



T.C.

MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

YENİLİKÇİLİK VE GİRİŞİMCİLİK ANABİLİM DALI

**KADIN GİRİŞİMCİLERİN BİREYSEL YENİLİKÇİLİK DÜZEYLERİ VE
SOSYO-DEMOGRAFİK DEĞİŞKENLERLE İLİŞKİSİ: GİNE ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DJENABOU SOW

DANIŞMANIN

Dr. Öğr. Üyesi EROL SOLMAZ

MUĞLA-2023

T.C.
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
YENİLİKÇİLİK VE GİRİŞİMCİLİK ANA BİLİM DALI

**KADIN GİRİŞİMCİLERİN BİREYSEL YENİLİKÇİLİK DÜZEYLERİ VE
SOSYO-DEMOGRAFİK DEĞİŞKENLERLE İLİŞKİSİ: GİNE ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DJENABOU SOW

1941011701

MUĞLA-2022

T.C.
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
YENİLİKÇİLİK VE GİRİŞİMCİLİK ANA BİLİM DALI

KADIN GİRİŞİMCİLERİN BİREYSEL YENİLİKÇİLİK DÜZEYLERİ VE
SOSYO-DEMOGRAFİK DEĞİŞKENLERLE İLİŞKİSİ: GİNE ÖRNEĞİ

DJENABOU SOW
1941011701

Sosyal Bilimler Enstitüsünde
Doktora/Tezli Yüksek Lisans
Diploması Verilmesi için Kabul Edilen Tez

Tezin Sözlü Savunma Tarihi: 27.12.2022

Tezin Enstitüye Verildiği Tarih:

Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Erol SOLMAZ

Jüri Üyesi: Prof. Dr. Hulusi DOĞAN

Jüri Üyesi: Prof. Dr. Süleyman Uyar

Enstitü Müdürü: Prof. Dr. Bayram COŞKUN

2022 - Muğla

TUTANAK

Sosyal Bilimler Enstitüsü'nün 30/09/2022 tarih ve 1067/8 sayılı Yönetim Kurulu kararı ile tez jürisi olarak atandığımız, Yenilikçilik ve Girişimcilik Anabilim/Anasanat Dalı **Tezli Yüksek Lisans Programı** öğrencisi **Djenabou SOW**'ın "**Kadın Girişimcilerin Bireysel Yenilikçilik Düzeyleri Ve Sosyo-Demografik Değişkenlerle İlişkisi: Gine Örneği**" adlı tezi incelemiş ve aday 27/12/2022 tarihinde saat 13:30' da tez savunma sınavına alınmıştır.

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Lisansüstü Eğitim-Öğretim Yönetmeliği'nin 24. maddesi doğrultusunda yapılan tez savunma sınavı sonucunda tezin **kabul** edilmesine oybirliği ile karar verilmiştir.

Tez Danışmanı

Dr. Öğr. Üyesi Eray SOLMAZ

Üye

Prof. Dr. Hulusi DOĞAN

Üye

Prof. Dr. Süleyman UYAR

YEMİN

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum “Kadın Girişimcilerin Bireysel Yenilikçilik Düzeyleri ve Sosyo-Demografik Değişkenlerle İlişkisi: Gine Örneği” adlı çalışmanın, tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurulmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin Kaynakça’da gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanmış olduğumu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

15/09/2022

DJENABOU SOW

ÖZET

KADIN GİRİŞİMCİLERİN BİREYSEL YENİLİKÇİLİK DÜZEYLERİ VE SOSYO-DEMOGRAFİK DEĞİŞKENLERLE İLİŞKİSİ: GİNE ÖRNEĞİ

Gine'deki kadın girişimcilerin bireysel yenilikçilik düzeyleri ile sosyo-demografik değişkenleri arasındaki ilişkinin araştırıldığı bu çalışmada nicel araştırma tekniklerinden anket yöntemi kullanılmıştır. Gine'nin Konakri ve Kindia bölgelerinde yaşayan Basit tesadüfi örnekleme yöntemiyle seçilen 550 kadın girişimciye anket formu dağıtılmış, 480 katılımcıdan geri dönüş alınmıştır. Bunlardan 130 adet anket formu yanlış ve eksik doldurulmuş olması nedeniyle iptal edilmiştir. Geçerli ve analize dâhil edilen anket sayısı 350 adettir.

Çalışmada veri toplama aracı olarak iki bölümden oluşan anket formu kullanılmıştır. İlk bölümde katılımcıların sosyo-demografik özelliklerini sorgulayan yedi adet soru bulunmaktadır. Anket formunun ikinci bölümünde ise kadın girişimcilerin bireysel yenilikçilik düzeylerini tespit etmek amacıyla Hurt vd. (1977) tarafından geliştirilen, Kılıçer ve Odabaşı (2010) tarafından Türkçe'ye uyarlaması yapılan "*Bireysel Yenilikçilik Ölçeği*" kullanılmıştır. Bireysel yenilikçilik ölçeği yirmi sorudan oluşmaktadır.

Çalışma sonucunda katılımcıların sosyo-demografik özellikleri ile bireysel yenilikçilik düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Bununla birlikte değişime direnç alt boyutu ile katılımcıların medeni durumları ve yaşları arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Evli olanların değişime direnç ortalamaları bekâr olanlardan, 36 ve daha yüksek yaştaki katılımcıların değişime direnç ortalamaları ise daha alt yaş gruplarındaki katılımcılardan daha yüksektir.

Bireysel yenilikçilik ölçeği alt boyutlarından fikir önderliği için katılımcıların eğitim düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre lisansüstü eğitim düzeyine sahip kadın girişimcilerin fikir önderliği alt boyutu ortalamaları, diğer eğitim düzeylerine sahip olanlardan anlamlı derecede daha yüksektir.

Çalışmada elde edilen bir diğer sonuç, deneyime açıklık alt boyutu ile

katılımcıların medeni durumları, yaşları, yaşadıkları yer, yaşadıkları ortam ve eğitim düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin varlığıdır. Elde edilen bu sonuçbekâr olanların evlilere, 18-25 ve 26-35 yaş grubunda olanların daha yüksek yaş gruplarına, tek başına yaşayanların aileleri ile birlikte yaşayanlara göre daha yüksek deneyime açıklık ortalamalarına sahip olduklarını göstermektedir. Bununla birlikte lisansüstü mezunlarının diğer eğitim düzeylerine sahip olanlara, şehir ve büyükşehirde yaşayanların alt vilayet, ilçe, kasaba ve köylerde yaşayanlara göre deneyime açıklık alt boyutu ortalamaları anlamlı düzeyde daha yüksektir.

Son olarak bireysel yenilikçilik düzeyi alt boyutlarından risk alma alt boyutu ile kadın girişimcilerin çocuk varlığı, yaşları ve yaşadıkları yer değişkenleri arasında anlamlı bir ilişkinin bulunduğu sonucu elde edilmiştir. Buna göre çocuğu olan katılımcıların risk alma alt boyutu ortalamaları, çocuğu olmayanlara göre anlamlı derecede daha yüksektir. Ayrıca 18-25 ve 26-35 yaş aralığındaki kadın girişimciler ile tek başına yaşayanların risk alma alt boyutu ortalamaları, daha yüksek yaş gruplarındakilerden ve ailesi ile yaşayanlardan daha yüksek olduğu sonucu elde edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Kadın Girişimci, Yenilik, Bireysel Yenilikçilik

ABSTRACT

THE RELATIONSHIP OF FEMALE ENTREPRENEURS WITH INDIVIDUAL INNOVATION LEVELS AND SOCIO-DEMOGRAPHIC VARIABLES: THE EXAMPLE OF GUINEA

In this study, which investigated the relationship between the individual innovativeness levels of women entrepreneurs in Guinea and their socio-demographic variables, the survey method, one of the quantitative research techniques, was used. A questionnaire form was distributed to 550 women entrepreneurs selected by simple random sampling method living in Conakry and Kindia regions of Guinea, and feedback was received from 480 participants. Of these, 130 questionnaires were canceled because they were filled in incorrectly and incompletely. The number of valid questionnaires included in the analysis is 350.

In the study, a questionnaire consisting of two parts was used as a data collection tool. In the first part, there are seven questions questioning the socio-demographic characteristics of the participants. In the second part of the questionnaire, Hurt et al. (1977) and adapted into Turkish by Kılıçer and Odabaşı (2010) were used. The individual innovativeness scale consists of twenty questions.

As a result of the study, no statistically significant relationship was found between the socio-demographic characteristics of the participants and their individual innovativeness levels. However, it was determined that there was a significant relationship between the sub-dimension of resistance to change and the marital status and age of the participants. The mean resistance to change of married people is higher than the mean of single people, and the mean of resistance to change of the participants aged 36 and over is higher than the participants in the lower age groups.

It has been concluded that there is a significant relationship between the education level of the participants and the income levels they define for opinion leadership, one of the sub-dimensions of the individual innovativeness

scale. Accordingly, the opinion leadership sub-dimension averages of women entrepreneurs with postgraduate education are significantly higher than those with other education levels.

Another result obtained in the study is the existence of a statistically significant relationship between the sub-dimension of openness to experience and the marital status, age, place of residence, environment and education level of the participants. This result shows that those who are single have a higher average openness to experience than those who are married, those who are in the 18-25 and 26-35 age groups, and those who live alone have a higher average openness to experience than those who live with their families. On the other hand, the mean of openness to experience sub-dimension of graduate graduates is significantly higher than those who have other education levels, and those who live in cities and metropolises than those who live in sub-provinces, districts, towns and villages.

Finally, it was concluded that there is a significant relationship between the risk-taking sub-dimension, which is one of the individual innovativeness level sub-dimensions, and the variables of the existence of children, age and place of residence of women entrepreneurs. Accordingly, the risk-taking sub-dimension averages of the participants with children are significantly higher than those without children. In addition, it was concluded that the risk-taking sub-dimension averages of women entrepreneurs between the ages of 18-25 and 26-35 and those living alone were higher than those in the higher age groups and those living with their families.

Keywords: Entrepreneurship, woman entrepreneur, innovation, individual innovation

İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER.....	I
TABLO DİZİNİ.....	V
ŞEKİLLERDİZİNİ.....	VI
GİRİŞ.....	1
BİRİNCİ BÖLÜM.....	3
GİRİŞİMCİLİK.....	3
1.1.Girişimcilik Kavramı ve Tanımı.....	3
1.2.Girişimciliğin Tarihsel gelişimi.....	5
1.3.Girişimcilik Türleri.....	8
1.3.1. Yeşil Girişimci.....	9
1.3.2. Bireysel Girişimcilik.....	10
1.3.3. Serbest ve İç Girişimcilik.....	10
1.3.4. Sosyal Girişimcilik.....	11
1.3.5. Küresel Girişimcilik.....	12
1.3.6. Kopyacı Girişimcilik.....	12
1.3.7. Stratejik Girişimlik.....	12
1.3.8. Göçmen Girişimciliği.....	12
1.4. Girişimciliğin Finansmanı.....	13
1.5.Girişimciliğe Etki Eden Faktörler.....	14
1.5.1. Kültürel Yapı.....	14
1.5.2. Aile Yapısı.....	14

1.5.3. Eğitim.....	16
1.6.Girişimcilikte Başarı ve Başarısızlığın Nedenleri.....	16
1.6.1. Kuruluş Yerinin İyi Seçilememiş Olması	17
1.6.2. Kişisel Unsurlar	17
1.7. Sosyal Medyanın Girişimciliğe Etkisi.....	19
1.8. Dijital Teknolojiler, Yapay Zeka ve Girişimcilik.....	19
1.9. Girişimcilikte Şehir Kümeleme.....	20
İKİNCİ BÖLÜM.....	21
KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ VE BİREYSEL YENİLİKÇİLİK.....	21
2.1. Kadın Girişimciliği.....	21
2.1.1. Kadın Girişimciliği Kavramı ve Tanımı	21
2.1.2.Ekonomide Kadın Girişimciliğinin Yeri ve Önemi.....	22
2.1.3.Kadınları Girişimci Olmaya İten Faktörler	22
2.1.4. Kadın Girişimci Tipleri	23
2.1.5.Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunlar	24
2.1.6. Kadın ve Erkek Girişimci Arasındaki Farklar.....	29
2.1.7.Gine’de Kadın Girişimciler ve Destek Veren Kurum ve Kuruluşlar	31
2.1.8. Türkiye’de Kadın Girişimciler ve Destek Veren Kurum ve Kuruluşlar ..	35
2.2. Bireysel Yenilikçilik.....	41
2.2.1. Yenilik (İnovasyon) kavramı ve Türleri	42
2.2.2.Bireysel Yenilikçilik kavramı	43
2.2.3. Yenilikçilik kategorileri	46
2.2.4.Bireysel yenilikçilik İle ilgili yapılan Çalışmalar	48

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM.....	55
GİNE'DE KADIN GİRİŞİMCİLERİN BİREYSEL YENİLİKÇİLİK DÜZEYLERİNİN BELİRLENMESİ VE SOSYO-DEMOGRAFİK DEĞİŞKENLERLE İLİŞKİSİNİ BELİRLEMeye YÖNELİK BİR ÇALIŞMA...	55
3.1.Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	55
3.2.Araştırmanın Yöntemi.....	55
3.3. Araştırmada kullanılan veri toplama araçları.....	56
3.4. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri.....	57
3.5.Verilerin Analizi ve Bulgular.....	59
3.5.1. Normallik Testleri.....	59
3.5.2. Güvenirlilik Analizi	60
3.5.3. Demografik Bilgilerin Dağılımı.....	60
3.5.4. Bireysel Yenilikçilik Ölçeği Maddelerine Katılım Düzeyleri Dağılımı ..	63
3.5.5. Bireysel Yenilikçilik Düzeyinin ve Alt BoyutlarınınMedeni Duruma Göre Değişimi.....	68
3.5.6. Bireysel Yenilikçilik Düzeyinin ve Alt BoyutlarınınÇocuk Sahibi Olma Durumuna Göre Değişimi.....	69
3.5.7. Bireysel Yenilikçilik Düzeyinin ve Alt Boyutlarının Çocuk Sayısına Göre Değişimi.....	70
3.5.8. Bireysel Yenilikçilik Düzeyinin ve Alt Boyutlarının Yaş Gruplarına Göre Değişimi.....	72
3.5.9. Bireysel Yenilikçilik Düzeyinin ve Alt BoyutlarınınYaşanılan Yere Göre Değişimi.....	74
3.5.10. Bireysel Yenilikçilik Düzeyinin ve Alt BoyutlarınınYaşanılan Ortama	

Değişimşi.....	75
3.5.11. Bireysel Yenilikçilik Düzeyinin ve Alt Boyutlarının Eğitim Durumuna Değişimi.....	76
SONUÇ VE DEĞERLENDİRME.....	79
KAYNAKÇA.....	82
EKLER.....	91
Ek-1 Anket Formu.....	91
Ek-2 Fransızca Anket Formu.....	94

TABLO DİZİNİ

Tablo 1.1. Girişimcilik Kavramı Tanımlamaları	4
Tablo 3.1. Bireysel Yenilikçilik Ölçeği Puanları	57
Tablo 3.2. Bireysel Yenilikçilik Ölçeği Alt Boyutları	57
Tablo 3.3. Bireysel Yenilikçilik Düzeyi ve Alt Boyutlara Ait Normallik Testleri	59
Tablo 3.4. Bireysel Yenilikçilik Düzeyi ve Alt Boyutlara Ait Chronbach Alpha Katsayıları	60
Tablo 3.5. Katılımcıların Demografik Bilgilerin Dağılımı	62
Tablo 3.6. Bireysel Yenilikçilik Ölçeği Maddelerine Katılım Düzeyleri Dağılımı	64
Tablo 3.7. Bireysel Yenilikçilik Düzeyinin ve Alt Boyutlarının Medeni Duruma Göre t-Testi Sonuçları	68
Tablo 3.8. Bireysel Yenilikçilik Düzeyinin ve Alt Boyutlarının Çocuk Sahibi Olma Durumuna Göre t-Testi Sonuçları	69
Tablo 3.9. Bireysel Yenilikçilik Düzeyinin ve Alt Boyutlarının Çocuk Sayısına Göre Tek Yönlü Varyans (Anova) Testi Sonuçları	71
Tablo 3.10. Bireysel Yenilikçilik Düzeyinin ve Alt Boyutlarının Yaş Gruplarına Göre Tek Yönlü Varyans (Anova) Testi Sonuçları	73
Tablo 3.11. Bireysel Yenilikçilik Düzeyinin ve Alt Boyutlarının Yaşanılan Yere Göre Tek Yönlü Varyans (Anova) Testi Sonuçları	74
Tablo 3.12. Bireysel Yenilikçilik Düzeyinin ve Alt Boyutlarının Yaşanılan Ortama Göre t-Tesi Sonuçları	75
Tablo 3.13. Bireysel Yenilikçilik Düzeyinin ve Alt Boyutlarının Eğitim Durumuna Göre Tek Yönlü Varyans (Anova) Testi Sonuçları	77

ŞEKİLLERDİZİNİ

Şekil 2.1 Yenilikçilik kategorileri	45
Şekil 3.1.Araştırmanın Modeli	58

GİRİŞ

Küreselleşmenin ülke ekonomileri üzerindeki en önemli etkisi, rekabeti uluslararası alana taşımış olmasıdır. Rekabet gücüne etki eden en temel unsur, hem ülkeler hem de firmalar açısından verimlilik artışının kaynağı olarak sayılan yenilikçi uygulamalar ve faaliyetlerdir. Sosyal, ekonomik, siyasal ve kültürel konularda pek çok ortak değerlerin hem yerel hem de ulusal sınırlarını geçerek dünya genelinde yaygın hale gelmesini ifade eden küreselleşme kavramının dünya ekonomisi üzerinde yarattığı en önemli etki, rekabetin küresel boyuta aktarılmış olmasıdır (Zerenler vd., 2007: 655-656).

Yenilikçi faaliyetler verimlilik artışının kaynağıdır ve rekabet gücünü belirleyen en temel unsur olarak ifade edilir. Yeniliğe kapalı olan sektörler rekabet gücünü, üretim hacmini ve karlılığını kaybetmektedir. Buna karşın yeniliği kabul eden ve yenilik karşısında açık olanlar hızla gelişim göstererek büyümekte ve ekonomik büyümenin bir tür lokomotifini halini almaktadır. Dolayısıyla yenilik, firmalar için rekabet avantajını sağlamaktadır. Aynı zamanda yenilik, ülkeler için ise toplumsal kalkınmayı ve ekonomik alanda büyümeyi sağlayan en temel araç konumundadır.

Son yıllarda Gine'nin kırsal bölgelerinde kadın girişimciliğinin artışına yönelik önemli gelişmeler gözlemlenmektedir. Özellikle kadın girişimcilere yönelik olmak üzere genç girişimcilik için verilen desteğin bir parçası olarak "*Youth Connect*" projesi başlatılmıştır. Proje %50'si kırsal bölgelerdeki ve %5-10'u engelli bireyler olmak üzere 600 kadın girişimciyi hedeflemektedir (<https://mediaguinee.org/booster-lentrepreneuriat-feminin-en-guinee-lancement-officiel-du-projet-youthconnect-for-women/> Son Erişim: 17.04.2022)

Kadınlar için Youth Connect projesinin Ulusal Koordinatörü Moussa Dioubaté'ye göre proje, kadınların girişimcilikte mükemmelliğe ulaşmasını sağlayacaktır. Ülkelerin ekonomik gelişmelerinin ve kalkınmalarının temel göstergelerinden biri, girişimcilik faaliyetleridir. Ekonomist J. A. Schumpeter "*Kapitalist toplumların gelişmesi, girişimcilerin eseridir*" diyerek girişimcilerin kendi amaçlarını gerçekleştirirken aynı

zamanda toplumun amaçlarına hizmet ettiklerini ve bunun ekonomik kalkınmanın önemli bir faktörü olduğunu vurgulamaktadır (Ferreira vd., 2017; Maduegbuna, 2014). Bu bağlamda kadın girişimciler, bir ülkenin sosyal ve ekonomik kalkınmasında önemli dinamiklerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Kadın girişimci, kendisine ait bir işletmesi bulunan, sahibi olduğu işletmede istihdam ettiği personel ile beraber çalışan ya da bir işletmenin sahibi sıfatıyla ortaklıklar kuran, iş ile ilgili planlama ve yönetim sorumluluğunu üstlenen, işletmesi adına tüm riski üstlenen, işletmenin elde ettiği kazanç üstünde söz sahibi olan kadındır (Soysal,2010).

Pek çok değişim ve gelişim hareketi günümüzde hızla gerçekleşmektedir. Dolayısıyla eleştirel düşünme, yenilik, yaratıcılık gibi üst düzey bilişsel yetenekler de her geçen gün giderek önem kazanmaktadır. Burada sıralanan kavramlar içerisinde en çok da yenilikçilik terimi küresel ekonominin yanı sıra vasıflı iş gücü anlamında da oldukça önemli bir yerdedir. Ülkelerin ve işletmelerin rekabete ayak uydurmak ve ekonomik büyümelerini hızlandırmak için daha fazla yenilikçi kişilere olan ihtiyacı artmaktadır. Bu bakımdan yenilikçi girişimlerin oluşturulmasında kadınların sürece katılması önem kazanmaktadır.

Çalışmada yukarıdaki açıklamalar çerçevesinde Gine'deki kadın girişimcilerin bireysel yenilikçilik düzeyleri tespit edilerek ve bireysel yenilikçilik düzeylerinin kadın girişimcilerin sosyo-demografik özelliklerine göre farklılaşıp farklılaşmadığı analiz edilmiştir. Buradan hareketle çalışmada Gine'deki kadın girişimcilerin bireysel yenilikçilik düzeylerinin belirlenerek sosyo-demografik değişkenlere göre farklılaşıp farklılaşmadığının ortaya konması, çalışmanın özgün değerini oluşturmaktadır. Verilerin toplanmasında nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği kullanılmıştır. Çalışmada ilk bölümde girişimcilik konusuna yer verilmiş, ikinci bölümde kadın girişimciliği konusu ele alınmıştır. Bireysel yenilikçilik kavramının incelendiği üçüncü bölümden sonra dördüncü bölümde çalışmanın amacı, önemi, yöntemi ve verilerin analizi yer almıştır. Sonuç bölümünde ise çalışmadan elde edilen çıkarımlara ve önerilere yer verilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİMCİLİK

1.1.Girişimcilik Kavramı ve Tanımı

Girişimcilik, bireyin risk alma, yenilikçilik ve üretkenlik kabiliyetlerini ifade eden bir kavramdır. Sanayi devriminden önce ticaretle ilgilenen kişileri tanımlamak için kullanılmıştır. Sanayileşmeden sonra kavram farklı nitelikler ile anılmaya başlanmıştır. Girişimciliğin evrilmesi, ekonomideki karşılığını daha değerli hale getirmiştir. İktisadi manada genel olarak üretim faktörü şeklinde ele alınmaktadır. Mal ve hizmeti birlikte üretmede oluşan riski üstlenen ve doğal kaynak, sermaye ve emeği birleştirerek varlığı yatırıma dönüştürerek ilgili üretimde gereken girişimi başlatan ve üretim sonucu pazarı bulan kişilere girişimci denilmektedir (Küçük, 2011: 25-34).

Türk Dil Kurumu'na (TDK) göre girişimcilik, *girişimci olma durumunu*, girişimciyi ise *üretim için bir işe girişen, kalkışan* olarak tanımlanmaktadır (<https://sozluk.gov.tr/>, 25.06.2022).

Türkçedeki girişimci kelimesinin ilk olarak Latince kökenli *Entrepreneur* kelimesi şeklinde on beşinci y.y. da eski Fransızca olarak kullanıldığı öngörülmektedir (Çevik, 2006:15). Gündelik dilde kullanımı ise, fikre sahip olan ve buna bağlı olarak bir girişime başlayan, kendi işyerini kurabilen kişiler “girişimci” olarak nitelendirilmekte ve bu faaliyetler de “girişimcilik” olarak ifade edilmektedir.

Literatürde yer alan girişimcilik tanımları, Çiçeklioğlu ve Afşar (2017) tarafından tablo 1.1'deki gibi derlenmiştir.

Tablo1.1. Girişimcilik Kavramı Tanımlamaları

Kaynak	Tanımlar
Hisrich&Peters, 1998; Kinicki, (2003)	Girişimcilik yeni şeylerin meydana gelmesinin s¼reci ve risk ve kazançların tahmini olarak belirtilmiştir.
Shane&Venkataraman (2000)	Girişimcilik, karlı fırsatların varlığı ve girişimci bireylerin varlığı arasındaki ilişki olarak ifade edilmektedir.
Hisrich&Peters (1989)	Girişimcilik, zaman ve çabayla oluşturulmuş değerli bir farklılığın s¼reci; beraberindeki finansal psikolojik ve sosyal risklerin tahmini ve parasal öd¼l ve kişisel tatminin alınması olarak ifade edilmektedir.
Kirzner (1973)	Girişimcilik, pazardaki muhtemel eksikliklerin ve dengesizliklerin doğru şekilde tahmin edilmesi yeteneği ile fırsatların keşfedilmesidir.
Stevenson, Roberts &Gousbeck (1985)	Girişimcilik bireylerin ya sahip oldukları veya bir organizasyon içinde, hali hazırda kendi kontrollerinde olan kaynakların haricinde fırsatların peşinden gitmeleridir.
Stevenson&Sahlman (1989)	Girişimcilik bireylerin ya sahip oldukları veya bir organizasyon içinde, hali hazırda kendi kontrollerinde olan kaynakların haricinde fırsatların peşinden gitmeleridir
Ronstadt (1984)	Girişimcilik, kurulmuş olan sürekli artan bir zenginliğin dinamik s¼reci olarak tanımlanmuştır.

Kaynak: Çiçeklioğlu ve Afşar, 2017.

1.2.Girişimciliğin Tarihsel gelişimi

Tarihin erken dönemlerinde yaşayan ilkel toplumlarda halk, doğadan elde ettikleri kaynaklar sayesinde yaşamlarını sürdürüyordu. Gelişim süreci içerisinde insanlar kendiliğinden çoğalıp sayısı artan hayvanları yalnızca besin olarak kullanmayı yeterli görmeyip bu hayvanları evcilleştirme çalıştılar. İşte bu durum hayvancılığa dair yapılan ilk çalışmalardan biri olarak gösterilebilir. Tarım ve ekim işleri, elle ve bazen de tahtadan yapılmış aletler kullanılarak, yüzeysel ve gelişigüzel bir biçimde yapılmaktaydı (Yıldız, 2020).

İnsanların sosyal ve ekonomik açıdan büyümeleri, avcı-toplayıcı yaşamdan yerleşik tarıma geçilmesiyle büyük ölçüde hızlanmıştır. Derebeylik ve çevresindeki yerleri içerisine alan köy ya da çiftlik, tarım temelli köy ekonomisinin ekonomik birimi olarak gösterilebilir. Derebeyler köylülere işlemeleri için toprak veriyordu. Köylüler de vergileri karşılığında bu verilen toprağa ekim-dikim yaparak toprağı işlemekteydi. Derebeyler köylüyü korurken, köylüler de derebey tarafından verilen işleri ve görevleri yerine getiriyordu. Bu dönemde ekonomi takasa dayanıyordu. Ayrıca bireysel girişimcilik uygulamasını bu dönem içinde görmek çok da mümkün değildi (Vural, 2004:41).

Kent ekonomisi genel anlamda küçük çaplı el sanatlarına dayanmaktaydı. Bu bağlamda kentler ekonomik faaliyetlerin yapı taşı olarak gösteriliyordu. Kentler ticaret ve ekonomi faaliyetleriyle ilgilenseler de tarım uygulamalarının tamamından kaçınıyorlardı. Bu durum besinlerin civardaki köylülerden karşılanmasına ve yapılan el işi eşyaların da bu köylülere takas karşılığında satılmasına neden olmuştur. Bu sayede iş akışı ve bölümü kolaylıkla sağlanmıştır. Bu durum yalnızca kentlerle ile köylüler arasında kalmamış, zaman içerisinde zanaatkârlar ile üreticiler arasında da gelişim göstermiştir. Her geçen gün daha farklı ve çeşitli sayıda meslekler ortaya çıkmıştır. Bu meslekler de kendi arasında gruplar oluşturarak pek çok farklı el sanatı alt dalı oluşturulması sağlanmıştır (Vural, 2004:42)

Orta ağ ile Modern ağ'ın ilk dönemleri arasında tarımda olana benzer şekilde sanayi alanında da büyük bir ilerleme görülmemiştir. Tarıma kıyasla sanayide meydana

gelen gelişim ve yenileşme faaliyetleri çok yavaş bir şekilde olsa da sürekliliğini korumuştur. 16. ve 17. Yüzyılda meydana gelen yeniliklerin geneli, mevcut teknolojiler üzerinde gerçekleştirilen ufak düzenlemeler ile oluşturulmuştur. 16. ve 17. Yüzyılı takip eden yıllarda ortaya çıkan en önemli gelişme makinanın icat edilmesidir (Yıldız, 2020).

Girişimcilik sanayi toplumunun bitirilip bilgi toplumuna geçilen dönemde büyük bir önem ifade etmiştir. Tıpkı bu dönemde olduğu gibi gelecekte de bu önemin devam edeceği düşünülmektedir. En başta girişimcilik bireylerin kendi sermayeleri ile yeni bir iş kurmalarını ifade etmek amacıyla kullanılan bir terimdi. Ancak bu tanımlamaların dışında literatürde çok çeşitli yeni yaklaşımlar ve bu yaklaşımlara dair başka açılardan değerlendirilmiş girişimcilik tanımları yer almaktadır. Örneğin klasik dönem göz önüne alındığında iktisatta üç temel yaklaşımdan bahsedilmektedir. İlki kar düzeyini belirleyen bir girişimcilik, ikincisi tam anlamıyla rekabet koşulları altında gelişen girişimcilik, üçüncüsü Schumpeter'in yenilikçi olan girişimci modeli olarak sıralanmaktadır. Söz edilen bu modelde ekonomik gelişmenin hızlanmasını sağlayan bir girişimcilikten bahsedilir. Üretimlerdeki karar verici niteliğini sağlayan girişimcilik yaklaşımı olarak karşımıza çıkar (Güney, 2006).

Ortaçağ'a bakıldığında girişimciler büyük ve kapsamlı projeleri yürütüp yöneten bireyler olarak görülmekteydi. 17. Yüzyılda herhangi bir sorumluluğu gerçekleştirmek için devlet ile sözleşme yapan kişiler girişimci olarak nitelendirilmekteydi. 18. Yüzyılda ise girişimci üretim ve dağıtımda yer alan koordinasyonu sağlayan lider vafına sahip bireyler olarak tanımlanıyordu. 19. Yüzyıla baktığımızda ise girişimci hizmet ve mal üreten aynı zamanda yenilikleri ve yöntemi sergileyip sunan kişi olarak görülmüştür. 20. Yüzyıla geldiğimizde diğer dönemlere kıyasla daha özgür olan, bireyselleşen ancak bunun yanında globalleşen dünyada girişimcilik kavramı da değişim ve gelişim göstermiştir. Bu durum bir ülkenin kalkınmasının ülkedeki girişimcilik düzeyine bağlı olduğu düşünülmeye başlanmıştır (Özdevecioğlu ve Karaca, 2015).

İktisat insanın ihtiyaçlarını sınırsız olarak açıklar. İktisata göre burada söz edilen ihtiyaçların karşılanması için üretim faktörlerini bir araya getirerek üretim sağlanması girişimcilik, bu süreci sağlayan kişiler ise girişimcidir. Sanayi toplumundan bilgi

toplumuna geçiş süreci ile girişimcinin sahip olduğu bilgi ve ekonomik konumu önem görmeye başlamıştır. Gelişmiş lkelerin sahip oldukları gelişmişlik düzeylerine, bu girişimciler sayesinde geldiklerini söyleyebiliriz. Sadece ekonomik açıdan değil özgürlük ve demokrasi gibi konularda da girişimciliğin öneminden bahsedilmektedir (Top, 2006). Napoleon Hill'in Klasikleşen “Düşün ve Zengin Ol” kitabında “ekstra çaba sarf etmek” sözünü sık sık kullanmıştır. Burada vurgulanmak istenen müşterilere, rakiplerinize oranla oranla daha hızlı ve daha kaliteli hizmet sunmak için çaba harcaması gerektiğidir.

Gine'de sahada yapılan araştırmalar, girişimciliğin henüz yeterince gelişmediğini ortaya koymaktadır. Eski dönemlerde Gine'de yaygın olarak yapılan meslekler çiftçiliktir. Kadınlar ev işlerinin yanında özellikle eşlerinin ve çocuklarının bakımını sağlamakla yükümlüydü. Ticari faaliyetler çoğunlukla başka uyruktan insanların yaptığı bir faaliyetti. Günümüzde ise kadınların da ticaretle uğraştıklarını, ancak girişimciliğin ne olduğunu tam olarak bilmediklerini görmekteyiz. Bu nedenle girişimcilik faaliyetlerinin artırılması ve geliştirilmesi, Gine'deki işsizliğin ve yoksulluğun azaltılmasında oldukça önemli bir rol üstlenecektir.

Yapılan alışmalar, Gine'li girişimcilerin karşılaştığı temel sorunlardan birinin iş yaratma sürecini anlamak ve ustalaşmak olduğunu ortaya koymaktadır. Gençlerden bir bölümü girişimcilik sürecinin farklı aşamaları hakkında hiçbir bilgiye sahip değilken, ya da süreç hakkında çarpık bir imaja sahipken, bir bölümü de iş yaratma sürecini karmaşık bulmaktadırlar.

Girişimcilik hakkındaki bu çarpık girişimcilik vizyonu ve girişimcilik sürecinin olası karmaşıklığı, gençlerin girişimciliğe yönelik tutumunu olumsuz etkilemekte ve girişimcilik eyleminin önünde engeller oluşturmaktadır. Bu nedenle kimi vatandaşlar daha az karmaşık ve risksiz görünen maaşlı işleri tercih etmektedirler. Bununla birlikte bazı gençler daha çok geliştirilebilir tarım ve diğer sektörlerle ilgilenmekte, ancak en büyük sorunun finansman yetersizliği olduğunu söylemektedirler.

Gine'de genç yerel girişimcilere yardımcı olmak, korumak ve teşvik etmek amacıyla Gine Genç Girişimciler Kurulu (PAJEGUI) kurulmuştur. Bu kurulun temel

hedefleri şöyledir(<http://guineeactuelle.com/entrepreneuriat-en-guinee-les-realites-du-secteur>, 18.05.2021):

- Satın alma ve hizmet kontrolü ile uyum ajansının kurulması.
- Yerel işletmelerin bir listesinin oluşturulması.
- Piyasaların yerinde gerçekleşmesinde yerel halka yardımcı olmak için yabancı bir şirketle bağlantı kurulması.
- Tahsis edilen fonların garanti altına alınması için merkez bankasını dahil ederek, düzgün işleyişi için acenteye piyasa değerinin %1'inin garanti edilmesi.

İletişim ya da bilgi toplumu olarak nitelendirilen 21. yüzyılda teknoloji ve bilim kapsamında ortaya çıkan gelişmelere paralel şekilde, hem girişimcinin hem de girişimciliğin toplum içindeki ekonomik anlamı ve değeri oldukça artmıştır. Dolayısıyla bireye ve bireysel beceriye dayalı girişimcilik öne çıkmıştır. Ayrıca kişilerin entelektüel üretkenlik kabiliyetine verilen değer de artmıştır (Gödek, 1994:39-40).

1.3.Girişimcilik Türleri

Girişimci kişiler yoğunlaştıkları işler ve aldıkları sorumluluklar ile diğer çalışanlardan ve sermayedarlardan farklı niteliklere sahiptirler (Marangoz, 2013: 6-7). Girişimciler genelde diğer inşalara örnek teşkil edecek özellikler gösteren inşalardır. Girişimciler sergiledikleri faaliyetler ve yenilikler ile yeteneklerini açıkça gösterirler. Yönetim becerileri düşük olsa da özerliğe yönelik arzuları ve risklere dair benimseyici tavırlar göstermektedirler (Güney, 2008:60).

Girişimciler sadece maddi veya manevi statülerini yükseltme amacıyla olmayıp, aynı zamanda ekonomik bir değer ve gelir üstesi yaratırlar. Yapılan tanımların tümünde ortak olan husus, girişimcinin “başkalarının baktığı ama göremediği fırsatları görüp, bunları birer iş fikrine ve kar’a dönüştürebilmesi” ve “risk almaya yatkınlığı”dır (Ülgen Aydınlık, 2015).

Literatürde girişimci bireyin ortak özelliklerine dair birçok çalışma bulunmaktadır. En belirgin özellikleri: risk yönetimi, özerlik, başarı ihtiyacı, özgüven,

yaratıcılık ve yenilikçilik ile liderlik olarak sıralanabilmektedir (Özer, 2017:12; Keskin, 2014:73).

Girişimcilik tür olarak farklı şekillerde ifade edilmektedir. En sık rastlanan girişimcilik türlerine aşağıda yer verilmiştir.

1.3.1. Yeşil Girişimcilik

Çevreci girişimciliğe verilen diğer bir isim ise eko girişimciliğidir. Eko girişimcilik çevrede ortaya çıkan sorunları çözmek amacıyla edinilen sonuçları değerlendirerek oluşturulan girişimcilik türüdür. Özellikle 1990'lı yılları takip eden yıllarda çevreye karşı duyarlılık artmış, atıkların geri dönüşümü işe geri kazanılması ve kirlilik karşısındaki önlemler yeni tür girişimcilik imkânları sağlamıştır (Top, 2006). Dünya nüfusunda meydana gelen sürekli artış, tüketimin de doğru orantılı olarak artmasına yol açmaktadır. Tüketimin artışı ise üretimde artış görülmesine neden olmaktadır. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde refah düzeyini arttırmanın en önemli yöntemlerinden biri de ekonomik kalkınmanın sağlanmasıdır. Tüm bunları göz önüne aldığımızda çevreye karşı koruyucu davranmanın bir lüks olarak değerlendirildiğini, hatta firma ve şirketlerin maliyetin artmasına neden olan unsur olarak ele alındığını görmekteyiz. Ancak bu yaklaşım çevre kirliliği, küresel ısınma, doğal kaynakların hızlı tüketimi gibi problemleri de beraberinde getirmektedir. Bu noktada önemli olan sivil toplum kuruluşlarının, sanayi örgütlerinin ve hükümetlerin sorumluluklarını arttırması önemlidir. Büyüme ve gelişme sürecinde olan firmalar bu süreç içerisinde çevreyi koruma anlayışını ve yeni tür yaklaşımları benimsemelidir (Karadal, 2016).

Eko girişimcilik terimi bahsi geçen bu konuda yeni fırsatlar ile ortaya çıkmaktadır. Sürdürülebilir kalkınmanın sağlanması, kaynakların sürekli ve efektif kullanımı, gelecekte yaşayacak nesillere daha güzel ve yaşamaya uygun bir dünyanın miras bırakılabilmesi, herkesin sorumlulukları arasındadır. Bugün bakıldığında eko girişimcilik alanları her geçen gün büyüme ve gelişme sergilemektedir (Karadal, 2016). Kurum ve kuruluşlar eko girişimciliği kentsel rekabet amaçlı ya da sosyal sermayenin artmasının sağlanması için bir taktik ya da strateji şeklinde kullanabilirler (Çelik, 2015).

1.3.2. Bireysel Girişimcilik

Bireysel/bağımsız girişimcilik kavramı, ilk kez kurulan ve bağımsız olarak çalışan girişimciliği tanımlamak amacıyla kullanılmaktadır. Bu girişimciliğe dâhil olan girişimciler, bilgi veya yeteneklerini, hayallerini ve deneyimlerini, bireysel güçlerinin yanında ilk kez ortaya koydukları girişimlerinden meydana gelmektedir. Burada söz edilen esas özellik girişim yapan kişinin işini yürütüp devam ettirmek amacıyla en uygun yöntemi kendi kendine bulması ve uygulamasıdır (Top, 2006).

1.3.3. Serbest ve İç Girişimcilik

Genel anlamda mevcut bir şirket içindeki girişimcilik yaklaşımını ifade etmektedir. Kırk yılı aşkın bir süre önce iş dünyasında yerini alan iç girişimcilik kavramı, şirket (genellikle orta veya büyük ölçekli) bünyesinde ortaya çıkan yenilikçi projeleri barındırmakta ve beslemektedir. Başka bir deyişle, kuruluş, çalışanlarına bu projelerin uygulanmasında önemli ölçüde özgürlük vererek, dâhili olarak yenilikçi ekonomik projeler geliştirme görevini bırakmaktadır.

Büyük şirketler, yapılarında o kadar karmaşıklıkla karşı karşıyadır ki, yenilik yapmaları zordur. İşlerinin ağırlığı, bireysel yaratıcı enerjilerin üzerindedir. İç girişimcilik, yenilikçi fikirleri ortaklar tarafından yürütülen gerçek projelere dönüştürerek ortaya çıkarmak için ilginç bir çözümdür. Başka bir ifadeyle genel girişimcilikten farklı olarak iç girişimcilik, mevcut şirketler içinde gelişen bir proje oluşturma (inovasyon) şeklindedir.

İç girişimcilik hem organizasyonel hem de ekonomik gelişmede önemli bir yere sahiptir. Çünkü organizasyonları ekonomik büyüme ve gelişme ile karlılık anlamında yeniden canlandırmakla beraber, sahip oldukları performans düzeyinin de artmasını sağlar. Bunun yanında iç girişimcilik, sektör bazlı olarak bakıldığında belirli bazı sektörlerde yer alan işletmeler için uygun değildir. Ekonomi bir bütün olarak ele alınmalı ve sektörlerin tümünde faaliyet gösteren işletmelerin tamamına dair olarak değerlendirilmelidir. Bu bağlamda bakıldığında iç girişimcilik uygulaması, verimliliğin artmasını sağlayıp, işletmelerin sahip olduğu en iyi uygulamaları ortaya çıkararak

işletmelerin uluslararası rekabet seviyelerini artırmakta ve yeni endüstriler oluşturarak girişimsel etkinliklerin sayısının artmasıyla beraber ekonomiye de ciddi seviyede etki sağlamaktadır (Ağca ve Kurt, 2007).

1.3.4. Sosyal Girişimcilik

Sosyal girişimcilik, ticari ya da kamusal sektörlerin tümünde kar amacı olmadan yapılan sürdürülebilir, yenilikçi ve sosyal açıdan değer oluşturan uygulamaları ifade etmektedir. Daha kapsamlı bir tanım yapılacak olursa, sektörlerin tamamında fırsatlar takip edilip ve sözü edilen fırsatları kaçırmamak ve değerlendirmek adına risk alınan sürdürülebilir ve yenilikçi sosyal bir süreç anlamına gelmektedir (Ağca ve Yumuşakipek, 2015).

Girişimciler ticari girişimlerin yanı sıra sosyal girişimcilik uygulamalarında da boy göstermektedirler. İşletmenin asıl amacı kar sağlamaktır. Fakat günümüz şartlarında sosyal bakışa sahip olmayan bir girişimcilik fikrinin kabul edilmesi, pek de mümkün değildir. Bu bağlamda, sosyal girişimcilik sosyal ve ekonomik değer oluşturulması süreci olarak tanımlanmaktadır (Özdevecioğlu ve Cingöz, 2009:84.)

Sosyal girişimciler ise, yaşamın sürdürüldüğü ve faaliyette bulunulan çevredeki toplumsal problemlerin çözülmesi kapsamında daha yapıcı davranışlarda bulunan kişiler olarak ifade edilebilir. Bu girişimciler daha çok ihtiyaca yönelik düşünür ve sosyal bir vizyona sahiptir. Aynı zamanda bu girişimciler ticari girişimcilerle benzer biçimde yaratıcı ve yenilikçi yeni fikirler geliştirerek sahip oldukları mücadeleci karakteri ortaya koymaktadırlar (Özdevecioğlu ve Cingöz, 2009:92; İçerli ve Karadal, 2013:358).

Sosyal girişimcilik faaliyetleri, kar amacı olmayan sivil toplum örgütleri gibi kurumlar aracılığıyla gerçekleştirilebilir. Bunun yanında kar amacı olan ticari işletmeler tarafından da sosyal girişimcilik faaliyetlerinin gerçekleştirildiğini görmek mümkündür (Ağca ve Yumuşakipek, 2015).

Sosyal sorumluluk faaliyetleri, Avrupa ülkeleri başta olmak üzere Amerika'da da işletmeler açısından neredeyse bir mecburiyet halini almıştır. Bu ülkelerde firmaların müşteri toplaması ve müşterinin bağlılığını gerçekleştirebilmeleri için çeşitli kurumsal

sosyal sorumluluk projeleri geliştirdikleri ve ortaya attıkları görölmektedir. Ancak, Gine'yi göz önüne aldığımızda bu tip uygulamalara çok fazla önem ve ağırlık verilmediğı gözlemlenmektedir.

1.3.5. Küresel Girişimcilik

Küreselleşme sonucunda piyasaların neredeyse tamamında rekabettin arttığı gözlemlenmektedir. Dünya'da yaygın olarak rekabette üstünlüğün kurulması ve devam ettirilebilmesi amacıyla girişimcilerin bazıları, mevcut olan zorlukları kabullenip göze alarak yurtdışındaki piyasalara yönelmektedir. Bu gibi dışa yönelen girişimciler *küresel girişimcilik* başlığı altında sınıflandırılmaktadır (Karadal, 2016).

1.3.6. Kopyacı Girişimcilik

Piyasa ve iş ortamlarında bilgi gereksiniminin artmasına karşın bu ihtiyaca yanıt verebilecek bilgi gücüne ve birikimine sahip olmamak *kopyacı girişimcilik* olarak tanımlanır. Çevresinden gördükleriyle yapılan faaliyetlerden kopya çekerek girişimcilik yapmaya çalışmak olarak da açıklanabilir. Bu şekildeki girişimcilik için kopyacı girişimcilik kavramı yaygın olarak kullanılmaktadır. Fakat iş fikri, diğerlerinin iş fikirlerinden kopya çekmek ya da bunları değıştirip uygulamak, bir başkasından iş fikrini satın almak ya da bireysel iş fikrini geliştirme ile mümkün olabilir (Büber, 2012: 91). Bulunan iş fikri, yazılı bir belge haline çevrilip o şekilde saklanmalıdır. Çünkü yazılı olmayan iş fikirlerinin pek çoğı unutulur ve uygulamaya geçirilemez (Döm, 2008:92).

1.3.7. Stratejik Girişimlik

Eş zamanlı şekilde şans araştırması yaparak girişimcilik üzerine yoğunlaşmak, işletme için rekabette avantaj sağlamaya yönelik davranışlar gerçekleştirerek stratejik odaklanmayı sağlamak, bununla birlikte yüksek düzeyde işletme performansının oluşması gibi süreçler *stratejik girişimcilik* olarak tanımlanmaktadır (Ireland vd. 2003).

1.3.8. Göçmen Girişimciliğı

Göçmen Girişimciliğı, dünyada meydana gelen küreselleşme ile birlikte homojenlikten uzak ölkelerin oluşmasının getirdiğı girişimcilik olarak tanımlanabilir. Bu nedenle daha az gelişmiş olarak nitelendirilen ölkelerden gelişmiş ölkelere doğru bir göç

trafiği oluşmaktadır. G eden bireyler gittikleri ülkelerde kendilerine bir iş kurarak gmen girişimciliğinin oluşmasına ortam hazırlamaktadırlar (Karadal, 2016).

1.3.9. Fırsat Girişimciliği

Fırsat girişimciliği ise mevcut bulunan ya da olma ihtimali yüksek olan pazarda meydana gelen değişiklikleri gözetererek buradaki fırsatların değerlendirilmesi anlamına gelmektedir. Pazar ortamında oluşan boşlukları dolduran girişimci sınıfı olarak da adlandırılmaktadır (Ağca ve Yumuşakipek, 2015).

1.3.10. Start up Girişimciliği

Bu tür girişimcilikler; problemlere çözüm, ihtiyaçlara cevap üretebilmek için tüm teknolojik imkânları kullanan ve kapsamlı ar-ge çalışmaları ile fikir, ürün ya da hizmet geliştirme acıyla doğmaktadır. “leklenebilir ve tekrar edilebilir bir iş modeli bulmak için oluşturulan bir yapı” özelliğini taşımaktadırlar (Blank, 2013: 82).

1.4. Girişimciliğin Finansmanı

Girişimcilikte başarısızlık nedenlerinden biri de sermaye yetersizliğidir. Günümüzde sermaye yetersizliğinden dolayı işletilmeyen, atıldurumda bekleyen ya da düşük kapasiteyle çalışmasına devam etmek zorunda olan birçok işletme vardır (Dursun, 2013:79). Kendi işini kurmak isteyen girişimci adayı, gereksinim duyduğu başlangıç sermayesini kendi birikiminden, çevresinden veya finans kuruluşlarından kredi alarak karşılayabilmektedir. Bazı durumlarda gerekli şartları sağlamaları halinde geri ödemesiz hibe desteği sunan kurumlar bulunmaktadır. Örneğin, KOSGEB düzenlemiş olduğu girişimcilik eğitimlerine katılarak sertifika alan ve girişimcilik proje sunumunu başarılı olarak gerçekleştiren adaylara 50. 000TL geri ödemesiz (hibe), 50. 000TL geri ödemeli (uygun oranlı kredi) vermektedir. Böylece girişimcilik fikri olan kişiler hibe desteği olarak girişimciliğe adım atabilmektedir.

Girişimci kişilerin bir bölümü, fizibilite çalışmalarına gereken hassasiyeti göstermemekte, bu çalışmaları bir külfet şeklinde görmekte, *başkaları kazanç elde ediyorsa ben de edebilirim* anlayışı ile işe giriştikleri görülmektedir. Konuyla

ilgili Anadolu'daki un fabrikaları ve Karadeniz kıyı kesimindeki balık yağı üretim fabrikaları örnek olarak gösterilebilir (Alpugan, 1996: 117). Bu anlayış ile yatırıma başlanıldığında girişimci bireyin sermayesi yatırımı sona ermeden bitebilmektedir. Bu sebeple yüksek fiyatlı krediler alarak bu kredileri ödemede güçlük çeken girişimciler zorluk yaşamaktadır. Girişimci bireyler, yatırım adına gereken sermayeyi hesaplasalar dahi, işletme sermayesini gözden kaçırabildikleri görülmektedir. İşletme sermayesi, işletmenin günlük faaliyetlerini sürdürebilmeleri için gerekli olan nakit vb. leridir. Bu durumda işletme kurulsun bile, işletme sermayesinin yetersiz olması sebebiyle faaliyete başlanılamamakta, ya da eksik kapasite ile çalışılmakta ve birim maliyetler yükseltmekte, rekabet gücü zayıflamaktadır (Küçük, 2011: 57-58).

1.5.Girişimciliğe Etki Eden Faktörler

Girişimciliği etkileyen temel faktörleri üç temel başlık altında toplanabilir. Bunlar; kültürel yapı, aile yapısı ve eğitim faktörleri olup aşağıda açıklanacaktır.

1.5.1. Kültürel Yapı

Kültür, bilgi ve karakteristik özellikleri olan girişimcilik mesleğinin, toplumsal ve kültürel hayatla bağlantılı olduğu görülmektedir. Bazı toplumlarda girişimcilik olgusu yüksek seviyede görülürken, bazı toplumlarda ise girişimciliğe daha az rastlanmaktadır. Bu farkın kültürel özelliklerden kaynaklandığı düşünülmektedir. Toplumun yapısal özellikleri, değer yargıları ve normları herhangi davranışın oluşumunu doğrudan etkilemektedir (Aytaç, 2006:139).

Girişimcilik kültürü, toplumda girişimcilere yeni bir statü ve konum sağlayan, girişimcinin çabalarının karşılığını alacağını kabul eden, başkalarının iş fırsatları oluşturmasını beklemekten ziyade kendi iş fırsatlarını meydana getirmeyi destekleyen, girişimciliğin devam ettirilmesi açısından yeni bir kuşağın yetişmesini amaçlayan, yeni bir kültür olarak tanımlanabilir (Cabar, 2006: 17).

1.5.2. Aile Yapısı

Kişinin kültür edinmesi ve sosyalleşmesi ailede başlar. Gelecek yaşamında da yetişmiş olduğu ailenin tesirinin önemli bir yeri vardır (Morgan, 1993:322-323).

Çocukluk döneminde kazanılan tecrübeler, kişinin kariyer tercihinde çok büyük etkiye sahiptir. Sosyal yaşam içerisindeki yer, ailenin çocuklarını yetiştirme tarzları ve geleceğe hazırlama aşamaları, gereken finansal kaynaklara erişimi belirlemektedir. Ayrıca ailenin, çocuğu yetiştirme şekli, ailedeki çocukların sayısı, anne ve babanın otoriter veya adil davranıp davranmamaları gibi hususlar da bireyin sosyalleşmedeki şekil ve tarzını belirlemektedir (Güney vd. , 2006: 69).

Kişinin hoşgörülü bir ortamda yetişmesi kendisini tanıması bakımından oldukça önemli görülmektedir. Kişinin kendi düşünce ve özdeğerlerini annesi, babası ve tüm bireyler kabullendiklerinde, birey kendisine güven duymakta ve özsaygısını pozitif yönde geliştirmektedir (Cooper, 1967:89akt. Güney vd. , 2006: 69).

Ataerkil bir toplum yapısının mevcut olduğu tarım ile uğraşmakta olan bölgelerde, baba ve annenin sıkı denetimleri mevcuttur. Böyle bir ailede yetişen koşulsuz itaat etme açık bir biçimde görülmektedir. Bu ailelerde çocukların meslek tercihi hususunda dahi özgür olmadıkları göze çarpmaktadır. Ayrıca aileler tarafından daima eleştiriye maruz kalan ve desteklenmeyen, cezayla karşı karşıya kalma tehdidi bulunan kişilerde kendini suçlu hissetme ve bağımlılık duygusu ortaya çıkmakta, kendini başarısız hissetme duygusu daha fazla ağır basmakta, bununla birlikte girişimcilik ruhu ise bastırılmaktadır. Bu tür toplumlarda yeniliklere açık, risk alabilecek, mücadele ruhu bulunan, kişisel başarıyı amaçlayan, dinamik girişimci tipinin yetiştirilmesi güçleşmektedir (Güney vd., 2006: 69).

Diğer taraftan ataerkil toplumlarda baba figürünün merkezde üstlendiği esas role karşılık ailede bulunan öteki fertlerin ikinci planda kaldığı ve çoğunlukla çocukların kararlarına önem verilmediği görülmektedir. Ayrıca kırsal bölgelerdeki ailelerin çoğunluğu güvence arama içgüdüğü ile hareket etmekte ve çocuklarını meslek tercihleri özel sektör yerine devlet sektörüne yöneltmektedir (Kalkan vd. , 2018:5).

Girişimci kişilerin ailede genellikle ilk doğan çocuklar arasından çıktığı tespit edilmiştir. Bazı bilim insanlarına göre ilk doğan olmak ya da ailenin tek çocuğu olmak, kişide yetiştirilirken görmüş olduğu yoğun ilgi sebebiyle daha güçlü bir özgüven meydana getirmektedir (Atasoy, 2009: 10). Ayrıca babanın ve annenin girişimci

olmasının çocuklarda girişimcilikle ilgili kültürün oluşmasında etkin olduğuna hususuna yönelik kuvvetli kanıtlar mevcuttur (Güney vd. , 2006: 69).

1.5.3. Eğitim

Girişime başlama aşamasında karşı karşıya kalınan sorunların üstesinden gelebilmek adına eğitimin çok önemli olduğu görülmektedir. Eğitimden kasıt sadece okullarda verilen dersler olarak algılanmamalıdır (Bozkurt, 2006:95-96). Girişimci bireyin eğitim seviyesinin ne olduğuna dair günümüze değin birçok araştırma yapılmıştır

Genel itibariyle girişimci kişilerin eğitim seviyelerinin düşük olduğu hususunda yaygınlık gösteren bir kanı olmasına rağmen, çalışmalar söz konusu kanının doğru olmadığını göstermektedir. Eğitim, girişimci kişilerin yetişmesinde ve kariyeri boyunca karşılaşıacağı problemlerin çözüme kavuşturulmasında etkili bir öge olarak görülmektedir. Girişimci olmak için okul eğitimi gerekmiyor gibi algılanmasına karşın (Henry Ford, William Lear... vb. örnekleri gibi) daha sonra gerçekleştirilecek atılımlar adına eğitimin çok önemli olduğunu söylemek yanlış olmaz. Erkek ya da kadın farkı gözetmeksizin, girişimcilik faaliyetlerinde yer alan bütün girişimci bireylerin, stratejik planlama, finans, iletişim, yönetim, pazarlama, vb. alanlarda eğitilmiş olmaları, kurulmuş olan işletmenin daha başarılı olması yönünde ivme sağlayacaktır (Atasoy, 2009: 11).

1.6.Girişimcilikte Başarı ve Başarısızlığın Nedenleri

Girişimcilik faaliyetlerinde başarı konusunda çeşitli araştırmalar yapılarak, girişimcilerin başarı ve başarısızlık nedenleri ortaya konulmuştur. Bu nedenler aşağıda altı başlık altında incelenecektir.

- Kuruluş yerinin iyi seçilmemiş olması
- Sermaye Yetersizliği
- Kişisel unsurlar
- Ticaret bilgisinin yetersizliği
- Hazırlıklı olmadan işe başlama

- Yetersiz Zaman

1.6.1. Kuruluş Yerinin İyi Seçilememiş Olması

Kuruluş yerinin seçimi, girişimcilerin, özellikle üretim planlama faaliyetleri, nakliye, pazar, işletmenin dâhil olduğu sektörün yapısı, üretilen mal/hizmet, işletmenin bulunduğu yere ilişkin hususlar vb. diğer faaliyetlerle yakından ilgilidir (Özdamar, 2007:129). Mal ve hizmetlerin hem tüketiciye sunumu hem de üreticiden temini aşamasında kuruluş yeri etkin rol oynamaktadır. Kuruluş yerinin tüketiciden ve ara/ham/tam mamullerin temin edildiği üreticiden uzak olması, nakliye ve ulaşım sorunlarına yol açacaktır. Ürünlerin ve çalışanların nakliye, ulaşım ihtiyacı girişimci için ekstra maliyet anlamına gelmektedir. Bu maliyeti mal ve hizmete eklemek ürünün piyasadaki konumuna zarar verirken, rakipler karşısında dezavantaja yol açabilir. Aynı şekilde bu maliyetin mal ve hizmete yüklenmemesi durumunda ise işletme için zarar meydana gelecektir.

İşyerinin kurulduğu mekânının bazen yetersiz bilgi sebebiyle, bazı durumlarda da farklı yaklaşımlar nedeniyle rasyonel bir biçimde tespit edilmediği şirketlere sıklıkla rastlanmaktadır. Kuruluş yeri, girişimci bireyler bakımından firma kurmanın en dikkate değer ve ayrıntılı irdeleme ve araştırmayı gerekli kılan aşamalarından biridir (Küçük, 2011: 56). Bu nedenle kuruluş yeri seçimi aşamasında fizibilite çalışmasının çok dikkatli bir şekilde gerçekleştirilmesi gerekmektedir.

Kuruluş mekânı seçimi uzmanlık gerektirmekte, yanlış yer seçimi, kuruluş yeri değiştirilemeyeceğinden girişimciyi büyük zararlarla karşı karşıya bırakabilmektedir. Kuruluş yerinin doğru seçilmemiş olması, işletmenin uzun yıllar çekmek zorunda kalabileceği yüksek maliyetler anlamına gelebilir (Özgen, 1987: 79).

1.6.2. Kişisel Unsurlar

Girişimci kişilerin başarısız olmalarında bahsedilen dışsal öğelerin yanı sıra, kendilerinden kaynaklı birtakım eksikliklerinde etkili olduğu görülmektedir.

Bireysel başarısızlık öğeleri olarak değerlendirilebilecek bu etkenler, aşağıda verilmiştir (Küçük, 2011: 58).

1.6.2.1. Ticaret Bilgisinin Yetersizliği

Girişimcilerin hepsinin eşit düzeyde ticaret bilgi ve becerisi bulunmamaktadır. Birçok girişimci birey, aileden geçen bir ticaret bilgisine sahip iken bazıları da bu hususta eğitim alarak veya iş tecrübesiyle belirli bir birikime ulaşabilmektedir. Herhangi bir eğitim almaksızın ve ticaret alt yapısına sahip olmadan da bazı bireylerin yatırımlar yaptıkları ve başarıyı yakalayabildikleri de görülmektedir. Ancak yoğun rekabet koşullarında başarıyı yakalamak için belirli bir bilgi birikimine sahip olmanın zorunlu olduğu görülmektedir. Bu hususta, teorik eğitimin, pratik uygulama ve tecrübeler ile desteklenmesi önem kazanmaktadır. Bir girişimcinin iyi bir torna ustası ya da aşçı olması yeterli olmamaktadır. Yönetim ve diğer işletme fonksiyonları hakkında belirli bir bilgi birikimine ulaşması ve tecrübeli çalışanların istihdam edilmesi gerekmektedir (Küçük, 2011: 59).

1.6.2.2. Hazırlıklı Olmadan işe Başlama

Yeterli donanıma sahip olmayan bireylerin cesaretle girişimcilik yapmak istemesi olarak ifade edilebilir. Bunun en büyük nedeni bireyin karşılaştığı fırsatı bir daha yakalayamayacağı kaygısıdır (Küçük, 2011:59).

Cesaret,bir girişimci için oldukça önemli bir özelliktir. Ülkemizde *girişimcinin sermayesinin yüzde doksanı cesarettir*biçiminde yaygınlık gösteren bir düşünce mevcuttur. Girişimci bireyin en dikkate değer özelliklerinden biri cesaretli olmakaberaber, hazırlıklı olmadan, sadece cesaret ile iş yaşamına atılmak, cesaretin temin edeceği avantajı da riske dönüştürmektedir. Özellikle konjonktürün negatif gelişme ortaya koyduğu dönemlerde söz konusu risk daha çok yüksek olacaktır (Alpugan, 1998: 17).

1.6.2.3. Yetersiz Zaman

Aktif piyasalarda tüketicinin zevk ve öncelikleri, kısa zaman içinde dikkate değer değişiklikler ortaya koyabilmektedir. Bu durumda girişimci bireyin düşünmek adına çok zamanı mevcut olmayabilir ve girişimcilik fırsatının kaçırılmaması adına acele alınmış olan kararlarda başarısız olunma riski artabilmektedir. Zaman sorunu, işletme

kurulduktan sonra da önemli olmaya devam etmektedir. Girişimci bireyler, bilhassa küçük işletmelerde işin patronluğunun yanı sıra belirli görevleri de üstlenmek zorunda kalmaktadır. Daha karmaşık bir yapıya sahip büyük işletmelerde her bir departmanın sorumluluğu, çoğunlukla aynı kişidir (Küçük, 2011:60-61).

Küçük işletmelerde girişimci ve yöneticinin çoğunlukla aynı kişi olması, buna karşın yapılacak işlerin çokluğu girişimcinin zaman problemi yaşamasına neden olmaktadır. Girişimciler, uzman istihdamına yönelerek bu yetki ve sorumlulukları paylaşmalı ve koordinasyonu temin etmelidir (Küçük, 2011:60-61).

1.7. Sosyal Medyanın Girişimciliğe Etkisi

Çoğu insan satın almadan önce İnternet'te araştırma yapıyor. Çünkü insanların çoğu internette yaşadıkları olumlu ya da olumsuz olayları kesinlikle paylaşmaktadır. Bu nedenle sosyal medyadaki ürünler / hizmetler hakkındaki bu paylaşılan deneyimler işletme sahipleri için daha önemlidir (Shiva, 2021). İşletme sahipleri, girişimlerini genişletmek için gereken tüm bilgi ve becerilere nadiren sahip olur ve gerekli becerilere sahip insanları bulmak ve katkıda bulunmalarını sağlamak ağlarının hayati bir yönüdür. Sonuç olarak, sosyal medyanın insanların yaşam tarzlarını değiştirmede önemli bir rol oynadığına inanılıyor ve bu platformlar onların günlük rutinleri haline gelmiştir (Kahar & Habil, 2020). Diğer taraftan tüketicilerin ürünleri satın almak için büyük markaların arkasındaki şirketlere güvendikleri zamanın artık geride kaldığını, bugünün tüketicisinin gördüğü, kokladığı, dokunduğu, duyduğu, tattığı ve denediği zaman inandığı bilinmektedir (Underhill, 2012: 219). Bu bağlamda değerlendirildiğinde sosyal medya influencerslarının, ürün deneme ve tanıtım videolarının çok etkili olduğunu söylemek mümkündür.

1.8. Dijital Teknolojiler, Yapay Zeka ve Girişimcilik

Yeni gelişen dijital teknolojilerinin kullanılmasıyla girişimde bulunmak veya mevcut işletmeleri dönüştürerek geliştirmek amacıyla yapılan girişimcilik türüne *sanal (dijital) girişimcilik* denmektedir. İş dünyasının odak noktası haline gelmesi ve internet

kullanımının hayatımıza girmesi ile yeni nesil girişimcilik fırsatları doğmuştur. Bireysel bir fikri olan, ancak bu fikri işleyip hayata geçirmek için gerekli birikime sahip olmayan girişimciler, uluslararası platformlarda çalışan yatırımcılarla iletişime geçerek faaliyete geçebilmek için onların bilgi teknolojilerinden faydalanmaktadır. Başka bir deyişle girişimcilik projelerini dijital platformlar aracılığı ile gerçekleştirmektedirler. Bu duruma başka bir pencereden baktığımızda ise girişimcilerin internet ortamında oluşturacakları bir tür siber mağaza ile geniş bir Pazar içerisine girme imkânları olmaktadır (Soysal, 2015). Örneğin Ali expresde bir sayfaya sahip olan girişimci, dünya çapında gelişmiş bir satış ve ticaret ağına sahip olmaktadır. Bu durum aynı zamanda fiziksel bir mağazaya sahip olmaktan çok daha az masraflıdır.

1.9. Girişimcilikte Şehir Kümeleme

Kümelenmeler, özgün olmalarından ve rekabet ve iş birliğinin bir arada sunmalarından dolayı girişim yaratma üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir (Romero ve Montoro 2008). Kümelerde girdi, bilgi, teknoloji ve kurumlara erişiminin artması nedeniyle şirketlerin yüksek verimliliği sağlanmakta; iş birliği ve rekabet arasında bir dengeye ulaşılmaktadır. Ayrıca kümelenmeler daha büyük yenilikler ve girişimler yaratmada öncü olabilmektedirler. Bunların yanısıra kümeler, yeni şirketlerin veya girişimcilerin bu ekosisteme girmesi için teşvikler sağlamaktadır (Suresh ve Ramraj, 2012).

İKİNCİ BÖLÜM

KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ VE BİREYSEL YENİLİKÇİLİK

2.1. Kadın Girişimciliği

2.1.1. Kadın Girişimciliği Kavramı ve Tanımı

Kadın girişimciliği kavramı, araştırmacılar tarafından farklı şekillerde tanımlanmıştır. Bunlardan bazıları aşağıda verilmiştir:

Piyasa ekonomisi göz önüne alındığında girişimci kadın, *bireysel bir işe sahip olan, yalnız çalışan ya da yanında çalışan personeli bulunan, kredi almaya yönelik kaynak araştırması yapan, malı üreten satan veya hizmet sağlayan, yüz yüze geldiği her tür duruma ve olaya uyum gösterebilen, işi ile ilgili gelişen sorunları görebilen ve çalıştığı yerde ihtiyaç duyduğu deneyim ve bilgi gereksinimini karşılamak için çaba gösteren kadın* olarak tanımlanmaktadır (Dhillon, 1993:32; akt. Emer, 2019:30).

Kadın girişimci en anlaşılır şekliyle bir işletmeyi kurup, yöneten yani işleten kadın olarak ifade edilmektedir(Keskin, 2014:73).

Kadın girişimci, İşveren, işletmenin yönetsel ve kanuni sorumluluğunu kabullenen, işletmesinin başında duran ve işletmesinde şahsen çalışan kişidir (Bedük, 2005: 111).

Bir ülkenin sosyal ve ekonomik anlamda yol almasında kadın girişimcilerin rolü yadsınamayacak kadar büyük ve önemlidir. Dolayısıyla gelecek iş hayatı oluşturulmasında pasif iş gücü olarak nitelendirilen kadınların aktif ve efektif iş gücü halini almasının ülke ekonomisinde meydana gelecek kalkınmaya faydasının çok fazla olacağı bilinmektedir (Can ve Karataş, 2007:253-254).

Bugün değerlendirildiğinde endüstriyel, teknolojik ve sosyo-ekonomik alandaki değişimler kadınların iş dünyasında daha çok rol almasını sağlamaktadır. Bilgi teknolojisinde gerçekleşen değişimler ve eğitim almış kadın sayısında artış olmasıyla

kadınlar iş yaşantısında neredeyse her alanda yer almaya başlamıştır (Güney, 2006:26). Örneğin Türkiye’de hizmet sektörünün hızlı gelişimi sayesinde kadınlar 2016’da %53. 7, 2017 senesinde %54. 1 ve 2018’de %55. 4 oranında hizmet sektöründe bulunmuş ve çalışmıştır (Arıcı, 2021: 24).

2.1.2.Ekonomide Kadın Girişimciliğinin Yeri ve Önemi

Bir ülkenin ekonomik ve sosyal açıdan kalkınmasında kadın girişimlerin rolü büyüktür. Bu nedenle geleceğin iş dünyasını oluştururken günümüzde atıl işgücünde olan kadınların aktif hale geçirilmesi, ülke ekonomisine kesinlikle önemli katkılarda bulunacaktır (Can ve Karataş, 2007:253-254).

Bugün teknolojik, sosyo ekonomik ve endüstriyel alanlarda meydana gelen değişiklikler kadınların iş hayatında daha fazla yer almasında sebep olmaktadır. Eğitimli kadın sayısının artması ve bilgi teknolojilerinde ortaya çıkan yeniliklerle iş yaşamının çoğu alanında kadınlar da rol oynamaya başlamıştır (Güney, 2006: 26).

2.1.3.Kadınları Girişimci Olmaya İten Faktörler

Kadınların iş hayatında aktif olmasıyla ilgili sorunlar, diğer taraftanda kadınları girişimci olmaya teşvik eden nedenleri de oluşturmaktadır. Kadınları girişimci olmaya yönelten bu faktörler, düşük ücret, iş memnuniyetsizliği, sosyal güvencesinin olmaması, çalışma saatlerinin fazlalığı, cinsiyetin terfi etmeye olumsuz etkisi ve *cam tavan sendromu*¹ gibi sorunlardır (Ersarı,2015: 17).

Türkiye’de kadınların girişimcilik faaliyetleri, hane gelirlerinin yetersiz olması sonucu, kadınların kendi işyerini açmaya eğilimli olmalarına dayanmaktadır. Kadınların ekonomik yaşama girmesini hızlandıran etmenler hem aile bütçesine ek gelir elde etmek, hem de maaşlı bir işte çalışmayı istemeleridir(Demir, 2015:309-310).

İş yetersizliği, eşin vefatı ya da eşten ayrılma, işyerindeki doyumsuzluk, cinsiyetler arası ayrımcılık, beklediği terfiyi elde edememe, ücret memnuniyetsizliği ve işsizlik kadınları girişimciliğe itmektedir(Tatlı ve Koç, 2017: 150). Dünya genelinde

¹ Cam tavan, kadınların başarılarına bakılmaksızın ilerlemelerini engelleyen, açıkça görülmeyen, aynı zamanda aşılabilen engelleri nitelendirmek için kullanılan bir kavramdır. Bu kavram 1970’ li yıllarda ABD de ortaya çıkmıştır (Wirth, 2001:1).

cinsiyetçi eşitsizlik nedeniyle kadınlar işgücüne katılımında ciddi sorunlarla karşılaşmaktadır. Kadın işgücünü erkek işgücü ile eşit görmeyen işverenler, kadınların çalışmasını istemeyen toplum, kadın işgücüne biçilen düşük ücret kadınları girişimciliğe iten diğer nedenler olarak sayılabilir.

2.1.4. Kadın Girişimci Tipleri

Literatürde kadın girişimciler geleneksel, aileci, yenilikçi ve radikal kadın girişimciler olarak sınıflandırılmaktadır.

2.1.4.1. Geleneksel Kadın Girişimci

Kadınların girişimcilik düşüncesine ve toplum içerisindeki cinsiyet rolüne geleneksel girişimciler sıkıca bağlıdır. Evli olmaları sebebiyle aile içerisinde oluşan baskıdan etkilenenlerdir. Bu sebeple toplumdaki cinsiyet rollerine uygun olan sektörlerde rol almaya yönelmektedirler. Çoğunlukla yemek fabrikası, güzellik merkezleri, kuaför, restoran, misafirhane, sekreterlik ve bireysel destek ajansı gibi işletmeler kurmaya eğilim göstermektedirler. Geleneksel kadın girişimciler, evliliklerine ve iş yaşamlarına zarar vermeyecek şekilde davranarak istikrarlı bir biçimde varlığını sürdüren ve bunun yanında sıkı maliyet hesaplarıyla kâr elde edebilecekleri işleri kurmaya yönelmektedirler (Goffee ve Scase, 1992:78).

2.1.4.2. Aileci (Evcil) Kadın Girişimci

Aile odaklı olan kadın girişimcilerin iyi bir anne ve bunun yanında da iyi bir eş olma görevleri toplumsal cinsiyet rolleri sebebiyle ön plandayken, yaptıkları iş ikinci planda yer almaktadır. Aileci kadın girişimcilerin büyük bir çoğunluğu evlidir ve sanat, iç dekorasyon, sağlıklı yiyecekler, güzellik bakımı, terzilik benzeri alanların içerisinde faaliyette bulunmaktadır (Goffee ve Scase, 1992: 79).

Aileci kadın girişimcileri girişim yapmaya yönlendiren asıl sebep, ekonomik gereksinimlerin var olmaması ve büyük çoğunluğunun orta ekonomik sınıfa mensup kişiler olması, genelde profesyonel veya idari mevkilerde çalışan eşlere sahip olmalarıdır (Anderson ve Woodcock, 1996:197).

2.1.4.3. Yenilikçi Kadın Girişimci

Cinsiyet rollerinden soyutlanmış, üst düzey eğitime sahip, ekonomik anlamda özgürlükçü ve girişimcilik motivasyonu yüksek olan kadınlara, yenilikçi kadın girişimciler denmektedir. Bu kadınların teknoloji alanında iyi seviyede bilgisi olup, teknolojiyi kullanımları yüksek düzeydedir (Top, 2006: 23).

Yenilikçi kadın girişimcilerde işler ön planda yer alır. Ekonomik ve sosyo-kültürel ilişkilerinde belirleyici bir etkisi vardır. Bu kadınların medeni durumları genellikle bekârdır ve aynı zamanda çevrelerinden sınırlı sayıda arkadaşları vardır. Kısıtlı bir meslek geleceği düşüncesi ve geçmişte deneyimlenen olumsuzluklar nedeniyle hem ekonomik hem de bireysel açıdan başarılı olabilecekleri fikriyle girişimciliğe yönelirler (Sipahi, 1997:61-62).

2.1.4.4. Radikal Kadın Girişimci

Feminist girişimciler ya da radikal kadın girişimciler olarak da isimlendirilen kadınlar, erkeklerin çalıştıkları her alanda kadınların da olmasının gerektiğini, çünkü tüm alanlarda kadın erkek eşitliğinin kadınlar için de motive edici bir öge olduğunu düşünmektedirler. Medeni durumu evli olan bu gruptaki kadın girişimciler, eşleri ile eşit iş birliği içerisinde ve beraber çalışmalarının devam ettirilmesi gerektiğine inanırlar.

Feminist ideoloji, bu gruptaki kadın girişimcilerin ana düşüncesini oluşturmaktadır. Girişimciliğin temel hedeflerine ve toplumsal cinsiyet rollerine olan bağlılık seviyeleri oldukça düşüktür. Bu gruptaki kadın girişimcilerin girişimcilik faaliyetlerindeki temel amacı, kadınlara verilen hizmete yönelik mücadeleyi desteklemektir (Goffee ve Scase, 1992: 79).

2.1.5. Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunlar

Günümüz dünyasında kadınların iş hayatına katılmaları ve faaliyetleri açısından geleneksel inançlar yıkılmaya başlamış olsa da henüz istenilen düzeye gelineemediği görülmektedir. Girişimci kadınlar, girişimci olmalarının getirdiği sorunların dışında sadece kadın olmaları nedeniyle de birçok problemle karşı karşıya kalmaktadırlar. Bununla birlikte kadınların iş ortamında aktif ve efektif olması ile ilişkili bu problemler,

aynı zamanda kadınları girişimciliğe yönlendiren sebepleri de meydana getirmektedir.

Erkek ya da kadın fark etmeksizin girişimcilerin tümü, girişimcilik hayatı süresince pek çok sorun ile yüz yüze gelir. Ancak kadınlar erkeklere kıyasla daha değişik sorunlarla karşı karşıya gelmektedir. Bu sorunlar çözüldüğünde karar veren, yönetimde söz söyleyen ve riski göze alan kadınlar girişimcilik perspektifleri ve tecrübeleri, işletmenin sahip olduğu kurumsal yapısı, hizmet anlayışı, teknolojiyi kullanmasını ve yönetim biçimini değiştirebilir (Çelebi, 1997: 40).

Kadının yaşam kalitesini arttırmasındaki, bireysel olarak kendine yatırım yapmasındaki ve kendini geliştirmesindeki ayrıca kişisel özgürlüğünü elde etmesindeki en önemli faktör, eğitimidir (Öztürk, 2016:59). Gine'de eğitim sistemi, kadınları girişimcilik faaliyetlerine yöneltmek, girişimciliği geliştirmek ve güçlendirmek konusunda yetersizdir. Kadınlar hem genel eğitim hem de mesleki eğitim açısından erkeklerin daha gerisinde bir eğitim düzeyine sahiptir.

İş yaşamında tecrübe ve mesleki eğitim eksikliği ile çıracılık, kadınların cesaretini kırarak yeteneklerini geliştirmeleri açısından geciktirici bir etkiye neden olabilir. Kadının eğitiminde ortaya çıkan eksiklik her geçen gün ortadan kalksa da, iş ortamında tecrübe ve bilgi konusunda sahip olduğu eksiklik, sosyalleşmede kurulan iletişim ağının içine alınmalarına neden olmaktadır. Eğitim düzeyi düşük olan kadınlar, girişimcilik yaşam döngüsünde temel ve mesleki açıdan eğitimsel eksikliğe sahip olmaları dolayısıyla çok çeşitli sorunlarla karşılaşmaktadır. Kadınlar iş kurarken ve iş etkinliklerini meydana getirirken mesleki anlamda bir eğitime sahip iseler, daha geniş ve esnek davranabilmektedirler. Teknik açıdan alınan eğitim konusunda geride kalan kadın girişimciler, ilgili donanım, araç ve gereçleri kullanırken pek çok sorun ile yüz yüze gelmektedir (Kutunis ve Hancı, 2004: 67).

Eğitim düzeyi arttıkça işgücüne dâhil olma seviyesi artış gösteren kadınların iş isteği, üretime sağlayacağı katkı, güveni gibi faktörleri artış gösterirken kendisine olan öz güveni ve bakışı anlamında da pozitif gelişmeler gözlemlenmiştir (Gökdemir, 1995:33). Kadınların eğitim düzeyi yükselir, bilgi ve yetenekleri artarsa ancak bu sayede erkek tarafından kurulan egemenliğin hâkim olduğu iş hayatında kendilerine bir yer

edinebilirler. İş hayatına eğitim dezavantajı ile dâhil olmaları, çok fazla beceriye ihtiyaç duyulmayan işlerde çalışmalarına neden olmaktadır. Bu da kadınların girişimcilik açısından gereken deneyimi kazanamamaları anlamına gelmektedir. Çünkü girişimcilikte iş kalitesinden tutun da fırsatların öngörülmesine kadar var olan aşamaların tamamı deneyim ve tecrübe ile ilişkilidir (Şekerler, 2006: 123).

Girişimcinin sahip olduğu deneyim, işletmenin başarılı olmasını sağlayan önemli öğelerden biridir. Girişimcinin yönetim ve ticari anlamda sahip olduğu tecrübe, girişimcilik uygulamaları esnasında ortaya çıkabilecek sorunların kolay çözülmesi açısından büyük önem taşır. Kadın girişimciler erkek girişimcilere kıyasla daha az tecrübeye sahiptir. Dolayısıyla girişimcilik faaliyetleri sırasında daha çok sorunla yüz yüze gelmekte ve bu problemleri çözmek için daha fazla vakit harcamaktadırlar (Sosyal, 2010: 100-102). Kadınlar toplumsal kısıtlamaları yıktıklarında girişimci veya yönetici olma ve aynı zamanda liderlik yapabilme niteliklerini ortaya çıkarabilirler (Arat, 1986: 93).

Kadınlar cinsiyetlerine dayalı ayrımcılık nedeniyle cinsel kimliklerini bir köşeye bırakıp erkeklerin değerlerini de kabul ederek işlerinde başarı sağlayabilmektedirler (Bedük, 2005: 106-117). Buna bağlı olarak üretme erkeklere, çocuk sahibi olma ve ev işleriyle ilgilenme gibi sorumluluklar da kadının sırtına yüklenmiştir. Kadınlar cinsiyetleri yüzünden iş hayatına atılma, yaptığı işin karşılığını alma, eğitim alma ve toplumsal etkinliklere dâhil olma gibi konularda sınırlar içerisine alınmış ve kısıtlanmıştır (Koray, 2000: 211).

Kadın bireysel inançları ve çevresi dolayısıyla gelişen engelleri çöze bile iş hayatındaki çevresi tarafından cinsiyet ayrımcılığına maruz bırakılabilmektedir. Bu durum kaynak ve fırsata erişim konusunda eşitsizlik, cinsiyet ayrımcılığı, iş hayatı ve siyasette kadının dışlanması, kısıtlanması ve birtakım hizmetlerden gereken şekilde faydalanamama gibi konularla özellikle ilgilidir (TMMOB, 2019).

İş gücü piyasası ciddi bir rekabete sahiptir. Bu rekabet nedeniyle kadınlar piyasaya ancak eğitim düzeylerinin yüksek olması ile dâhil olabilmektedir. Eğitim seviyesi düşük olan kadınlar ise kamu veya devlette çalışamazlarsa kendilerine yeni bir

iş kurmayı daha doğru bir seçenek olarak görmektedir. Bu noktada finansmanın sağlanması en büyük sorun olarak gösterilebilir (Ecevit, 1993: 24).

1980'li yıllardan bugüne kadına verilen maaş ve erkeğe verilen maaş arasındaki fark azalmıştır. Ancak yine de kadınların aldığı ücretin daha düşük olduğunu görebiliriz. Kadınlar işe yönelik düzenlemeler, çalışma şartları, örgütlenme, eşit düzeyde maaş alamama ve terfi alma gibi konularda sorun ve zorluklarla karşı karşıya gelmektedirler (Bedük, 2005: 106-117).

İş kurulması sırasında kadınlar kredi alabilmek için kefil bulmak konusunda sıkıntı yaşamaktadır. Teminat göstermede problem yaşadıkları için ihtiyaç duydukları finansmanı sağlayamamaktadırlar. Kadınlar sosyoekonomik anlamda toplumda dezavantajlı bir konumda yer alır. Bu kadınlar mülke sahip olmadıkları için teminat gösteremez veya kendilerine kefil olacak birisi olmadığı için kredi dahi alamamaktadırlar (Gürol, 2016: 593).

Kadınlar ekonomik hayatta yeteri kadar yer alamadıkları için yerel kalkınma çabalarından da beklenen sonuçlar alınmamaktadır. Çoğu kadın, ekonomik etkinlik ve faaliyetlerde bulunmak istese de gereken maddi destek sağlanmadığı için ekonomik hayattan dışlanmaktadır. Ülkenin ekonomik ve sosyal gelişimine katkıda bulunmak ve sürdürülebilir kalkınmayı gerçekleştirip arttırmak için, ekonomik değer getirebilecek kadın girişimcilerin miktarını arttırmak ve mevcut kadın girişimcileri destekleyip teşvik ederek onları daha da güçlü kılmak gerekmektedir (Can ve Karataş, 2007: 251).

Türkiye'de gerçekleştirilen araştırmalara göre, kadınlara sosyal ve kültürel çevreleri tarafından biçilen kalıplaşmış roller, aileleri tarafından verilen tepkiler, kadın girişimcilere verilen iş yükünün ağır olması, eğitim bakımından yetersizlik, finansal destek bulmak konusunda yaşanan zorluklar ve bunun yanında kadınların güven kazanmak için erkeklere kıyasla daha çok iş sorumluluğu alma ihtiyacı gibi durumlar, kadın girişimcilerin ortak sorunları arasında gösterilmektedir (Kutunis ve Hancı, 2004:458). Türk toplumunda var olan kadın girişimcilere bakış açısı ve toplumun kadına yüklediği özellikler, kadının Türk toplum yapısında sahip olduğu konum üzerinde etkili olmaktadır (Kutunis ve Hancı, 2004:354).

Bu toplumsal bakış açısı kadın girişimcileri etkiler. Aynı zamanda girişimci kadınlar spesifik engellere takılarak kendilerini açıklama ve ifade etme kabiliyetlerini daha da zor hale getirmektedir. Girişim faaliyetleri gerçekleştiren kadınlara yönelik yapılan pek çok çalışma, gelişmekte olan ülkelerde, girişimci kadınların cinsiyetleri nedeniyle erkeklerden farklı sorunlarla karşılaştıklarını ortaya çıkarmaktadır (Bedük, 2005:113).

İş hayatına dâhil olmaya başlayan kadınlar daha bilinçli hale gelmeye, eğitim görmeye ve toplumda meydana gelen değişme ve gelişmeler ile daha farklı sektörlerde bulunmaya başlamışlardır (Kocacık ve Gökçaya, 2005:196).

Türkiye’de istihdamın yanında yatırımların da artırılması amacıyla Yeni Teşvik Sistemi (YTS) hazırlanmıştır. Yeni Teşvik Sistemi belgesinde kadın istihdamının artırılması amacıyla aktif işgücü stratejilerinin uygun duruma getirilmesi ve girişim faaliyetleri gösteren kadınların özendirilmesi belirtilmiştir. Kadınlar yarı-zamanlı çalışma, evden çalışma ve çağırılma ile çalışma tarzına yönlendirilmektedir. Kadın girişimciliğinde kadınlar, ev içinde gerçekleştirilen bakım hizmetlerini yapmakla görevli birey olarak algılanmaktadır. Kadınlardan bu işleri yaparken aile ilişkilerini de aksatmamaları beklenmektedir. Öte yandan kadınların ev içerisindeki sorumluluklarının iş yaşamı ile uyumlu hale getirilme zorunluluğu, yeterli maaşı alamamalarına, çalışma şartlarının ise oldukça esnek hale gelmesine neden olmaktadır.

Genel bir değerlendirme olarak baktığımızda kadınların ekonomik hayatın içine dâhil olmaları anlamında ciddi farklılıkların söz konusu olduğu açıkça görülmektedir. Bilhassa yoksul ve kırsal kesim olarak nitelendirebileceğimiz bölgelerde yaşayan kadınların iş dünyasına katılması neredeyse imkânsızdır. Ne yazık ki sanayileşmenin üst seviyede olduğu şehirlerin pek çoğunda da bu durum değişmemektedir. Kadınlar sanayide yeterince istihdam edilmemektedir. Dolayısıyla sanayide çalışabilen kadın sayısı da önemli oranda düşüktür (Toksöz, 2007: 59).

Bu problemler özet olarak şu şekilde sıralanabilir (Weiler ve Bernasek, 2001):

- İş yeri ile birlikte ev işi ve çocuklara karşı duyduğu yükümlülükler

- Toplumsal değer ve gelenekler neticesinde karşılaştıkları problemler
- Kaynak temini neticesinde karşılaştıkları problemler
- Sosyal ilişkiler neticesinde karşılaştıkları problemler

2.1.6. Kadın ve Erkek Girişimci Arasındaki Farklar

Literatürde kadın ve erkek çalışanlar gibi girişimcilerin benzer ve farklı özelliklere sahip olup olmadıklarını inceleyen çalışmalar mevcuttur (Kutunis, 2006:34). Birçok araştırmacı kadın ve erkek arasında iş görme farklılığı olduğunu savunmuştur. Dünya bankası “emzirmeyen ve hamile olmayan” kadınların, erkekler ile aynı işi yapip yapamayacağı konulu Türkiye araştırmasında, aynı işi yapmadıkları bulgusunu ortaya koymuştur (WorldDataBank, 2019).

Girişimci kadın ve erkeklerin ortak özelliklerilider olduğu kazanımlarını ve kabiliyetlerini kullanmak istemesi, kendine ait bir iş sahibi olma düşüncesi, kendi kurduğu işi yönetme isteği, ekonomik bağımsızlık arzusu, ekonomik mecburiyetler olarak sıralanabilir (Çelebi,1997:19).

Sosyo-demografik özellikleri açısından erkek ve kadın girişimciler arasında birtakım farklılıklar bulunmaktadır. Kadın girişimcilerin kendine ait iş kurma yaş aralığı genellikle 35-45 iken, erkek girişimcilerin çoğunlukla kendilerine ait bir işi 25-35 yaş aralığında kurabildikleri söylenebilir. Hem erkek hem de kadın girişimcilerin ailenin ilk çocuğu oldukları, ailelerinde yer alan diğer girişimci bireylerden etkilendikleri, çoğunlukla deneyimlerini işletme veya benzer çevrelerden edindikleri fakat erkek girişimcilerin tecrübelerini kadın girişimcilerden daha farklı olarak teknik çevrede de edinebildikleri gözlemlenmektedir (Tahtalı, 2018:53-54).

Erkeklerin girişimcilik için ana sebebi geleceklerini kontrol edebilme arzusudur. Ancak kadınların girişimcilik için ana sebebi başarabilme ve özgür olabilme isteğidir. Erkek girişimciler iş kurmak için sermayeyi kendisi maddi birikimlerinden, banka kredileri ve bazı yatırımcıların desteklerinde sağlarken kadın girişimciler ise yakın

çevresinden destek almakta veya kendi kişisel birikimlerini kullanmaktadırlar (Arıkan, 2002:55).

Erkek girişimciler işin daha önce ilgisini çekmesi, mevcut işine son verilmesi veya işten ayrılma ve daha fazla maddi gelir elde etme fırsatına sahip olmaları nedeniyle yeni bir iş kurmaya yönelmektedirler. Kadın girişimciler ise iş kurdukları alana yönelik fırsatları görebilmeleri, mevcut iş hayatında engellemeler gibi nedenlerle yeni bir iş kurmayı tercih etmektedirler (Tahtalı, 2018:53-54).

Girişimci erkekler birçok farklı sektörde çalıştıkları için işlerinde uzman ya da uzun süre çalıştıkları için yüksek başarılar elde edebilmektedir. Çoğunlukla hizmet sektöründe çalıştığı görülen kadın girişimciler ise orta seviyede yöneticilik deneyimlerine sahiptir (Tahtalı, 2018:53-54). Erkekler, mesleki konularda kendilerini kadınlardan daha yetenekli olarak görmektedirler. Bu yüzden kadınlar genelde iş hayatlarında orta düzey yöneticiliğe kadar yükselmektedir. Maalesef kadın girişimciler için cinsiyetçi bir ayrım söz konusudur. Birçok kurum kadın çalışanın daha az verimli çalıştığı gerekçesiyle işe dahi almaktan kaçınmaktadır.

Uzmanlık alanları olarak değerlendirildiğinde; erkekler çoğunlukla, imalat ve teknik endüstrilerde, finans alanında deneyimliken, kadınlara bakıldığında çoğunlukla eğitim, öğretim ve perakende satış konusunda deneyimlidirler(Arıkan, 2002:60).

Erkek girişimcilerin destek gruplarını onların avukat, arkadaş ortamı, muhasebeci gibi iş hayatı içerisinde tecrübeye sahip olan yakınları oluşturmaktadır. Bunun yanı sıra arkadaş çevresi, aile ve akrabalar ile birlikte farklı mesleki profesyonel kadın grupları ve ticari işletmeler ise kadın girişimcilerin destek aldığı kişi ve gruplar arasında gösterilebilir. Çoğunlukla inşaat ve imalat alanında gerçekleştirilen ve yüksek gelir seviyesine sahip olan işler, erkek girişimcilerin yaptıkları ilk işler arasında sayılırken, kadın girişimcilerin çoğunlukla daha dar gelir seviyesine sahip hizmet, eğitim, halkla ilişkiler ve danışmanlık sektörleri gibi alanlarda çalıştıkları ifade edilebilir. Güdülenmeyi sağlayan faktörler konusunda kadın ve erkek girişimcilerin kıyaslaması yapıldığında, kadın girişimcilerde kendini ispatlama çabasının var olduğu, erkek girişimcilerde ise hâkimiyet kurma isteğinin bulunduğu söylenebilir. Erkek girişimciler çalıştıkları işten

tatmin olmak istemektedir. Buna karşın kadın girişimcilerde yüz yüze geldikleri sorunları çözmeye, bu sorunların üstesinden gelme isteğinin var olduğu gözlemlenmektedir. Aynı fon kaynakları hem kadın hem de erkek girişimciler için mevcuttur. Kadın girişimci iş hayatı içerisinde çoğunlukla dikkatli, çok da hırslı olmayan bir tutumla davranır ve ekonomik koşulların üstesinden gelebilmek için çaba harcar. Buna kıyasla erkek girişimciler iş dünyasında çok daha hırslı davranırken, kendi işinin yöneticisi olmayı isterler. Erkek ve kadın girişimcilerin her ikisi de çoğunlukla ailenin ilk çocuğu olmalarına karşın erkek girişimcilerin kadınlara kıyasla ortalama 10 yıl daha erken bir süre içerisinde iş hayatına atıldıkları bilinmektedir. Kadınlara verilen toplumsal cinsiyet rolleri, kadının iş yaşamı içerisine çok daha geç girmelerine neden olan en önemli faktörlerden biridir. Her iki grup içerisinde bulunan girişimciler de birbirine benzer destek gruplarına sahiptirler. Kadın girişimcilerin ilk iş tecrübelerini sıklıkla hizmet sektöründe edindikleri ve daha düşük seviyede riskleri sırtlanmak istedikleri, erkek girişimcilerin ise çoğunlukla üretim departmanında ilk iş deneyimlerini kazandıkları ve ileriki dönemlerde çok daha yüksek seviyelerde risk üstlenme isteklerinin ortaya çıktığı tespit edilmiştir (Tahtalı, 2018:54).

2.1.7.Gine’de Kadın Girişimciler ve Destek Veren Kurum ve Kuruluşlar

2.1.7.1.Youthconnekt Girişimi²

2012'den beri yürürlükte olan Youthconnekt Afrika girişimi, Ruanda Devlet Başkanı Paul Kagame'nin vizyonundan doğmuştur. Ulusal bir gençlik entegrasyon programının uygulanması yoluyla Gine'de gençlerin sosyo-profesyonel entegrasyonu için bir vizyonun oluşturulması amacıyla bir katalizör olarak hizmet etmeyi amaçlamaktadır. Youthconnekt Gine girişimi, Gine dâhil 18 üye ülkeyi kapsamaktadır.

Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı'nın (United Nations Development

²<https://mediaguinee.org/booster-lentrepreneuriat-feminin-en-guinee-lancement-officiel-du-projet-youthconnekt-for-women/> (Erişim: 17.04.2022) sayfasından alınmıştır.

Programme-UNDP) yerleşik temsilcisi LucJoëlGrégoire'a göre, bu girişim yalnızca gençler arasındaki etkileşimli alışveriş platformunu güçlendirmekle kalmamakta, aynı zamanda genç kadınları bir projeye liderlik edebilmek ve kaliteli bir proje geliştirebilmek için finansmana erişimde girişimcilik yaratma dinamiği içinde birbirine bağlamaktadır.

Youthconnekt girişimi, Gine nüfusunun %74'ünü temsil eden gençler ve nüfusun yaklaşık %60'ını temsil eden kırsal kesimde yaşayanlar da dâhil olmak üzere genç kızlara ve genç kadınlara daha özel bir yer vermeyi amaçlamaktadır. İstihdam ve tarımsal üretkenlik alanları ile daha geniş anlamda topluluklar içinde karar verme sürecinde olan tüm sektörler arasındaki uçurumu kapatmak için kurslar ve çeşitli etkinlikler düzenlemektedir. Bu destek projesi, belirli sayıda ulusal önceliğin ve özellikle sürdürülebilirlik ile bağlantılı bu konunun güçlendirilmesini mümkün kılacak dijital bir araçla uygulanmaktadır. Bu bağlamda 40 genç kadının mentorluğu ile 600 kadın girişimciye ulaşılmıştır.

Kadınlar için Youthconnekt projesinin başıçısı olan Rusya Federasyonu, bu projeye 1,197 milyon ABD Doları tutarında finansman sağlamaktadır. Rusya Federasyonu'nun Gine Cumhuriyeti'ndeki olağanüstü ve tam yetkili büyükelçisi Sayın Vadim Razumovskiy, aynı zamanda Rusya tarafından UNDP ile işbirliği içinde finanse edilen ikinci kalkınma projesi olan kadın girişimciliğine odaklanan Youthconnekt'in kadınlar için başlatılmasını faydalı bulmaktadır. Bu proje, Rusya'nın UNDP ile işbirliği içinde ve Güven Fonu aracılığıyla Gine'de finanse ettiği ikinci kalkınma projesidir. Bu proje, diğerlerinin yanı sıra, eğitim ve gençlik ve kadın girişimciliği alanında işbirliğinin geliştirilmesini hedef olarak belirleyen 1. Rusya-Afrika zirvesinin sonuç bildirgesinin ruhuna tam olarak uymaktadır. Bu tür girişimlerin Rus-Gine ortaklığının güçlendirilmesine ve bu alanda deneyim alışverişinin yapılmasına yardımcı olacağı düşünülmektedir.

Gençlik ve Gençlik İstihdamı Bakanı MouctarDiallo için bu proje, kadın girişimciliğinin teşviki bağlamında hükümetin beklentilerini karşılaması gereken güvenilir ve etkili bir alternatif olarak karşımıza çıkmaktadır.Becerileri güçlendirmeye

ve gençleri birbirine bağlamaya yönelik geniş bir programın bileşenlerinden biri olan bu Youthconnekt projesi, kadın girişimciliğinin teşviki bağlamında hükümetin beklentilerini karşılaması gereken güvenilir ve etkili bir alternatif oluşturmaktadır.

Kadınlar için Youthconnekt, özellikle izole bölgelerde yaşayan ve başlatma ve geliştirme yoluyla elverişli temel hizmetlere erişimi olmayanlar için dijital hizmetlerin geliştirilmesi yoluyla en az 600 genç Gine'li kadın girişimciyi desteklemesi planlanan bir girişimdir.

2.1.7.2. Ellever³

Elleverkadınlara yönelik, kadın liderliğindeki veya kadın odaklı işletmeleri teşvik etmek ve desteklemek için kadınlara adanmış bir Ecobank Gine amiral gemisi programıdır.

Ecobank Gine Genel Müdürü tarafından verilen istatistiklere göre, küçük ve orta ölçekli işletmeler (KOBİ'ler) Afrika'daki işletmelerin yaklaşık %90'ını oluşturmaktadır. Bu rakamın içinde kadınlar kayıtlı Afrikalı KOBİ'lerin yaklaşık üçte birine sahiptir. Bugün Afrika'da yaklaşık her dört kadından biri (%25,9) bir iş kurmakta veya işletmektedir. Ancak, kadınların kaliteli finansal hizmetlere eşit erişimi bulunmamaktadır. Kadınların sahip olduğu KOBİ'ler için finansman açığının 42 milyar ABD Doları olduğu tahmin edilmektedir. Finansmana erişim eksikliği, bu işletmelerin büyümesinin önünde büyük bir engel teşkil etmektedir.

Kadın liderliğindeki kadın odaklı işletmelerin gelişimi, finansmana erişim de dâhil olmak üzere bir dizi engelle karşılaşmaktadır. Ellever Programı, kadın girişimcilere eksiksiz, kişiselleştirilmiş ve kişiye özel çözümler sunarak ihtiyaçlarını karşılamak için özel olarak tasarlanmıştır. Özellikle uygun oranlarda krediler, daha iyi nakit yönetimi ve liderlik eğitimi, mentorluk ve ağ oluşturma fırsatları gibi katma değerli hizmetleri kapsamaktadır. Ecobank Gine Genel Müdürü Diawadou BAH, Ecobank Ticaret Bankası kredi portföyünün en az %10'unu kadın işletmelere tahsis etmektedir.

³<https://www.africaguinee.com/articles/2021/05/06/entrepreneuriat-feminin-ecobank-guinee-lance-le-programme-ellever>(Erişim: 17.04.2022)sayfasından alınmıştır.

Kadınların önderliğindeki işletmeler, çok yetersiz hizmet verilen bir pazar oluşturmaktadır. Ecobank Gine, kadınların potansiyellerini gerçekleştirmelerine, iş fırsatlarını yakalamalarına, büyümelerine ve sürdürülebilir olmalarına yardımcı olmayı hedeflemektedir. Böylece Afrika'nın sosyal ve ekonomik kalkınmasında önemli bir rol oynayabileceklerini öngörmektedir. Ayrıca Ginelilerin şimdiki ve gelecek nesiller için gerekli olan yüzbinlerce istihdam yaratmayı amaçlamaktadırlar.

Gine'de kadınlar, Genel Nüfus Sayımı istatistiklerine göre nüfusun %52'sini temsil etmektedir. Gine'li kadınlar yaratıcılıkları ve dinamiklerinin yanı sıra ailenin sosyo-ekonomik yapısına katkılarıyla da tanınmaktadırlar. Sahip oldukları potansiyele rağmen eğitim, denetim, malzeme ve finansal destek açısından desteğe ihtiyaçları bulunmaktadır.

Kadın Hakları ve Güçlendirme Bakanı, bu vesileyle yaptığı konuşmada Ecobank'ın girişimini memnuniyetle karşılamıştır. HawaBeavogui mesajında, Covid-19'un kadınların işlettiği işletmeler üzerindeki olumsuz etkisini vurgulamıştır. Hükümet ile teknik ve mali ortaklarının üstlendiği büyük projeler, Covid-19 krizinin neden olduğu ekonomik durgunluğun olumsuz etkileriyle karşı karşıya gelmektedir. Küçük ve orta ölçekli kadın işletmeleri, turistler, ormancılık ve madencilik faaliyetleri önemli gelir ve istihdam kayıpları yaşamıştır.

Makroekonomik düzeyde, Covid-19'un dolaylı sonuçları, yerel enflasyondan, müdahale ve teşvik planının finansmanı gibi çok yüksek harcamaların neden olduğu dengesizliğe kadar uzanmaktadır. Azalan vergi gelirlerinin aksine, madencilik üretimi tek başına ülkenin direncini güçlendirmesini sağlamaktadır. SKH'lerin (Sürdürülebilir Kalkınma Hedefi) 5 ve 10'a ulaşması önemli ölçüde yavaşlamıştır. Kadınlar, Gine toplumundaki merkezi rolleri nedeniyle sağlık krizinin etki ve etkilerine en çok maruz kalan sosyal katman olmaya devam etmektedir.

2.1.7.3. Kadın Girişimciliği ve Kadının Güçlenmesine Yönelik Destek Programı (PEFAF)⁴

Cumhurbaşkanı Profesör Alpha Condé, 19 Mart 2021 Cuma günü Noom Otel'de Kadın Girişimciliği ve Kadının Güçlenmesine Yönelik Destek Programı (PEFAF) sonuçlarına ilişkin İş Toplantısına başkanlık etmiştir. Gine Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı, Hükümet üyelerine ve teknik ve mali ortaklara PEFAF'ın pilot uygulama aşamasında elde edilen ana faaliyetleri ve sonuçları sunma ve aynı zamanda kaynakların seferber edilmesini savunma fırsatını sunmuştur. Program, Birleşmiş Milletler'in, özellikle de UNDP'nin, kadınların statüsünü yükseltmek için alınan önlemlere ilişkin eylemlerini değerlendirmekte bir fırsat olarak karşımıza çıkmaktadır.

Toplantı, Gine'deki kadınlar lehine girişimlere adanmış Kadınlar Ayı (Mart) kapsamında düzenlenmektedir. PEFAF Programı başta karar vericiler için kadınların haklarına saygı gösterilmesini, kadınların özgürleşmesini ve güçlendirilmesini teşvik etmek için yürütülen ve yoksulluğun kadınlar üzerindeki yükünü azaltmayı amaçlayan kamu politikalarının kalitesini değerlendirmeleri için büyük bir fırsat sunmaktadır.

UNDP ve daha genel olarak Birleşmiş Milletler sistemi, PEFAF Programına Hükümetin, sivil toplum örgütlerinin ve medyanın stratejik desteğini yoğunlaştırmayı planlamaktadır. Bu işbirliği, sivil toplum kuruluşları ile kadın ve gençlerin daha fazla desteklenmesine olanak sağlayacaktır. Proje kapsamında özellikle tarım, madencilik ve balıkçılık sektörleri ile değer zincirlerinde gelir getirici faaliyetleri ve insana yakışır işleri teşvik eden strateji ve programlarının desteklenmesi yer almaktadır. Yeni ekonomik ve sosyal fırsatların açılmasına, kadınlar ve gençler tarafından yönetilen mikro ve küçük işletmelerin geliştirilmesine olanak sağlamak için inovasyon ve dijital ekonomi de teşvik edilmektedir. Yeni işletmelerin yaratılmasında ve kadın girişimciliğinin geliştirilmesinde finansman ve kredi koşullarına erişim kolaylığı sağlanması hedeflenmektedir.

2.1.8. Türkiye'de Kadın Girişimciler ve Destek Veren Kurum ve Kuruluşlar

⁴<https://adn-nations.com/blog/actualite.php?a=26-business-meeting-pfaf-2021-adn>(Erişim: 17.04.2022) sayfasından alınmıştır.

2.1.8.1. Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı (KEDV)

Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı (KEDV) 29. 01. 2001 tarihli 2001-2009 sayılı Bakanlar Kurulu kararı ile kurulmuştur. Kamu yararına olan bir kuruluştur. 1986 yılında kadının yaşam kalitesi ve ekonomik durumunu iyileştirmek, dar gelirli kadınların ve çocuklarla ilgili çalışmalar yapmak amacıyla kurulmuştur. Bir sivil toplum örgütü olan KEDV yerel kadın örgütlerine yönelik ekonomik güçlendirme programları uygulamakta, bireysel ve ortak kapasite geliştirme programları yapmaktadır. KEDV, dar gelirli kadınların yoksullukla mücadeledeki uzmanlıklarına, ailelerini ve toplumu geliştirme güçlerine inancıyla, onlarla ilkeli bir ortaklık anlayışıyla çalışmakta, projelerini kendilerinin ve çevrelerinin sinerjisiyle geliştirmekte, yaklaşık her yıl 3. 000 kadına ön ayak olmakta, yerel yönetimler ve toplumdaki öteki aktörlerle iş birliğiyapmaktadır. KEDV; Dünya Bankası, Birleşmiş Milletler, gibi uluslararası kuruluşlarca organize edilen bölgesel ve küresel toplantılara katılmakta, toplantılarda alınan kararların uygulama aşamasını küresel iletişim ağıları olan, Huariou Commission, Women's Learning Partnership, Groots International kanalıyla izlemektedir. Almanya, Kenya, Hindistan, Hollanda, Amerika gibi ülkelerdeki kadın kuruluşlarıyla deneyim alışverişinde bulunmaktadır (KEDV).

2.1.8.2. TÜSİAD (Türk Sanayici ve İş İnsanları Derneği)

TÜSİAD, Türk Sanayici ve İş adamları Derneği adıyla 1971 yılında Türkiyenin önde gelen girişimcilerinin ve yöneticilerinin kurduğu gönüllü bir kuruluştur. İlk defa 2007' de derneğin başına bir kadın, Arzuhan Doğan Yalçındağ'ın başkan seçilmesi daha sonra 2009 tarihinde yine bir kadının, Ümit Boyner'in başkan seçilmesi TÜSİAD'ın ismindeki çelişkiyi gündeme taşımıştır. Türk Sanayici ve İş adamları Derneği olan TÜSİAD'ın 18 Ocak 2018 tarihli 48. olağan genel kurul toplantısı sonucunda dernek ismi "Türk Sanayici ve İş İnsanları Derneği" olarak değiştirilmiştir. Değişim sebebi cinsiyet eşitliği olarak gösterilmiştir. Derneğin şu anda %12 sini kadınlar oluşturmaktadır. Çalışmaları ile rekabetçi piyasa ekonomisi, sürdürülebilirlik, kalkınma ve katılımcı demokrasi fikrinin benimsendiği bir toplumsal düzenin oluşmasına ve gelişmesine katkı sağlamayı amaçlamaktadır. Ayrıca TÜSİAD'ın çalışma alanları;

eğitim, bilgi teknolojileri, girişimcilik ekosistemi, sanayide donüşüm, istihdam ve sosyal güvenlik, toplumsal cinsiyet eşitliği, kurumiçi girişimcilik, finansal kaynaklara erişim ve teşvikleri içermektedir (TÜSİAD, 2019).

2.1.8.3. Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü (KSGM)

Kadınlara karşı ayrımcılığın önlenmesi, kadın haklarını koruma ve teşvik etmek, kadınların sosyal yaşamın her parçasında hak ve fırsatlara eşit erişime sahip olmasını temin etmek için, 1990 yılında kurulmuştur. Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü, Aile ve Sosyal Politika Bakanlığı bünyesinde hizmet vermektedir KSGM, yerel ve uluslararası finanse edilen program ve projelerin politika oluşturulması, koordinasyonu ve bir uygulayıcı olarak sorumludur (KSGM).

KSGM projesi olan “Kadının Güçlenmesi Strateji Belgesi ve Eylem Planı” 2018-2023 yıllarını kapsamaktadır. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı koordinatörlüğünde kamu kurum ve kuruluşlarının, yerel yönetimler, üniversiteler, sivil toplum kuruluşları, meslek kuruluşları, özel sektör ve ilgili diğer kuruluşların kadınların güç kazanmasına yönelik, ekonomiden sağlığa, eğitimden karar alma mekanizmasına kadar yapacakları çalışmaları içeren bir doküman olarak hazırlanmıştır (KSGM).

2.1.8.4. Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB)

Türkiye'de özel sektörün mesleki üst kuruluşu Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği dir. Türkiye TOBB olarak, 81 il ve 160 ilçedeki 360 oda ve 1,5 milyon üyesi ile borsaların (Sanayi Odaları, Ticaret Odaları, Deniz Ticaret Odaları, Ticaret ve Sanayi Odaları ve Ticaret Borsaları) üst kuruluşudur.

Mesleğin genel çıkarlarına uygun olarak gelişimini temin etmek, Odalar ve Borsalar arasındaki dayanışmayı sağlamak, ülkenin kalkınması ve ekonominin gelişmesi için çalışmaları yapmak başlıca amaçlarındandır. TOBB bünyesinde Kadın Girişimciler Kurulu oluşturulmuştur. Kadın Girişimciler Kurulu, kadın girişimcilere eğitim desteği ve girişimci olma yolundaki fikirleri desteklemek sebebiyle kurulmuştur. Bu kurul Türkiye'deki kadın girişimci gücünün daha donanımlı bir şekilde getirilmesi sebebiyle kadın girişimcileri daha tecrübeli girişimcilerin yanında staj yaptırmak, eğitim ve

seminerler vermek strateji oluşturmak ve kadınlar arasında girişimcilik kültürünün gelişmesine önayak olmak gibi görevleri vardır. 16 Mart 2019 tarihinde Geleceği Yazan Kadınlar Projesi kapsamında Turkcell, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB), TOBB Kadın Girişimciler Kurulu tarafından başlatılan ve teknolojiye kadınların istihdam kapasitesini ile girişimciliğini artırmak amacıyla 24 ilden, 1601 katılımcı, 58 sınıfta eş zamanlı olarak yazılım hususunda eğitim verilmesi planlanmıştır (TOBB).

2.1.8.5. Mesleki Eğitim ve Küçük Sanayi Tesisi Vakfı (MEKSA)

MEKSA, özel hukuk kararlarına göre 1985 yılında kurulmuş kamu yararı gözetilen bir vakıftır. Kuruluşundan itibaren Türkiye’de işgücü piyasasının gereksinimlerini ve standartlarını dikkate alan uygulamalı bir mesleki eğitim modelini benimsetmeyi ve yaymayı amaçlamaktadır. MEKSA 50. 000' in üzerinde çocuğa, gence ve yetişkine, özel ilgi grupları olarak ifade edilen kadınlar, sokak çocukları, engelliler, eski hükümlüler dâhil, mesleki eğitim hizmeti vermektedir. Mesleki eğitim ile istihdam arasında bir bağ kurulması temel hedefidir. MEKSA’nın Türkiye’de 13 ilde 22 mesleki eğitim merkezi vardır. 20’den fazla meslek dalında eğitim verilmektedir. MEKSA daha çok kadınlara yönelik çıraklık programları üzerinde çalışmakta ve kadın ağırlıklı mesleklerin çıraklık yasalarına dâhil edilmesini ve bu mesleklerin sanatkârlık olarak kabul edilmesinin zorunlu olduğu görüşünü savunmaktadır. Eğitim alan kişilerin istihdam edilme oranları %80 – 90’ları bulmaktadır (MEKSA).

2.1.8.6. Kadın Girişimcileri Derneği (KAGİDER)

KAGİDER, Türkiye Kadın Girişimciler Derneği 38 kadın girişimci ile 2002 yılında kurulmuştur. KAGİDER; farklı sektörlerde faaliyet gösteren yaklaşık olarak 300 kadın girişimci üyeye sahiptir. Kâr amacı gütmeyen sivil bir toplum kuruluşu olan bu kurum kadın girişimcilerin güçlenmesi için eğitim ve rehberlik desteği sağlamaktadır. Dünya Bankasının desteğiyle hayata geçirmeye çalıştığı birçok projeler bulunmaktadır. KAGİDER’in kariyer planlama, işe alım, geliştirme ve eğitim gibi aşamalardaki eşitsizlikleri belirlemek ve iş hayatında cinsiyet ayrımcılığına son vererek fırsat eşitliğini sağlamak gibi pek çok projesi vardır.

KAGİDER’in kurulma amacı aşağıdaki gibi sıralanmıştır:

- Kadın girişimcilerin desteklenmesini teşvik etmek ve kadın girişimcilerin sayısını arttırmak,
- Kadının çalışma hayatında yer edinmesi için eğitimler vermek,
- Kadınların girişimci olması yolundaki engellerden biri olan finans yetersizliğine kaynak oluşturmak için yol göstermek ve desteklemek,

- Kadın girişimcileri desteklemek; ulusal ve uluslararası alanda referans noktası olmak,
- Kadınları girişimciliğe özendirmek (KAGİDER).

2.1.8.7. Türkiye İş Kurumu (İŞKUR)

İŞKUR, işsizliğin korunması, geliştirilmesi, yaygınlaştırılması ve önlenmesinde yardımcı olmak ve işsizlik sigortası hizmetleri yürütmek amacıyla kurulmuştur. İŞKUR işe yerleşmeyi artırmak, işgücünün niteliklerini geliştirmek ve piyasanın işgücü taleplerini karşılamak için mesleki eğitim, iş başı eğitim, toplum yararına programlar (TYP) ve girişimcilik kursları düzenlenmektedir. İŞKUR, işsizliği engel olmak ve kadınların ekonomiye katkı sunması amacıyla iş başı eğitim programına katılacak kadınlara iş bulma desteği ve günlük 77 TL harçlık, çocuklu kadınlara ekstradan 400 TL de çocuk bakım desteği vermektedir. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı ile Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı, İŞKUR ve OPET iş birliğinde hayata geçirilen ve 2020'e kadar sürecek proje kapsamında OPET her istasyonunda 2 kadın çalıştıracak, toplamda 3 bin 500 kadın istihdam edilecektir (İŞKUR, 2018).

2.1.8.8. Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB)

KOSGEB (1990) Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı bünyesinde kurulmuştur. Kurulma nedenlerinin başında ülkenin ekonomik ve sosyal ihtiyaçlarını karşılamada küçük ve orta ölçekli kuruluşların payını ve etkinliğini arttırmak gelmektedir. Bunun yanı sıra girişimcilerin rekabet güçlerinin geliştirilmesi bu yolda destek ve hizmet sunarak rollerini arttırmaya çalışmak için kurulmuştur. Girişimcilik kültürünün geliştirilmesi ve yaygın hale getirilmesini sağlamak için uygun önlemlerin alınması, girişimcileri desteklemek bu organizasyonun görevlerindedir (KOSGEB, 2019).

Başarı elde edecek işletmelerin kurulması girişimciliği yaygınlaştırmak için KOSGEB destek sağlamaktadır. Bu amaçla KOSGEB 30 Aralık 2016'da yayımladığı 2020 Girişimcilik Eylem Planı kapsamında; üye ve katılımcı ülkelerden girişimciler ile kendi destek hizmetlerini geliştirmelerini sağlamak, girişimcilik potansiyelini artırmak,

girişimcinin önündeki engelleri kaldırmak, mentörlük hizmeti vermek, iş geliştirmek eğitim programları uygulamak ve girişimcilik kültürünü yaymayı amaçlamaktadır (KOSGEB, 2016). KOSGEB ayrıca Kadın Girişimciliğini Geliştirme Avrupa Ağı-WES'in üyesi ve ulusal koordinatörüdür.

2.1.8.9. Türkiye Esnaf ve Sanatkârlar Konfederasyonu (TESK)

TESK, 1953 yılında kurulmuştur. Esnaf ve Sanatkârlar odaları, birlikler ve federasyonlar arasında birliği temin, gelişme ve ilerlemeyi sağlamak, meslekî eğitimleri geliştirmek, esnaf ve sanatkârları ulusal ve uluslararası düzeyde temsil etmek karşılaşılan sorunlara çözüm üretmek için uluslararası kurum ve kuruluşlara gerekli girişimlerde bulunmak başlıca amaçlarındandır. TESK ayrıca, işletmelere gerekli belgeleri sağlamak, çıraklık yasalarına uygunluk durumlarını araştırmak gibi düzenleyici fonksiyonları da yerine getirmektedir. TESK tarafından 2002-2009 yılları arasında uygulanan AB fonlu Kadın Girişimcilerin Desteklenmesi Projesi yürütülmüştür. Proje kapsamında 16 il de eğitim programı düzenleme ve danışmanlık hizmeti verme yoluyla küçük aile işletmelerinin kurulması kadınlar arasında girişimciliğe destek vermeyi amaçlamaktadır. Bugüne kadar toplam 25 ilde, yaklaşık 6,300 kadına eğitim, 3,000 kadına da danışmanlık hizmeti verilmiştir (TESK).

2.1.8.10. Türkiye Genç İş Adamları Derneği (TÜGİAD)

1986 yılında kurulan (TÜGİAD) Genç İş Adamları Derneği'nin temel amaçları arasında girişimcilerin liderlik ve yaratıcılık vasfına katkıda bulunmak, sosyal sorumluluklarını geliştirmek, istihdam yaratmak, toplumunun sosyal, kültürel ve ekonomik yönde ilerlemesine katkıda bulunmak yer almaktadır. TÜGİAD; 84 ülkeden 200. 000 Genç İş Kadını ve Adamını hedef alan MAME (Akdeniz-Afrika- Orta Doğu Genç Girişimciler Ağı)'nın kurucusu ve yönetim kurulu üyesidir. Türkiye çapında 870 üyesi olan TÜGİAD'ın bu üyelerinden 120'si kadındır. TÜGİAD büyük ve orta ölçekli işletmelere, kadın girişimcilere, finansman ve pazarlama konularında destek vermektedir (TÜGİAD).

2.2. Bireysel Yenilikçilik

Bu bölümde yenilik, yenilikçilik, bireysel yenilikçilik gibi kavramlara değinilerek, kadın girişimciliği ve bireysel yenilikçilik ile ilgili yapılan çalışmalara yer verilecektir.

2.2.1.Yenilik (İnovasyon) kavramı ve Türleri

Yenilik, bilginin veya fikrin pazara sunulması, maliyetleri azaltma ve satışları artırma yoluyla karın artırılmasını, ürün, hizmet ve sürece dönüştürülmesini veya var olan ürün, hizmet ve kaynakların değiştirilerek farklılaştırılmasını sağlamaktır (Tekin, Durna, 2012: 74). Bir işletme, kendisi için yeni olan bir ürün veya hizmeti üretir veya yeni bir uygulama ve sistemi kullanırsa, yenilik faaliyeti gerçekleştirmiş sayılır. Yenilik faaliyeti, yaratıcılıkla başlayan bir süreç ve sonuçtur. Süreç olarak yenilik, organizasyoneldeğişimin özel bir durumunu veya yeni bir ürünü üretmek için gerçekleştirilen faaliyetleri kapsarken, sonuç olarak yenilik, faaliyetler sonucunda elde edilen yeni veya iyileştirilmiş ürün ve hizmetleri kapsamaktadır (Naktiyok, 2007: 213).

Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (The Organisation for Economic Co-operation and Development -OECD) Oslo klavuzuna göre yenilikçilik, dört ayrı kategoriye ayrılmış olup bunlar aşağıda verilmiştir (OECD, 2005).

- *Ürün/Hizmet Yeniliği*: tüketicilerin ihtiyaç ve beklentilerini karşılayacak yeniden tasarlanmış ürünlerin geliştirilmesi ve sunumunu kapsamaktadır (Damanpour, 1996: 698). Ürün yeniliği, mevcut özellikleri veya öngörülen kullanımlarına göre yeni ya da önemli derecede iyileştirilmiş bir mal veya hizmetin ortaya konulması olarak da kabul edilmektedir.
- *Süreç Yeniliği*; firmaların piyasa koşullarında meydana gelen değişime ayak uydurabilmeleri ve rekabet avantajı sağlamaları hem müşterilerine sundukları ürün ve hizmetlerde, hem de bu ürün ve hizmetleri meydana getirirken uyguladıkları süreçlerde yaptıkları yeniliklerdir (Seyrek vd., 2007).
- *Pazarlama Yeniliği*: bir ürün ve/veya hizmette gerçekleştirilen yeniliklerden çok daha fazlasını ifade eden bir kavramdır. Pazarlama yeniliği 4P olarak

adlandırılan (ürün, fiyat, dağıtım, tutundurma) pazarlama karması elemanlarının tümünde gerçekleştirilecek yenilikleri kapsamaktadır (Eskiler vd., 2011).

- *Organizasyonel Yenilik*: firmanın ticari uygulamalarında, işyeri organizasyonunda veya dış ilişkilerinde, firmada daha önce kullanılmamış ve yönetim tarafından alınan stratejik kararların bir sonucu olan yeni bir organizasyonel yöntemin uygulanmasıdır (OECD, 2005: 55).

2.2.2. Bireysel Yenilikçilik kavramı

Her geçen gün globalleşen dünyada rekabet içine giren işletmeler, kişinin yenilik içindeki rolünün kabullenilmesi ile işçilerinden daha farklı şekildeki becerilere sahip olmalarını beklemeye başlamıştır (Tabak vd., 2010). Yenilikçilik ise bu becerilerden bir tanesi olarak gösterilebilir. De Jong ve Den Hartog (2007) tarafından bildirilen şekilde, bireysel yenilikçilik, devamlı iyileştirme programları, toplam kalite yönetimi, Kaizen, örgütsel öğrenme ve kurumsal girişim de dâhil olmak üzere pek çok tanınan yönetim ilkesinin merkezinde konumlanmaktadır.

Literatüre bakıldığında bireysel yenilikçiliğin tanımlarına aşağıda yer verilmiştir:

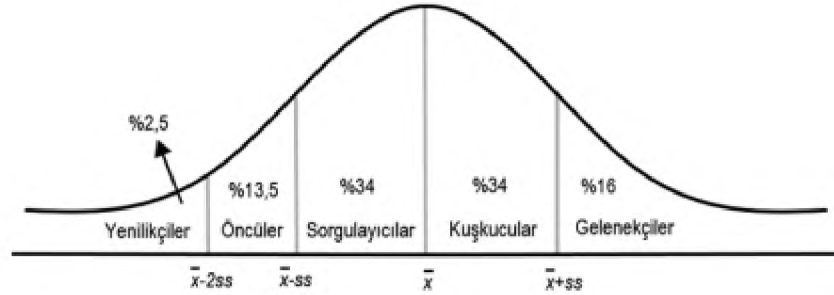
- Değişime karşı gösterilen arzudur (Hurt ve ark., 1977).
- Kişinin bilinen faaliyetlerini değiştirme arzusunun ifade eden, sosyal şekilde yapılandırılan, kısmen devamlı, inovasyona bağlı olan bir özelliktir (Van Braak, 2001).
- Yeni oluşan bir fikrin örgüt etkinliklerine dahil edilmesi ve uygulanması, sonuçta ise örgütsel etkinlik ve verimliliğin pozitif bir biçimde yükselip artmasıdır (Tabak vd., 2010).
- Rakiplerin büyük bir kısmından önce süreçleri, yeni teknolojileri ve düşünceleri benimseyip kabullenme ve yeni, benzersiz ürün ve hizmetleri sunmak konusundaki istekli hali ve becerisidir (McDonald, 2002: Demirel ve İskanKubba, 2014'ten).

Rogers (2003)'a göre bireysel yenilikçilik yeniliklerin yaygınlaştığı modeli kapsamında, *“bir kişinin veya birimin, yeni düşünceleri özümseyip benimsemeye sistemin içerisinde bulunan diğer üyelerinden kısmen daha erken olduğu derecedir”* (s.280).

GabrielTarde'ye ait olan *“Meydana gelen 100 yenilikten niçin 90 tanesi genellikle umutlurken 10 tanesi çoğunluk tarafından yayılmaktadır”* sorusuna yanıt bulma çabası ile yeniliklerin temeli oluşturulmuştur (Kinnunen, 1996). Bu bağlamda yayılım modellerinden biri olan Rogers'ın modeli olarak bilinen yeniliklerin yayılması modeline göre yenilik kavramı, herhangi bir sosyal sistem içerisinde yer alan üyeler arasında zamanla belirli iletişim kanalları aracılığıyla yayılmaktadır. Bu sistem içerisinde yenilik, benimseyen kişi aracılığıyla yeni olarak algılanan düşünce, nesne ya da uygulamadır. Yani eski bir düşünceyi kişi yeni olarak kabul ediyorsa bu yenilik olarak tanımlanır. Böyle bir durumda, kişinin bir dönem bildiği ancak henüz pozitif veya negatif herhangi bir tutum oluşturulmamış bir yenilik, kişi ona olumlu tutum oluşturuncaya kadar yenilik olarak adlandırılmayacaktır. Bu nedenle, göreceli şekilde avantajlı, gözlemlenebilir ve denenebilir, kültüre uyum sağlayan, daha kolay bir biçimde anlaşılabilen yenilikler, sosyal sistem içinde kolaylıkla benimsenecek ve böylece yayılma hızı da artacaktır. Bu noktadan bakılarak yenilik karar süreci, bir kişinin yeni bir durumu ilk kez öğrendiği andan bireyde bu yeniliğe karşı bir tutumun gelişmesine, kişinin yeniliği benimsemesi ya da bu yeniliğe karşı bir tepki oluşturarak reddetmesi kararına, bu karara onay vererek yeni fikri uygulamaya geçmesi ve kullanılmasına varıncaya kadar geçen süreyi içerisine alan süreç olarak tanımlanabilir (Rogers, 2003).

Yeniliği bilen ya da bu yenilikle daha önce karşılaşarak yeniliği deneyimlemiş bir kişinin yenilikle henüz yüz yüze gelmemiş ya da deneyimleme fırsatı bulamamış bir başka kişiye, iletişim kanalları yoluyla anlatması sayesinde yeniliğin yayılması sağlanır. Bu kanallar içerisinde kitle iletişim araçları pek çok bireye erişebilirken, kişiler arasındaki iletişim kanalları yeniliğin benimsetilmesi açısından çok daha etkilidir (Rogers, 2003). Rogers ise bu tip bir yayılma modeli kapsamında, yenilikçilik kavramının bir toplum içerisinde normal olarak dağıldığını ifade eder ve yenilikçiliği, bu

dağılım içerisinde standart sapma ve ortalama aracılığıyla beş ayrı sınıfa ayırır. Bunlar: kuşkucular, öncüler, sorgulayıcılar, yenilikçiler ve gelenekçilerdir (Şekil 3.1).



Şekil 2.1 Yenilikçilik kategorileri

Kaynak: Rogers, 2003

Şekil 2.1’de görüldüğü gibi bu dağılım içerisinde belirlenen orta, nokta sosyal sistemin yeniliği benimseme ortalamasını ifade etmektedir. Ortalamanın sol tarafında kalan bölge erken benimseyenlere, sağ tarafta kalan kısım ise yeniliği benimseme konusunda geç kalanlara ayrılmıştır. Dağılımın en sol bölgesinde sosyal sistemin %2,5’lik parçasını meydana getiren, yeniliği benimseme süreleri, ortalama benimseme süresine kıyasla en az iki standart sapma daha düşük olan yenilikçiler bulunmaktadır. Yenilikçilerden sonra, sosyal sistemin %13,5’lik parçasını oluşturan öncüler göze çarpmaktadır. Öncülerin yeniliği benimseme süreleri, ortalama benimseme süresinden en az bir en fazla iki standart sapma daha azdır. Yeniliği benimsemek konusunda erken davrananlarının son grubu ise, sosyal sistem içinde %34’lük kısımda yer alan, yeniliği benimseyip kabullenme süreleri ortalama benimseme süresinden en çok bir standart sapma daha az olan sorgulayıcılardır. Dağılımın sağ tarafında yer alan yeniliği daha geç benimseyen kategorilere göz atıldığında, ortalamanın hemen sağında yer alan, sosyal sistem içinde %34’lük parçayı meydana getiren ve yeniliği benimseme süreleri, ortalama benimseme süresine kıyasla en çok bir standart sapma daha fazla olan kuşkucuların bulunduğu görülmektedir. Dağılımın en sağ kısmında ise gelenekçiler yer alır. Gelenekçiler sosyal sistemin geriye kalan %16’lık parçasını oluşturur ve yeniliği benimseme süresi ortalama süreden en düşük bir standart sapma fazladır. Bunun yanı

sıra en uzun yenilik karar süresine sahip olan da gelenekçilerdir.

2.2.3. Yenilikçilik kategorileri

Başlıca yenilikçilik kategorilerini aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür.

- *Yenilikçiler (innovators)*: Yeni bir düşünce ya da fikir hakkında aktif bilgiyi bulmaya çalışırlar. Kitle iletişim araçlarını oldukça fazla kullanırlar. Kişiler arasındaki iletişim ağları ise oldukça geniş sayılabilir. Yeniliği benimseme kararı bakımından ilk benimseyenler arasında olduklarından, sistemin kalan üyelerinin değerlendirmelerinden de bağımsızdır. Aykırı olarak kabul edilirler. Dolayısıyla yerel sosyal sistemin kalan üyeleri onlara saygı göstermez. Buna karşın yenilikçilerin, yayılma süreci içerisinde oldukça önemli bir rolü de vardır. Bu kapsamda yeniliği sistemin sınırları dışından iç kısma aktararak sistemde yeni bir fikri başlatırlar. Bu sayede yenilikçilerin yepyeni fikir ve düşüncelerin bir sisteme aktarımı esnasında bekçi rolünü sergilerler (Rogers, 2003).
- *Öncüler (early adopters)*: Yenilikçilere kıyasla yerel sosyal sistem kavramı, onlar için çok daha tanıdıkır. Yerel sosyal sistem içinde yer alan diğer kişiler, öncülere saygı duyar. Bunun yanı sıra sistemlerin çoğunda en yüksek düzeyde görüş liderliği onlara aittir. Yenilikler bakımından sistemde rol model olarak adlandırılabilirler. Herhangi bir düşünce ya da fikri benimsenmeden önce durumu kontrol eden ilk grup, öncülerdir. Öncülerin yenilik konusunda vereceği tavsiyeler önemsenir. Bu nedenle, bir yenilik öncüler tarafından benimsendiğinde, diğer bireylerle arasında bulunan ağlar vasıtasıyla çevrelerine yenilik hakkındaki şahsi ve öznel değerlendirmelerini, yorumlarını aktararak kritik kitlenin tetiklenmesine, bu sayede yeniliğin daha yaygın bir hal alması konusunda yardımcı olurlar (Rogers, 2003). Öncüler sosyal statülerinin yanında içinde buldukları sistem normlarına uygunlukları sebebiyle de potansiyel benimseyiciler tarafından fikir liderleri olarak görülmekte ve yeniliğin benimsenmesi sürecinde rol modeli olarak algılanmaktadır. Bu sayede öncüler, sosyal sistem yapısı içerisindeki diğer bireylere örnek olmakta ve yol göstermektedir. Ancak fikir liderleri sistem normlarından uzaklaşırsa onların

toplum tarafından saygınlıkları kaybolmakta ve rol modeli olarak algılanmamaktadırlar (Fill,1995).

- *Sorgulayıcılar (earlymajority)*: Ortaya yeni çıkan bir fikri sistemin herhangi bir üyesine göre daha önce benimserler. Yenilik hakkında karar verme süreleri öncü ve yenilikçilere göre daha da uzundur. Çevreleriyle sık iletişim halindedirler. Buna rağmen fikir liderliği yaptıkları nadir görülür. Orta kategoride yer alırlar. Dolayısıyla yayılma süreci esnasında sistemin kişileri arasındaki ağlarda bağlantı kurulmasında rol oynarlar. Yenilikleri benimsemek açısından oldukça istekli görünseler de yol gösterdikleri nadirdir (Rogers, 2003). Sorgulayıcılar genel olarak, ortalama yaş, eğitim ve sosyo-ekonomik düzeye sahiptir ve kitle iletişim araçlarından orta düzeyde yararlanmaktadırlar. Sorgulayıcılar, sosyal sistem içerisinde “doğru düşünüp karar verebilen” ve “ahlaklı” olarak görülmekte ve bu özellikleri nedeniyle sosyal sistem tarafından biçimsel olmayan liderler olarak değerlendirildiği görülmektedir. Liderlikleri sosyal sistem üyeleri tarafından saygı duyulduğu sürece devam etmektedir (Beal ve Bohlen, 1956).
- *Kuşkucular (latemajority)*: Yenilik benimseme sırasına bakıldığında ortalama bir üyenin benimsemesi sonrasında onlar da yeniliği kabullenirler. Yenilikler konusunda hem temkinli hem de şüphecidirler. Sistemdeki bireylerin büyük çoğunluğu yeniliği benimsemeden yeniliği benimsememeyi tercih ederler. Bir yeniliği benimsemeleri çevrenin onlar üzerine olan baskısının artmasıyla ya da ekonomik nedenlerin onları teşvik etmesi mümkün olabilir (Rogers, 2003).Kuşkucuların genel olarak, eğitim düzeyi düşük ve yaş ortalaması yüksektir. Bu kişiler düşük düzeyde sosyal katılımcı kişiliğe sahiptirler. Kuşkucular yerel düzeyde yaşayan ve yerel ilişkilere önem veren kişiliktedirler. Bu yüzden sosyal sistemin dışındaki olaylardan çok yerel düzeydeki olaylara odaklanmaktadırlar. Kitle iletişim araçlarından çok az oranda yararlanmakta daha çok bireylerarası iletişimi tercih etmektedirler (Beal ve Bohlen, 1956).
- *Gelenekçiler (laggards)*: Bir yeniliği diğerlerine göre en son benimseyen grup

gelenekçilerdir. Bu nedenle genellikle hiçbir fikrin liderliğini yapmazlar. Bu grupta yer alan bireylerin büyük bir kısmı, geçmişle daha çok ilgili olduklarından sistemin yarattığı sosyal ağlardan oldukça uzak ve izole bir hayata sahiptir. Karar verirken burada daha öncesinde yaşanan olayları göz önünde bulundurmaya tercih ederler. Etkileşim içinde girdikleri öncelikli kişiler geleneksel anlamdaki değerlere önem verip sahip çıkan kişilerdir. Kaynakları oldukça kısıtlı olduğu ve fikri kabullenmeden önce fikrin başarılı olacağı konusunda kesin bir yargı oluşturmaları gerektiğinden, bireysel bakış açılarından yenilik karşısında direnç sergilemeleri de mantıklıdır. Ekonomik durumları istikrarlı değildir. Bu da yeniliği benimseme konusunda oldukça temkinli davranmalarını gerektirir (Rogers, 2003). Genel olarak kuşkululardan daha çok teknoloji korkusuna sahip oldukları için teknolojik konularında çok fazla desteğe gereksinim duymaktadırlar. Bu kişiler risk almayı sevmeyen, daha çok problemlere odaklanmakta, tutucu tavır sergilemekte ve olaylara daha gerçekçi yaklaşan yapıdadırlar (Geoghegan, 1995)

Rogers'a göre ise yukarıda saydığımız bu kategorilerin yaş ile dengeli ya da tutarlı herhangi bir ilişkisi yoktur. Aynı zamanda yeniliği kabullenmek konusunda erken davranan bireylerin genellikle eğitim seviyelerinin yüksek olduğu gözlemlenmiştir. Bireyin sahip olduğu sosyal statü yenilikçilik ile pozitif bir ilişki içindedir. Bunun yanı sıra yeniliği diğerlerine göre daha önce benimseyenlerin durumları daha da iyi bir hal almaktadır. Nitekim bir başka ifadeyle yenilikçilik ve bireyin sahip olduğu sosyal statü eş zamanlı bir hareket içerisindedir.

2.2.4. Bireysel yenilikçilik ile ilgili yapılan çalışmalar

Literatürde yer alan ve bireysel yenilikçilikle ilişkili olan araştırma çalışmalarından bazıları aşağıda verilmiştir.

- Summers (1971) tarafından 1971'de gerçekleştirilen çalışma, fikir önderliği ile yenilikçi davranış arasında yenilikçiliğin ürün gruplarına göre bağımsızlığı üzerinde durmayı amaçlamıştır. Bu çerçevede, Indiana Eyaleti, MarionCounty'de

yaşayan 972 ev hanımına bir çeşit anket uygulanmıştır. Anket sonucunda ulaşılan verilerin analiz edilmesi ile varılan sonuca göre, yenilikçilik ve fikir önderliği arasında tüketici ürünleri açısından güçlü sayılabilecek bir ilişkinin bulunmadığı, yenilikçiliğin gelir ve ürün katılımı ile davranışsal değerlendirmeler şeklindeki durumsal değişkenlerin bir tür fonksiyonu olarak türemiş olabileceğini belirlemişlerdir. Bunun yanı sıra, durumsal faktörlerin spesifik ürün gruplarına ve ürünlere ait olması halinde kişinin yenilikçiliğini belirli çevrelerle sınırlar çizmeye hizmet ederken, davranışsal yapısının temel yenilik eğilimi üzerinde etki sahibi olacağı üzerinde durulmuştur.

- Hurt ve ark. (1977) tarafından gerçekleştirilen çalışmada yenilikçilik kavramının ölçümünü sağlayabilmek için bir ölçek oluşturulmaya çalışılmıştır. Bireysel yenilikçiliğin kişisel bir nitelik olduğunu varsayarak, bu kavramın ölçümü için bir çeşit öz bildirim ölçeği oluşturulmaya yönelmişlerdir. Böylece, öncelikle 53 maddelik bir ölçek oluşturulmuştur. Bu ölçek, devlet okullarında çalışan 431 öğretmene ve 231 üniversite öğrencisine bir anket vasıtasıyla uygulanmıştır. Analizler sonucunda elde edilen verilere göre, ölçek içerisindeki 33 madde çıkarılarak ölçek son şeklini almıştır. Araştırma çalışması neticesinde elde edilen tek boyutlu ve 20 maddelik ölçek ile Şekil 2.1’de verilen Rogers (2003) sınıflandırmasına uygun biçimdeki sonuçlara ulaşılmıştır.
- Midgley ve Dowling (1978) ise yaptıkları çalışmada, bazı çağdaş metodolojilerin bir tür karakteristik özelliği olan yenilikçiliğin güvenilir düzeyde ölçümlerini gerçekleştirmediğini ve gerçekten de yenilikçiliğin hem tanımı hem de ölçümü ile ilişkili var olan uygulamaların pek çoğunun, aslında birbirinin kopyası şeklinde bir çeşit tekrarını oluşturduğunu öne sürerek ölçümlerin güvenilirlik düzeyini test etmeyi hedeflemişlerdir. “Yenilikçilik yenilikten yeniliğe değişim gösteren bir davranış mıdır yoksa devamlılık gösteren bir kişilik özelliği midir?” sorusunun yanıt aramaya çalışmışlardır. Bu bağlamda, literatürde yer alan 23 çalışmayı da inceleyerek, araştırmalarda tercih edilen yöntem ve ölçekleri birbiri arasında bir kıyaslama içerisine sokmuştur. Çalışma

neticesinde yenilikçiliğin, karakteristik bir kişilik özelliği (doğuştan gelen yenilikçilik) ve sözü edilen davranışın (gerçekleşen yenilikçilik) birbirine karışması yani karışımı olduğunu ifade etmişlerdir. Davranış ve özellik arasında bulunan korelasyonun da doğuştan kazanılan yenilikçiliğin, gerçekleşmiş olan yenilikçiliğe aktarıldığı süreç içerisine bağımlı bulunduğunu söylemişlerdir.

- Madran ve Esen (2002) tarafından uygulanan çalışmada, uluslararası alanda literatüre girmiş ölçeklerin bir araya getirilerek Türk tüketicilerine yapılabilecek biçimde derlenip uyarlanması hedefiyle, 289 adet üniversite öğrencisine derlenen ölçeği anket aracılığıyla uygulamışlardır. Araştırma sonucunda ulaşılan verilerin analizi ile yeni Video Compact Disc (VCD) ürünlerin yayılma ve bunun yanı sıra kabul sürecine göre benimseme grupları ve bu benimseme gruplarının birbiri arasında farklı sayılan kısımlarını tespit etmeye çalışmışlardır. Araştırma çalışması neticesinde, yenilikleri benimseme gruplarının erken çoğunluk, yenilikçiler ve geciken çoğunluk olmak üzere üç gruptan oluşan sınıflandırılması oluşturulmuştur. Bu gruplar arasında gelir seviyesi bakımından anlamlı bir farklılık söz konusuysa, cinsiyet değişkeninde anlamlı bir farklılık gözlemlenmemiştir. Yenilikçilik seviyesi yükseldikçe kitle iletişim araçlarını tercih ederek kullanma düzeyinin gelir düzeyinin artması ile ise yenilikçilik düzeyinin yükseliş içerisine girdiği belirlenmiştir.
- Yi, Fiedler ve Park (2006)'ın gerçekleştirdiği çalışmada, iki ayrı model tasarlanmıştır. Böylece bireysel yenilikçiliğin, kullanılabilirlik, kullanım kolaylığı ve uyumluluk gibi yenilik özellikleri ve davranışsal niyet arasında var olan ilişkilerin bir çeşit moderatörü olarak rolü ile inovasyon niteliklerinin direkt belirleyicisi olarak rolünü karşılaştırma yaparak incelemiştir. Aynı zamanda, bireysel yenilikçiliğin kullanım niyetini ve inovasyon özelliklerinin etkileme üzerindeki önemi ve rolü üzerinde durulmuştur. Araştırma bağlamında her bir model için farklı bir çalışma tasarlanmış ve yürütülmüştür. Öncelikli olarak gerçekleştirilen çalışmada, ABD'deki 297 lisans ve MBA öğrencisi ile 115 çalışandan oluşan toplam 412 bireyin çevrimiçi satın alma uygulamalarını anket

vasıtası ile araştırmışlardır. İkinci basamakta gerçekleştirilen çalışmada ise, 222 sağlık çalışanının bireysel dijital asistana sahip olmasını yine bir çeşit anket vasıtası ile araştırmışlardır. Yapılan çalışma neticesinde bireysel yenilikçiliğin, yenilik özellikleri ve bir yeniliğe yönelik kullanıcıların sahip oldukları niyetler hakkında kullanıcılarda gelişen algılar üzerinde etkili olma konusunda oldukça önemli bir role sahip olduğu belirlenmiştir. Gerçekleştirilen iki çalışmanın sonucu da, devamlı olarak bireysel yenilikçiliğin, kullanıcı olan bireylerin kullanım kolaylığı, kullanılabilirlik ve uyumluluk algılarının direkt bir belirleyicisi olduğunu ortaya koymuştur. Çalışmada elde edilen bulgular neticesinde, teknolojik alanda var olan yeniliklerin kabulünü daha kolay hale getirmek için benimseyen bireylerin yenilikçiliklerinin önemsenmesi ve dikkate alınması gerektiği sonucuna varılmıştır.

- Könings vd., (2007) 'in hazırladığı çalışmada, öğretmenlerin yenilikçi bir öğrenme ortamını nasıl arzuladıkları, algıladıkları ve takdir ettikleri konusundaki sorularını yanıtlamayı ve öğretmenlere ait olan bakış açıları ile onlara özgü olan öğretme yaklaşımları arasındaki ilişkiyle öğretmenlerin öğretme konusundaki tecrübesi, cinsiyet ve ders saatleri ile olası ilişkiler üzerinde incelemeler yapmayı amaçlamıştır. Bu bağlamda, Hollanda'nın güneyinde yaşayan beş ortaöğretim okulundan alınan 142 öğretmene bir anket uygulaması yapılmıştır. Çalışma sonucunda, öğretmenlerin öğrencilerin özerkliğini de kapsayacak şekilde güçlü bir öğrenme ortamının neredeyse bütün ölçülen unsurlarına pozitif değer verdiğini belirterek öğretmenlerin bugün algıladıklarından çok daha yüksek ve güçlü bir öğrenme ortamı arzuladıklarını ifade etmişlerdir. Bu sayede, yenilikçi öğrenme ortamlarının oluşturulmasında ve faaliyete geçmesinde öğretmenlerle iş birliği içerisine girilmesi gerektiği, bu sayede daha kaliteli eğitim uygulamalarının oluşturularak daha geleneksel ve klasik öğretmenlerin bir yeniliği başarıyla uygulamasına yardımcı olunabileceği sonucuna varılmıştır. Aynı zamanda öğretmenlerde var olan algıların bazı durumlarda öğretilen derslerle ilişkili olduğu, cinsiyet kavramı ile çok fazla ilgisinin bulunmadığı ve yıllar boyunca devam eden öğretmenlik tecrübesiyle ilişkilendirilemeyeceği

ortaya çıkarılmıştır.

- Tokat, Basım ve Korkmaz (2008) ise devlet kurum ve kuruluşlarında görevli olarak çalışan personelin öz yeterlilik algıları ile yenilikçilik düzeylerini ve öz yeterlilik algısının bireylerin yenilikçi tutum ve davranışlarına, risk alma yönelimlerine hangi şekilde etkilediğini belirlemeyi amaçlamıştır. Bu bağlamda, kamu kurumlarında çalışan 230 kişi ile birlikte bir anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Araştırma neticesinde çalışan personelin öz yeterlilik algılarının ve risk alma yönelimlerinin ortalama seviyenin üstünde, yenilikçi davranışlarının ise üst seviyede bulunduğunu belirlemişlerdir. Aynı zamanda, öz yeterliliği yüksek düzeyde olan kişilerin, diğerlerine kıyasla daha yenilikçi ve daha fazla risk alma yönelimine sahip olduğu da ulaşılan sonuçlar arasında gösterilebilir.
- 1977 yılında Katherine Joseph, H. Thomas Hurt ve Chester. D. Cook tarafından tasarlanan ve hala geçerli sayılan 20 maddeli Bireysel Yenilikçilik Ölçeğini Türkçeye uyarlamak amacıyla Kılıçer ve Odabaşı (2010) tarafından bir araştırma çalışması gerçekleştirilmiştir. Bu çerçevede ölçeği Türkçeye tercüme ederek 343 üniversite öğrencisi üzerinde güvenilirlik ve geçerlilik çalışması uygulamışlardır. Ortaya konan analizler sonucunda, uyarlaması gerçekleştirilen ölçeğin yenilikçilik ile ilişkili Türkçe akademik çalışmalarda kullanılabilir olduğu sonucuna ulaşılmıştır.
- Yılmaz ve ark. (2014) yaptıkları çalışmada, eğitim fakültesi ilköğretim bölümünde öğrenim gören öğretmen adaylarının mesleki yenilikçilik eğilimleri incelemişlerdir. Bu kapsamda, Dicle Üniversitesi Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi İlköğretim Bölümünde öğreniminde devam etmekte olan 512 öğrenci ile anket çalışması yapılmıştır. Çalışma neticesinde, Sosyal Bilgiler Öğretmenliği adaylarının mesleki yenilikçilik yöneliminden elde ettikleri puanların fen bilgisi, matematik ve sınıf öğretmenliği adaylarınınkine kıyasla çok daha fazla olduğu; kadın öğretmen adaylarının, mesleki açıdan erkek öğretmen adaylarına göre çok daha yenilikçi yönelimlere sahip olduğu, mesleki yenilikçilik eğiliminin,

eğitimin ikinci sınıfında neredeyse kısmen yükselişe geçmektekenüçüncü ve dördüncü sınıfta bir düşüş gösterdiği belirlenmiştir. Bunun yanı sıra, sosyo-ekonomik seviyesini orta seviye olarak algılayan öğretmen adayları ile sosyo-ekonomik düzeyini daha düşük olarak kabul eden öğretmen adayları arasında, mesleki yenilikçilik yönelimi bakımından, sosyo-ekonomik seviyesini orta olarak kabul eden öğretmen adaylarının lehine anlamlı kabul edilebilecek bir farklılık olduğu da ortaya konan sonuçlar arasındadır.

- Yıldırım (2021) tarafından yapılan çalışmada, ortaokul öğretmenlerine yönelik yaşamboyu öğrenme düzeyleri ile bireysel yenilikçilik düzeyleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Bu kapsamda 270 kadın ve 94 erkek öğretmene ulaşılmıştır. Çalışmanın sonucunda ise yaşam boyu öğrenme düzeyi arttıkça fikir önderliği, deneyime açıklık ve risk alma davranışlarının artış göstermekte olduğu, değişime direnç davranışlarının ise düşüş göstermekte olduğu bulunmuştur.
- Tugay (2021) tarafından yapılan çalışmada, İstanbul ilinde otellerde çalışan mutfak şeflerinin hizmet yeniliği performansı ve bireysel yenilikçilik hareketleri değerlendirilmiştir. Bu bağlamda 331 mutfak şefine ulaşılmıştır. Araştırmanın sonucunda; bireysel yenilikçilik düzeyinin alt boyutları olan değişime direnç, değişime açıklık ve risk alma ile hizmet yeniliği performansının alt boyutları olan çalışan iş birliği, çalışanların süreç ve kaynak oluşturma davranışı, çalışanların yenilikçi hizmet davranışı ve yeni hizmet geliştirme arasında anlamlı bir ilişki olduğu ortaya çıkarılmıştır. Bireysel yenilikçilik düzeyi alt boyutlarından fikir önderliği ile hizmet yeniliği performansının alt boyutları olan çalışanların süreç ve kaynak oluşturma davranışı ve çalışanların yenilikçi hizmet davranışı arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca bireysel yenilikçilik düzeyinin alt boyutlarından değişime direnç ve değişime açıklığın hizmet yeniliği performansının alt boyutları olan çalışan iş birliği, çalışanların süreç ve kaynak oluşturma davranışı, çalışanların yenilikçi hizmet davranışı ve yeni hizmet geliştirme üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu ortaya çıkarılmıştır. Bireysel yenilikçilik düzeyi alt boyutlarından risk almanın, hizmet yeniliği

performansı alt boyutlarından yenilikçi hizmet davranışı ve yeni hizmet geliştirme üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir.

- Keskin (2021) tarafından yapılan çalışmada, fen bilimleri öğretmenlerinin bireysel yenilikçilik düzeyleri ölçümlenmiştir. Çalışma kapsamında 217 fen bilimleri öğretmenine ulaşılmıştır. Araştırma sonucunda fen bilimleri öğretmenlerinin bireysel yenilikçilik kategorisi bakımından çoğunluğu 'öncü' kategorisinde bulunmuştur. Araştırmada bireysel yenilikçilik düzeyleri bakımından çoğunluğun yüksek düzeyde yenilikçi olduğu ortaya konulmuştur.
- Akdeniz (2020) tarafından yapılan çalışmada, Konya'da eğitim-öğretime devam eden özel okullarda bulunan 40 öğretmenin İnovasyon eğitim programının bireysel yenilikçilik davranışlarına ne yönde etki ettiği incelenmiştir. Çalışmanın sonucunda deney grubu ön-test ve son-test puanları karşılaştırılmış ve iki test arasında anlamlı bir farkın olduğu, katılımcıların bireysel yenilikçilik davranışlarında pozitif yönde bir artış olduğu tespit edilmiştir. Kontrol grubuna yapılan ön-test ve son-test puanları arasındaki ilişkide ise anlamlı bir farklılaşmanın olmadığı, katılımcıların bireysel yenilikçilik davranışlarında artış ya da azalma görülmediği tespit edilmiştir. Bu da inovasyonu geliştirmeye yönelik eğitim programı'nın öğretmenlerin bireysel yenilikçilik davranışlarına olumlu yönde katkı sağladığını göstermiştir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

GİNE'DE KADIN GİRİŞİMCİLERİN BİREYSEL YENİLİKÇİLİK DÜZEYLERİNİN BELİRLENMESİ VE SOSYO-DEMOGRAFİK DEĞİŞKENLERLE İLİŞKİSİNİ BELİRLEMeye YÖNELİK BİR ÇALIŞMA

3.1.Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bir ülkede kaynakların etkin kullanılması açısından kadınların çalışma hayatına ve girişimcilik faaliyetlerine katılmaları çok önemlidir. Gine'de toplam nüfusun %49,5'i kadınlardan oluştuğu göz önüne alındığında kadın girişimciliğinin artırılması, teknoloji ve yenilik odaklı fikirlerin istihdama ve ürünlere dönüşmesi, daha da önem kazanmaktadır.

Buradan hareketle çalışmanın amacı, Gine'de kadın girişimcilerin bireysel yenilikçilik düzeylerini belirlemek ve bunun sosyo-demografik değişkenler arasındaki ilişkisini ortaya koymaktır. Elde edilecek sonuçların ilgili kurum ve kuruluşlara izlenecek politikalar açısından yol göstermesi, akademik çevre için ise yeni çalışmalara bir katkı sağlaması beklenmektedir.

3.2.Araştırmanın Yöntemi

Kadın girişimcilerin bireysel yenilikçilik düzeylerinin araştırıldığı bu çalışmada verilerin elde edilmesi amacıyla nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği kullanılmıştır. Çalışmanın evrenini Gine'deki kadın girişimciler oluşturmaktadır. Örneklem büyüklüğünün hesaplanmasında Yazıcıoğlu ve Erdoğan (2014:89) tarafından önerilen örneklem tablosu kullanılmıştır. Söz konusu tablo %5 anlamlılık düzeyi ve $\pm\%5$ hata oranında evren büyüklüğünün yüz milyon olması durumunda bile örneklem büyüklüğünü 384 olarak vermektedir.

Buradan hareketle Gine'nin Konakri ve kindia bölgelerinde basit tesadüfi örnekleme yöntemi ile seçilen toplam 550 kadın girişimciye anket formu dağıtılmış 480 katılımcıdan geri dönüş alınmıştır. Toplam anketlerden 130 adedi yanlış ve eksik doldurulmuş olması nedeni ile iptal edilmiştir. Geçerli ve analize dâhil edilen anket sayısı 350 adettir. Veriler 07.10.2021-12.03.2022 tarihleri arasında yüz yüze görüşme ve e-posta yoluyla toplanmış, SPSS – 22 (Statistical Package for Social Sciences- 22) programı ile analiz edilmiştir.

3.3. Araştırmada kullanılan veri toplama araçları

Çalışmada veri toplama aracı olarak kullanılan anket formu, iki bölümden oluşmaktadır. Anket formunun ilk bölümü kadın girişimcilerin sosyo-demografik özelliklerini tespit etmek amacıyla medeni durumlarını, çocuk sahibi olup olmadıklarını, çocukları varsa sayısını, yaşlarını, yaşadıkları yeri, yaşadıkları ortamı ve eğitim durumlarını sorgulayan yedi adet maddeden oluşmaktadır.

Anket formunun ikinci bölümünde ise Hurt vd. (1977) tarafından geliştirilip Kılıçer ve Odabaşı (2010) tarafından Türkçeye uyarlaması yapılan “*Bireysel Yenilikçilik Ölçeği*” yer almaktadır. BYÖ katılımcıların özelliklerine ilişkin beşli likert ölçeğine göre hazırlanmış (1.Kesinlikle katılmıyorum, 2.Katılmıyorum,3. Karasızım, 4.Katılıyorum, 5.Kesinlikle katılıyorum) 20 soru bulunmaktadır. Gine’de kullanılan dil Fransızca olduğundan dolayı anket formu Fransızcaya çevrilerek uygulanmıştır. (Bknz. Ek-2)

Ölçekteki maddelerden on ikisi (1, 2, 3, 5, 8, 9,11,12,14,16,18 ve 19. maddeler) pozitif, sekizi (4,6,7,10,13,15 ve 17. maddeler) negatif ifadelerden oluşmaktadır. Ölçekte yer alan pozitif maddelerden alınan toplam puandan negatif maddelerden alınan toplam puanın çıkarılması ile elde edilen değere 42 puan eklenmesi ile, katılımcıların “Bireysel Yenilikçilik Puanı-BYP” hesaplanmaktadır.

$$BYP = 42 + (\text{Pozitif İfadelerin toplamı}) - (\text{Negatif ifadelerin toplamı})$$

Buna göre ölçekte en düşük 14, en yüksek 94 puan alınabilmektedir. Katılımcılar aldıkları BYP’na göre beş kategoride ve üç düzeyde tanımlanmakta olup bunlar Tablo 3.1’de gösterilmiştir.

Tablo 3.1. Bireysel Yenilikçilik Ölçeği Puanları

Kategoriler ve Düzeyler	Tanımlamalar	Ortalama BYP Aralığı
Kategoriler	Yenilikçi	80>
	Öncü	69-80
	Sorgulayıcı	57-68
	Şüpheli	46-56
	Gelenekçi	<46
Düzeyler	Yüksek Düzeyde Yenilikçi	68>
	Orta Düzeyde Yenilikçi	64-68
	Düşük Düzeyde Yenilikçi	<64

Kılıçer ve Odabaşı (2010) yaptıkları BYÖ faktör analizi sonucunda yenilikçiliğin dört alt boyutunun varlığını ortaya koymuşlar, bunlara sırasıyla “Değişime direnç”, “Fikir önderliği”, “Deneyime açıklık” ve “Risk alma” isimlerini vermişlerdir (Kılıçer ve Odabaşı, 2010: 157).

Tablo 3.2’den de görüldüğü gibi BYÖ’ne ilişkin hesaplanan “Değişime direnç” boyutu sekiz maddeden, “Fikir önderliği” boyutu beş maddeden, “Deneyime açıklık” boyutu beş maddeden ve “Risk alma” boyutu ise iki maddeden oluşmaktadır.

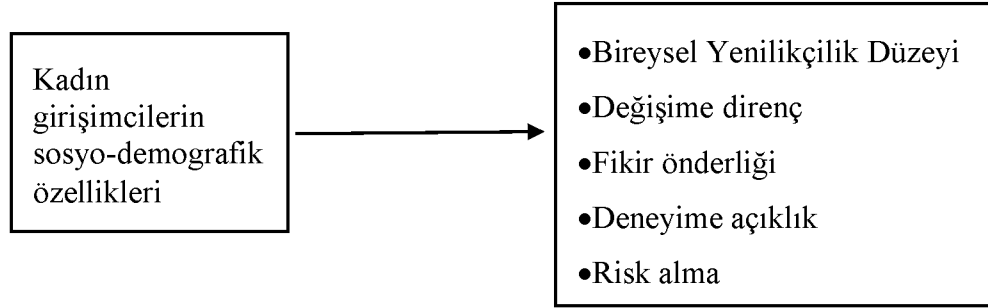
Tablo 3.2. Bireysel Yenilikçilik Ölçeği Alt Boyutları

Boyutlar	Madde Dağılımı
Değişime direnç	4, 6, 7, 10, 13, 15, 17 ve 20
Fikir önderliği	1, 8, 9, 11 ve 12
Deneyime açıklık	2, 3, 5, 14 ve 18
Risk alma	16 ve 19

Değişime direnç boyutuna ait maddeler olumsuz ifadelerden oluşurken diğer boyutlara ait maddeler olumlu ifadelerden oluşmaktadır.

3.4. Araştırmanın modeli ve hipotezleri

Araştırmanın modeli, Şekil3.1 de gösterildiği gibi kadın girişimcilerin sosyo-demografik özellikleri ile bireysel yenilikçilik düzeyleri olmak üzere iki değişken veriyi içermektedir.



Şekil 3.1. Araştırmanın Modeli

Çalışmanın bağımlı değişkeni, BYÖ'den elde edilen değişime direnç, fikir önderliği, deneyime açıklık ve risk alma alt boyutları ile bireysel yenilikçilik düzeyi verilerinden oluşmaktadır. Bağımsız değişken ise kadın girişimcilerin sosyo-demografik özellikleridir. Çalışmada kadın girişimcilerin sosyo-demografik özellikleri ile bireysel yenilikçilik düzeyleri arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla aşağıda tanımlanan sekiz adet hipotez oluşturulmuştur.

H₁: Kadın girişimcilerin medeni durumları ile bireysel yenilikçilik düzeyi ve alt boyutları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₂: Kadın girişimcilerin çocuk sahibi olup olmamaları durumu ile bireysel yenilikçilik düzeyi ve alt boyutları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₃:Kadın girişimcilerin sahip oldukları çocuk sayısı ile bireysel yenilikçilik düzeyi ve alt boyutları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₄:Kadın girişimcilerin yaşları ile bireysel yenilikçilik düzeyi ve alt boyutları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₅:Kadın girişimcilerin yaşadıkları yer ile bireysel yenilikçilik düzeyi ve alt boyutları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₆:Kadın girişimcilerin yaşadıkları ortam ile bireysel yenilikçilik düzeyi ve alt boyutları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₇:Kadın girişimcilerin eğitim durumları ile bireysel yenilikçilik düzeyi ve alt boyutları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

3.5.Verilerin analizi ve bulgular

Verilerin istatistiksel analizi, SPSS 22 programı ile yapılmıştır. Katılımcıların BYÖ'den aldıkları puanlara göre bireysel yenilikçilik düzeylerinin ve alt boyutlarının belirlenmesinde betimsel istatistikler (yüzde, ortalama, standart sapma) kullanılmıştır. Katılımcılara ait niceliksel verilerin karşılaştırılması, veriler normal dağılım gösterdiği için iki grup arasındaki karşılaştırmalar için t-testi ile, ikiden fazla gruplar arası karşılaştırmalar için ise tek yönlü varyans (ANOVA) analizi ile yapılmıştır. Çalışmada kullanılan ölçeğin güvenilirlik düzeyinin belirlenmesi için güvenilirlik analizi yapılmış ve cronbach alfa katsayısı elde edilmiştir. Cronbach's Alfa Katsayısının değerlendirilmesinde uyulan değerlendirme ölçütü şöyledir (Alpar, 2017: 784);

3.5.1. Normallik Testleri

Ölçeğin bireysel yenilikçilik düzeyi ve alt boyutlarının normal dağılıma uygunluğu Kolmogrov-Smirnov ve Shapiro Wilk testi ile incelenmiş, sonuçlar tablo 3.3'te verilmiştir.

Tablo 3.3. Bireysel Yenilikçilik Düzeyi ve Alt Boyutlara Ait Normallik Testleri

	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	Değer	sd	p	Değer	sd	p
Değişme Direnç	0,115	350	0,120	0,973	350	0,154
Fikir Önderliği	0,141	350	0,114	0,971	350	0,162
Deneyime Açıklık	0,104	350	0,264	0,976	350	0,228
Risk Alma	0,265	350	0,109	0,886	350	0,110
Bireysel Yenilik Düzeyi	0,085	350	0,239	0,983	350	0,225

Test sonuçlarına göre ölçek alt boyutlarının normal dağılıma uygunluk gösterdiği görülmüştür ($p>0,05$).

3.5.2. Güvenirlik Analizi

Çalışmada kullanılan ölçeğin güvenilirlik düzeyinin belirlenmesi için güvenilirlik analizi yapılmış ve Chronbach Alpha katsayıları elde edilmiştir. Chronbach Alpha katsayısının değerlendirilmesinde uyulan değerlendirme ölçütü şöyledir (Alpar, 2017: 784):

$0.00 \leq \alpha < 0.40$ ise ölçek güvenilir değildir.

$0.40 \leq \alpha < 0.60$ ise ölçek düşük güvenilirliktedir.

$0.60 \leq \alpha < 0.80$ ise ölçek oldukça güveniliridir.

$0.80 \leq \alpha < 1.00$ ise ölçek yüksek derecede güveniliridir.

Tablo 3.4. Bireysel Yenilikçilik Düzeyi ve Alt Boyutlara Ait Chronbach Alpha Katsayıları

Ölçekler	Chronbach Alpha, α
Bireysel Yenilikçilik Düzeyi	0,912
Değişime Direnç	0,932
Fikir Önderliği	0,887
Deneyime Açıklık	0,725
Risk Alma	0,899

Tablo 3.4. çalışmadaki ölçeklere ait elde edilen Chronbach Alfa katsayılarını vermektedir. Buna göre bireysel yenilikçilik düzeyi ve alt boyutları olan değişime direnç, fikir önderliği ve risk alma ölçekleri için Chronbach Alfa katsayıları $0.80 \leq \alpha < 1.00$ aralığında olduğundan ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğu görülmektedir. Deneyime açıklık ölçeğinin katsayısı ise 0,725 olarak elde edilmiştir ve ölçek oldukça güveniliridir.

3.5.3. Demografik Bilgilerin Dağılımı

Katılımcılara ait sosyo-demografik değişkenlerin dağılımı, frekans analizi ile

incelenmiş olup sonuçlar Tablo 3.5'te verilmiştir..

Tablo3.5.Katılımcıların Demografik Bilgilerin Dağılımı

Sosyo-Demografik Değişkenler		n	%
Medeni Durum	Bekâr	155	44,3
	Evli	195	55,7
	Toplam	350	100,0
Çocuk varlığı	Evet	174	49,7
	Hayır	176	50,3
	Toplam	350	100,0
Çocuk sayısı	1 ila 2	101	58,0
	3 ila 4	47	27,0
	5 ila 6	19	10,9
	6+	7	4,0
	Toplam	174	100,0
Yaş	18-25	57	16,3
	26-35	123	35,1
	36-45	114	32,6
	46-55	40	11,4
	55+	16	4,6
	Toplam	350	100,0
Yaşanılan yer	Kasaba-köy	3	,9
	İlçe	21	6,0
	Alt vilayet	2	,6
	Şehir	79	22,6
	Büyükşehir	245	70,0
	Toplam	350	100,0
Yaşanılan ortam	Tek başına	56	16,0
	Aile ile	294	84,0
	Toplam	350	100,0
Eğitim düzeyi	Okuryazar	40	11,4
	İlköğretim	24	6,9
	Lise	50	14,3
	Ön lisans-Lisans	199	56,9
	Lisansüstü	37	10,6
	Toplam	350	100,0
Gelir düzeyi	Çok düşük	10	2,9
	Düşük	61	17,4
	Orta	205	58,6
	Yüksek	64	18,3
	Çok yüksek	10	2,9
	Toplam	350	100,0

Buna göre katılımcıların medeni durumlarına göre dağılımı incelendiğinde %44,3'ünün bekar, %55,7'sinin ise evli olduğu görülmektedir. Çocukları olanların oranı %49,7, çocuğu olmayanların oranı %50,3'tür. Çocuğu olanlarda çocuk sayısı dağılımı incelendiğinde 1-2 çocuğu olanların oranı %58, 3-4 çocuğu olanların oranı %27, 5-6 çocuğu olanların oranı %10,9 olup, 6 dan fazla çocuğu olanların oranı %4'tür.

Katılımcıların yaş gruplarına göre dağılımında 18-25 yaş grubu kişilerin oranı %16,3, 26-35 yaş grubu kişilerin oranı %35,1, 36-45 yaş grubu kişilerin oranı %32,6, 46-55 yaş grubu kişilerin oranı %11,4 olup 55+ yaş grubu kişilerin oranı %4,6'dır.

Katılımcıların %0,9'u kasabada ve köyde yaşamaktadır. İlçede yaşayanların oranı %6, alt vilayette yaşayanların oranı %0,6, şehirde yaşayanların oranı %22,6 olup büyükşehirde yaşayanların oranı %70'dir. Katılımcıların %16'sı tek başına yaşarken, %84'ü ailesi ile birlikte yaşamaktadır.

Çalışmaya dâhilolan kadın girişimcilerin %11,4'ü okuryazar iken %9,6'u ilköğretim mezunudur. Lise mezunu olanların oranı %14,3, önlisans-lisans mezunu olanların oranı %56,9 ve lisansüstü mezunlarının oranı ise %10,6'dır.

3.5.4. Bireysel Yenilikçilik Ölçeği Maddelerine Katılım Düzeyleri Dağılımı

Bireysel yenilikçilik ölçeği maddelerine katılım düzeyleri frekans analizi ile incelenmiş ve sonuçlar Tablo 3.6'te gösterilmiştir.

Tablo 3.6.Bireysel Yenilikçilik Ölçeği Maddelerine Katılım Düzeyleri Dağılımı

Maddeler	Kesinlikle katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle Katılıyorum	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Arkadaşlarım öneri veya bilgi almak için sık sık bana başvururlar	10	2,9%	23	6,6%	61	17,4%	231	66,0%	25	7,1%
Yeni fikirleri denemekten hoşlanırım	1	,3%	2	,6%	24	6,9%	250	71,4%	73	20,9%
Birşeyi yapmanın yeni yollarını ararım	2	,6%	6	1,7%	40	11,4%	198	56,6%	104	29,7%
Genellikle yeni fikirleri kabullenmekte temkinliyimdir.	9	2,6%	19	5,4%	69	19,7%	185	52,9%	68	19,4%
Bir sorunu çözerken yanıt açık olmadığı zaman çözüm için çoğu kez yeni yöntemler geliştiririm.	5	1,4%	16	4,6%	77	22,0%	203	58,0%	49	14,0%
Yeni icatlara ve yeni düşünce tarzlarına karşı şüpheciyimdir.	11	3,1%	16	4,6%	75	21,4%	198	56,6%	50	14,3%
Çevredeki insanların büyük çoğunluğunun kabul ettiğini görene kadar yeni fikirlere pek itibar etmem	23	6,6%	53	15,1%	67	19,1%	171	48,9%	36	10,3%
Arkadaş grubum içinde etkili bir birey olduğumu düşünürüm.	6	1,7%	13	3,7%	85	24,3%	174	49,7%	72	20,6%
Düşüncelerimde ve davranışlarımda kendimi yaratıcı ve özgün görürüm	1	,3%	8	2,3%	60	17,1%	205	58,6%	76	21,7%
Genellikle arkadaş grubum içinde yeni bir şeyi kabul eden son kişilerden biri olduğumu düşünüyorum	52	14,9%	113	32,3%	77	22,0%	86	24,6%	22	6,3%
Yaratıcı bir kişiliğe sahibimdir	2	,6%	4	1,1%	49	14,0%	245	70,0%	50	14,3%
Ait olduğum grubun liderlikle ilgili sorumluluklarımı almaktan hoşlanırım	12	3,4%	36	10,3%	50	14,3%	174	49,7%	78	22,3%
Çevremdeki bireylerde işe yaradığını görene kadar bir işi yapmanın yeni yollarını kabullenmekte isteksiz davranırım	20	5,7%	63	18,0%	89	25,4%	147	42,0%	31	8,9%
Düşüncelerimde ve davranışlarımda özgün olmayı heyecan verici bulurum	103	29,4%	81	23,1%	54	15,4%	82	23,4%	30	8,6%
Eski usul yaşam tarzının ve işleri eski yöntemlerle yapmanın en iyisi olduğunu	18	5,1%	16	4,6%	68	19,4%	209	59,7%	39	11,1%

düşünürüm										
Belirsizlikler ve çözülmemiş problemler beni güdüler	5	1,4%	36	10,3%	57	16,3%	203	58,0%	49	14,0%
Yenilikleri dikkate almadan önce diğer insanların o yeniliği kullandığını görmeliyim	3	,9%	9	2,6%	43	12,3%	197	56,3%	98	28,0%
Yeni fikirlere açığımdır	7	2,0%	23	6,6%	55	15,7%	182	52,0%	83	23,7%
Cevabı belirsiz sorular beni heyecanlandırır	5	1,4%	21	6,0%	38	10,9%	217	62,0%	69	19,7%
Yeni fikirlere karşı çoğunlukla şüpheliyimdir.	3	,9%	7	2,0%	39	11,1%	205	58,6%	96	27,4%

“Arkadaşlarım öneri veya bilgi almak için sık sık bana başvururlar” ifadesine kesinlikle katılmadığını belirtenlerin oranı %2,9, katılmadığını belirtenlerin oranı %6,6, kararsız olduğunu belirtenlerin oranı %17,4’tür. Katıldığını belirtenlerin oranı %66 olup kesinlikle katıldığını belirtenlerin oranı %7,1’dir.

“Yeni fikirleri denemekten hoşlanırım” ifadesine kesinlikle katılmadığını belirtenlerin oranı %0,3, katılmadığını belirtenlerin oranı %0,6, kararsız olduğunu belirtenlerin oranı %6,9’dur. Katıldığını belirtenlerin oranı %71,4 olup kesinlikle katıldığını belirtenlerin oranı %20,9’dur.

“Birşeyi yapmanın yeni yollarını ararım” ifadesine kesinlikle katılmadığını belirtenlerin oranı %0,6, katılmadığını belirtenlerin oranı %1,7, kararsız olduğunu belirtenlerin oranı %11,4’tür. Katıldığını belirtenlerin oranı %56,6 olup kesinlikle katıldığını belirtenlerin oranı %29,7’dir.

“Genellikle yeni fikirleri kabullenmekte temkinliyimdir” ifadesine kesinlikle katılmadığını belirtenlerin oranı %2,6, katılmadığını belirtenlerin oranı %5,4, kararsız olduğunu belirtenlerin oranı %19,7’dir. Katıldığını belirtenlerin oranı %52,9 olup kesinlikle katıldığını belirtenlerin oranı %19,4’tür.

“Bir sorunu çözerken yanıt açık olmadığı zaman çözüm için çoğu kez yeni yöntemler geliştiririm” ifadesine kesinlikle katılmadığını belirtenlerin oranı %1,4, katılmadığını belirtenlerin oranı %4,6, kararsız olduğunu belirtenlerin oranı %22’dir. Katıldığını belirtenlerin oranı %58 olup kesinlikle katıldığını belirtenlerin oranı %14’tür.

“*Yeni icatlara ve yeni düşünce tarzlarına karşı şüpheliyimdir*” ifadesine kesinlikle katılmadığını belirtenlerin oranı %3,1, katılmadığını belirtenlerin oranı %4,6, kararsız olduğunu belirtenlerin oranı %21,4’tür. Katıldığını belirtenlerin oranı %56,6 olup kesinlikle katıldığını belirtenlerin oranı %14,3’tür.

“*Çevredeki insanların büyük çoğunluğunun kabul ettiğini görene kadar yeni fikirlere pek itibar etmem*” ifadesine kesinlikle katılmadığını belirtenlerin oranı %6,6, katılmadığını belirtenlerin oranı %15,1, kararsız olduğunu belirtenlerin oranı %19,1’dir. Katıldığını belirtenlerin oranı %48,9 olup kesinlikle katıldığını belirtenlerin oranı %10,3’tür.

“*Arkadaş grubum içinde etkili bir birey olduğumu düşünürüm*” ifadesine kesinlikle katılmadığını belirtenlerin oranı %1,7, katılmadığını belirtenlerin oranı %3,7, kararsız olduğunu belirtenlerin oranı %24,3’tür. Katıldığını belirtenlerin oranı %49,7 olup kesinlikle katıldığını belirtenlerin oranı %20,6’dır.

“*Düşüncelerimde ve davranışlarımda kendimi yaratıcı ve özgün görürüm*” ifadesine kesinlikle katılmadığını belirtenlerin oranı %0,3, katılmadığını belirtenlerin oranı %2,3, kararsız olduğunu belirtenlerin oranı %17,1’dir. Katıldığını belirtenlerin oranı %58,6 olup kesinlikle katıldığını belirtenlerin oranı %21,7’dir.

“*Genellikle arkadaş grubum içinde yeni bir şeyi kabul eden son kişilerden biri olduğumu düşünmüyorum*” ifadesine kesinlikle katılmadığını belirtenlerin oranı %14,9, katılmadığını belirtenlerin oranı %32,3, kararsız olduğunu belirtenlerin oranı %22’dir. Katıldığını belirtenlerin oranı %24,6 olup kesinlikle katıldığını belirtenlerin oranı %6,3’tür.

“*Yaratıcı bir kişiliğe sahibimdir*” ifadesine kesinlikle katılmadığını belirtenlerin oranı %0,6, katılmadığını belirtenlerin oranı %1,1, kararsız olduğunu belirtenlerin oranı %14’tür. Katıldığını belirtenlerin oranı %70 olup kesinlikle katıldığını belirtenlerin oranı %14,3’tür.

“*Ait olduğum grubun liderlikle ilgili sorumluluklarını almaktan hoşlanırım*” ifadesine kesinlikle katılmadığını belirtenlerin oranı %3,4, katılmadığını belirtenlerin

oranı %10,3, kararsız olduğunu belirtenlerin oranı %14,3'tür. Katıldığını belirtenlerin oranı %49,7 olup kesinlikle katıldığını belirtenlerin oranı %22,3'tür.

“Çevremdeki bireylerde işe yaradığını görene kadar bir işi yapmanın yeni yollarını kabullenmekte isteksiz davranırım” ifadesine kesinlikle katılmadığını belirtenlerin oranı %5,7, katılmadığını belirtenlerin oranı %18, kararsız olduğunu belirtenlerin oranı %25,4'tür. Katıldığını belirtenlerin oranı %42 olup kesinlikle katıldığını belirtenlerin oranı %8,9'dur.

“Düşüncelerimde ve davranışlarımda özgün olmayı heyecan verici bulurum” ifadesine kesinlikle katılmadığını belirtenlerin oranı %24,9, katılmadığını belirtenlerin oranı %23,1, kararsız olduğunu belirtenlerin oranı %15,4'tür. Katıldığını belirtenlerin oranı %23,4 olup kesinlikle katıldığını belirtenlerin oranı %8,6'dır.

“Eski usul yaşam tarzının ve işleri eski yöntemlerle yapmanın en iyisi olduğunu düşünürüm” ifadesine kesinlikle katılmadığını belirtenlerin oranı %5,1, katılmadığını belirtenlerin oranı %4,6, kararsız olduğunu belirtenlerin oranı %19,4'tür. Katıldığını belirtenlerin oranı %59,7 olup kesinlikle katıldığını belirtenlerin oranı %11,1'dir.

“Belirsizlikler ve çözülmemiş problemler beni güdüler” ifadesine kesinlikle katılmadığını belirtenlerin oranı %1,4, katılmadığını belirtenlerin oranı %10,3, kararsız olduğunu belirtenlerin oranı %16,3'tür. Katıldığını belirtenlerin oranı %58 olup kesinlikle katıldığını belirtenlerin oranı %14'tür.

“Yenilikleri dikkate almadan önce diğer insanların o yeniliği kullandığını görmeliyim” ifadesine kesinlikle katılmadığını belirtenlerin oranı %0,9, katılmadığını belirtenlerin oranı %2,6, kararsız olduğunu belirtenlerin oranı %12,3'tür. Katıldığını belirtenlerin oranı %56,3 olup kesinlikle katıldığını belirtenlerin oranı %28'dir.

“Yeni fikirlere açıktır” ifadesine kesinlikle katılmadığını belirtenlerin oranı %2, katılmadığını belirtenlerin oranı %6,6, kararsız olduğunu belirtenlerin oranı %15,7'dir. Katıldığını belirtenlerin oranı %52 olup kesinlikle katıldığını belirtenlerin oranı %23,7'dir.

“Cevabı belirsiz sorular beni heyecanlandırır” ifadesine kesinlikle katılmadığını

belirtenlerin oranı %1,4, katılmadığını belirtenlerin oranı %6, kararsız olduğunu belirtenlerin oranı %10,9'dur. Katıldığını belirtenlerin oranı %62 olup kesinlikle katıldığını belirtenlerin oranı %19,7'dir.

“Yeni fikirlere karşı çoğunlukla şüpheliyimdir” ifadesine kesinlikle katılmadığını belirtenlerin oranı %0,9, katılmadığını belirtenlerin oranı %2, kararsız olduğunu belirtenlerin oranı %11,1'dir. Katıldığını belirtenlerin oranı %58,6 olup kesinlikle katıldığını belirtenlerin oranı %27,4'tür.

3.5.5. Bireysel yenilikçilik düzeyinin ve alt boyutlarının medeni duruma göre değişimi

Bireysel yenilikçilik düzeyi ile alt boyutlarının medeni duruma göre ortalamaları ve bu ortalamalar arasındaki farkın anlamlı olup olmadığının tespiti için yapılan bağımsız gruplarda t testi sonuçları, Tablo 3.7'de verilmiştir.

Tablo3.7. Bireysel Yenilikçilik Düzeyinin ve Alt Boyutlarının Medeni Duruma Göre t-Testi Sonuçları

		N	Ortalama	Std. Sapma	t	p
Değişime Direnç	Bekâr	155	26,66	3,42	1,026	0,012*
	Evli	195	29,03	3,31		
	Toplam	350	28,87	3,36		
Fikir Önderliği	Bekâr	155	19,41	2,06	1,738	0,188
	Evli	195	19,11	2,22		
	Toplam	350	19,24	2,15		
Deneyime Açıklık	Bekâr	155	18,34	2,06	2,637	0,005*
	Evli	195	16,72	2,25		
	Toplam	350	18,51	2,17		
Risk Alma	Bekâr	155	7,58	1,36	0,842	0,360
	Evli	195	7,71	1,32		
	Toplam	350	7,65	1,34		
Bireysel Yenilikçilik Düzeyi	Bekâr	155	59,05	4,33	3,919	0,051
	Evli	195	58,13	4,30		
	Toplam	350	58,54	4,33		

*p<0,05

Bağımsız gruplarda t testi sonuçlarına göre değişime dirençle deneyime açıklık

alt boyutları medeni duruma göre anlamlı düzeyde farklılık gösterirken ($p<0,05$), bireysel yenilikçilik düzeyi ile diğer alt boyutlar medeni duruma göre anlamlı düzeyde farklılık göstermemektedir. Bekâr olanların değişime dirençortalaması, evli olanlardan anlamlı derecede daha düşüktür. Bununla birlikte bekâr olanların deneyime açıklık alt boyutu ortalamaları, evli olanlardan anlamlı derecede daha yüksektir.

3.5.6. Bireysel yenilikçilik düzeyinin ve alt boyutlarının çocuk sahibi olma durumuna göre değişimi

Bireysel yenilikçilik düzeyi ile alt boyutlarının çocuk sahibi olma durumuna göre ortalamaları ve bu ortalamalar arasındaki farkın anlamlı olup olmadığının tespiti için yapılan bağımsız gruplarda t testi sonuçları Tablo 3.8’de verilmiştir.

Tablo 3.8. Bireysel Yenilikçilik Düzeyinin ve Alt Boyutlarının Çocuk Sahibi Olma Durumuna Göre t-Testi Sonuçları

		N	Ortalama	Std. Sapma	t	p
Değişime Direnç	Evet	174	28,85	3,15	0,010	0,921
	Hayır	176	28,89	3,57		
	Toplam	350	28,87	3,36		
Fikir Önderliği	Evet	174	21,22	2,25	0,045	0,833
	Hayır	176	19,27	2,06		
	Toplam	350	19,24	2,15		
Deneyime Açıklık	Evet	174	18,52	2,10	0,010	0,921
	Hayır	176	18,50	2,25		
	Toplam	350	18,51	2,17		
Risk Alma	Evet	174	8,59	1,41	0,750	0,047*
	Hayır	176	6,72	1,26		
	Toplam	350	7,65	1,34		
Bireysel Yenilikçilik Düzeyi	Evet	174	58,48	4,33	0,060	0,806
	Hayır	176	58,60	4,34		
	Toplam	350	58,54	4,33		

* $p<0,05$

Tablo 3.8’den de izlenebileceği gibi bağımsız gruplarda t testi sonuçlarına göre risk alma alt boyutu çocuk sahibi olma durumuna göre anlamlı farklılık gösterirken ($p<0,05$), diğer alt boyutlar ve bireysel yenilikçilik düzeyi anlamlı farklılık göstermemektedir ($p>0,05$). Çocuğu olanların risk alma düzeyi, çocuğu olmayanlardan

anlamalı derecede daha yüksektir.

3.5.7. Bireysel yenilikçilik düzeyinin ve alt boyutlarının çocuk sayısına göre değişimi

Tablo 3.9, bireysel yenilikçilik düzeyi ile alt boyutlarının çocuk sayısına göre ortalamaları ve bu ortalamalar arasındaki farkın anlamlı olup olmadığının tespiti için yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçlarını göstermektedir.

Buna görekatılımcıların bireysel yenilikçilik düzeyi ile alt boyutlarının çocuk sayısına göre anlamlı düzeyde farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır ($p>0,05$). Diğer bir ifade ile farklı sayıda çocukları olan kadın girişimcilerin bireysel yenilikçilik düzeyleri ve alt boyutlarının ortalamaları, aynı seviyededir.

Tablo 3.9. Bireysel Yenilikçilik Düzeyinin ve Alt Boyutlarının Çocuk Sayısına Göre Tek Yönlü Varyans (Anova) Testi Sonuçları

		N	Ortalama	Std. Sapma	F	p
Değişime Direnç	1 ila 2	101	28,88	3,34	0,459	0,711
	3 ila 4	47	28,87	2,72		
	5 ila 6	19	28,26	3,46		
	6+	7	29,86	2,19		
	Toplam	174	28,85	3,15		
Fikir Önderliği	1 ila 2	101	19,23	2,19	0,316	0,814
	3 ila 4	47	19,32	2,26		
	5 ila 6	19	19,21	2,49		
	6+	7	18,43	2,76		
	Toplam	174	19,22	2,25		
Deneyime Açıklık	1 ila 2	101	18,66	1,92	2,066	0,107
	3 ila 4	47	18,19	2,18		
	5 ila 6	19	19,11	2,11		
	6+	7	17,14	3,39		
	Toplam	174	18,52	2,10		
Risk Alma	1 ila 2	101	7,70	1,29	1,331	0,266
	3 ila 4	47	7,45	1,53		
	5 ila 6	19	7,16	1,77		
	6+	7	8,14	1,07		
	Toplam	174	7,59	1,41		
Bireysel Yenilikçilik Düzeyi	1 ila 2	101	58,71	4,30	1,272	0,285
	3 ila 4	47	58,09	4,24		
	5 ila 6	19	59,21	3,88		
	6+	7	55,86	6,07		
	Toplam	174	58,48	4,33		

3.5.8. Bireysel yenilikçilik düzeyinin ve alt boyutlarının yaş gruplarına göre değişimi

Bireysel yenilikçilik düzeyi ile alt boyutlarının yaş gruplarına göre ortalamaları ve bu ortalamalar arasındaki farkın anlamlı olup olmadığının tespiti için yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçlarını gösteren Tablo 3.10'a göre değişime direnç, deneyime açıklık ve risk alma alt boyutları, yaş gruplarına göre anlamlı düzeyde farklılık göstermektedir ($p < 0,05$).

Ölçeğin diğer alt boyutları ile bireysel yenilikçilik düzeyi ortalamaları, yaş gruplarına göre anlamlı düzeyde farklılık göstermemektedir. Anlamlı farklılık gösteren alt boyutlar için farklılığın hangi gruptan kaynaklandığını tespit etmek amacıyla Post-Hoc çoklu karşılaştırma testlerinden TUKEY testi yapılmıştır. Buna göre değişime direnç alt boyutu için 36-45, 46-55 ve 55+ yaş gruplarına ait ortalamalar 18-25 ve 26-35 yaş gruplarından anlamlı derecede daha yüksektir. Deneyime açıklık ve risk alma alt boyutu için ise 18-25 ve 26-35 yaş grubu katılımcıların ortalamalarında daha üst yaş gruplarından anlamlı derecede yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo3.10.Bireysel YenilikçilikDüzeyinin ve Alt Boyutlarının Yaş Gruplarına Göre Tek Yönlü Varyans (Anova) Testi Sonuçları

		N	Ortalama	Std. Sapma	F	p
Değişime Direnç	18-25	57	27,44	4,03	0,403	0,032*
	26-35	123	28,81	3,46		
	36-45	114	29,01	3,08		
	46-55	40	29,23	3,21		
	55+	16	29,48	2,35		
	Toplam	350	28,87	3,36		
Fikir Önderliği	18-25	57	19,75	2,44	1,880	0,113
	26-35	123	19,33	2,15		
	36-45	114	19,04	1,84		
	46-55	40	19,23	2,27		
	55+	16	18,31	2,63		
	Toplam	350	19,24	2,15		
Deneyime Açıklık	18-25	57	18,65	2,57	0,896	0,033*
	26-35	123	18,76	2,08		
	36-45	114	16,30	2,02		
	46-55	40	16,28	2,23		
	55+	16	15,25	2,29		
	Toplam	350	18,51	2,17		
Risk Alma	18-25	57	9,53	1,35	1,064	0,048*
	26-35	123	9,59	1,36		
	36-45	114	7,83	1,25		
	46-55	40	7,45	1,52		
	55+	16	7,88	1,26		
	Toplam	350	7,65	1,34		
Bireysel Yenilikçilik Düzeyi	18-25	57	59,49	5,08	1,670	0,156
	26-35	123	58,85	4,51		
	36-45	114	58,16	3,67		
	46-55	40	57,73	4,41		
	55+	16	57,50	3,67		
	Toplam	350	58,54	4,33		

*p<0,05

3.5.9. Bireysel yenilikçilik düzeyinin ve alt boyutlarının yaşanılan yere göre değişimi

Bireysel yenilikçilik düzeyi ile alt boyutları ortalamalarının yaşanılan yer değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği tek yönlü varyans analizi ile incelenmiştir. Elde edilen sonuçlar Tablo 3.11’de verilmiştir.

Tablo3.11. Bireysel Yenilikçilik Düzeyinin ve Alt Boyutlarının Yaşanılan Yere Göre Tek Yönlü Varyans (Anova) Testi Sonuçları

		N	Ortalama	Std. Sapma	F	p
Değişime Direnç	Kasaba-köy	3	29,67	3,21	0,878	0,477
	İlçe	21	29,81	2,58		
	Alt vilayet	2	27,00	1,41		
	Şehir	79	29,14	2,93		
	Büyükşehir	245	28,71	3,55		
	Toplam	350	28,87	3,36		
Fikir Önderliği	Kasaba-köy	3	18,00	2,00	0,657	0,622
	İlçe	21	18,71	2,12		
	Alt vilayet	2	20,00	1,41		
	Şehir	79	19,30	1,87		
	Büyükşehir	245	19,28	2,25		
	Toplam	350	19,24	2,15		
Deneyime Açıklık	Kasaba-köy	3	17,00	3,00	0,329	0,048*
	İlçe	21	17,29	2,10		
	Alt vilayet	2	19,50	2,12		
	Şehir	79	18,67	2,14		
	Büyükşehir	245	21,47	2,19		
	Toplam	350	18,51	2,17		
Risk Alma	Kasaba-köy	3	7,67	1,53	1,618	0,037*
	İlçe	21	7,86	1,01		
	Alt vilayet	2	9,00	0,00		
	Şehir	79	8,53	1,36		
	Büyükşehir	245	9,35	1,35		
	Toplam	350	8,65	1,34		
Bireysel Yenilik Düzeyi	Kasaba-köy	3	58,00	4,58	1,321	0,262
	İlçe	21	57,05	3,71		
	Alt vilayet	2	63,50	2,12		
	Şehir	79	58,65	3,60		
	Büyükşehir	245	58,60	4,58		
	Toplam	350	58,54	4,33		

*p<0,05

Tek yönlü varyans analizi sonuçlarına göre ölçek alt boyutlarından deneyime açıklık ve risk alma alt boyutunun yaşanılan yere göre anlamlı düzeyde farklılık gösterdiği görülürken (p<0,05), bireysel yenilikçilik düzeyi ve diğer alt boyutların anlamlı düzeyde farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır. Gruplar arasındaki farkın kaynağını belirlemek için TUKEY testi uygulanmıştır. Buna göre katılımcıların deneyime açıklık ve risk alma alt boyutlarına ait ortalamalar, alt vilayet, şehir ve büyükşehirde yaşayanlarda diğer yerleşim birimlerinde yaşayanlardan istatistiksel olarak anlamlı derecede daha yüksektir.

3.5.10. Bireysel yenilikçilik düzeyinin ve alt boyutlarının yaşanılan ortama göre değişimi

Katılımcıların yaşadıkları ortam değişkeni ile bireysel yenilikçilik düzeyleri ve alt boyutları ortalamaları arasında anlamlı düzeyde bir farklılığın bulunup bulunmadığını belirlemek amacıyla yapılan t-Testi sonuçları Tablo 3.12’de gösterilmiştir.

Tablo 3.12. Bireysel Yenilikçilik Düzeyinin ve Alt Boyutlarının Yaşanılan Ortama Göre t-Tesi Sonuçları

		N	Ortalama	Std. Sapma	t	p
Değişime Direnç	Tek başına	56	29,3	3,1	0,941	0,333
	Aile ile	294	27,8	3,4		
	Toplam	350	28,9	3,4		
Fikir Önderliği	Tek başına	56	19,2	2,1	0,031	0,861
	Aile ile	294	19,3	2,2		
	Toplam	350	19,2	2,2		
Deneyime Açıklık	Tek başına	56	19,6	2,0	0,051	0,022*
	Aile ile	294	16,5	2,2		
	Toplam	350	18,5	2,2		
Risk Alma	Tek başına	56	8,8	1,2	1,040	0,009*
	Aile ile	294	6,6	1,4		
	Toplam	350	7,7	1,3		
Bireysel Yenilikçilik Düzeyi	Tek başına	56	58,3	3,7	0,170	0,681
	Aile ile	294	58,6	4,4		
	Toplam	350	58,5	4,3		

*p<0,05

Bağımsız gruplarda t testi sonuçlarına göre, deneyime açıklık ve risk alma alt boyutlarının yaşanılan ortama göre anlamlı düzeyde farklılık gösterdiği görülürken ($p<0,05$), bireysel yenilikçilik düzeyi ve diğer alt boyutlar anlamlı farklılık göstermemektedir. Tek başına yaşayanların deneyime açıklık ve risk alma düzeyleri ailesi ile yaşayanlardan anlamlı derecede daha yüksektir.

3.5.11. Bireysel yenilikçilik düzeyinin ve alt boyutlarının eğitim durumuna göre değişimi

Tablo 3.13, katılımcıların eğitim durumları ile bireysel yenilikçilik düzeyi ve alt boyutları ortalamalarını ve bu ortalamalar arasındaki farkın anlamlı olup olmadığının tespiti için yapılan t-Testi sonuçlarını göstermektedir.

Tablo 3.13. Bireysel Yenilikçilik Düzeyinin ve Alt Boyutlarının Eğitim Durumuna Göre Tek Yönlü Varyans (Anova) Testi Sonuçları

		N	Ortalama	Std. Sapma	F	p
Değişime Direnç	Okuryazar	40	28,70	2,78	0,162	0,957
	İlköğretim	24	29,13	3,75		
	Lise	50	28,76	3,03		
	Ön lisans-Lisans	199	28,95	3,52		
	Y.Lisans	37	28,59	3,39		
	Toplam	350	28,87	3,36		
Fikir Önderliği	Okuryazar	40	18,63	2,33	2,087	0,042*
	İlköğretim	24	19,42	2,60		
	Lise	50	18,74	2,33		
	Ön lisans-Lisans	199	19,41	1,97		
	Y.Lisans	37	21,57	2,24		
	Toplam	350	19,24	2,15		
Deneyime Açıklık	Okuryazar	40	17,88	2,37	1,192	0,014*
	İlköğretim	24	18,58	1,91		
	Lise	50	18,36	1,96		
	Ön lisans-Lisans	199	18,62	2,26		
	Y.Lisans	37	20,78	1,84		
	Toplam	350	18,51	2,17		
Risk Alma	Okur yazar	40	7,53	1,30	0,174	0,952
	İlköğretim	24	7,63	0,97		
	Lise	50	7,74	1,45		
	Ön lisans-Lisans	199	7,67	1,35		
	Y.Lisans	37	7,59	1,42		
	Toplam	350	7,65	1,34		
Bireysel Yenilikçilik Düzeyi	Okur yazar	40	57,33	4,46	1,382	0,240
	İlköğretim	24	58,50	3,26		
	Lise	50	58,08	3,90		
	Ön lisans-Lisans	199	58,75	4,34		
	Y.Lisans	37	59,35	5,11		
	Toplam	350	58,54	4,33		

*p<0,05

Tek yönlü varyans analizi sonuçlarına göre fikir önderliği ve deneyime açıklık alt boyutları eğitim durumuna göre anlamlı düzeyde farklılık gösterirken ($p < 0,05$), diğer alt boyutlar ve bireysel yenilikçilik düzeyi eğitim durumuna göre anlamlı düzeyde farklılık göstermemektedir ($p > 0,05$). Anlamlı farklılık gösteren alt boyutlar için farklılığın hangi gruptan kaynaklandığını tespit etmek için yapılan TUKEY testi sonuçlarına göre lisansüstü mezunu olan katılımcıların fikir önderliği ve deneyime açıklık ortalamaları, daha alt seviyede eğitim seviyesine sahip olanlardan anlamlı derecede daha yüksektir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçişle birlikte ekonomik faaliyetler yenilikçi, yaratıcı, risk alan ve rekabetçi bir yapıya dönüşmüştür. Yaşanan bu dönüşüm içinde girişimcilik ve yenilikçilik birleşimi, gerek firma düzeyinde gerekse ulusal düzeyde rekabet avantajının sağlanması ve ekonomik büyümenin gerçekleştirilmesi açısından önem taşımaktadır. Bu bağlamda son yıllarda gelişen ve dikkat çeken konulardan birinin girişimciliğin bir alt dalı olan kadın girişimciliği olduğu gözlenmektedir.

Buradan hareketle yapılan çalışmanın amacı, Gine'deki kadın girişimcilerin sosyo-demografik değişkenleri ile bireysel yenilikçilik düzeyleri ve bireysel yenilikçilik ölçeğinin alt boyutları olan değişime direnç, fikir önderliği, deneyime açıklık ve risk alma düzeyleri arasındaki ilişkinin ortaya konmasıdır. Çalışmada nicel araştırma tekniklerinden anket yöntemi kullanılmıştır. Anket Gine'nin Konakri ve Kindia bölgelerinde basit tesadüfi örnekleme yöntemiyle seçilen 550 kadın girişimciye anket formu dağıtılmış, 480 katılımcıdan geri dönüş alınmıştır. Bunlardan 130 adet anket formu yanlış ve eksik doldurulmuş olması nedeniyle iptal edilmiştir. Geçerli ve analize dâhil edilen anket sayısı 350 adettir. Kadın girişimcilerin bireysel yenilikçilik düzeyleri ve alt boyutlarına yönelik verilerini tespit etmek amacıyla Hurt vd. (1977) tarafından geliştirilen, Kılıçer ve Odabaşı (2010) tarafından Türkçe'ye uyarlaması yapılan "*Bireysel Yenilikçilik Ölçeği*" kullanılmıştır.

Yapılan çalışma sonucunda değişime direnç ve deneyime açıklık alt boyutlarının katılımcıların medeni durumlarına göre anlamlı düzeyde farklılık gösterdiği, bireysel yenilikçilik düzeyi ile diğer alt boyutların ise anlamlı düzeyde farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre evli olanların değişime direnç ortalamaları, bekâr olanlardan anlamlı derecede daha yüksektir. Ayrıca bekâr olanların deneyime açıklık düzeylerinin evli olanlardan anlamlı derecede daha yüksek olduğu görülmüştür.

Kadın girişimcilerin bireysel yenilikçilik düzeylerinin ve alt boyutlarının çocuk sahibi olma durumuna göre değişimi incelendiğinde risk alma alt boyutunun çocuk sahibi olma durumuna göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Elde

edilen bu sonuç, çocuğu olanların risk alma düzeylerinin çocuğu olmayanlardan anlamlı derecede daha yüksek olduğunu göstermektedir. Çocuk varlığından farklı olarak katılımcıların sahip oldukları çocuk sayısı ile bireysel yenilikçilik düzeyleri ve alt boyutları arasında anlamlı düzeyde bir farklılık görülmemiştir. Başka bir ifadeyle farklı sayıda çocukları olan kadın girişimcilerin bireysel yenilikçilik düzeyleri ve alt boyutlarının ortalamaları, aynı seviyededir.

Bireysel yenilikçilik düzeyleri ile alt boyutlarının katılımcıların yaşlarına göre değişimi incelendiğinde değişime direnç, deneyime açıklık ve risk alma alt boyutlarının yaş gruplarına göre anlamlı düzeyde farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Değişime direnç alt boyutu için 36-45, 46-55 ve 55+ yaş gruplarına ait değişime direnç ortalamaları, daha alt yaş gruplarından anlamlı derecede daha yüksektir. Deneyime açıklık ve risk alma alt boyutları için ise 18-25 ve 26-35 yaş grubu katılımcıların ortalamalarının daha yüksek yaş gruplarından anlamlı derecede yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Çalışmada elde edilen bir diğer sonuç, deneyime açıklık ve risk alma alt boyutlarının kadın girişimcilerin yaşadıkları yere göre anlamlı düzeyde bir farklılık göstermiş olmasıdır. Gruplar arasındaki farkın kaynağını belirlemek amacıyla yapılan TUKEY testi sonuçları, katılımcıların deneyime açıklık ve risk alma alt boyutlarına ait ortalamaların, alt vilayet, şehir ve büyükşehirde yaşayanlarda, diğer yerleşim birimlerinde yaşayanlara kıyasla anlamlı derecede daha yüksek olduğunu göstermektedir. Yaşanılan yer ile bireysel yenilikçilik düzeyi ve diğer alt boyutları arasında ise anlamlı düzeyde bir farklılık bulunamamıştır.

Bireysel yenilikçilik düzeyi ve alt boyutlarının yaşanılan ortama göre değişimi incelendiğinde, deneyime açıklık ve risk alma alt boyutlarının yaşanılan ortama göre anlamlı düzeyde farklılık gösterdiği görülürken, bireysel yenilikçilik düzeyi ile fikir önderliği ve değişime direnç alt boyutları için anlamlı farklılık göstermemektedir. Tek başına yaşayanların deneyime açıklık ve risk alma düzeyleri, ailesi ile yaşayanlardan anlamlı derecede daha yüksektir.

Kadın girişimcilerin eğitim seviyeleri, bireysel yenilikçilik düzeylerini ve alt boyutlarını etkileyebilmektedir. Bu çalışmada fikir önderliği ve deneyime açıklık alt

boyutlarının katılımcıların eğitim durumuna göre anlamlı düzeyde farklılık gösterdiği, diğer alt boyutlar ve bireysel yenilikçilik düzeyinin ise anlamlı düzeyde farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır. Anlamlı farklılık gösteren alt boyutlar için farklılığın hangi gruptan kaynaklandığını tespit etmek için TUKEY testi uygulanmış, lisansüstü mezunu olan katılımcıların fikir önderliği ve deneyime açıklık ortalamalarının, daha alt seviyede eğitim seviyesine sahip olanlardan anlamlı derecede daha yüksek olduğu görülmüştür.

Elde edilen bu sonuçlara göre genç kadın girişimcilerin yenilikçilik eğilimlerinin daha fazla olduğu görülmektedir. Bu nedenle girişimcilik ruhuna sahip genç kadın girişimciler işletmecilik ve girişimcilik konularında eğitilmeli, gereken devlet desteği verilerek kadın girişimci sayısı artırılmalıdır. Yapılacak eğitim ve destekler, Gine ekonomisi için hem yoksulluğun azaltılmasında hem de istihdamın sorununun çözümünde rol oynayabilecektir.

Çalışma sonuçları, eğitimin bireysel yenilikçilik üzerindeki etkisini açık bir biçimde ortaya koymakta olup, Gine'deki kadın girişimcilerin eğitim seviyelerinin artırılması için yeni projelerin geliştirilmesi gerektiğini vurgulamak gerekir. Gerek kültürel gerekse mesleki eğitimler kadın girişimcilere büyük katkı sunacaktır.

KAYNAKÇA

- Ağca, V., Kurt. M. (2007) İç Girişimcilik ve Temel Belirleyicileri: Kavramsal Bir Çerçeve. *Erciyes Üniversitesi İİBF Dergisi*, 29, 83-112.
- Ağca, V., Yumuşakipek, H. D. (2015). *Günümüzde Girişimcilik Trendini Yükselten Güçler (1. Bölüm). Girişimcilik Kitabı*. Siyah İnci Akademi: İstanbul.
- Akdeniz, M. Y. (2020). *İnovasyon Eğitim Programının Öğretmenlerin Bireysel Yenilikçilik Davranışlarına Etkisi* (Doctoral dissertation, Necmettin Erbakan University (Turkey)).
- Alpar, R. (2017). *Çok Değişkenli İstatistiksel Yöntemler*. Beşinci Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Alpugan, O. (1996). *İşletme Bilimine Giriş*. Trabzon: Derya Kitabevi.
- Alpugan, O. (1998). *Küçük İşletmeler: Kavramı, Kuruluşu ve Yönetimi*. 3. Baskı. İzmir: Per Yayınları.
- Anderson A. H., Woodcock P. (1996). *Effective Entrepreneurship*. Massachusetts, Blackwell.
- Arat, N. (1986). *Kadın Sorunu*. İstanbul: Say Yayınları.
- Arıcı, Ş. A. (2021). İç Girişimcilik Algısının İşletme Başarısındaki Rolü: Karabük'teki Demir Çelik İşletmeleri Örneği. Karabük Üniversitesi İşletme ABD., Y. Lisans Tezi, Haziran, Karabük.
- Arıkan, S. (2002). *Girişimcilik Temel Kavramlar Ve Bazı Güncel Konular*, Siyasal Kitabevi, Ankara,
- Atasoy (2009). *Kendinizin Patronu Olmak: Girişimcilik*. Ankara: ODTÜ Yayıncılık.
- Aytaç, Ö. (2006). Girişimcilik: Sosyo-Kültürel Bir Perspektif. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (1), 139-160
- Beal, G. M., Bohlen, J. M. (1956). The diffusion process. Farm Foundation, *Increasing Understanding of Public Problems and Policies*, 111-121.

<http://purl.umn.edu/17351>

- Bedük, A. (2005). Türkiye’de Çalışan Kadın ve Kadın Girişimciliği. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, Bahar, 3 (12) 106-117
- Blank, S. (2013). *The Four Steps to the Epiphany* (2nd edition). K&S Ranch.
- Bozkurt, Ö. (2006). Girişimcilik Eğiliminde Kişilik Özelliklerinin Önemi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi İbrahim Bodur Girişimcilik Uygulama ve Araştırma Merkezi, Cilt 1, Sayı 2, 94-111.
- Büber, H. (2012). *Girişim Kurma Süreci*. Editör: Erdoğan, Z. Girişimcilik ve Kobiler. Ekin Basım Yayın Dağıtım, Bursa, s.91.
- Cabar, H. (2006). *Türkiye’de Girişimcilik Faktörünün Oluşmasında Etkili Faktörler ve Denizli Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi, Kütahya.
- Can, Y., Karataş, A. (2007). Yerel Ekonomilerde Kalkınmanın İtici Gücü Olarak Kadın Girişimcilerin Rolü ve Mikro Finansman: Muğla İli Örneği. *Selçuk Üniversitesi Karaman İİBF Dergisi Yerel Ekonomiler Özel Sayısı*, s. 251261.
- Çelebi, N. (1997). *Turizm Sektöründe Küçük İşyeri Örgütlerinde Kadın Girişimciler*, Ankara.
- Çelik, C. (2015). *Eko Girişimcilik* (8.Bölüm). Girişimcilik Kitabı, Siyah İnci Akademi: İstanbul.
- Çevik, E. (2006). *Girişimcilerin, Girişimcilik Tipleri ile Çalışma Amaçları Arasındaki İlişki*. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Çiçeklioğlu, H., Afşar, A. (2017). Girişimcilik Eğitimi Kurslarına Katılan Bireylerin Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimlerine Olan Etkilerinin İncelenmesi. *International Journal of Disciplines Economics and Administrative Sciences Studies*, 3(1), 1-16.

- Damanpour, F. (1996). Organizational Complexity and Innovation, Developing and Testing Multiple Contingency Models, *Management Science*, Vol. 42, May, pp.693–716.
- Demir, N. (2015). Türkiye’de Girişimcilik ve Kadın, *Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Kalkınmada Anahtar Verimlilik Dergisi*, (315) 303-324.
- Demirel, Y., Kubba, Z. İ. (2014). Örgütsel Öğrenmenin Yenilikçilik Üzerine Etkisi: Otomotiv Sektöründe Bir Araştırma. *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, 9(2), 137-151.
- Dhillon P. K. (1993). Women Entrepreneurs. Blaze Publishersand Distributors PVT
- Döm, S. (2008). *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği*, Detay Yayıncılık, Ankara, s.92.
- Dursun, B. (2013). http://personel.klu.edu.tr/dosyalar/kullanici/hahtiyar.dursun/dosyalar/dosya_ve_belgeler/Dursun_B_girisimcilik_ders_notu_gozden%20gecirilmis.pdf28/01/2020
- Ecevit, Y. (1993). *Kadın Girişimciliğin Yaygınlaşmasına Yönelik Bir Model Önerisi. Kadını Girişimciliğe Özendirme ve Destekleme Paneli, Bildiriler ve tartışmalar.* (Ed: Aypar Altınel). Devlet Bakanlığı Kadın ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğu. Eğitim Serisi, Yayın No:74, Ankara: Şafak Matbaacılık Ltd. Şti,
- Emer, B. (2019). *Batman’da Kadın Girişimciliğinin Sorunlarının İncelenmesi.* Batman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi, Batman.
- Ersarı, P. (2015). *Kadın Girişimcilerde Girişimcilik Özellikleri ve Liderlik Tarzlarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma.* (Yüksek Lisans Tezi), Gebze Teknik Üniversitesi. Gebze.
- Eskiler, E., Özmen, M. ve Uzkurt, C. (2011). Bilgi Yönetimi Pazar Odaklılık ve Pazarlama Yeniliği İlişkisi: Mobilya Sektöründe Bir Araştırma.*Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*.6.1 (2011):

31-69.

Ferreira, M. P., Reis, N. R. ve Pinto, C. F. (2017). Schumpeter's Influence on Entrepreneurship and Management. *Research Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, V.6, N.1, pp. 4-39.

Fill, C. (1995). *Marketing communications: Frameworks, theories and applications*. Harlow, Essex: Prentice-Hall.

Geoghegan, W. (1995). Stuck at the barricades: Can information technology really enter the mainstream of teaching and learning? [Elektronik versiyon]. *Change*, 27(2), 22-30.

Goffee, R., Scase, R. (1992). *Kadınlar İş Başında, Kadın Girişimcilerin Deneyimleri*, çev. Ahmet Fethi, Eti Kitapları, İstanbul.

Gödek, D.B. (1994). *Türkiye'de Küçük Girişimci Profili Ve Ostim Örneğinde Küçük Girişimcinin Değerlendirilmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Tez No: 110031, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, 1994, Ankara,

Gökdemir, A. (1995). *Türkiye'de Kadın İşgücü*. (Yüksek Lisans Tezi), İnönü Üniversitesi, Malatya.

Güney, S. (2006). Kadın Girişimciliğe Genel Bakış. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 1(1), 26.

Güney, S. , Yalçın, Ö. ve Çetin, A. (2006). Girişimcilik ve Kültür. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*. 1(2), 53-77.

Gürol, M. A. (2016). *Küresel Arena'da Girişimci ve Girişimcilik*, Ankara: Gazi Kitabevi.

Hurt, H. T., Joseph, K. ve Cook, C. D. (1977). Scales For the Measurement of Innovativeness. *Human Communication Research*, 4, pp:58-65.

Hill, N. (2011). *Think and grow rich*. Hachette UK.

Ireland, R. D., Hitt, M. A., ve Sirmon, D. G. (2003). A Model of Strategic

- Entrepreneurship: The Construct And Its Dimensions. *Journal Of Management* Vol. 29(6): 963-989.
- İçerli, L., Karadal Ş. M. (2013). *Sosyal Girişimcilik*. H. Karadal, (Ed.), Girişimcilik içinde (343-361). İstanbul: Beta Yayıncılık, s.358.
- Kadın Statüsü Genel Müdürlüğü (2019) <https://kadininstatusu.aile.gov.tr/uploads/pages/kadina-yonelik-aileicisiddetarastirmasi/2014-yili-arastirmasi.pdf>
- Kalkan, N, Kaplan, T. ve Nas, İ. , (2018). 26. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi, Karadeniz Teknik Üniversitesi. Trabzon Kalkınma Bakanlığı, 9. Kalkınma Planı: 2007-2013, Ankara.
- Karadal, H. (2016). *Girişimcilik*. İstanbul : Beta Yayınevi.
- Keskin, F. N. (2021). *Fen Bilimleri Öğretmenlerinin Bireysel Yenilikçilik Düzeylerinin İncelenmesi* (Doctoral dissertation, Kastamonu Üniversitesi).
- Keskin, S. (2014). Türkiye’de Kadın Girişimcilerin Durumu. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 9(1), 72-94.
- Kılıçer, K., Odabaşı, H. F. (2010). Bireysel Yenilikçilik Ölçeği (BYÖ): Türkçeye Uyarlama, Geçerlilik ve Güvenirlik Çalışması. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 38, ss:150-164.
- Kinnunen, J. (1996). Gabriel Tarde as a Founding Father of Innovation Diffusion Research, *Acta Sociologica*, 39 (4), s. 431-441.
- Kocacık, F., Gökkaya, V. B. , (2005). Türkiye’de Çalışan Kadınlar ve Sorunları. *C. Ü. İ. İ. B. F. Dergisi*, 6(1): 195-219.
- Koray, M. (2000). *Sosyal Politika*, Bursa: Ezgi Kitapevi. Konan, B. (2010). Türk Kadınının Siyasi Hakları Kazanma Süreci, Politikada Kadın Paneli, 9 Aralık 2010
- Könings, K. D., Brand-Gruwel, S. ve vanMerrienboer, J. J. G. (2007). Teachers’ Perspectives on Innovation: Implication for Educational Design. *Teaching and Teacher Education*, 23, 985-997.

- Kutanic, R. Ö. , (2006).*Girişimci Kadınlar*. Değişim Yayınları, İstanbul.
- Kutanic, R. Ö., Hancı, A. (2004). Kadın Girişimcileri Kişisel Özgürlük Algılamaları. 3. *Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi. Osmangazi Üniversitesi İİBF*. s. 457-464.
- Küçük, O. (2011). *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi* (5. Basım), Ankara: Seçkin Yayınları.
- Madran, C., Esen, K. (2002). Yeniliklerin Kabul Süreci; Üniversite Öğrencileri İle Yapılan Bir Pilot Çalışma. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(9), 136-152.
- Maduegbuna, A. N. (2014). Creative Destruction: The Essence of Entrepreneurial Studies. *IOSR Journal of Economics and Finance*, Volume 5, Issue 3.61-65.
- Midgley, D. F., Dowling, G. R. (1978). Innovativeness: The Concept and Its Measurement. *Journal Of Consumer Research*, 4, 229-242.
- Morgan, C.T. (1993). *Psikolojiye Giriş*, (Çev.: Hüsnü Arıcı vd.), Ankara: Hacettepe Üniversitesi Psikoloji Bölümü Yayınları.
- Naktiyok, A. (2007). Yenilik Yönelimi ve Örgütsel Faktörler. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21(2), 211-230.
- OECD, (2005). *Oslo Manual Guidelines For Collecting And Interpreting Innovation Data*, Third edition.
- Özdamar. H. İ. (2007). Kuruluş Yeri Seçiminde Görünmeyen Maliyetlerdeki Eğilimin Belirlenmesinde Kullanılan Bir Yaklaşım. *Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi* Seri: A, (2), s. 128133.
- Özdevecioğlu, M., Cingöz, A. (2009). Sosyal Girişimcilik ve Sosyal Girişimciler: Teorik Bir Çerçeve. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 32, 81-95, s.84.
- Özdevecioğlu, M., Karaca, M. (2015). Girişim ve girişimci kişilik. İstanbul : Eğitim

Yayınevi .

- Özgen, H. (1987). *Üretim Yönetimi*. Adana: Bizim Büro Basım Evi.
- Öztürk, M, D. (2016). *Türkiye 'de Kadın Girişimcilik; Kadınları Girişimciliğe Yönelten Faktörler, Karşılaştıkları Sorunlar ve Çözüm Önerileri*. (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Ticaret Üniversitesi, İstanbul.
- Rogers, E.M. (2003). *Diffusion of Innovations*, (5th ed.). The Free Press, New York.
- Seyrek, İ. H., Akgün, A. E. ve Özer, G. (2007). Süreç Yeniliği Yapan Takımların Öğrenmesine Etki Eden Faktörler ve Yenilik Çalışmasının Başarısına Etkileri. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 6.1 (2007): 17-31.Dergisi, Sayı: 17, ss:653-667.
- Sipahi, E. (1997). *Türkiye 'de Girişimcilik ve Kadın Girişimciler Üzerine Bir Araştırma*. (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Sosyal, A. (2010). Kadın Girişimcilerin Özellikleri, Karşılaştıkları Sorunlar ve İş Kuracak Kadınlara Öneriler: Kahramanmaraş İlinde Bir Araştırma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, Nisan, 5(1), s. 84-114.
- Soysal, A. (2010). Türkiye'de Kadın Girişimciler: Engeller Vve Fırsatlar Bağlamında Bir Değerlendirme. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 65(01), 83-114.
- Summers, J. O. (1971). Generalized Change Agents and Innovativeness. *Journal of Marketing Research*, 8(3), 313-316.
- Şekerler H. (2006). *Kadın Girişimciler, Karşılaştıkları Sorunlar ve Bu Sorunlara Yönelik Çözüm Önerileri*, (Yüksek Lisans Tezi), Dumlupınar Üniversitesi, Kütahya.
- Tabak, A., Erkuş, A., ve Meydan, C. H. (2010). Denetim odağı ve Yenilikçi Birey Davranışları Arasındaki İlişkiler: Belirsizliğe tolerans Ve Risk Almanın Aracılık Etkisi.
- Tahtalı, F. A. (2018). *Türkiye 'de Kadın Girişimciliği Ve Malatya Kentsel Alanda Kadın Girişimciler Üzerine Bir Araştırma*. İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler

Enstitüsü, Doktora Tezi, Malatya

- Tatlı, H., Koç, B. (2017). Çalışan Kadın Bakış Açısıyla Kadınların İş ve Aile Yaşamında Karşılaştığı Sorunlar Hakkında Bir Uygulama. *İktisadiyat*, 1(1), s. 145-170.
- Tekin, Y., Durna, U. (2012). Otel İşletmelerinde Yenilik Yönetimi Uygulamaları Alanya'da Beş ve Dört Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Araştırma. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 4(3), 93-110.
- TMMOB, (2019) <https://www.tmmob.org.tr/sayfa/cinsiyet-ayrimciligi-hak-kinda-TOBB>, <https://www.tobb.org.tr/ozetleTOBB/ozetletobb.pdf>
- Toksöz, G. (2007). İşgücü Piyasasında Toplumsal Cinsiyet Perspektifinden Analizi ve Bölgeler Arası Dengesizlikler. *Çalışma ve Toplum Dergisi*, (4), s. 57-79.
- Top, S. (2006), *Girişimcilik Keşif Süreci*, (1. Basım), Beta Basım Yayın, İstanbul.
- Tugay, O. (2021). *Otel İşletmelerinde Mutfak Şeflerinin Hizmet Yeniliği Performansı Ve Bireysel Yenilikçilik Hareketleri Üzerine Bir Araştırma: İstanbul ili örneği* (Doctoral dissertation, Necmettin Erbakan University (Turkey)).
- Underhill, P. (2012) *Neden Satın Alırız?* Çev., F. Gülfidan, İstanbul: Optimist Yayınları.
- Van Braak, J. (2001). Individual Characteristics Influencing Teachers' Class Use Of Computers. *Journal of Educational Computing Research*, 25(2), 141-157.
- Vural, T. (2004). *Yıldız Teknik Üniversitesi Yabancı Diller Yüksek Okulu Temel İngilizce Birimi hazırlık programının öğrenci, öğretim elemanı ve yöneticiler tarafından değerlendirilmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Wirth, L. (2001). Breaking through the glass ceiling: Women in management. ILO, Geneva.
- WorldDataBank, data. worldbank. org
- Yazıcıoğlu, Y., Erdoğan, S. (2014). *SPSS uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri*. Detay Yayıncılık.

- Yıldırım, Y. (2021). *OrtaokulÖğretmenlerinin Yaşam Boyu Öğrenme Düzeyleri İle Bireysel Yenilikçilik Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi* (Master's thesis, İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi).
- Yıldız, E. (2020). *Kadın girişimcilerin iş hayatına girerken yaşadığı zorluklar: Kayseri ili örneği*. Master'sThesis. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yi, M.Y., Fiedler, K.D. ve Park, J.S. (2006). Understanding the role of Individual Innovativenessin The Acceptance of it-based Innovations: Comparative Analyses of Models and Measures. *Decision Sciences*, 37(3), 393-426.
- Zerenler, M., Türker, N. ve Şahin, E. (2007), *Küresel Teknoloji, Araştırma Geliştirme (Ar-Ge) ve Yenilik İlişkisi*. Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü (Erişim: 18.05.2021) <http://guineeactuelle.com/entrepreneuriat-en-guinee-les-realites-du-secteur>
- <https://adn-nations.com/blog/actualite.php?a=26-business-meeting-pfaf-2021-adn>(Erişim: 17.04.2022)
- <https://mediaguinee.org/booster-lentrepreneuriat-feminin-en-guinee-lancement-officiel-du-projet-youthconnekt-for-women/> (Erişim: 17.04.2022)
- <https://www.africaguinee.com/articles/2021/05/06/entrepreneuriat-feminin-ecobank-guinee-lance-le-programme-ellever>(Erişim:17.04.2022)
- <https://sozluk.gov.tr/>, Erişim Tarihi: 25.06.2022

EKLER

Ek-1Anket Formu

Sayın Katılımcı;

“Kadın Girişimcilerin Bireysel Yenilikçilik Düzeyleri ve Sosyo-Demografik Değişkenlerle İlişkisi: Gine Örneği” adlı çalışma Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yenilikçilik ve Girişimcilik A.B.D. öğrencisi Djenabou SOW tarafından gerçekleştirilecektir. Araştırma Gine’de kadın girişimcilerin bireysel yenilikçilik düzeylerini tespit etmek ve bunun sosyo-demografik değişkenlerle ilişkisini belirlemek amacıyla planlanmıştır. Bu araştırmaya katılmak gönüllülük esasına dayanmaktadır. Çalışmaya katılmayı kabul ettikten sonra veri toplama formunu doldurmaya başlamış olsanız bile istemediğiniz takdirde çalışmaya katılmaktan vazgeçebilirsiniz. Formu eksiksiz doldurup araştırmacıya vermiş olmanız/göndermeniz çalışmaya katılma konusunda gönüllü olduğunuz anlamına gelmektedir.

Sizden elde edilen tüm bu bilgiler bilimsel bir araştırmada kullanılacaktır. Araştırma sonuçları kimlik belirtecek herhangi bir isim ya da işaret içermeyecektir. Bu araştırmada sizinle ilgili tutulan tüm kayıtlar gizli kalacaktır.

Bu nedenle soruların tümüne doğru ve eksiksiz yanıt vermeniz büyük önem taşımaktadır. Çalışma formu iki bölümden ve toplam 27 sorudan oluşmaktadır. Anketi tamamlamak yaklaşık 15 dk. zamanınızı alacaktır. Çalışma ile ilgili herhangi bir sorunuz olduğunda aşağıda iletişim bilgileri yer alan sorumlu araştırmacı Djenabou SOW ile çekinmeden iletişime geçebilirsiniz.

Çalışmamız için zaman ayırarak bilim dünyasına verdiğiniz katkı için teşekkürler...

Sorumlu Araştırmacının

Unvanı, Adı Soyadı:**Djenabou SOW**

Telefon Numarası:

Mail:

Katılımınız için teşekkür ederiz.

1. Medeni durumunuz: Evli Bekar

2. Çocuğunuz var mı? Evet Hayır

3. Cevabınız evet ise kaç çocuğunuz var? 1-2 3-4 5-6 7
ve daha fazla

4. Yaşınız: 18-25 26-35 36-45 46-55 56 ve üzeri

5. Yaşadığınız yer: Büyük şehir Şehir İlçe Kasaba-Köy

6. Yaşadığınız ortam:

Tek başına Eşiyle Eşi ve çocuklarıyla Anne ve babasıyla Diğer

(Lütfen belirtiniz).....

7. Eğitim Durumunuz:

Okuryazar İlköğretim Lise Önlisans-Lisans Lisansüstü

Bireysel Yenilikçilik Anketi:

Bireyler, çevrelerine farklı yollarla tepki verirler. Aşağıdaki ifadeler, bireylerin bu tepkilerinden bazılarını oluşturmaktadır. Her bir ifadeyi inceleyerek, ifadenin size uygunluğunu yandaki seçeneklerden birini işaretleyerek belirtiniz. İfadelerin doğru ya da yanlış yanıtları yoktur, lütfen ifadeyi okuduktan sonraki aklınıza gelen ilk düşünceyi işaretleyiniz.		1.Kesinlikle Katılmıyorum	2.Katılmıyorum	3.Kararsızım	4.Katılıyorum	5.Kesinlikle Katılıyorum
1	Arkadaşlarım öneri veya bilgi almak için sık sık bana başvururlar					
2	Yeni fikirleri denemekten hoşlanırım.					
3	Bir şeyi yapmanın yeni yollarını ararım.					
4	Genellikle yeni fikirleri kabullenmekte temkinliyimdir					
5	Bir sorunu çözerken yanıt açık olmadığı zaman çözüm için çoğu kez yeni yöntemler geliştiririm.					
6	Yeni icatlara ve yeni düşünce tarzlarına karşı şüpheciyimdir.					
7	Çevremdeki insanların büyük bir çoğunluğunun kabul ettiğini görene kadar yeni fikirlere pek itibar etmem.					
8	Arkadaş grubum içinde etkili bir birey olduğumu düşünürüm.					
9	Düşüncelerimde ve davranışlarımda kendimi yaratıcı ve özgün görürüm.					
10	Genellikle arkadaş grubum içinde yeni bir şeyi kabul eden son kişilerden biri olduğumu düşünüyorum					
11	Yaratıcı bir kişiye sahibimdir					
12	Ait olduğum grubun liderlikle ilgili sorumluluklarını almaktan hoşlanırım.					
13	Çevremdeki bireylerde işe yaradığını görene kadar bir işi yapmanın yeni yollarını kabullenmekte isteksiz davranırım.					
14	Düşüncelerimde ve davranışlarımda özgün olmayı heyecan verici bulurum.					
15	Eski usul yaşam tarzının ve işleri eski yöntemlerle yapmanın en iyisi olduğunu düşünürüm.					
16	Belirsizlikler ve çözülmemiş problemler beni güdüler.					
17	Yenilikleri dikkate almadan önce diğer insanların o yeniliği kullandığını görmeliyim.					
18	Yeni fikirlere açığımdır.					
19	Cevabı belirsiz sorular beni heyecanlandırır.					
20	Yeni fikirlere karşı çoğunlukla şüpheciyimdir.					

Ek-2 Fransızca Anket Formu

Cher participant;

L'étude intitulée "**Niveaux d'Innovation Individuelle des Femmes Entrepreneurs et leur Relation avec les Variables Socio-démographiques: Le Cas De La Guinée**" sera réalisée par l'élève **Djenabou SOW** du Département Innovation et Entrepreneuriat de l'Institut des sciences sociales de l'Université Muğla Sıtkı Koçman. La recherche est prévue **pour constater les niveaux d'innovation individuelle des femmes entrepreneurs en Guinée et pour déterminer sa relation avec les variables socio-démographiques**. La participation à cette recherche est entièrement volontaire. Même après avoir accepté de participer à l'étude et commencer à remplir le formulaire de collecte de données, vous pouvez abandonner à tout moment si vous ne le souhaitez plus. Remplir complètement le formulaire et le soumettre au chercheur signifie que vous vous portez volontaire pour participer à l'étude.

Toutes les informations obtenues de votre part seront utilisées dans une recherche scientifique. Les résultats de la recherche ne contiendront aucun nom ou signe d'identification. Tous les enregistrements obtenus à votre sujet dans le cadre de cette enquête resteront confidentiels.

Pour cette raison, répondre correctement et complètement à toutes les questions est très important. Le formulaire d'étude comprend **deux parties et un total de 30 questions**. Il faudra environ 15 minutes pour répondre aux questions de l'enquête. Si vous avez des questions sur l'étude, n'hésitez pas à contacter l'enquêteur responsable, **Djenabou SOW** dont les coordonnées sont mentionnées ci-dessous.

Merci pour votre contribution au monde de la science en donnant votre temps à notre étude...

Chercheur Responsable

Titre, Prénom et Nom: **Djenabou SOW**.

Numéro de téléphone: **00223 90 00 00 00**

00223 90 00 00 00

Mail: **Merci pour votre participation.**

00223 90 00 00 00

1. Votre état civil: () Mariée () Célibataire

2. Avez-vous des enfants? () Oui () Non

3. Si votre réponse est oui, combien d'enfants avez-vous? () 1-2 () 3-4 () 5-6 () 7 ou plus

4. Votre âge: () 18-25 () 26-35 () 36-45 () 46-55 () 56 ans et plus

5. Où habitez-vous: () Grande ville () Ville () Sous-Préfecture () District-Village

6. Votre milieu d'habitation:

() Seule () Avec votre mari () Avec votre mari et vos enfants () Avec vos parents () Autre (veuillez préciser)

7. Votre niveau d'étude:

() Alphabète () Primaire () Lycée () Professionnelle ou Licence () Maitrise ou Doctorat

8. Comment décririez-vous votre niveau de revenu?: () Très faible () Faible () Moyen () Élevé () Très élevé

9. Le secteur dans lequel vous travaillez:

() Alimentation () Agriculture () Construction () Énergie () Technologies de l'information () Finance

() Autre (veuillez préciser)

10. Depuis combien d'années travaillez-vous dans ce secteur?

() 0-5 ans () 6-10 ans () 11-15 ans () 16-20 ans () 20 ans et plus

Enquête Individuelle Sur L'Innovation:

Les individus réagissent à leur environnement de différentes manières. Les déclarations suivantes constituent certaines de ces réactions d'individus. Examinez chaque déclaration et indiquez la pertinence de la déclaration pour vous en cochant l'une des options sur le côté. Les déclarations n'ont pas de bonnes ou de mauvaises réponses, veuillez marquer la première pensée qui vous vient à l'esprit après avoir lu la déclaration.		1. Je ne suis pas du tout d'accord (0%)	2. Je ne suis pas d'accord (25%)	3. Je suis indécis (50%)	4. Je suis d'accord (75%)	5. Je suis tout à fait d'accord (100%)
1	Mes ami(e)s se tournent souvent vers moi pour obtenir des conseils ou des informations.					
2	J'aime essayer de nouvelles idées.					
3	Je cherche de nouvelles façons de faire quelque chose.					
4	Habituellement, je suis prudent(e) pour accepter de nouvelles idées					
5	Lors de la résolution d'un problème, lorsque la réponse n'est pas claire, je développe souvent de nouvelles méthodes pour le résoudre.					
6	Je suis sceptique quant aux nouvelles inventions et aux nouvelles façons de penser.					
7	Je ne prête pas beaucoup d'attention aux nouvelles idées tant que je ne vois pas que la grande majorité des gens autour de moi sont d'accord.					
8	Je pense que je suis une personne efficace dans mon groupe d'amis.					
9	Je me considère comme créative et originale dans mes pensées et mes actions.					
10	Je pense généralement que je suis l'une des dernières de mon groupe d'amis à accepter quelque chose de nouveau.					
11	J'ai une personnalité créative.					
12	J'aime assumer les responsabilités de leadership du groupe auquel j'appartiens.					
13	Je suis réticent(e) à accepter de nouvelles façons de faire un travail tant que je ne les vois pas fonctionner pour les personnes qui m'entourent.					
14	Je trouve motivant d'être original dans mes pensées et mes attitudes.					
15	Je pense qu'il est préférable d'avoir un style de vie à l'ancienne et de faire les choses aussi à l'ancienne.					
16	Les incertitudes et les problèmes non résolus me motivent.					
17	Avant de considérer les innovations, je devrais voir d'autres personnes les utiliser.					
18	Je suis ouvert(e) aux nouvelles idées.					
19	Les questions incertaines me troublent.					
20	Je suis plutôt sceptique face aux nouvelles idées.					