

ERKEK GİRİŞİMCİLERİN KADIN GİRİŞİMCİLERE BAKIŞ AÇISI:

“KONYA İLİ ÖRNEĞİ”¹

Tülin GÖKÇİL*

Bilge AFŞAR**

Öz

Ülkelerin teşvik politikaları, ekonomik hareketliliği ve istikrarı sağlamak için geçmişten günümüze kadar sürekli var olmuştur. Teşvik politikaları, temel anlamda üretimi arttırmak, mevcut üretimde yeniliği sağlamak ve girişimciliğe teşvik etmek amacı ile değerlendirilmektedir. Ülkelerin kalkınmasında, refah seviyelerinin artmasında ve sosyoekonomik olarak ilerlemesinde girişimcilik önemli bir faktördür. Girişimciler dünyada kadın girişimci ve erkek girişimci olarak tanımlanmaktadır. Bu tanımlama ülkelerin toplumsal, kültürel, tarihi ve endüstriyel geçmişlerine bağlı olarak farklılıklar göstermektedir. Ayrıca zaman zaman cinsiyete yönelik sürdürülen ayrımcılık sosyokültürel olarak verilen teşviklerde de farklılık göstermektedir. Bu doğrultuda çalışmanın esas amacı, Konya’da erkek girişimcilerin kadın girişimcilere olan bakış açısını değerlendirmektir. Araştırmaya, Konya ilinde faaliyet gösteren 145 erkek girişimci dâhil edilerek anket sorularıyla girişimcilerin görüşleri toplanmıştır. Verilerin değerlendirilmesinde ve analiz edilmesinde IBM SPSS (Statistical Packet for Social Sciences) programı kullanılmıştır. Araştırmaya katılan girişimcilerin vermiş oldukları cevaplar neticesinde, kadın girişimcilere verilen devlet desteğinin yeterlilik düzeyi ve kadın girişimcilerin girişimlerinden önce tecrübe sahibi olmaları gerektiği algısında erkek girişimcilerin yaşlarının etkili bir faktör olduğu tespit

¹ Bu makale “Erkek Girişimcilerin Kadın Girişimcilere Bakış Açısı: Konya İli Örneği” adlı yüksek lisans tezinden oluşturulmuştur.

* Uzman, KTO Karatay Üniversitesi, tulin.gokcil@karatay.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3099-2376.

** Doç. Dr., KTO Karatay Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimleri Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü, bilge.afsar@karatay.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2891-7617.

Gökçil, T. ve Afşar, B. (2020, Nisan). Erkek girişimcilerin kadın girişimcilere bakış açısı: “Konya ili örneği”. *Karatay Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (4), 42-61.

edilmiştir. Ayrıca erkek girişimcilerin kadın girişimcilere yönelik bakış açısı bulguları değerlendirildiğinde yaş ve eğitim durumunun farklılık yarattığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Kadın Girişimci, Ekonomi, Erkek Girişimci, Girişimcilikte Cinsiyet.

Male Entrepreneurs View of Women Entrepreneurs: Example of Konya Province

Abstract

Incentive policies have always existed from past to present to ensure economic mobility and stability. It evaluates the incentive policies to ensure innovation in current production and to encourage entrepreneurship. Entrepreneurship is an important factor in the development of the welfare levels of the countries in the artistic environment and socio-economic progress. Entrepreneurs are defined as female entrepreneurs and male entrepreneurs in the world. This definition is for differences based on historical and industrial backgrounds. In addition, discrimination against gender is sometimes different according to the socio-oriented incentives. To evaluate the point of view of male entrepreneurs in Konya. 145 male entrepreneurs operating in Konya are included in the research. Collected data was evaluated and analyzed by IBM SPSS software. As a result of the answers given by the entrepreneurs participating in the research. It also evaluates the findings of male entrepreneurs towards women entrepreneurs.

Keywords: Entrepreneurship, Female Entrepreneur, Economy, Male Entrepreneur, Gender in Entrepreneurship.

Giriş

Ekonomide girişimcilik önemli bir üretim faktörüdür. Girişimci olabilmek için fırsatları görmek gerekmektedir. Fırsatları girişime çevirebilmek için risk almak ve bu riskleri başarılı bir şekilde yürütmek önemlidir. Girişimci, rakiplerin ve rekabet ortamının getireceği iş yüküne kadar tüm ayrıntıları planlayabilmelidir. Dolayısıyla girişimcinin karakteristik özelliklerine ek olarak eğitimi, yaratıcılığı ve riski taşıyabilecek donanımlarının tam olması gerekmektedir.

Girişimcilik denildiğinde cinsiyet faktörü de girişimci olmaya ilişkin önemli bir etken olarak ifade edilmektedir. Bunun nedeni günümüzde erkek ve kadın rollerinin farklılaşması ve bu farklılığın girişimcilik sürecine de yansımalarıdır.

2000’li yıllara gelindiğinde kabul görmüş olan geleneksel kadın rolü tamamen değişime uğramıştır. Tarihsel süreçte geleneksel kadın olarak betimlenen kadın figürü, yeni bir kimlik kazanarak lider kimliği ile varlığını güncellemiştir. Kadınlar ekonomiye kayıtsız yollar ile her zaman katkı sağlamışlardır. Fakat 2000’li yıllar itibarıyla faal bir şekilde ekonomik hayatı etkilemeye ve desteklemeye başlaması her zaman önemli olmuştur.

Bu çalışmanın amacı, Konya’da erkek girişimcilerin kadın girişimcilere olan bakış açısını değerlendirmektir. Ayrıca girişimcilik kavramı, Türkiye’de ve Konya’da girişimciliğin önemini ve kadın girişimciliğini incelemektir.

Çalışmada, Konya Ticaret Odasına üye, farklı sektörlerde faaliyet gösteren 145 erkek girişimcinin görüşlerine yer verilmiştir. Bu araştırma “demografik bilgiler” ile “kadın girişimcilere bakış açısı” ölçeğinde yer alan ifadelerle sınırlıdır.

Çalışmanın birinci bölümünde girişimcilik ve kadın girişimciliğine, ikinci bölümünde literatür taramasına ve üçüncü bölümde ise araştırma hipotezlerine yer verilmiştir.

1. Girişimcilik ve Kadın Girişimciliği

Girişimcilik belli bir süreç gerektirmektedir. Süreç sonrasında yeni bir işletme kurmak ve kâr elde etmek hedeflenmektedir. Her girişimin öncelikle fikre ihtiyacı vardır. Girişimcilik yeni bir fikir ortaya atma ya da daha önce hiç düşünülmemiş bir fikri de geliştirme sürecidir (Güven, Kaygın, & Salik, 2015: 49-50).

1.1 Girişimcilik

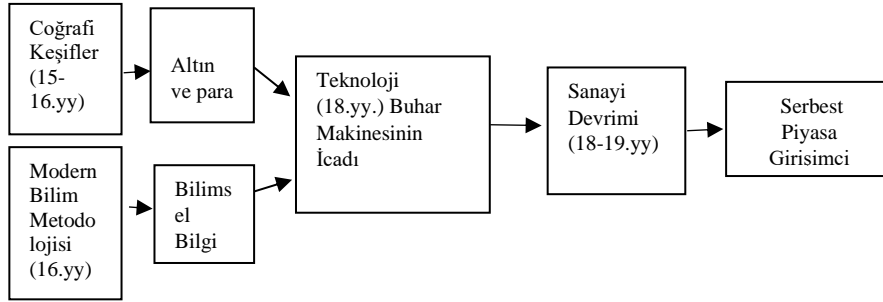
Sosyal bilimler alanında önemli bir yer tutan girişimcilik, ülkenin gelişmesi, kalkınması ve ilerlemesinde büyük bir etkiye sahiptir. Ekonominin canlılığını sağlanmasında ve ülkelerin gelişmişlik seviyesinin belirlenmesinde girişimcilik büyük bir role sahiptir. Toplumsal kaliteyi arttırmak için birçok birleşimden oluşan girişimcilik kavramı Fransızca kökenli olan, “entreprendre” fiilinden üremiştir (Erkan, 2014: 3). Sermaye faktörlerinin bir araya geldiği döngü içerisinde girişimciliği dördüncü faktör olarak düşünen Joseph Von Schumpeter girişimci kimliğini dinamik ve statik olarak ikiye ayırmıştır. Dinamik girişimciler; ekonomik gelişmenin öncüsü olarak bilinmekte olup yeni pazarlar, yeni üretim teknikleri ve finansman kaynakları bulan kişidir. Statik girişimciler ise dinamik girişimcinin takipçisi olan ve ekonomik gelişmenin boyutlarını genişletenlerdir (Müftüoğlu, 2007: 72-74).

Ayrıca Schumpeter “The Theory of Economic Development” eserinde girişimciliğin beş yeni durumu üzerine çalışmıştır (Ağca & Yumuşakipek, 2015: 14). Bunlar; (1) yeni ürünü ya da var olan ürünün kalitesini farklılaştırmak; (2) yeni bir üretim türü, (3) yeni pazar, (4) yeni hammadde kaynakları bulmak ve (5) endüstri ortamında başarılı organizasyon oluşturmak.

Girişimcilik, avcılık ve toplayıcılık devrinin bitmesi ve insanoğlunun neolitik dönemde üretime geçmesi ile hayata geçmiştir. Maden devrinin başlaması üzerine iş yerleri kurulmuş, ticari hayat başlamıştır. Şehir devletlerinin kurulması ile de ticaret şehirlerarasına yayılmıştır (Ercan & Gökdeniz, 2009: 59-82).

Sanayi devrimi ile ortaya çıkan modern girişimcilik, sanayi devriminin hızlı bir şekilde büyümesinde etkili olmuştur. Bilimsel bilgi ve coğrafi keşifler sayesinde girişimcilik boyut değiştirmiş sanayi devriminin ekonomik unsuru hâlini almıştır. Modern bilime ulaşan bilgiler sayesinde

üretim hacmi büyümüştür. Girişimciliğin yüzyıllara ve devrim bağlı olarak gelişen hareketliliğine Şekil-1’de yer verilmiştir.



Şekil 1: Çağdaş Girişimciliğın Gelişim Süreci (Çögürçü, 2006)

1.2. Kadın Girişimcilik

Toplumun yarısını oluşturan kadınlar, iş gücünün de büyük çoğunluğunu oluşturmaktadır (Sayın, 2011: 24). Kadınların eğitim seviyelerinin artması ve mesleki imkânlardan faydalanmalarına yönelik çalışmalar 1990’larda başlamıştır. İlgili kuruluşlar ile koordinasyon sağlanmış ve uygulama hareketleri başlamıştır. Kadınların sorunlarının çözüm anahtarının istihdam olması sebebi ile kadın girişimcilik gündeme gelmektedir (Ekin, 1990: 55).

Çelebi, kadın girişimciliği tanımlarken belirli bir çerçeve çizmiştir (Çelebi, 1993: 35-42). Bu çerçeve; yaşam alanı dışında istihdam etmesi veya istihdam imkânı sunması, mal/hizmet üreten, üretimden sonra tüketiciye ulaştıran, iş sürecini kurgulayan, koordine eden ve planlayan, kazancını ve kârını kendi için yöneten, yatırıma yönlendiren kişidir.

Kadın 18. yüzyılda Sanayi Devrimi ile çalışma hayatına ilk adımını atmıştır. Kadının zorunlu çalışma hâli, kadın iş gücüne olan talebin artmasını ve ucuz bir çalışma gücü olması hâlini doğurmuştur (Günsel, Köroğlu, & Demirci, 2019: 3-5). Dünya Ekonomi Forumu 2015 yılında Cinsiyet Ayrımı Raporu göndererek, 117 yıl sonra kadın ve erkeğin maaşının eşit olacağını belirtmiştir. Bu bağlamda kadınların iş hayatında

yeterince yer almama sebepleri eğitim seviyesi ve ücret politikası olarak karşımıza çıkmaktadır. Gelişmişlik seviyesi cinsiyet ayrımı yapmadan her kimliğin ekonomiye kazandırılması gerekliliği ekonomik bir gerçektir (Afşar & Öğrekeçi, 2015).

2. Literatür Taraması

Şahin (2006) çalışmasında cinsiyetin bakış açısındaki etkisini ele almıştır. Kadınların erkeklerden farklı bir düşünce yapısına ve analiz gücüne sahip olduğunu analiz etmiştir. Konya Ticaret Odası, Konya Eczacılar Odası ve Konya Sanayi odasına kayıtlı kadın girişimcilerin katılımı ile toplam 132 kişilik bir araştırma yapmıştır. Kadınların girişimci olarak faaliyet göstereceği alanların sadece bir sektör ile sınırlı kalmamasının bölgesel kalkınmaya olumlu bir katkı sağlayacağını sonucuna varılmıştır.

Kutlu (2006), kadınların çalışma hayatındaki rolleri ve girişimcilik faaliyetlerini ele almıştır. Yazar ayrıca kadın girişimciliği hususunda verilen teşvikler ve Türkiye’deki kadın girişimciliğini çeşitli boyutları ile analiz etmiştir. Kadın Girişimci Derneği ana kütle olarak belirlenmiş ve 80 kişilik bir örneklem grubu ile veriler toplanmıştır. Sonuç olarak ise kadın girişimcilere özgü vergi muafiyeti, düşük faizli kredi imkânlarının sunulması gerektiğini belirtmiştir.

Soysal (2010) çalışmasında 76 kadın girişimci ile yüz yüze görüşülerek Kahramanmaraş ilinde bir uygulama gerçekleştirilmiştir. Çalışma hayatında bulunan kadın girişimcilerin demografik ve kişisel özellikleri, yaşadıkları sorunlar ele alınmıştır. Araştırma sonucunda ise kadın girişimcilerin yaşadıkları sorunlara ilişkin çözüm önerilerini tespit etmiştir.

Özyılmaz (2016), kadınların çalışma hayatındaki paylarının başarı katkısını arttırmak için kadınları girişimciliğe sürükleyen etkenlerin belirlenmesi ve nelere ihtiyaçları olduğunun tespit edilmesi analiz edilmiştir. Araştırmaya 2014 yılına kadar KOSGEB aracılığı ile işini kuran toplam 9832 kadın girişimci dâhil etmiştir. Ankete toplam 1566 kişi katılmış olup 1457 anket analiz edilmiştir. Sonuç olarak ise girişimciliğin kalitesini arttırmak için eğitim müfredatlarına ders olarak eklenmesi ve

kadın girişimcilere yönelik alternatif finansman araçlarının geliştirilmesi gerekliliği ortaya çıkarmıştır.

Arıkan’ın 2016 yılında yaptığı çalışmada Bursa ilinde yaşayan 90 kadın girişimci ile yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Kadınları girişimci olmaya iten faktörlerin tespiti ve sonrasında başarısız olmalarının sebepleri ortaya konulmuştur. Çalışma sonucunda ise kurumsal anlamda destek ve girişimci özelliklerinin başarıyı arttırdığının anlamlı bir değişken olduğu tespit edilmiştir.

Afşar ve Doğanalp (2016), kadınları girişimciliğe iten faktörler ve karşılaştıkları sorunları üzerine araştırma yapmışlardır. Araştırmada Konya Ticaret Odası Kadın Girişimciler Kuruluna üye 86 kadın girişimci ile yüz yüze, telefonla ve e-postayla anket yapılmıştır. Kadınları girişimci olmaya iten sebepler; aile ihtiyaçlarını karşılamak, mesleğini yapmak, sosyal prestij ve ekonomik bağımsızlık olarak önem sırasına göre sıralanmıştır.

Çifçi ve Uğur (2017) tarafından erkek girişimcilerin perspektifinden kadın girişimciliği üzerine bir çalışma yapılmıştır. Çalışmada toplumsal cinsiyet kalıplarının kadın girişimciliğe etkileri üzerine durulmuştur. ZMET tekniği kullanılarak araştırmaya katılan erkek girişimcilerden kadın girişimcileri betimleyen kolaj yapımları istenmiştir.

Tatar (2018) araştırmasında kırsal kesimde yaşayan kadınların girişimcilik eğilimlerinin nasıl bir yapıda olduğunu analiz etmiştir. Araştırmayı Konya ili Derbent ilçesinde yer alan 100 kadın ile yüz yüze görüşerek anket yöntemi ile gerçekleştirmiştir. Araştırma sonucu olarak kadınların girişimci olabilmeleri üzerine eğitimlerin verilmesi ve kişisel gelişimlerini geliştirmek üzere faaliyetlerin artırılması belirlenmiştir

Tahtalı (2019) araştırmasına Malatya ilinde bulunan meslek odalarına kayıtlı 490 kadın girişimci arasından seçilen 230 kadın girişimciden 147 adet sonuç olarak analiz etmiştir. Kadın girişimcilerin ekonomik ve demografik özelliklerinin faaliyet alanları üzerinde etkisi araştırılmıştır. Malatya’da bulunan kadın girişimcilerin önceliklerinin kalıcı olmak ikincil hedeflerinin ise kaliteyi iyileştirmek olduğu tespit edilmiştir.

Cho, Li ve Chaudhuri (2020) araştırmalarında Asya’daki kadın girişimcilerin özel sorunları ve girişimcilik kapsamında olan liderlik vasıfları üzerine Asya kadınları üzerine bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Çin, Hindistan, Endonezya, Japonya, Kore, Malezya ve Vietnam’daki kadın girişimcilerin katlandıkları zorluklar ve sahip oldukları fırsatları araştırılmıştır. Kadın girişimcilerin sorunlarının küresel ilgi odağı olması ve nasıl ele alınacağı üzerine Uluslararası İnsan Kaynaklarının geliştirilmesi gerektiğı tespit edilmiştir.

3. Erkek Girişimcilerin Kadın Girişimcilere Bakış Açısı: Konya İli Örneğı

3.1. Araştırmanın Konusu

Bu araştırmanın konusu, erkek girişimcilerin kadın girişimciler hakkındaki demografik ve ekonomik anlamdaki görüşleridir. Erkek girişimcilerin kadın girişimcilere karşı sergiledikleri davranışlarda ayrıca ele alınmıştır. Kadın girişimcilerin bilgisine, tecrübesine, sevgilerine, yönetici kimliğine ve başarısına olan güveni de araştırmada ölçmüştür.

3.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmanın amacı erkek girişimcilerin bakış açısını değerlendirmekle beraber kadın girişimcinin ülkemiz ve Konya ilindeki varlığının önemini ölçmektir. İş, aile ve yaşam dengesi arasında girişimci kimliğini sürmeye çalışan kadınlara karşın erkek girişimcilerin bakış açısı önemlidir.

3.3. Araştırmanın Yöntemi

Araştırma nicel bir araştırmadır ve genel tarama yöntemlerinden ilişkisel tarama yöntemi kullanılmıştır. Verileri toplama tekniğı olarak anket yöntemi seçilmiştir. İlgili anket formu 26 sorudan oluşmaktadır. İlk beş soru ankete katılan erkek girişimcinin demografik özelliklerine yöneliktir. Sonraki dört soru katılımcının iş yerinin özellikleri hakkındaki

sorulardır. Kalan on yedi soru ise erkek girişimcilerin kadın girişimcilere karşı olan tutum ve bakış açısına yönelik sorulardır. Nominal düzeyde olan anketten alınan veriler IBM SPSS programı kullanılarak analiz edilmiştir. Veriler kolayda örneklem yöntemi ile toplanmış olup arasındaki ilişkileri değerlendirmek için Pearson Ki-Kare testi uygulanmıştır. Araştırmanın anket soruları hazırlanırken Şahin’in “Kadın Girişimcilik ve Konya İlinde Kadın Girişimcilik Profili Üzerine Bir Uygulama” konulu yüksek lisans tezi anketi dikkate alınmıştır (Şahin, 2006). Erkek ve kadın kimliğinin bazı kalıpların dışına çıkamaması nedeni ile araştırmanın veri toplama aracının uygulanmasından sonra analizler yapılırken birleştirme, gruplama gibi revizyonlar yapılmıştır. Bu değişiklikler araştırmanın güçlü ve dikkat çekici yönlerini ortaya çıkarmaya imkân sağlamıştır.

3.4. Araştırmanın Hipotezleri

Ortaya çıkmış veya çıkacak tutumların varsayımı niteliği olan hipotezler (Altunışık, Coşkun, Bayraktaroğlu, & Yıldırım, 2012: 381), çalışmada şu şekilde belirtilebilir:

H1: İş yerinde çalışan kadın sayısı ile işin kurulma biçimi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H2: Erkek girişimcilerin eğitim durumu ile iş yerinde çalışan kadın sayısı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H3: Kadın girişimcilere verilen devlet desteğini yeterli bulmakla ekonomide kadın girişimci görme isteği arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H4: Eşinin iş kurmasına yönelik sergileyeceği tavır ile iş yerinde kadın sayısı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H5: Kadın girişimcilerin duygusal karar verdiğini düşünülmesi ile iş yerinde çalışan kadın sayısı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H6: Erkek girişimcilerin kadın girişimcilerin bilgisine güvenmesi ile eğitim durumu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H7: Kadınların girişimci olmadan önce tecrübe sahibi olmaları gerektiğini düşünmek ile ekonomide kadın girişimci görmek isteme arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H8: Girişimci olabilmek için gereken en önemli özellik ile girişimcinin işini nasıl kurduğu arasındaki anlamlı bir ilişki vardır.

H9: Erkek girişimciler demografik özellikler ile kadın girişimcilere bakış açısı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H9.a: Erkek girişimcilerin yaşları ile kadınlar girişimcilere verilen devlet destek arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H9.b: Erkek girişimcilerin yaşları ile kadınlar girişimcilerin tecrübe sahibi olması arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H9.c: Erkek girişimcilerin yaşları ile kadınlar girişimcilerin Türkiye ekonomisine sağladığı katkı oranı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H9.d: Erkek girişimcilerin yaşları ile kadınlar girişimcilerin Konya ekonomisine sağladığı katkı oranı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H9.e: Erkek girişimcilerin yaşları ile kadınlar girişimcilerin kendi işini kurması arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H9.f: Erkek girişimcilerin yaşları ile kadınlar girişimcilerin bilgisine olan güven ile arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H9.g: Erkek girişimcilerin yaşları ile kadınlar girişimcileri başarılı bulmak arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H10: Erkek girişimcilerin eğitim durumları ile kadın girişimcilere bakış açıları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H10.a: Erkek girişimcilerin eğitim durumları ile kadınlar girişimcilere verilen devlet destek arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H10.b: Erkek girişimcilerin eğitim durumları ile kadınlar girişimcilerin tecrübe sahibi olması arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H10.c: Erkek girişimcilerin eğitim durumları ile kadınlar girişimcilerin Türkiye ekonomisine sağladığı katkı oranı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Gökçil, T. ve Afşar, B. (2020, Nisan). Erkek girişimcilerin kadın girişimcilere bakış açısı: “Konya ili örneği”. *Karatay Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (4), 42-61.

H10.d: Erkek girişimcilerin eğitim durumları ile kadınlar girişimcilerin Konya ekonomisine sağladığı katkı oranı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H10.e: Erkek girişimcilerin eğitim durumları ile kadınlar girişimcilerin kendi işini kurması arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H10.f: Erkek girişimcilerin eğitim durumları ile kadınlar girişimcilerin bilgisine olan güven ile arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H10.g: Erkek girişimcilerin eğitim durumları ile kadınlar girişimcileri başarılı bulmak arasında anlamlı bir ilişki vardır.

3.5. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Konya ilinde faaliyet gösteren erkek girişimciler oluşturmaktadır. Konya Ticaret Odasının yirmi binin üzerinde üyesi olması sebebi ile kolayda örnekleme metodu benimsenmiştir. Konya Ticaret Odasına üye, Konya ilinde farklı sektörlerde faaliyet gösteren 145 erkek girişimcinin kadın girişimcilere karşı bakış açıları istatistiksel olarak analiz edilmiştir.

3.6. Araştırmanın Kapsam ve Kısıtları

Veriler 2019 yılı ikinci çeyreğe aittir. Erkek girişimcilerin anket esnasında yöneltilen sorulara ek olarak önerilerini iletmesi anketin bitiş süresini uzatmıştır.

3.7. Analiz ve Bulgular

Erkek girişimcilerin araştırmada vermiş olduğu yanıtlar değerlendirilerek verilerin analizi ve frekans dağılımları ele alınmıştır. Katılımcılardan 142 kişi “medeni durum” bilgisini belirtmiş olup, 3 kişi bilgi vermemiştir. Ankete katılanların yüzde 73,10’u evli, yüzde 24,65’i bekârdır. Yüzde 0,69’u okur-yazar değil, yüzde 6,90’ı ilköğretim mezunu, yüzde 22,76’sı ortaöğretim mezunu, yüzde 53,10’u lisans mezunu ve yüzde 8,28’i yüksek lisans mezunudur. Girişimcilerin yüzde 59,31’i

şirketini sıfırdan kurduğunu belirtmiştir. Yani bu girişimcilerin işlerini kendi sermayeleri ile kurdukları anlamına gelmektedir. Yüzde 6,90’ı ise var olan bir şirketi devraldığını belirtmiştir. Aile şirketini devralan yüzde 28,28’lik bir dilim mevcuttur. Kamu, özel, sivil toplum kuruluşu vb. kurumlardan destek, hibe olarak iş yerini kuran yüzde 4,83’tür. Bir girişimci bu konuda bilgi vermemiştir. Erkek girişimcilerin yüzde 66,21’i 0 ile 4 arasında kadın çalışanı olduğunu söylemiştir. Beş ile 10 arasında kadın çalışanı olan girişimcilerin oranı yüzde 17,24’tür. Yüzde 7,59’nun 11-20 arasında kadın çalışanı vardır. Yüzde 1,38’in 21 ve 30 arasında çalışanı olmakla beraber 35 ve üstünde kadın çalışanı olan girişimcilerin oranı yüzde 4,83’tür. Erkek girişimcilerin vermiş olduğu yanıtlar ve hipotez sonuçları Tablo-1’de verilmiştir.

Tablo 1: Hipotezler ve Sonuçları

Hipotezler	χ^2	p	Sonuçlar
H1: İş yerinde çalışan kadın sayısı ile işin kurulma biçimi arasında bir ilişki vardır.	0,638	>0,05	Hipotez reddedilmiştir.
H2: Eğitim durumu ile iş yerinde çalışan kadın sayısı arasında anlamlı bir ilişki vardır.	2,296	>0,05	Hipotez reddedilmiştir.
H3: Kadın girişimcilere verilen devlet desteğini yeterli bulmakla ekonomide kadın girişimci görme isteği arasında anlamlı bir ilişki vardır.	2,106	>0,05	Hipotez reddedilmiştir.
H4: Eşinin iş kurmasına yönelik sergileyeceği tavır ile iş yerinde kadın sayısı arasında anlamlı bir ilişki vardır.	1,788	>0,05	Hipotez reddedilmiştir.
H5 :Kadın girişimcilerin duygusal karar verdiğini düşünülmesi ile iş yerinde çalışan kadın sayısı arasında anlamlı bir ilişki vardır.	7,082	<0,05	Hipotezi kabul edilmiştir.
H6: Girişimcilerin kadın girişimcilerin bilgisine güvenmesi ile eğitim durumu arasında anlamlı bir ilişki vardır.	3,090	>0,05	Hipotez reddedilmiştir.

H7: Kadınların girişimci olmadan önce tecrübe sahibi olmaları gerektiğini düşünmek ile ekonomide kadın girişimci görmek isteme arasında anlamlı bir ilişki vardır.	0,001	>0,05	Hipotez reddedilmiştir.
H8: Girişimci olabilmek için gereken en önemli özellik ile girişimcinin işini nasıl kurduğu arasındaki anlamlı bir ilişki vardır.	0,142	>0,05	Hipotez reddedilmiştir.
H9: Erkek girişimciler demografik özellikler ile kadın girişimcilere bakış açısı arasında anlamlı bir ilişki vardır.			
H9.a: Erkek girişimcilerin yaşları ile kadın girişimcilere verilen devlet destek arasında anlamlı bir ilişki vardır.	11,948	<0,05	Hipotezi kabul edilmiştir.
H9.b: Erkek girişimcilerin yaşları ile kadın girişimcilerin tecrübe sahibi olması arasında anlamlı bir ilişki vardır.	10.361	<0,05	Hipotezi kabul edilmiştir
H9.c: Erkek girişimcilerin yaşları ile kadın girişimcilerin Türkiye ekonomisine sağladığı katkı oranı arasında anlamlı bir ilişki vardır.	11,476	<0,05	Hipotezi kabul edilmiştir
H9.d: Erkek girişimcilerin yaşları ile kadınlar girişimcilerin Konya ekonomisine sağladığı katkı oranı arasında anlamlı bir ilişki vardır.	5,968	>0,05	Hipotezi reddedilmiştir.
H9.e: Erkek girişimcilerin yaşları ile kadınlar girişimcilerin kendi işini kurması arasında anlamlı bir ilişki vardır.	5,669	>0,05	Hipotezi reddedilmiştir.
H9.f: Erkek girişimcilerin yaşları ile kadın girişimcilerin bilgisine olan güven ile arasında anlamlı bir ilişki vardır.	9,852	<0,05	Hipotezi kabul edilmiştir
H9.g: Erkek girişimcilerin yaşları ile kadın girişimcileri başarılı bulmak arasında anlamlı bir ilişki vardır.	5,669	>0,05	Hipotezi reddedilmiştir.

H10: Erkek girişimcilerin eğitim durumları ile kadın girişimcilere bakış açıları arasında anlamlı bir ilişki vardır.			
H10.a: Erkek girişimcilerin eğitim durumları ile kadın girişimcilere verilen devlet destek arasında anlamlı bir ilişki vardır.	2,823	>0,05	Hipotezi reddedilmiştir.
H10.b: Erkek girişimcilerin eğitim durumları ile kadın girişimcilerin tecrübe sahibi olması arasında anlamlı bir ilişki vardır.	1,719	>0,05	Hipotezi reddedilmiştir.
H10.c: Erkek girişimcilerin eğitim durumları ile kadın girişimcilerin Türkiye ekonomisine sağladığı katkı oranı arasında anlamlı bir ilişki vardır.	2,261	>0,05	Hipotezi reddedilmiştir.
H10.d: Erkek girişimcilerin eğitim durumları ile kadın girişimcilerin Konya ekonomisine sağladığı katkı oranı arasında anlamlı bir ilişki vardır.	0,096	>0,05	Hipotezi reddedilmiştir.
H10.e: Erkek girişimcilerin eğitim durumları ile kadın girişimcilerin kendi işini kurması arasında anlamlı bir ilişki vardır.	2,603	>0,05	Hipotezi reddedilmiştir.
H10.f: Erkek girişimcilerin eğitim durumları ile kadın girişimcilerin bilgisine olan güven ile arasında anlamlı bir ilişki vardır.	3,090	>0,05	Hipotezi reddedilmiştir.
H10.g: Erkek girişimcilerin eğitim durumları ile kadın girişimcileri başarılı bulmak arasında anlamlı bir ilişki vardır.	0,063	>0,05	Hipotezi reddedilmiştir.

Sonuç

Çalışma Konya'daki erkek girişimcilerin kadın girişimcilere karşı olan bakış açısını değerlendirmiştir. Erkek girişimcilerin cinsiyet faktöründen dolayı kadın girişimcilerin ekonomideki varlığına karşı tutumları analiz edilmiştir. Girişimcilik alanında da erkek girişimciler ile ilgili çalışmaların olduğu yapılan literatür taramalarında ortaya çıkmıştır.

Fakat erkek girişimci gözü ile kadın girişimciler ile ilgili çalışmalarının sayısının az olduğu tespit edilmiştir.

Yapılan analizlerde erkek girişimcilerin demografik özellikleri ele alınmıştır. Demografik özelliklerin erkek girişimcilerde kendi iş yerlerinde bulunan veya sektörde bulunan kadın girişimcilere karşı tutumlarındaki farklılık etkisi değerlendirilmiştir. İş yerinde kadınların çalışmasının veya çalışmamasının erkek girişimcilerin eğitim durumuna bağlı olarak değişkenlik göstermiştir.

Erkek girişimcilerin kadın girişimleri ekonomide görmek istedikleri tespit edilmiştir. H3 hipotezinde erkek girişimcilerin kadınlara verilen devlet desteğinin yeterliliği ve ekonomide yer alıp almaması noktasında vermiş oldukları yanıtlar değerlendirildiğinde, çoğunluğun desteğın yeterli olduğunu belirttiği ve kadınların ekonomide yer alması gerektiğini ortaya koydukları sonucuna varılmıştır. Bu ise ancak devlet desteklerinin artırılması sonucunda kadınların daha fazla ekonomide yer alması mümkün olacaktır. Ayrıca H9a ve H9c hipotezlerinde de kadınlara verilen devlet desteğinin yeterli olması veya olmaması cevapları girişimcilerin yaşı ile ilişkilendirildiğinde, yaş faktörünün bu husustaki fikri etkilediği ortaya çıkmıştır. Benzer şekilde, kadın girişimcilerin Türkiye ekonomisine katkısının yaş ile ilişkili olduğu sonucuna varılmıştır. Erkek girişimcilere göre kadın girişimcilerin karar verirken sezgilerinden etkilendiği H5 hipotezinde analiz edilmiş ve anlamlı çıkmamıştır. Ancak iş yerinde çalışan kadın sayısı az olmasına rağmen, girişimcilerin kadınların karar verirken sezgilerinden etkilendiğini belirtmesi tezatlık oluşturmaktadır.

Araştırmaya göre, erkek girişimcilerin eğitim durumlarının kadın girişimcilerin bilgisine güvenmelerini etkilediği, kadın girişimcilerin bilgisine güvenen erkek girişimcilerin eğitim durumunun lisans ve lisansüstü olduğu görülmektedir. Erkek girişimcilerin iş yerinde çalışan kadın sayısının, kadın girişimcilere karşı bakış açısında herhangi bir değişiklik olmadığı gözlemlenmiştir. Erkek girişimcilerin işlerini nasıl kurduklarının ise bakış açısında etkili olduğu tespit edilmiştir. Erkek girişimci iş yerini devir alması (aileden devam vb.) veya sıfırdan kurması, sektörde ve işyerinde bulunan kadın girişimcilere karşı olumlu bir tavır sergilediği analiz edilmiştir.

Araştırmanın sonuçlarına göre bazı öneriler ise;

Erkek girişimcilere göre kadın girişimcilerin Konya ekonomisine katkı sağladığı tespit edilmiştir. Buna bağlı olarak kadın girişimcilere verilen devlet destekleri artırılmalıdır. Verilen destekler kadınların girişimci olarak faaliyet göstereceği alana göre kendi içerisinde kategorilere ayrılmalıdır. Devlet desteklerine ek olarak ülkenin ve şehrin önde gelen sivil toplum kuruluşları da kadınlara verilen destekleri arttırmalıdır.

Kadın girişimcilerin, girişimci olarak faaliyet göstereceği sektöre dair daha öncesinde tecrübe sahibi olması başarısını arttıracaktır. Erkek girişimcilere göre, kadın girişimcilerin ekonomide bulunmasının sektörde kaliteli rekabetin oluşturduğu tespit edilmiştir.

Sonuç olarak, erkek girişimcilerin kadın girişimcilere karşı olumsuz bir bakış açısına sahip olmadığı tespit edilmiştir. Kadın girişimcilerin Konya ekonomisine sağladığı katkılara ilişkin erkek girişimcilerin bakış açısının olumlu olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Erkek girişimcilerin, kadın girişimcilere karşı tutumları, eğitimlerinden ziyade yaşlarına göre farklılık göstermiştir. Kadın girişimcilerin ekonomideki varlığı rekabetin kalitesini, sosyal kalkınmayı ve işsizlik sorununa alternatif çözümdür.

Kaynakça

- Afşar, B., & Öğrekçi, S. (2015). Tarihsel süreçte kadının gelişimi ve ekonomideki rolü: Toplayıcı kadından günümüz kadınına dönüşüm. *S.Ü. Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 65-86.
- Ağca, V., & Yumuşakipek, H. D. (2015). *Günümüzde girişimcilik trendini yükselten güçler*. İstanbul: Siyah İnci Akademi.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., & Yıldırım, E. (2012). Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri (SPSS uygulamalı). Sakarya, Türkiye: Sakarya Yayıncılık.
- Arıkan, C. (2016). Kadın girişimcilikte başarı ve başarıyı etkileyen faktörler: Bursa örneği. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 138-156.
- Arslan, K. (2002). Üniversiteli gençlerde mesleki tercihler ve girişimcilik eğilimleri. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 1-11.
- Bedük, D. Ö. (2005). Türkiye'de çalışan kadın ve kadın girişimciliği. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 106-117.
- Bingöl, O. (2014). Toplumsal cinsiyet olgusu ve Türkiye'de kadınlık. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 108-114.
- Çakmak, N. (2003). Girişimciliğin tarihsel gelişimi. *Kış Dergisi*, 62-77.
- Çelebi, N. (1993). Kadın girişimciliğini özendirme ve destekleme konusunda politikalar. *Kadın Girişimciliğe Özendirme ve Destekleme Paneli Bildiriler ve Tartışmalar*. Ankara: Devlet Bakanlığı Kadın ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı KSSG Müdürlüğü.
- Çögürçü, İ. (2006). İktisadi doktrinlerinde geçmişten günümüze girişimciliğin önemi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü*, 65-80.
- Ekin, D. N. (1990). OECD ülkelerinde kadın işgücü ve istihdam sorunları. *İ.İ.B.K Konferansı*, (s. 55). Ankara.

Gökçil, T. ve Afşar, B. (2020, Nisan). Erkek girişimcilerin kadın girişimcilere bakış açısı: “Konya ili örneği”. *Karatay Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (4), 42-61.

- Ercan, S., & Gökdeniz, İ. (2009). *Girişimciliğın gelişim süreci ve girişimcilik açısından*. Bilig, Kazakistan: Ahmet Yesevi Üniversitesi Mütevelli Heyet Başkanlığı.
- Erkan, N. (2014). *Dominantlık özelliğinin girişimcilik eğilimine katkısında kendini ayarlama ve cinsiyet rolleri algısının etkisi*. İstanbul, Türkiye: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gül, Z. (2012, Eylül). *Türkiye'deki iş adamı örgütlerinin üye girişimcilere sağladığı katkıların girişimcilik ve inovasyon performansları üzerindeki etkileri*. Kahramanmaraş, Türkiye:: Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme ABD.
- Günsel, A., Köroğlu, S., & Demirci, L. (2019). Çalışma hayatında kadınların karşılaştıkları sorunlar ve cam tavan algıları: Kadın öğretmenler üzerinde bir araştırma. *Kadın Araştırmaları Dergisi*.
- Güven, B., Kaygın, E., & Salık, N. (2015). Girişimcilikte iş fikri geliştirme planı,. T. Koçel içinde, *Girişimcilik* (s. 49-50). İstanbul: Siyahinci Akademi.
- Kutlu, Ö. (2006). *Türkiye'de kadın girişimciliği*. İstanbul, Türkiye: Beykent Üniversitesi.
- Müderrişoğlu, N. (1994). *Almanya'da Kobi'ler için girişimcilik ve teşvik programları'na önsöz*. Ankara: TOSYÖV.
- Müftüoğlu, T. (2007). *İşletme iktisadı*. Ankara: Turhan Kitapevi.
- Öztürk, İ. (2008). Girişimcilik raporu. *İktisadi Girişim ve İş Ahlakı Dergisi*.
- Özyılmaz, A. M. (2016, Haziran). Türkiye'de kadın girişimciliği ve girişimci kadınların karşılaştıkları sorunları üzerine bir araştırma. Nevşehir, Türkiye: Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi.
- Salkım, E. (2018). *İş hayatında kadın olmak*. http://www.s360.com.tr: http://www.s360.com.tr/Contents360/images/dragslider/is_hayati_nda_kadin_olmak.pdf adresinden alındı
- Sayın, E. (2011). Kadın girişimcilerin sorunlarının betimleyici analizi. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 23-32.

Gökçil, T. ve Afşar, B. (2020, Nisan). Erkek girişimcilerin kadın girişimcilere bakış açısı: “Konya ili örneği”. *Karatay Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (4), 42-61.

Sipahi, E. (1997). *Türkiye’de girişimcilik ve kadın girişimcilik üzerine bir araştırma*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Soysal, A. (2010). Kadın girişimcilerin özellikleri, karşılaştıkları sorunlar ve iş kuracak kadınlara öneriler: Kahramanmaraş ilinde bir araştırma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 71-95.

Şahin, E. (2006). Kadın girişimcilik ve Konya ilinde kadın girişimcilik profili üzerine bir uygulama. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı Yüksek lisans tezi*. Konya, Türkiye.