamaları", 3. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi, Osmangazi Üniversitesi, Eskişehir.

KUTANIŞ, R. Ö. ve BAYRAKTAROĞLU, S. (2003): "Female Entrepreneurs: Social Feminist Insights for Overcoming Barriers", <http://www.mngt.waikato.ac.nz/research/ejrot/cmconference/203/proceedings/gender/kutanis.pdf>. (05.08.2008).

LINAN, F. and CHEN, Y. (2006): "Testing the Entrepreneurial Intention model on a Two Country Sample Model", <http://selene.uab.es/dep-economia-empresa/documents/06-7.pdf>, (22.09.2008).

LOCKE, E. A. (2000): "Motivation, Cognition and Action: An Analysis of Studies of Task Goals and Knowledge", *Applied Psychology: An International Review*, 49: 408-429.

MASUREL, E. and NIJKAMP, P. (2004): "Differences between First-Generation and Second-Generation Ethnic Start-Ups: Implications For a New Support Policy", *Environment and Planning C: Government and Policy*, 22: 721-737.

McCLELLAND, D.C. and WINTER, D.G. (1971): *Motivating Economic Achievement*, New York, Free Press.

MOORE, C.S. and. MUELLER, R.E. (2002). "The Transition from Paid to Selfemployment in Canada: The Importance of Push Factors", *Applied Economics*, 34: 791-801.

NAVIR, Z.D. (2008): "İş ve Ailesi Arasındaki Kadın: Tekstil ve Bilgi İşlem Girişimcilerini Rol Çatışmasına Getirdikleri Çözüm Stratejileri", *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 8(2): 631-650.

OMAR, A., DAVIDSON, M.J. and FIELDEN, S.L. (2006): "Black and Minority Ethnic Small Business Owners", Report for the European Social Fund, <http://www.mbs.ac.uk/research/equalitydiversity/documents/FinalBMEReport22.08.06.pdf>, (14.07.2008).

ORHAN, M. and SCOTT, D. (2001): "Why Women Enter into Entrepreneurship: An Explanatory Model", *Women in Management Review*, 6 (5): 232-247.

ÖZDEMİR, A.A. (2007): *Sosyal Ağ Özellikleri Bakış Açısıyla Sosyal Sermaye Ve Bilgi Yaratma İlişkisi: Akademisyenler Üzerinde Yapılan Bir Alan Araştırması*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

PUTNAM, R.D. (1993): *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. Princeton University Press.

PUTNAM, R.D. (2000): *Bowling Alone*. New York: The Brookings Institution Press.

REYNOLDS, P. D. (2000): "National Panel Study of U.S. Business Startups: Background and Methodology", *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*, 4: 153-227.

ROTTER, J. B. (1966): "Generalized Expectancies for Internal Versus External Control of Reinforcement", *Psychological Monographs: General and Applied*, 80 (1): 1-28.

SCHJOEDT L. and SHAVER, K.G. (2004): "Does the Potential For Increased Work and Life Satisfaction Affect the Decision to Pursue an Entrepreneurial Career? : An Examination of the PSED Data", First Annual Clemson/Kauffman Symposium, http://research.kauffman.org/cwp/ShowProperty/webCacheRepository/Documents/2004.Schjoedt.Does_the_potential_for.pdf.(25.07.2008).

SEQUEIRA, J., MUELLER, S. and MCGEE, J. (2007): “The Influence of Social Ties and Self-Efficacy in Forming Entrepreneurial Intentions and Motivating Nascent Behavior”, *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 12 (3): 479-481.

SHANE, S., LOCKE, E.A. and COLLINS, C.J., (2003): “Entrepreneurial Motivation”, *Human Resource Management Review*, 13: 257-279.

SHANE, S., KOLVEREID, L. and WESTHEAD, P. (1991): “An Exploratory Examination of the Reasons Leading to New Firm Formation across Country and Gender”, *Journal of Business Venturing* 6: 431-446.

STILL, L.V. and TIMMS, W. (2000): “I Want to Make a Difference” Women Small Business Owners: Their Businesses, Dreams, Lifestyles, and Measures of Success”, <http://www.sbaer.uca.edu/research/icsb/2000/pdf/077.PDF>.(22.09.2008)

THOMAS, A.S. and MUELLER, S.L. (2000): “Case for Comparative Entrepreneurship: Assessing the Relevance of Culture”, *Journal of International Business Studies*, 31 (2): 287-302.

TURAN, M. ve KARA, A. (2007): “An Exploratory Study of Characteristics and Attributes of Turkish Entrepreneurs: A Cross-Country Comparison to Irish Entrepreneurs”, *Journal of International Entrepreneurship*, 5: 25-46.

TÜSİAD (2002): Türkiye’de Girişimcilik Raporu, Yayın No. TÜSİAD-T/2002-12/340.

WATSON, K., HOGARTH-SCOTT, S. and WILSON, N. (1998): “Small Business Start-ups: Success Factors and Support Implications”, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 4 (3): 217-238.

WENNEKERS, S. and THURIK, R.(1999): “Linking Entrepreneurship and Economic Growth”, *Small Business Economics*, 13 (1): 27-29.

WONG, P.K., Y. P. HO and AUTÍO, E. (2005): “Entrepreneurship, Innovation and Economic Growth: Evidence from GEM Data”, *Small Business Economics*, 24: 335-350.

YAĞCI, F. ve BENER, Ö. (2005): “Girişimci Kadınların Demografik ve Genel Karakteristikleri ile Kadınları Girişimciliğe Motive Eden Faktörler”, *Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi*, 33: 85-100.

YETİM, N. (2002): “Sosyal Sermaye Olarak Kadın Girişimciler: Mersin Örneği”, *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 2 (2): 77-90.

ZAHRA, S. and DESS, G.G. (2001): "Entrepreneurship as a Field of Research: Encouraging Dialogue And Debate", *Academy of Management Review*, 26 (1): 8-11.

ZAPALSKA, A. (1997): "A Profile of Woman Entrepreneurs and Enterprises in Poland", *Journal of Small Business Management*, 35 (4), 76-82.