



FAKÜLTE VE MESLEK YÜKSEKOKULLARINDA BAŞARILI GİRİŞİMCİ ALGISI VE CİNSİYET ROLÜ STEREOTİPLERİ İLE İLİŞKİSİ¹

THE RELATIONSHIP BETWEEN SEX ROLE STEREOTYPES AND PERCEPTION OF SUCCESSFUL ENTREPRENEUR IN FACULTY AND VOCATIONAL HIGH SCHOOLS

Ömer Lütfi ANTALYALI², Ahmet Sait ÖZKUL³

Öz

Bu çalışmada başarılı bir girişimcide bulunması gereken özellikler hakkında fakülte ve meslek yüksekokulu öğrencilerinin algı farklılıkları incelenmekte ve başarılı girişimci algısı ile cinsiyet rolü stereotiplerinin ilişkisi üzerinde durulmaktadır. Çalışmanın amacı yakın gelecekte iş dünyasında etkin rol oynayacak olan üniversite öğrencilerinin “başarılı girişimci” kavramına dair zihinlerinde oluşan şemayı tespit etmektir.

Çalışmada öncelikle Schein’in (1973) 92 maddelik ölçeği Süleyman Demirel Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencileriyle gerçekleştirilen pilot araştırma ile Türkçeye kazandırılmıştır. Ardından Süleyman Demirel Üniversitesi meslek yüksekokullarındaki Yönetim ve Organizasyon bölümlerinin 2. sınıflarında öğrenim gören 308 ve İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinin İşletme bölümünün 2. ve 3. sınıflarında öğrenim gören 234 öğrenciye ulaşılarak toplamda 542 öğrenciden veri toplanmıştır. Analizler neticesinde; başarılı girişimci algısının meslek yüksekokulları ile fakülteler arasında fark göstermediği, başarılı girişimci algısının eril mi yoksa dişil mi özellikler taşıdığı ve son olarak da başarılı girişimci algısında hangi özelliklerin öne çıktığı sorularına cevap aranmıştır.

Anahtar Kelimeler: Girişimci Özellikleri, Cinsiyet Rolü Stereotipleri, Ölçek Uyarlama, Schein Tanımlayıcı Endeksi (STE)

Abstract

In this study, the perceptual differences of faculty and vocational high school students are examined about the features that a successful entrepreneur should have and the relationship between these perceptions and sex role stereotypes is emphasized. The purpose of the study is to determine the

¹ Bu çalışma 11-13 Mayıs 2017 tarihlerinde düzenlenen 4. Ulusal Meslek Yüksekokulları Sosyal ve Teknik Bilimler Kongresi (MESTEK) kapsamında sunulmuş, sosyal bilimler alanında “en iyi ikinci bildiri” ödülüne layık görülmüş ve tekrar gözden geçirilerek makaleye dönüştürülmüştür.

² Yrd. Doç. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, omerantalyali@sdu.edu.tr

³ Yrd. Doç. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, saitozkul@sdu.edu.tr

scheme formed about the concept of “successful entrepreneur” in the minds of university students who will play an active role in the business world in the near future.

First of all, Schein’s (1973) 92-item scale was adapted into Turkish by pilot research conducted by Süleyman Demirel University Communication Faculty students. Then, datas were collected from total of 542 students; 308 students in the 2nd grade of Management and Organization departments of Süleyman Demirel University vocational high schools and 234 students from the 2nd and 3rd grade of the Business Administration department of the Faculty of Economics and Administrative Sciences. As a result of the analyzes; the answers were searched whether the perception of successful entrepreneurs showed difference between the vocational high schools and faculties, whether the perception of successful entrepreneur have masculine or feminine characteristics and finally which features came to the fore in the perception of a successful entrepreneur.

Keywords: *Entrepreneurial Features, Sex Role Stereotypes, Scale Adaptation, Schein Descriptive Index (SDI)*

1. GİRİŞ

Modern endüstrilerin kurulmasında, ulusal/uluslararası istihdamın sağlanmasında, ulusların refahında, milli ihtiyaçların karşılanmasında, işsizliğin ve yoksulluğun giderilmesinde etkin rol oynayan “girişimci” ve bu girişimcilerin “işletmeleri”, son iki yüz yıldır ekonominin merkezinde yer alan temel unsurlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bilgi çağı ile birlikte girişimcilik olgusu, hem dünyada hem de Türkiye’de destek ve kabul gören bir çalışma alanı haline gelmiştir. Bu popülerliğin oluşmasında girişimciliğin, yeni keşfedilmiş bir alan şeklinde sunulmasından çok; ekonomik, sosyal, teknolojik ve psikolojik değişimin ve gelişimin getirdiği doğal bir dinamizm olduğu ifade edilebilir. Bu dinamizmin de özü “girişimci” olarak kabul edilebilir. Girişimcilerin tarım toplumundan sanayi toplumuna, sanayi toplumundan da bilgi toplumuna geçişte insanlık tarihinin evrensel boyutunda önemli bir işleve sahip olduğu da söylenebilir. Bu bağlamda Schumpeter’e göre ekonomik sistemin beyni olan girişimciliği doğru görmek gerekmekte, Adam Smith’e göre de girişimciyi sadece ekonomik adam olarak görmemek, belki değişimin özü ve kapitalist sistemi evrimleştiren sürecin baş aktörü olarak görmek gerekmektedir (Top, 2012: 3). Günümüzde girişimcilik kavramının ekonomi, işletmecilik ve yönetim-organizasyon literatürü tarafından önemli bir çalışma alanı olarak değerlendirildiği söylenebilir. Bununla beraber girişimcilik, hem psikoloji hem de sosyoloji disiplini odaklı çalışmaların da inceleme konusunu teşkil etmektedir. Bu alanda girişimciliği sosyolojik ve psikolojik yaklaşımlarla açıklamaya çalışan araştırmalar bulunmaktadır (Aytaç ve İlhan, 2007: 102).

Günümüzde küreselleşmenin etkileri ile birlikte bireylerin hayatlarında ve sosyal ilişkilerinde önemli değişimler meydana gelmektedir. Toplumun cinsiyetlere biçmiş olduğu roller ve bu rollere etki eden toplumsal değişim süreçleri, bazı konularda cinsiyete özgü tutumların gelişmesine yol açmaktadır. Bu gelişmeler de kadının öne çıkarak toplumsal yaşamda ve iş yaşamında yer edinmesine yardımcı olmaktadır (Yüzüak, 2010: 12). Ülkemizde gerek kamu gerekse özel sektörde kadınların çalışma hayatına katılımlarının gecikme nedenlerinden biri ataerkil toplum yapısıdır. Bu yapıya göre, kadının rolü ev içinde anne ve eş olma iken, ailenin geçimini sağlama ve otorite/güç kaynağı erkek olmuştur. Kadın eğer çalışacaksa da kendisine yüklenen asli görevlerini aksatmamak şartıyla, aile ekonomisine katkıda

bulunmak için daha az üretken olan, fazla sorumluluk gerektirmeyen, fazla zaman almayan sektörlerle itilmiştir. Geçmiş yıllarda Türkiye’de yapılan çalışmalarda “kadın işi” ve “erkek işi” ayrımının oldukça yaygın olduğu görülmektedir. Bu kalıplaşmış yargının işletmelere olan yansımalarında ise liderlik ve yöneticilik erkeklerin işi olarak düşünülmüş (Besler ve Oruç, 2010: 24), hatta farklı kurum/ülkeler bağlamında da olsa genel olarak hem kadınlar hem de erkekler “iyi” ya da “başarılı” yöneticiyi ağırlıklı “eril” özellikler bağlamında tanımlamaktadırlar. Bu durum literatürde “Think manager, think male” olarak da ifade edilmektedir (Koenig vd., 2011: 616).

Girişimcilik ve girişimcilik özellikleri konusunda hem genel hem de kadın-erkek açısından yukarıda paylaşılan ifadelerle beraber, yapılan birçok araştırmada toplum tarafından kadın ve erkeğe biçilen rollerin gerek girişimcilik (Gupta vd., 2009), gerekse de toplumsal cinsiyet rolleri (Bem, 1981: 354) açısından farklı olduğu belirtilmektedir. Başarılı girişimci algısının eril mi dişil mi algılandığı konusunu ele alan bu çalışma kapsamında öncelikle girişimci/başarılı girişimcide bulunması gereken özelliklere stereotipler bağlamında değinilecek ve daha sonra cinsiyet, toplumsal cinsiyet kavramları üzerinde durulacaktır.

2. BAŞARILI GİRİŞİMCİ ÖZELLİKLERİ VE STEREOTİP KAVRAMI İLİŞKİSİ

Etimolojik olarak “stereos” ve “tupos” sözcüklerinin birleşmesinden oluşan, Türkçeye kalıp yargı olarak çevrilen stereotip kavramı, ilk olarak 1798’de matbaacılık dilinde kullanılmış, metinlerin metal klişelerle bir defa oluşturulduktan sonra istenildiği kadar basılmasını sağlayan tekniğe verilen isimdir (Yapıcı, 2004: 9). Sosyo-psikolojik anlayış çerçevesinde Walter Lippman ilk olarak inançların katılığı, kolay değişmezliği üzerinde durmak için “Public Opinion” (1922) adlı kitabında, stereotip kategorisini zihinsel kavramının (kognitif) spesifik bir türü olarak açıklamaktadır (Yzerbyt ve Schadron, 2016: 206). Bu fikre göre şu açıklamayı yapmak mümkündür: güçlü ve kolay kabul edilen etkiler stereotipin yapısını kurar ve kalıcı olur, dünyayı görmeden de onun üzerine bir şeyler konuşulabilir, konu hakkında bir deneyim yaşamadan da o konu hakkında bir fikir sahibi olunabilir (Schneider, 2001: 49). Stereotipler; insanlara ait ve onların hüküm vermesinde etkili biçimlenmiş fikirler, ideolojiler ve beklentiler, bireylerin kafasındaki resim, standardize edilmiş kalıp yargılar, basmakalıp fikirler, düşünce klişeleri ve kafamızdaki tasavvurları birleştiren bir takım zihinsel ameliyeler, olumlu ve olumsuz bir takım özelliklerle grubu sınıflandıran ve tüm bireylerin bilişsel ağlarının bir parçası haline gelen kültürel kalıpları öğrendikleri bir öğrenme seti, yaygın olarak paylaşılan ve başkalarının algılarını, davranışlarını ve beklentilerini etkileyen değer yargılarıdır (Yapıcı, 2004; Herrera ve Lankau, 2005; Yzerbyt ve Schadron, 2016; Block ve Crawford, 2013). Günümüzde stereotip çalışmaları, azınlık ve çoğunluk grupları arası çatışmaları da içeren, karşıt grup ilişkileri ve kadın/erkek ilişkileri üzerine yoğunlaşmıştır (Hortaçsu, 1998: 230-231). Stereotip araştırması değer bilimleri ve ahlaki hükümlere dayanmakta ve nedenler üzerine odaklanmaktadır. Bu bağlamda stereotip araştırmaları kamuoyu araştırması ve değer sistemi araştırmalarının da bir parçası olarak ifade edilebilir (Schneider, 2001: 50). Toplumsal kategorilerden örneğin bir grup için de geçerli olan/çağrışım yapabilen stereotipler; bilişsel, duygusal, davranışsal özellikler veya değerlendirmeler olabilir ve tümüyle gerçeği yansıtmayabilirler. Ayrıca stereotiplerin her ne kadar bir tür bilişsel kalıp ise de çoğu zaman insanların zihinlerinde kalmayıp

davranışsal sonuçlara yol açabildiği söylenebilir (Hogg ve Vaughan, 2007: 76-78).

Başarılı girişimcilerin özellikleri ele alınırken de öncelikle klasik bir girişimci kişiliğın olup olmadığı konusuna dair literatürde var olan düşüncelere yer vermek gerekmektedir. Literatürde girişimcilerin paylaştığı ayırt edici kişilik özelliklerini belirlemenin, liderlik özellik teorilerini tanımlama ile aynı soruna sahip olduğu belirtilmektedir. Girişimcilik araştırmacıları bu bağlamda ortak özellikler belirlemek konusunda bulgular paylaşmaktadırlar. Girişimcilerin genel karakteristikleri arasında; yüksek motivasyon düzeyi, aşırı özgüven, ilgiyi uzun süreli koruma becerisi, yüksek enerji düzeyi, kararlı sorun çözücülük, yüksek derecede inisiyatif alma, hedef belirleme becerisi, ve orta düzeyde risk alma gibi özellikler yer almaktadır. Başka bir “başarılı” girişimci karakteristik listesi içinde de yüksek enerji düzeyi, yüksek düzeyde kararlılık, beceriklilik, kendini yönlendirme isteği ve becerisi ile göreceli olarak yüksek özerklik ihtiyacı gibi özellikler bulunmaktadır (Robbins vd., 2013: 397).

Fakat (başarılı) girişimciliğın sadece kişilik karakteristikleri ile açıklanamayacağı ifade edilebilir. Sosyokültürel stereotiplerin ve değerlerin günümüzde girişimciliği tanımlarken göz ardı edilmemesi gereken olgular arasında yer aldığı belirtilebilir. Örneğın, kadın girişimcilerin, erkeklere nispeten daha küçük, yavaş büyüyen ve daha az karlı işletmelerde (genellikle hizmet veya perakende sektöründe) yer almaları gerektiği konusundaki toplumsal düşüncelerin (Indarti vd., 2010: 147-148) birçok girişimcilik çalışmasının sonuçları arasında gözlemlenebileceği söylenebilir. Bu durum da kadın ve erkeğın girişimcilik faaliyetinde stereotip etkisinin olduğu gerçeğini yansıtmaktadır. Toplumda stereotiplere dayalı olarak, erkek ve kadınlara atfedilen özellikler çeşitli meslek gruplarının eril ve dişil olarak sınıflandırılmasını da etkilemektedir. Bu bağlamda da bireylerin iş tercihleri ve eğilimlerinin cinsiyet stereotiplerine göre şekillendiği düşünülebilir. Toplumsal alandaki işlerin ağırlıklı olarak eril veya dişil olarak belirtilmesi toplumsal cinsiyet rol stereotipleri olarak adlandırılır ve toplumlarda yaygın olarak görülür. Örneğın mühendislik, imalat ve inşaat faaliyetleri eril özellik taşırken, hizmet sektörü, halkla ilişkiler, eğitim, danışmanlık, hemşirelik faaliyetleri büyük ölçüde dişil özelliktedir. Örgütsel literatürde ise, genellikle üst yönetimin “erkek işi” olduğuna inanılırken, sekreterlik işleri “kadın işi” olarak görülür. Erkek-kadın işlerinin bu stereotipsel temsil ve değerlemeleri istihdamda cinsiyet ayrımını yansıtmakta ve desteklemektedir (Gupta vd., 2009: 398-399).

Kadınlara çalışma hayatındaki yerine ilişkin tutumlar ve değerler ulusal kültüre göre değişiklik göstermektedir, gecikmiş ilerlemelerinin nedeni olarak da nüfusun çoğunluğu tarafından oluşturulan stereotipler gösterilmektedir (Herrera ve Lankau, 2005: 2033). Bununla beraber kadın girişimci çalışmalarındaki en temel sorunlardan birisi, girişimci kadın tanımlamasının net olarak yapılmamasından kaynaklanmaktadır. Girişimci olmak, girişimci kültürü paylaşmak ve cinsiyetten bağımsız girişimcilik faaliyetini sürdürebilmek, kadın girişimcide olması gereken özelliklerdendir. Kadın girişimcileri tanımlayan kişisel karakteristikler; dinamik, bağımsız, özgüvenli, rekabetçi, amaç yönelimli, hırslı, risk alma ve kendi işini kontrol etme isteği gibi özellikler çerçevesinde tanımlanmaktadır. Kadın ve erkek girişimciler karşılaştırıldığında aralarında benzerlik bulunmasına rağmen kadın girişimcilerin farklı güdüler, iş becerileri ve mesleki deneyim konusunda öne çıktığı görülmektedir. Erkek girişimciler genel olarak 25-35 yaş arasında ilk işlerini kurarken, kadın girişimciler 35-45 yaş aralığında girişimci potansiyeline ulaşabilmektedir (Yetim, 2002: 81-82).

Girişimcilik literatüründeki yakın tarihli tartışmalar, kadın ve erkek girişimcilik faaliyetleri arasındaki belirgin farklılıkların toplumsal cinsiyet rolleriyle de ilişkili olabileceğini ileri sürmektedir. Girişimcilik araştırmaları çoğunlukla girişimci stereotiplerinin eril özelliklere dayandığını göstermektedir. Son yıllarda erkekler-kadınlar arasında girişimci faaliyetlerdeki farklılıkların nedenleri araştırılmaya başlanmıştır. Cinsiyet rolünün stereotipliği, toplumsal cinsiyetin uygunluğu hakkında yaygın olarak paylaşılan inançlar girişimcilik alanında nispeten daha az araştırılmış bir konudur. Cinsiyet gibi görsel olarak ön plana çıkan fiziksel özellikler de, insanların başkalarını kategorilere ayırmasına (stereotipleştirme) imkan tanımaktadır. Cinsiyet stereotipleri erkeklerin ve kadınların nasıl olduklarını değil, aynı zamanda nasıl olması gerektiğini de tanımlamaktadır. Toplumsal cinsiyet stereotipleri, her cinsiyet ile ilişkili özellikler ve nitelikler konusunda paylaşılan inançlardan oluşur. Kadınlar; bağlılık, şefkat, destekleyici olma, çekingenlik gibi ortak özelliklere sahipken, erkekler; bağımsızlık, saldırganlık, özerklik, araçsallık, risk alma ve cesaret gibi ayırt edici özelliklerle ilişkilendirilmektedir. Çocukluk ve ergenlik dönemlerinden itibaren, ebeveynler, okullar, arkadaşlar ve kitlesel medya tarafından kolaylaştırılan sosyalleşme, cinsiyet stereotiplerine uymayı teşvik etmektedir (Gupta vd., 2009: 397-398; Oğuz, 2000).

3. CİNSİYET, TOPLUMSAL CİNSİYET VE CİNSİYET ROLÜ ENVANTERİ

Cinsiyet, bireyin kadın ya da erkek olarak mevcut genetik, fizyolojik ve biyolojik özellikleri olarak ifade edilmektedir. Bu özellikler kadın ve erkek arasında eşitsizlik değil, sadece cinsiyet farkı oluşturmaktadır. Kadınlar genellikle dişil, erkekler ise eril olarak toplumsal süreçlere dahil olmakta/kabul görmekte, fakat toplumun beklentilerine uyma dereceleri bakımından farklılıklar ortaya çıkmaktadır. Erillik-dişillik boyutu üzerinde bir kimsenin nerede durduğu, doğuştan gelen fizyolojik faktörler ile sosyo-kültürel faktörlerin birleşimi sonucunda ortaya çıkmaktadır. Fakat İngiltere'de her ikisinin de anlamı "cinsiyet" olan "sex" ve "gender" kelimeleri kullanım açısından farklıdır. Yapılan birçok çalışmada "sex" kelimesinin biyoloji, anatomi, hormonlar ve psikolojiyi ifade ettiği, "gender" kelimesinin ise sosyal, kültürel ve psikolojik anlamlarla ve daha çok sosyal bilimlerde kullanıldığı ifade edilmektedir. Bu bağlamda sosyal bilimlerin Türkçe literatürüne bakıldığında ise "cinsiyet" kavramının "toplumsal cinsiyet" olarak kullanıldığı görülmektedir. Bu kavram özellikle cinsler arasındaki farklılığın sadece biyolojik olmadığını vurgulamak amacıyla kullanılmaktadır (Vatandaş, 2007: 31; Gupta vd., 2009: 398; Yüzüak, 2010: 12-13).

Geleneksel cinsiyet rolü yaklaşımı ve ölçekleri dişilliği ve erilliği aşırı uçlarda, tek bir boyut halinde ele almışlardır. Fakat erilliği ve dişilliği birbirinden bağımsız iki boyutlu bir yapı olarak gösterdiği için, bu çalışmamızda ülkemizde çokça kullanılan Bem Cinsiyet Rolü envanterinden kısaca bahsetmek yararlı olacaktır. Bem Cinsiyet Rolü Envanteri (BCRE), Bem (1974) tarafından geliştirilen, erillik ve dişillik için psikolojik özellikleri gösteren, 20 dişil, 20 eril, 20 ne dişil ne eril özellikleri içeren toplamda 60 sıfattan oluşan ölçektir. Kavuncu (1987) tarafından Türkçeye uyarlanıp, geçerliliği ve güvenilirliği incelenmiştir. Envanterde yer alan dişillik (k) ve erillik (e) özelliklerini inceleyen ölçeklerden elde edilen puanlara göre kişilerin cinsiyet rolleri belirlenmektedir. Bem (1974), cinsiyet rolü envanterini geliştirirken önce 400 kişilik özelliği belirlemiştir. Bu özelliklerin yarısını olumlu değeri olan ya dişil ya da eril

özellikler oluştururken, diğer yarısını da nötr değeri olan ne dişil ne de eril özellikler oluşturmaktadır. Bu özellikler üniversite öğrencileri tarafından değerlendirilerek toplumun kadınlar ve erkekler için daha uygun bulunduğu özellikler belirlenmiştir. Bem Cinsiyet Rollerini Envanteri'nin farklı kültürlerdeki geçerliliği de araştırılmıştır. Gürbüz (1989) tarafından Türkiye'de yapılan bir çalışmada Bem'in envanterinin cinsiyete bağlı kişilik özelliklerine bağlı stereotiplerin bir ölçümü olarak geçerliliği sınanmıştır (Dökmen, 1999: 28; Dökmen, 2003: 116).

Toplumsal cinsiyet şema kuramı ve gelişim kuramına dayanan Bem'e (1985) göre, cinsiyetleri tipleştirmek çocuğun bilişsel bilgi işleme sürecine aracı olmaktadır. Kurama göre birey çevresinden gelen bilgileri mevcut cinsiyet şemasına göre algılamakta, kodlamakta ve örgütlemektedir (Güldü ve Kart, 2009: 106). Erkek ve kadın arasındaki bu ayrım her kültür için düzenleyici bir ilkedir. Erkekler ve kadınlar, sadece cinsiyete özgü beceriler edinmeyi beklemekle kalmayıp, aynı zamanda içinde buldukları kültüre göre eril-dişil boyutlarıyla, toplumsal cinsiyetlerine özgü nitelik ve kişilik özellikleri kazanmaktadırlar (Bem, 1981: 354).

4. SCHEIN TANIMLAYICI ENDEKSİ (STE) VE GİRİŞİMCİLİK KONSEPTİ

Toplumsal cinsiyet stereotipleri konusunda Bem Cinsiyet Rollerini Envanteri çokça kullanılsa da yöneticilik, liderlik ve girişimcilik konseptlerinin cinsiyet rolleri ile ilişkisine odaklanan literatürde Schein Tanımlayıcı Endeksi'nin (STE) oldukça fazla kullanıldığı görülmektedir. Yönetim-liderlik konseptleri ve cinsiyet rolleri ilişkisini STE ile tanımlamaya çalışan literatürdeki araştırmalar; kadın, erkek ve yönetici/lider şeklinde kavramlaştırmaları kullanmaktadır. Duehr ve Bono kadınlarla ilgili cinsiyet kalıplarının, yönetim ve liderlik alanlarındaki ilerlemelerini destekleyecek şekilde değiştiğini ifade etmektedir (Duehr ve Bono, 2006). STE kullanılarak yapılan bir çalışmada, erkeklerin yönetici rolünde eril nitelikleri uygun bulunduğu görülürken, kadınların yönetici rolüne hem eril hem de dişil nitelikleri uygun bulunduğu görülmüştür (Berkery vd., 2013). Güney Afrika ile ilgili yapılan bir diğer çalışma ise rastgele kadın ve erkek yöneticilere uygulanmış, ırk ve cinsiyet kalıplarının yönetsel özellik algılamalarını nasıl etkilediği araştırılmıştır. Analiz sonuçlarında erkeklerin başarılı yönetici niteliklerinin eril özelliklerle daha çok ilişkili olduğu görülmüştür (Booyesen ve Nkomo, 2010). Lider stereotiplerinin STE kullanılarak kültürel açıdan eril olma derecelerinin incelendiği bir diğer çalışmada, erkeklerin liderlik pozisyonlarına, kültürel stereotiplere göre kadınlardan daha fazla uygun olduğuna ve alanlarında daha fazla başarılı olacakları yönünde bulgulara ulaşılmıştır (Koenig vd., 2011). Başka bir çalışmada ise askeri öğrencilerin askeri liderlik pozisyonları için uygun gördüğü toplumsal cinsiyet kalıplarını belirlemek için Schein'in araştırması tekrarlanmıştır. Bulgular, askeri akademideki liderlik tercihinde de eril niteliklere yönelik tutumların sürdürüldüğünü göstermektedir (Boyce ve Herd, 2003).

Yöneticilik ve girişimcilik konseptlerini, cinsiyet rolleri ile karşılaştıran çalışmalarda yöneticiliğin ve iş hayatının genel olarak "erkeklerin dünyası" olduğu ifade edilmektedir. Yönetim çalışmalarındaki eril dünyanın girişimcilik çalışmalarındaki hipotezlere kaynaklık ettiği bu konudaki öncü çalışmalarda da gözlemlenmektedir (Gupta vd., 2009). Girişimcilik ve cinsiyet rolü çalışmaları hakkındaki uluslararası literatürde yer alan sonuçlar, girişimcilik eğilimlerinin ve/veya girişimcilerin eril özelliklere daha yakın olduğu yönündedir. Bu çalışmalarda ayrıca Türkiye örneğinde iş hayatına adım

atacak işletme öğrencilerinin girişimcilik niyetleri ile cinsiyet rolleri ilişkisi değerlendirilmiş ve sonuç yine girişimcilik konusunda eril özelliklere yönelik yargıların daha yoğun olduğu şekilde ortaya çıkmıştır (Gupta vd., 2009; Wilson vd., 2007; Bruni vd., 2004). Bu çalışmalarda Schein'in (1973) STE ölçeğinin kullanıldığı görülmektedir. Schein'in (1973) liderlik algısı konusunda cinsiyet rolü stereotiplerini ele aldığı ve ölçek geliştirdiği çalışmasının girişimcilik ile ilgili stereotip çalışmalarında kullanılması diğer cinsiyet envanterlerinden (ör. Bem, 1981: 356) daha uygun olacağı düşünülmüştür. Nitekim bu bağlamda da yönetsel ve örgütsel çalışmalara uygunluğu açısından Schein'in erkek yöneticilerle görüşmeler neticesinde ortaya koyduğu ve liderlik algısı için geliştirmiş olduğu ölçeğin tarafımızca başarılı girişimci algısını ölçmek adına kullanılması daha işlevsel görülmüştür.

5. ANALİZ VE BULGULAR

5.1. Katılımcılar

Katılımcılar Süleyman Demirel Üniversitesi meslek yüksekokullarının (MYO) yönetim ve organizasyon bölümü 2. sınıf öğrencilerinden ve iktisadi ve idari bilimler fakültesi işletme bölümü 2. ve 3. sınıf öğrencilerinden oluşmaktadır. 234 katılımcı iktisadi ve idari bilimler fakültesi işletme bölümü öğrencileridir ve %50'si erkek, %50'si kadındır. 308 katılımcı ise MYO yönetim ve organizasyon bölümü öğrencileridir ve %50'si erkek, %50'si kadındır. Toplam katılımcı sayısı 542'dir.

5.2. Veri Toplama Aracı

Bu araştırmada veri toplama aracı olarak Schein Tanımlayıcı Endeksi (1973) kullanılmıştır. STE'nin kullanım amacı toplumdaki kadın ve erkek stereotiplerini ortaya çıkarmak ve başarılı lider algısıyla ilişkisini incelemektir. Schein (1973) çalışmasında benzer niteliklere sahip üç ayrı grup ile çalışmış, bir grupta katılımcıların maddeleri genel olarak "erkekler", bir grupta genel olarak "kadınlar", bir grupta da "başarılı yöneticiler" için yanıtlamasını istemiştir. Böylelikle kadın veya erkek stereotipi ile başarılı yönetici prototipi arasında herhangi bir ilişkinin olup olmadığını ortaya çıkarmayı hedeflemiştir. STE, Fullagar ve meslektaşları (2003) tarafından kültürler arası bir araştırmanın parçası olarak Türkçeye çevrilmiş olsa da, geçerlilik için bir pilot araştırmaya ve Schein'in (1973) önerdiği geçerlilik bulgularına rastlanmamıştır. Bu sebeple maddeler üzerine pilot araştırma ile tekrar çalışılmasına karar verilmiştir. STE maddeleri çoğunlukla kelime bazlı olduğu için Türkçeye kazandırılması oldukça yoğun bir çaba gerektirmiştir. İngilizce bir kelimenin anadili İngilizce olan bir kişiye söylendiğinde zihninde canlanan anlamın bir benzerinin, anadili Türkçe olan bir kişiye ifade edildiğinde yakalanabilmesi özel bir çaba gerektirmektedir. Bu sebeple ikisi etimoloji uzmanı olan dört dil bilim uzmanı ve bunlara ek olarak alan uzmanı iki kişiden oluşan toplamda altı kişilik bir ekip ile çalışılmıştır. 92 maddenin önemli bir kısmında uzlaşa sağlanmış olmakla beraber 24 maddede uzlaşa sağlanamamıştır. Uzlaşa sağlanamayan maddelere ilişkin alternatif öneriler eklenerek pilot araştırma yapılmış ve Schein'in (1973) metodolojisi kullanılarak nitelikli maddelerin seçimi gerçekleştirilmiştir.

Pilot araştırma Süleyman Demirel Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümünün 2. ve 3. sınıflarında öğrenim gören toplamda 190 katılımcıyla gerçekleştirilmiştir. Ölçekte kullanılan iki kontrol sorusu ile verilerin niteliği incelenmiş ve 9 katılımcının yanıtları elenmiş, 181

katılımcının yanıtları ile analizler gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların %50,4'ü erkek, %49,6'sı kadındır. Schein (1973) üç kriter kullanarak maddeleri elemiştir:

- 1) Erkekler için verilen yanıtlarla kadınlar için verilen yanıtlar arasında anlamlı farkın çıkmadığı maddeler
- 2) Uzman görüşüne göre yakın anlamda olan maddelerden erkek ve kadınlara verilen yanıtlarda farkın daha düşük çıktığı maddeler
- 3) Erkekler ve kadınlara verilen yanıtların her ikisinde de değişkenliğin genel ortalama değişkenlikten anlamlı düzeyde yüksek olduğu maddeler

Bu araştırmada da madde eleme işleminde yine bu üç kriter kullanılmış ve ayrıca veri toplama aşamasının sonunda katılımcılardan maddelerin anlaşılabilirliği üzerine geribildirim alınmıştır. Uzman ekip ile bir araya gelerek Schein'in (1973) ölçeğine sadık kalmak koşuluyla 92 maddenin 72'sinde kriterlere uygun madde seçimi gerçekleştirilmiştir. 20 maddede ise erkek ve kadınlar için verilen yanıtlar arasında anlamlı fark çıkmamıştır. Katılımcılardan alınan geri bildirimler de gözetilerek bahsi geçen maddelerde küçük güncellemeler yapılmıştır (ör. "hızlı" yerine "hızlı, seri, gecikmez", "sorumluluk almaya istekli" yerine "sorumluluk alma isteği yüksek, "özgüven sahibi" yerine "özgüveni yüksek"). Schein'in (1973) pilot araştırmasında kriterlere uygun madde seçimi yapıldığı halde asıl araştırmasında kriterlere uymayan maddelerin gözlemlenmiş olması nedeniyle (ör. erkekler ve kadınlara verilen yanıtlarda farkın çıkmadığı maddelerin olması) ölçeğin Türkçeye kazandırılması için verilen çabanın yeterli olduğuna kanaat getirilmiştir. Ölçeğin maddeleri Schein'in (1973) kullandığı sıra ile bu çalışmanın sonunda ek olarak verilmiştir.

STE'de liderlik ile ilişkili maddeler kullanılmıştır. Bu araştırmada ise liderlik yerine girişimcilik üzerine çalışılmıştır. Girişimcilik literatürüne dayanarak girişimcide olması gereken toplamda 29 nitelik belirlenmiştir. Bu maddelerden 7 tanesi STE'de yer almaktadır. Diğer 22 madde ise STE'ye eklenerek veri toplanmıştır. Analizler gerçekleştirilirken 92 maddelik STE ile 29 maddelik girişimcilik maddeleri ayrı ayrı değerlendirilmiştir.

STE ve girişimcilik maddelerinden oluşan 114 maddelik ölçek uygulanırken katılımcılara dağıtılan anketin başında Schein'in (1973) uygulamasında kullandığı açıklama Türkçe olarak şu şekilde ifade edilmiştir:

Aşağıda insanları tanımlamak için kullanılan bazı ifadeler göreceksiniz. İfadelerin bir kısmı pozitif anlam çağrıştırırken, bir kısmı negatif anlam çağrıştırmaktadır. Bir kısmı ise herhangi bir pozitif veya negatif anlam çağrıştırmamaktadır.

Bu listeyi genel olarak (kadınlar / erkekler / başarılı bir girişimci) hakkındaki ortalama düşüncelerinizi anlatmak için kullanmanızı istiyoruz. Yargılarınızı ortaya koyabilmek için kendinizi şöyle bir durumun içinde hayal edebilirsiniz: Bir insanla ilk defa karşılaşacaksınız ve hakkında bildiğiniz tek şey o kişinin (yetişkin bir kadın / yetişkin bir erkek / başarılı bir girişimci) olduğu.

Lütfen bütün ifadeleri değerlendirirken, o ifadenin (kadınlar / erkekler / başarılı girişimciler) için genel olarak ne ölçüde karakteristik bir özellik olup olmadığını düşünün ve yanındaki boşluğa yanıtlayın. Örneğin bir ifadenin tam olarak (kadınların / erkeklerin / başarılı girişimcilerin) karakteristik bir özelliği olduğunu düşünüyorsanız 7, herhangi bir şekilde karakteristik özelliği olmadığını düşünüyorsanız 1 değerini veriniz. Yanıtlarken kullanacağınız rakamlar ve anlamları aşağıdaki şekilde gösterilmiştir.



Benzer niteliklere sahip üç farklı gruba anketler dağıtılmış ve anketlerde sadece açıklamaların parantez içinde yazılı ifadeleri değiştirilmiştir. Maddeler bir gruba “kadınlar”, bir gruba “erkekler”, bir gruba ise “başarılı girişimciler” için sorulmuştur. Anketlerin diğer tüm kısımları aynıdır. Yanıtlar 7’li Likert yanıtlama seçeneği ile alınmıştır. STE maddeleri ile ek olarak sorulan girişimcilik maddelerine ilişkin tanımlayıcı istatistikler çalışmanın sonunda ek olarak sunulmuştur.

5.3. İşlem

Süleyman Demirel Üniversitesi MYO’larının yönetim ve organizasyon bölümü 2. sınıf öğrencilerinden ve iktisadi ve idari bilimler fakültesi işletme bölümü 2. ve 3. sınıf öğrencilerinden veri toplanmıştır. Katılımı yüksek olan dersler seçilmiş ve veri toplama işlemi dersin eğitimcisinden izin alınarak ders esnasında gerçekleştirilmiştir. Katılımın zorunlu olmadığı duyurulmuş, bilimsel bir araştırmaya katkı sağlamak isteyen öğrencilerin katılması istenmiştir. Araştırmaya katılmak istemeyenlerin 15 dakikalığına dışarı çıkabilecekleri söylenmiş olsa da derse katılan tüm öğrenciler gönüllü olmuş ve soruları yanıtlamıştır. Formlar dağıtılırken her bir katılımcıya tek bir form verilmiştir. Sırayla bir öğrenciye “kadın”, bir öğrenciye “erkek”, bir öğrenciye “başarılı girişimci” için yanıt alınan form gelecek şekilde dağıtılmıştır. Böylelikle rassal olarak formlar dağıtılmıştır. 728 katılımcıdan veri toplanmıştır.

Ölçek içerisine yerleştirilen 2 kontrol sorusuna verilen yanıtlara göre 18 katılımcının yanıtları nitelsiz olduğu gerekçesiyle elenmiştir. Bu aşamada 710 katılımcının %61,5’inin kadın olduğu gözlemlenmiştir. Araştırma cinsiyet rolü stereotipleri üzerine olduğu ve katılımcıların cinsiyetlerinin bulguları etkileyeceği gerekçesiyle kadın katılımcıların yanıtlarının bir kısmı erkek katılımcı sayısıyla eşitlenecek şekilde rassal olarak elenmiştir. Netice olarak 234 fakülte öğrencisinin (erkek için 80, kadın için 76, başarılı girişimci için 78) ve 308 MYO öğrencisinin (erkek için 100, kadın için 102, başarılı girişimci için 106) yanıtları ile analizler gerçekleştirilmiştir.

5.4. Bulgular

Başarılı girişimci prototipi ile erkek ve kadın stereotipleri arasında ne ölçüde ilişki olduğunu tespit etmek için Schein’in (1973) önerdiği sınıf içi korelasyon (intra-class correlation, ICC) katsayıları hesaplanmıştır. Öncelikle ayrı ayrı 114 maddeye verilen yanıtların ortalamaları alınmıştır. Her bir madde bir satıra gelecek şekilde (sınıflar) SPSS’e veri girişi sağlanmıştır. Her bir maddenin satırında erkekler, kadınlar ve başarılı girişimciler için verilen yanıtların ortalamaları ayrı ayrı sütunlara girilmiştir. Aynı işlem katılımcıların fakülte / MYO ve erkek / kadın alt gruplarına göre ayrıştırılıp ortalamaları alınarak tekrar edilmiştir. ICC katsayıları hesaplanırken Koenig ve meslektaşlarının (2011) benzer araştırmalarda yaygın kullanımından dolayı önerdiği tek yönlü (one-way), tekil değerlendiricili (single rater), rassal etkiler (random effects) metodu kullanılmıştır. Böylelikle katılımcıların erkek stereotipi ile başarılı

girişimci prototipi arasındaki ilişki ve kadın stereotipi ile başarılı girişimci prototipi arasındaki ilişki hem genel veri seti için hem de alt gruplar bazında hesaplanmıştır. Her ne kadar Schein (1973) hesapladığı katsayıları karşılaştırırken Hayes'in (1963: 424) rakamsal büyüklüğün ilişkinin daha fazla olduğu anlamına geleceği açıklamasına atıf yaparak herhangi bir ekstra analize ihtiyaç duymamış olsa da, bu araştırmada McGraw ve Wong'un (1996) farklı korelasyon katsayılarının arasında anlamlı fark olup olmadığını test etmek için önerdiği Fisher'in Z testi kullanılmıştır. Z değerinin -1,96 ile 1,96 arasında kalması durumunda farkın %95 güven düzeyinde anlamlı olmadığına hükmedilmiştir. Bulgular Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1. Sınıf içi korelasyon (ICC) bulguları

STE (92madde)	Genel	Erkek	Kadın	Fakülte	MYO
Erkek X Başarılı Girişimci	0,90**	0,86**	0,91**	0,66**	0,97**
Kadın X Başarılı Girişimci	0,84**	0,69**	0,85**	0,65**	0,91**
z	1,67	2,97	1,81	0,12	3,77

Girişimcilik (29madde)	Genel	Erkek	Kadın	Fakülte	MYO
Erkek X Başarılı Girişimci	0,41*	0,49**	0,36*	-0,10	0,77**
Kadın X Başarılı Girişimci	0,29	-0,08	0,36*	-0,13	0,58**
z	0,49	2,22	-	0,11	1,29

*p<0,05, **p<0,01

STE maddelerinde katılımcıların başarılı girişimci prototiplerinin gerek erkek stereotipleri ile gerekse de kadın stereotipleri ile yüksek derecede ilişkisi olduğu gözlemlenmiştir (p<0,01). Katsayılar arasında ise %95 güven düzeyinde anlamlı bir fark gözlemlenmemiştir (z=1,67). Cinsiyet rolü stereotipleri ile girişimcilik çalışmalarını ele alan araştırmalarda; girişimciliğin/girişimcilik niyetlerinin genel olarak “eril” algılandığı belirtilmektedir (Gupta vd., 2009). Bu bağlamda çalışmamızın genel sonuçları itibarıyla ilgili literatürden farklı bir görünüm arz ettiği belirtilebilir. Bu konunun niçin literatürle uyum sağlamadığı konusundaki detaylı incelemelerimiz neticesinde söz konusu yüksek ilişkinin MYO katılımcılarından kaynaklandığı söylenebilir. MYO katılımcılarında her iki ilişkinin düzeyi de 0,9'un üzerindedir (p<0,01). Bunun anlamı MYO katılımcılarında “erkek”, “kadın” ve “başarılı girişimci” için cevap veren farklı katılımcılar birçok madde için ortalamada hemen hemen aynı yanıtları vermiş demektir. Bu bulgu oldukça tuhaftır ve çalışmanın devamında madde bazlı analizlerde daha detaylı tartışılacaktır. MYO katılımcılarında erkek stereotipleri ile başarılı girişimci prototipleri arasındaki ilişki, kadın stereotipleri ile başarılı girişimci prototipleri arasındaki ilişkiden daha yüksektir ve STE maddelerine göre MYO katılımcılarında başarılı girişimcilerin daha eril algılandığı söylenebilir (z=3,77, p<0,01). Bu bulgunun literatür bulgularına yakın olduğu belirtilse de MYO öğrencilerinin cevaplarının yüksek katsayılarla seyretmesi bu bulgunun genellenemeyeceği konusunda ipucu vermektedir. Nitekim fakülte öğrencileri için başarılı girişimci ile kadın ve erkek stereotipleri hakkındaki katsayılar ise nispeten düşüktür. Bununla beraber katsayılar arasında anlamlı fark söz konusu değildir ve fakülte katılımcılarına göre başarılı girişimciler eril ve dişil özelliklere benzer düzeylerde sahiptir (z=0,12, p<0,05). Erkeklerin başarılı girişimci prototiplerinin erkek stereotipleri ile ilişkisi (r=0,86, p<0,01) kadın stereotipleri ile ilişkisinden (r=0,69, p<0,01) daha yüksektir (z=2,97, p<0,01). Yani erkekler başarılı girişimcileri daha eril algılamaktadır. Kadınların başarılı girişimci prototiplerinin erkek stereotipleri ile ilişkisi (r=0,91, p<0,01) kadın stereotipleri ile ilişkisinden (r=0,85, p<0,01) anlamlı fark göstermemiştir (z=1,81, p>0,05).

Yani kadınlar başarılı girişimcilerin yoğun ve benzer bir biçimde eril ve dişil özelliklere sahip olduğunu düşünmektedir.

Girişimcilik için ekstra sorulan 22 madde ve STE’da girişimcilik özellikleri olarak ele alınmış 7 madde (toplamda 29 madde) ile gerçekleştirilen analizlerde ise nispeten farklı sonuçlara ulaşılmıştır. Başarılı girişimci prototiplerinin erkek stereotipleri ile arasında anlamlı bir ilişkisi söz konusuyken ($p<0,05$), kadın stereotipleri ile herhangi bir ilişkisi gözlemlenmemiştir ($p>0,05$). Her ne kadar ilişkilerden biri %95 güven düzeyinde anlamlı olup diğeri anlamlı olmasa da, katsayılar arasındaki fark anlamlı değildir ($z=0,49$, $p>0,05$). Yani genel katılımcıların başarılı girişimcileri daha eril algıladığı söylenemez. Katsayıları yükselten alt grubun yine MYO katılımcıları olduğu anlaşılmaktadır. MYO katılımcılarında her iki ilişki de %99 güven düzeyinde anlamlı iken, fakülte katılımcılarında her ilişki için de anlamlı katsayılar söz konusu değildir ($p>0,05$). MYO katılımcılarında başarılı girişimcilerin benzer bir biçimde eril ve dişil özelliklere sahip olduğu söylenebilir ($z=1,29$, $p<0,05$). Fakülte katılımcılarında ise girişimcilik için sorulan özel maddelerde (29 madde) başarılı girişimci prototiplerinin cinsiyet rolü stereotipleri ile herhangi bir ilişkisi gözlemlenmemiştir. En net sonuç ise cinsiyet bazlı analizlerde gözlemlenmiştir. Erkekler başarılı girişimcileri eril algılamakta ($r=0,49$, $p<0,05$), neredeyse hiç dişil görmemektedir ($r=-0,08$, $p>0,05$). Katsayılar arasındaki fark %95 güven düzeyinde anlamlıdır ($z=2,22$). Aynı zamanda kadınların başarılı girişimci stereotipleri ile ilgili bulgularda, başarılı girişimcinin hem eril hem de dişil olabileceği yönünde görüşleri bulunduğu tespit edilmiştir. Bu sonuçlar literatürde; kadınların girişimci ile kadın stereotipleri arasında yüksek bir ilişkisi bulunduğunu (Gupta vd. 2009) ve girişimciliğin sadece eril algılanamayacağını ifade eden bulgularla (Baron vd., 2001) uyum göstermektedir. Fakat hem kadınların hem de erkeklerin, girişimcilik prototiplerinin erkek stereotipleri ile yüksek düzeyde ilişkisi bulunduğu yönündeki bulgulara ulaşan çalışmalarla (Ahl, 2006) uyumluluk göstermemektedir. Yukarıda da ifade edildiği gibi bu çalışmadaki bulgulara göre sadece erkekler başarılı girişimcileri daha eril algılamakta kadınlar ise başarılı girişimciyi hem eril hem de dişil algılamaktadır.

Fakülte ve MYO öğrencilerinin başarılı girişimci algıları ile cinsiyet rolü stereotiplerinin ilişkisini inceleyen bu araştırmada elde edilen bulgularda özellikle MYO verilerindeki yüksek korelasyonlar dikkat çekmektedir. Başarılı girişimci için verilen cevaplarda madde bazında fakülte katılımcıları ile MYO katılımcılarının yanıtları tek yönlü varyans analizi ile karşılaştırılmış fakat 114 maddenin 107’sinde anlamlı bir fark gözlemlenmemiştir ($p>0,05$). Aralarında fark çıkan 7 maddeye ilişkin bulgular Tablo 2’de özetlenmiştir.

Tablo 2. Fakülte ve MYO katılımcılarına göre başarılı girişimcilerde farklı olan nitelikler

Madde	Ölçek	FAKÜLTE		MYO		F
		Ort	Ss	Ort	Ss	
Gergin, Sinirli	STE	4,03*	1,99	3,35	2,09	4,83
İyi kalpli	STE	5,13	1,91	5,70*	1,56	4,87
Neşeli	STE	5,04	1,63	5,59*	1,55	5,46
Bağımsız, kendi ilkeleri olan	STE	5,92**	1,47	5,27	1,60	7,99
Sorumluluk alma isteği yüksek	Ortak	5,77	1,56	6,22*	1,19	4,88
Tutkulu	Girişimcilik	5,24*	1,85	4,62	1,90	4,93
Dürüst	Girişimcilik	5,39	1,80	5,99*	1,42	6,54

*Diğer gruba göre ortalaması %95 güven düzeyinde yüksek

**Diğer gruba göre ortalaması %99 güven düzeyinde yüksek

MYO katılımcıları başarılı girişimcileri fakülte katılımcılarına göre daha iyi kalpli, neşeli, sorumluluk alma isteği yüksek ve dürüst olarak tanımlarken daha az gergin ve sinirli olarak tanımlamışlardır. Fakülte katılımcıları ise MYO katılımcılarına göre başarılı girişimcileri daha bağımsız, kendi ilkeleri olan ve tutkulu olarak tanımlamışlardır.

Tablo 2’de sunulan nitelikler dışında kalan 107 nitelikte fakülte öğrencileri ile MYO öğrencileri benzer yanıtlar vermiştir. Bu bulguya göre başarılı girişimci prototipi hakkında fakülte öğrencileri ile MYO öğrencileri büyük oranda benzer görüşlere sahipmiş gibi gözükmektedir. Bununla beraber Tablo 1’de sunulan bulgularda MYO öğrencilerinin cinsiyet stereotipleri ile başarılı girişimci prototipleri arasında çok yüksek bir ilişki olduğu belirtilmişti ($r>0,9$). Yani MYO katılımcılarında başarılı girişimciye verilen yanıtlarıyla, kadına veya erkeğe verilen yanıtları farklılaşmamıştır. Bu durumda MYO katılımcılarının başarılı girişimci için vermiş olduğu yanıtlar fakülte katılımcılarının yanıtlarına benzese de aynı niteliğe sahip olduğu düşünülmemelidir. Çünkü ortalama bir erkek veya ortalama bir kadın için de benzer yanıtları vermişlerdir. Burada MYO katılımcılarının maddeleri yanıtlarken biraz daha uçlara kayma eğilimi gösterdiği anlaşılmaktadır. Cinsiyetlere göre toplanan yanıtlar referans noktası olarak kabul edilirse fakülte ve MYO katılımcılarının başarılı girişimci algılarındaki farklar daha belirgin olarak ortaya konulabilecektir. Bu bağlamda Schein’in (1973) madde analiz yöntemi sağlıklı gözükmektedir.

Schein (1973) madde analizinde nitelikleri 3 grupta toplamıştır:

- 1) Erkek stereotipi ile farklılaşp kadın stereotipi ile farklılaşmayan maddeler (dişil özellikler)
- 2) Kadın stereotipi ile farklılaşp erkek stereotipi ile farklılaşmayan maddeler (eril özellikler)
- 3) Erkek ve kadın stereotipinin her ikisinden de farklılaşan maddeler (cinsiyet rolü stereotipleri ile ilgisi olmayan özellikler)

Schein (1973) başarılı lider prototipi için erkek ve kadın stereotiplerinin her ikisinden de farklılaşmayan 4 madde tespit etmiştir. Bu maddelerin üzerinde durmaya değer görmemiştir. Çünkü aynı maddede ortalama bir erkek veya ortalama bir kadın için düşünceler ile başarılı bir lider için düşünceler benzerdir. Cinsiyetlere ilişkin stereotipler bir referans noktası olarak düşünülürse, madde ortalaması ne kadar yüksek olursa olsun başarılı bir lider prototipi olarak belirtmek yersiz olacaktır.

Bu bağlamda fakülte ve MYO katılımcılarının yanıtları madde bazlı tek yönlü varyans analizi ile irdelenmiş ve bulguların anlamlılığında %95 güven düzeyi baz alınmıştır. Fakülte katılımcılarında STE maddelerinin 31’inde başarılı girişimciler için verilen yanıtlar erkekler ve kadınlar için verilen yanıtlarla ayrışmamıştır. Ek olarak sunulan 22 girişimcilik maddesinin 8’inde de yine başarılı girişimciler için verilen yanıtlar erkekler ve kadınlar için verilen yanıtlarla ayrışmamıştır. MYO katılımcılarında ise STE maddelerinin 75’inde, girişimcilik maddelerinin ise 19’unda başarılı girişimciler için verilen yanıtlar erkekler ve kadınlar için verilen yanıtlarla ayrışmamıştır. MYO katılımcılarının başarılı girişimci değerlendirmelerindeki niteliğin oldukça düşük olduğu söylenebilir.

MYO katılımcılarına göre başarılı bir girişimci için cinsiyet rolü stereotipleri ile ilgisi olmayan (erkek ve kadın stereotipinin her ikisinden de farklılaşan) hiçbir maddeye rastlanmamıştır. Cinsiyet rolü stereotipleri ile ilişkili 20 maddeden sadece 2’si dişil özellik olarak tespit edilmiştir. Başarılı girişimciler erkeklerden daha “meraklı” ve “konuşkan” olarak tanımlanmış ve bu özellikleri ile kadınlara benzetilmiştir. Diğer 18 maddenin tamamı eril özellik olarak ortaya çıkmıştır. Yani bu özellikler MYO

katılımcılarına göre başarılı girişimciler için kadınlardan farklı görülüp ve erkeğe benzeyen özelliklerdir ve Tablo 3'te gösterilmiştir.

Tablo 3. MYO öğrencilerine göre başarılı girişimcilerin eril özellikleri

Madde Grubu	Ort ^{Girişimci} > Ort ^{Kadın}	Ort ^{Girişimci} < Ort ^{Kadın}
STE	Düşünceleri duygularından etkilenmez	Endişeli, kaygılı
	Kolay kolay incinmez	Hoş ortamlara değer verir
	Ticari konularda becerikli	Boyun eğen
		Fiziksel görünümüne ilgisi yüksek
		Güvende olma isteği yüksek
		Kararsız
		Kolay etkilenir
		Utangaç
		Telaşlı
		Duygusal
Ortak	Liderlik yeteneği yüksek	
	Kreatif, üretkenliği özgün fikirlere dayanır	
Girişimcilik	Gelişmek için eleştirilmeyi ister	Tutkulu
	Takım kurma konusunda yetenekli	

Tablo 3'te sunulan özelliklerden sol sütundaki özellikler MYO öğrencilerine göre kadınlarda daha düşük düzeyde olup başarılı girişimcide daha yüksek olması gerektiği düşünülen özelliklerdir. Sağ sütunda yer alan özellikler ise kadınlarda daha yüksek düzeyde olup başarılı girişimcide daha düşük olması gerektiği düşünülen özelliklerdir. Bu özelliklerin tamamı erkek stereotipleri ile benzeştiği için başarılı girişimcilerde olması gerektiği düşünülen eril özellikler olarak tanımlanmıştır. MYO öğrencilerinin başarılı girişimci değerlendirmelerinin niteliği düşük olduğu belirtilmiş olsa da, değerlendirdikleri kadınlara başarılı girişimcileri daha eril algıladıkları da belirtilmelidir. Madde bazlı elde edilen bu sonuç Tablo 1'de verilen sınıf içi korelasyonlar arası fark bulguları ile de uyumludur ($z=3,77$, $p<0,01$).

Fakülte katılımcılarının değerlendirmeleri MYO katılımcılarının değerlendirmelerinden epey farklılaşmıştır. Fakülte katılımcılarının değerlendirmeleri başarılı girişimci için 32 özelliğe kadın ve erkek için yaptıkları değerlendirmelerden farklılaşmıştır. Bahsi geçen özellikler başarılı girişimcilere has, cinsiyet rolü stereotipleri ile ilgisiz özellikler olarak tanımlanabilir. Bu özellikler Tablo 4'te gösterilmiştir.

Tablo 4. Fakülte öğrencilerine göre başarılı girişimcilerin cinsiyet rolü stereotipleri ile ilgisiz özellikleri

Madde Grubu	$Ort_{Girişimci} > Ort_{Kadın} \& Ort_{Erkek}$	$Ort_{Girişimci} < Ort_{Kadın} \& Ort_{Erkek}$
STE	Tutarlı	Çekingen
	Gayretli	Kararsız
	Çok Yönlü	Agresif
	Durumları akılcı çözümlenmede yetenekli	Utangaç
	Rekabetçi	Eli ağır, işleri ağırdan alır
	Girişken	Kavgacı
	Hızlı, seri, gecikmez	
	Bilgi olarak donanımlı	
	İddialı, hırslı	
	Kendine hakim olur	
Ortak	Atılgan	
	Mantıklı	
Girişimcilik	Kreatif, üretkenliği özgün fikirlere dayanır	
	Kararlı	
	Azimli	
	Fırsatları kovalar	
	Zorlayıcı sorunları çözmeye istekli	
	Gelişmek için eleştirilmeyi ister	
	Dikkatlice düşünüp risk alabilir	
	Başarısızlıklarını "öğrenmek" olarak düşünür	
	Yenilikçi	
	Vizyon sahibi	
Takım kurma konusunda yetenekli		
Gelişmiş iletişim becerisine sahip		
Değişim odaklı		
Kendini amacına adan		

Girişimcilik ile ilgili sorulan 29 maddenin 14'ünün burada yer almış olması önemli bir bulgudur. Bu bulgu ile Tablo 1'de gösterilen, fakülte katılımcılarının girişimcilik maddelerine verdikleri yanıtlara göre başarılı girişimci prototipleri ile cinsiyet rolü stereotipleri ile ilişkili olmadığı sınıf içi korelasyon bulguları desteklenmiştir ($r_{erkek \times girişimci} = -0,10$, $r_{kadın \times girişimci} = -0,13$). Tablo 4'ün sol sütununda yer alan özellikler fakülte katılımcılarına göre başarılı bir girişimcide yüksek düzeyde olması gereken özellikler, sağ sütununda yer alan özellikler ise düşük düzeyde olması gereken özelliklerdir.

Fakülte katılımcılarının 20 özellikte başarılı girişimci için verdikleri yanıtlar erkeklerle ilgili verdikleri yanıtlarla farklılaşırken kadınlarla ilgili verdikleri yanıtlar ile benzeşmiştir. Bu özellikler başarılı girişimci ile ilgili algılanan dışıl özellikler olarak tanımlanabilir ve Tablo 5'te gösterilmiştir.

Tablo 5. Fakülte öğrencilerine göre başarılı girişimcilerin dişil özellikleri

Madde Grubu	Ort _{Girişimci} > Ort _{Erkek}	Ort _{Girişimci} < Ort _{Erkek}
STE	Meraklı	Ciddiyetsiz
	Anlayışlı, halden anlayan	Kaba
	Düzenli	Pasif, edilgen
	Zeki	Agresif olmaktan rahatsız olmaz
	Konuşkan	Sert
	İkna edici	
	Becerikli	
	Kendine saygısı yüksek	
	Kıymet bilir	
	Sezgileri güçlü	
	Çalışkan	
	İstikrarlı	
	Duyarlı, ince düşünceli	
Girişimcilik	İşine bağlılığı yüksek	
	Yüksek enerjili-Enerjik	

Tablo 5'te görüldüğü üzere maddelerin çoğu (18) STE maddeleridir. Girişimcilik maddelerinden sadece 2'si dişil özellik olarak algılanmıştır. Sol sütunda yer alan özellikler başarılı girişimcide ortalama bir erkekte daha yüksek olup ortalama bir kadınla benzeşen özelliklerdir. Sağ sütunda ise başarılı girişimcide ortalama bir erkekte daha düşük olup ortalama bir kadınla benzeşen özellikler yer almıştır.

Fakülte katılımcılarının başarılı girişimcide algıladığı eril özellikler ise Tablo 6'da sunulmuştur. Toplamda 23 maddede başarılı bir girişimci için verilen yanıtlar erkekler için verilen yanıtlarla benzeşmiş ve kadınlar için verilen yanıtlardan farklılaşmıştır.

Tablo 6. Fakülte öğrencilerine göre başarılı girişimcilerin eril özellikleri

Madde Grubu	Ort _{Girişimci} > Ort _{Kadın}	Ort _{Girişimci} < Ort _{Kadın}	
STE	Duygusal olarak dengeli	Endişeli, kaygılı	
	Bağımsız, kendi ilkeleri olan	Hoş ortamlara değer verir	
	Düşünceleri duygularından etkilenmez	Boyun eğen	
	Tarafsız	Fiziksel görünümüne ilgisi yüksek	
	Olumsuz duygularından çabuk sıyrılır	Kolay etkilenir	
	Hayatın gerçeklerini bilir	Gösterişçi	
	Ağzı sıkı	Telaşlı	
	Görünüşü hakkında kibirli değildir	Yumuşak başlı	
	Duyularını belli etmez	Duygusal	
	Kolay kolay incinmez		
	Ticari konularda becerikli		
	Ortak	Liderlik yeteneği yüksek	
		Sorumluluk alma isteği yüksek	
Başarılı olma isteği yüksek			

Tablo 6'da sunulan maddelerin tamamı STE maddeleridir. 3 madde ise girişimcilik maddelerinin içinde de değerlendirilen ortak maddeler statüsündedir. Sol sütunda başarılı girişimcide ortalama bir kadından daha yüksek olup ortalama bir erkekle benzeşen özellikler yer almaktadır. Sağ sütunda yer alan özellikler ise başarılı girişimcide ortalama bir kadından daha düşük olup ortalama bir erkekle benzeşen özelliklerdir.

Tablo1'de yer alan STE maddelerine göre fakülte katılımcılarının başarılı girişimcileri hem eril hem de dişil algıladığı bulgusu ($r_{\text{erkek} \times \text{girişimci}}=0,66$, $r_{\text{kadın} \times \text{girişimci}}=0,65$) böylelikle daha anlaşılır hale

gelmiştir. Tablo 5 ve Tablo 6’da görüldüğü üzere fakülte katılımcılarına göre STE maddelerinin 18’i başarılı girişimcinin dışıl özellikleri, 23’ü ise eril özellikleridir.

6. SONUÇ VE TARTIŞMA

Bu çalışmada ele alınan başarılı girişimci algısının cinsiyet rolü stereotipleri ilişkileri bağlamında öncelikle üzerinde durulması gereken konu MYO örnekleminde alınan verilerin ortalamalar açısından aşırı uçlarda değerler içeriyor olmasıdır. Bunun anlamı yukarıdaki paragraflarda da ifade edildiği üzere yetişkin kadın/erkek ve başarılı girişimci stereotipleri arasında hem yüksek ortalamalarda cevaplar ortaya koymaları hem de bu ortalamalar arasında anlamlı bir farkın ortaya çıkmamasıdır. Yani MYO öğrencileri açısından başarılı girişimcinin sahip olduğu/olabileceği özellikler ile yetişkin bir kadın ve/veya erkeğin özellikleri arasında bir fark görülmemektedir. Bu durum üzerinde hassasiyetle durulan anket oluşturma ve uygulama sürecinde en nitelikli cevapların alınabilmesi için gerekli tüm koşullar oluşturulsa da MYO öğrencilerinin bu konuda “uç” diye tabir edebileceğimiz noktalarda buldukları ifade edilebilir. Bu durumun belki de bir sebebinin son sınıflarda öğretim görüyor olmalarına rağmen girişimci/başarılı girişimci kavramı hakkında fikirlerinin henüz olgunlaşmamış olduğundan kaynaklı olduğu belirtilebilir. MYO’larda girişimcilik özelliklerinin geliştirilmesi konusunda daha çok hassasiyetle konuşulacak/durulacak derslerin sayıca artırılması yahut işletmecilik/yönetim vb. derslerin nitelik açısından içeriklerinin derinleştirilmesi tarafımızca bir öneri olarak sunulmaktadır. Bu bağlamda da MYO örneklemlerinde yapılacak akademik çalışmaların niteliğini etkileyen bu durumun göz önünde bulundurularak belki de daha spesifik önlemler alınmasının gerekli olduğu ifade edilebilir. Çünkü MYO’lar iş hayatına fakülte öğrencilerinden daha erken atılmakta ve belki de girişimcilik konusunda daha erken yaşlarda olgunlaşmak durumuyla karşı karşıya kalmaktadırlar. Bu nedenle de girişimci/girişimcilik kavramları hakkında daha ayırt edici özellikleri fark ederek psikolojik ve sosyolojik çözümlenmeleri yapabilen bir potansiyel insan kaynakları üretmek noktasında MYO’lara daha fazla özen gösterilmesi gerektiği de belirtilebilir.

Çalışmamızda başarılı girişimcilerin eril özellikleri konusunda birçok kavram değerlendirme sonucunda önümüze çıkmaktadır. Bu özellikler Tablo 3 ve Tablo 6’da ifade edilmektedir. Fakülte ve MYO öğrencilerinin bu özelliklerle ilgili olarak STE maddeleri konusunda ayrıştıktıkları kavramlar bulunsa da asıl dikkat çeken özellikler girişimcilik ölçeğinden üretilen maddelerde görülmektedir. Bu maddelerde de MYO öğrencileri, başarılı girişimcinin daha “kreatif olmasını, gelişmek için eleştirilmeyi talep etmesini ve takım kurma konusunda yetenekli olması gerektiğini” düşünmektedir. Fakülte öğrencileri ise başarılı girişimcinin “daha çok sorumluluk alan ve başarıya isteği yüksek olan” bir yapıda olduğunu düşünmektedirler. Her iki grup da başarılı girişimcinin “liderlik” yeteneğinin olması gerektiği konusunda ise hemfikirdir. Yine de STE endeksine göre fakülte öğrencileri daha fazla eril özellik belirtmektedir Bu da girişimcilik konusunda ve belki de girişimcilik eğilimleri konusunda fakülte öğrencilerinin daha detaylı bir bilgi aldıkları ve fikri altyapılarının oluştuğunun bir göstergesi olarak kabul edilebilir. Bu bağlamda fakülteedeki eğitimin girişimcilik niteliklerini arttırdığını, kendine güven, bağımsızlık arzusu ve risk alma yeteneğini geliştirdiği söylenebilir. Bununla beraber MYO öğrencilerinin takım kurma ve eleştirilme taleplerinin/tutumlarının olması, “dış çevreden geri bildirim alma/ gönüllü etkilenme”

konularında fakülte öğrencilerine göre daha duyarlı oldukları görülmektedir. Fakülte öğrencilerinin ise daha çok zaman dilimine yayılı bir eğitimleri ve çokça sofistike zaman geçirme imkanları olmasından kaynaklı, hayata/işe dair “başarma ihtiyaçlarının ve sorumluluk alma taleplerinin yüksek” olduğu söylenebilir.

Tablo 3’te de belirtildiği gibi STE ölçeğindeki diğer maddelere göre daha duygusal öğeler (endişeli/kaygılı/utangaç), başarılı girişimci ve erkeklerden çok kadınlarda daha yüksek olan eril özelliklerdir. Katılımcılar girişimcilik maddelerinden “tutkulu” kavramını, başarılı girişimci ve erkeklerde düşük, kadınlarda yüksek düzeyde olması gerektiğini düşünmüşlerdir. Fakat burada kastedilen “tutkulu” olmak girişimcilik maddeleri oluşturulurken yararlanılan kaynaklarda (Kuratko ve Hodgetts, 1998: 97-120; Bozkurt vd., 2012: 229-247) iş dünyası/girişimcilik/iş kurma konularında “istekli ve/veya hırslı olmak” şeklinde ifade edilmektedir. MYO öğrencileri duygular ile düşünceleri ayırt etmek konusunda eril özellikler içerisinde değerlendirdikleri “düşünceleri duygularından etkilenmez” ifadesini beklendiği üzere eril algıladıkları söylenebilir. Fakat katılımcıların “tutkulu” kavramını irrasyonel, aşırı ve davranışı yöneten duygusal bir kavram olduğu için dişil özelliklerle ilişkilendirmesi beklenirken, eril özellikler içerisinde tanımladıkları görülmektedir. Cinsiyet rolleri ile girişimciliği inceleyen literatürde de kadının daha çok “emotionality (duygusallık/hassasiyet/duyarlılık)” boyutuyla ilgili olarak erkeklerden farklı tanımlanması (Sexton ve Upton, 1990), “tutkulu” kavramının dişil bir özellik algılanması gerektiği noktasında ipucu vermektedir. Yani “tutkulu” kavramının eril özellik olarak algılanması, iş hayatında tutkulu olmak konusunda değil kadının duygusallığına atıfta bulunularak anlamlandırılmaktadır. Bu durumda ise katılımcıların zihinlerinde net bir tablonun olmadığı düşünülebilir. Yahut tutkulu olmak konusunda kadını başarılı bir girişimciden daha yüksek ortalama düzeyinde ifade eden katılımcıların aynı zamanda bu kavramı eril olarak görmeleri biraz absürt olarak yorumlanabilir.

Tablo 4’te fakülte öğrencilerinin başarılı girişimci algısının cinsiyet rolü stereotipleriyle ilgisiz olduğu maddeler görülmektedir. Başarılı girişimci özelliklerinin bu çalışmada kullanılan girişimcilik ölçeği bağlamında cinsiyet rolü stereotipleriyle ilgisiz maddelerinin 14’ünü içerdiği yukarıda ifade edilmektedir. Bu maddelerin dışındaki “girişken, rekabetçi, gayretli, tutarlı, hızlı, hırslı, atılgan” gibi STE maddelerinin de birçoğunun girişimcilik araştırmalarında belirtilen başarılı girişimci özellikleri içerisinde yer aldığı görülmektedir (Kuratko ve Hodgetts, 1998: 97-120; Bozkurt vd., 2012: 229-247). Tablo 4’te dikkat çeken bir diğer nokta da, başarılı girişimci özelliklerinin kadınlar ve erkekler için aynı düzlemde değerlendirilmeleridir. Günümüzde kadınlarla erkeklerin başarılı girişimci özellikleri noktasında gerek STE ve gerek girişimcilik ölçeği maddeleri bağlamında birbirlerine yaklaşımlarının söz konusu olduğu söylenebilir. Girişimcilik çalışmalarında; kadınların iş/girişimcilik dünyasına katılımlarındaki artışın, girişimciliğe uygun olduklarının keşfedildiği 1970-1980’li yıllar olduğu ifade edilmektedir. Artık bilgi toplumunda kadın, sanayi toplumuna göre daha çok girişimcilik fırsatı ile karşı karşıyadır. Sanayi toplumunda çoğunlukla üretim sektörü haricinde öne çıkan kadın artık hem üretim hem de hizmet sektöründe boy göstermektedir. Hatta kadınlar dişil özelliklerini de öne çıkararak girişimcilik kariyerlerini geliştirmekte ve erkek girişimcilere benzer başarıları yakalamaktadırlar. Genel anlamda girişimcilikte kullanılan tanım, özellik ve teoriler erkek girişimcilere yöneliktir. Kadın girişimcilerin işe ve fırsatlara bakışlarında, erkek girişimcilerin sahip oldukları özellikler açısından pek fazla ayırt edici yönleri yoktur.

Bundan dolayı girişimciler için kullanılan tanımlar, kadın girişimciler için de geçerlidir. Fakat daha spesifik karşılaştırmalarda kadın ve erkek girişimcilerin ayırt edici niteliklerinin bulunduğu görülmektedir (Top, 2012: 21, 25). Başarılı girişimcilik özellikleri noktasında kadınla erkeğin aynı düzlemde yakınlaşmalarına rağmen kadınların yönetim/liderlik ve girişimciliğe dair alanlarda kimi engellerle stereotipler bağlamında karşılaşabileceği belirtilebilir. Araştırmalar, liderlik, yönetim ve girişimci rolleri almak isteyen kadınlar için en önemli engelin, bu işleri erkeklerle ilişkilendiren kalıcı stereotipler olduğunu ileri sürmektedir (Gupta vd., 2009: 400-401).

Tablo 5'te başarılı girişimcilerin dişil özellikleri fakülte öğrencilerine göre değerlendirilmektedir. Bu tabloda öne çıkan özelliklerden meraklılık, konuşkanlık ve ikna edicilik "dışa dönük" dişil özelliklerdir. Bununla beraber kendine saygılı olma, halden anlama, duyarlı-ince düşünceli olma, anlayışlı olma ve sezgilerinin güçlülüğü dişil özellikler olarak toplumsal ve bireysel ilişkileri "düzenleyici" nitelikler şeklinde yorumlanabilir. Diğer taraftan beceriklilik, çalışkanlık ve düzenlilik ise toplumda kabul gören/öne çıkan "bireysel yetenekler" olarak değerlendirilebilir. Burada ifade edilen özellikler Sexton ve Upton'un (1990) bulgularında yer alan ve kadınların erkeklere benzer skorlar aldıkları "uyumluluk" boyutu, yukarıda ifade edilen "düzenleyici" niteliklerle benzerlik gösterdiği belirtilebilir. Ayrıca "bireylerarası etki/etkileşim" konusunun ise yine yukarıda belirtilen "dışa dönük olma" boyutuna benzer bir yapıda olduğu ifade edilebilir. Sexton ve Upton'un (1990) çalışmalarına göre ise kadın ve erkek arasındaki farklar özellikle risk alma ve enerji düzeyi noktasındadır. Kadınlar erkeklere göre daha az bir enerji düzeyine ve daha az/düşük risk alma eğilimine sahiptirler. Çalışmada kadınların düşük risk alma eğiliminin özellikle "parasal" risk konusunda olduğu da belirtilmektedir. Bu çalışmanın bulgularına göre ise katılımcılar, başarılı girişimcileri ve kadınları, erkeklerden işe bağlılık ve enerji düzeyinin yüksek olması konusunda daha duyarlı görmektedirler. Bu da Sexton ve Upton'un (1990) bulgularıyla uyum göstermemektedir.

Tablo 6'da başarılı girişimcilerin eril özellikleri fakülte öğrencilerine göre değerlendirilmektedir. Bu katılımcıların düşüncelerine göre girişimcilik konseptlerinin önemli boyutları olan "ticaret" ve "yöneticilik/liderlik" eril algılanmaktadır. Bu özelliklerin yanında "sorumluluk alma" ve "başarılı olma isteği" gibi özellikler yönetsel/örgütsel/ticari süreçlerde "sürdürülebilirliği destekleyen" eril özellikler olarak göze çarpmaktadır. Bu özelliklere dair yapılabilecek bir yoruma göre de erkeklerin bilişsel alt yapılarının "duygularının yönetimine" dayandığı söylenebilir. Çünkü eril algılanan özelliklerin önemli bir kısmında "duygu" kavramı ile ilişkilendirilen konseptlere yön verme eğilimi gözlemlenmektedir. Örneğin "duygusal olarak dengelilik" ve "düşüncelerin duygulardan etkilenmemesi" gerektiği noktasına olan eğilimin; başarılı girişimcilerin karar verirken rasyonel olmaları, koşulları iyi araştırmaları ve duygularla değil verilerle süreçleri yönetmeleri gerektiğine dair zihinsel arka planlarının ipuçlarını barındırdığı ifade edilebilir.

Tablo 5 ve Tablo 6 içerisinde yer alan özelliklere göre bir değerlendirme yapıldığında ise başarılı girişimci; saygılı, halden anlayan, ince düşünceli, dışa dönük ve anlayışlı gibi "duygu" merkezli niteliklere sahip olan fakat bununla beraber iş yapma/biliş/karar alma/davranışsal süreçlerde "denge" kavramını da ihmal etmeyen bir birey olarak ifade edilmektedir. Özetle belirtmek gerekirse duygularla ilgili eril ve dişil özellikler başarılı bir girişimci için "birlikte" değerlidir. Sonuç olarak bu çalışmadaki

katılımcılara göre başarılı girişimci; iş/gündelik yaşamında duyguları önemli gören, ihmal etmeyen ve içe/dışa dönük duygusal süreçleri doğru bir şekilde yönlendirebilen/yönetebilen bir birey olarak tanımlanabilir.

Ek: STE ve Girişimcilik Maddelerine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

Sıra	Madde	Fakülte						MYO					
		Başarılı Girişimci		Erkek		Kadın		Başarılı Girişimci		Erkek		Kadın	
		Ort	Ss	Ort	Ss	Ort	Ss	Ort	Ss	Ort	Ss	Ort	Ss
1.	Meraklı*	5,50	1,70	4,51	1,66	6,03	1,50	5,75	1,49	4,84	1,87	5,60	1,83
2.	Tutarlı*	5,18	1,68	4,34	2,08	4,22	1,88	5,45	1,66	5,53	1,72	5,24	1,72
3.	Yönlendirme ve kontrol etme isteği yüksek*	5,97	1,26	5,68	1,73	5,62	1,50	6,04	1,41	5,83	1,57	5,73	1,64
4.	Anlayışlı, halden anlayan*	5,26	1,70	4,50	2,10	4,67	1,93	5,42	1,52	5,41	1,74	5,25	1,80
5.	Endişeli, kaygılı*	3,65	2,00	4,05	1,90	5,74	1,54	3,66	2,07	3,85	2,09	4,94	1,99
6.	Maceradan hoşlanır*	5,09	1,81	5,01	1,77	4,89	1,69	5,08	1,92	5,49	1,71	4,80	1,96
7.	Liderlik yeteneği yüksek**	6,05	1,44	5,45	1,64	4,97	1,85	6,36	1,03	6,00	1,55	5,74	1,49
8.	Hoş ortamlara değer verir*	4,94	1,85	4,75	1,80	6,22	1,11	4,92	1,79	5,22	1,78	5,57	1,78
9.	Düzenli*	5,68	1,55	4,28	1,97	5,58	1,71	5,78	1,62	5,30	1,80	5,97	1,50
10.	Ne yapacağı kestirilemez*	4,27	2,28	4,60	2,17	5,09	2,23	4,21	2,15	3,75	2,16	4,70	2,10
11.	Kreatif, üretkenliği özgün fikirlere dayanır**	5,67	1,41	4,59	1,65	4,73	1,76	5,45	1,67	5,04	1,66	4,89	1,81
12.	Tartışmalardan kaçınmaya eğilimli*	3,86	2,05	3,76	2,11	3,36	2,17	3,75	2,12	4,43	2,16	3,29	2,16
13.	Boyun eğer*	2,09	1,70	2,50	1,92	2,91	1,96	1,97	1,72	2,27	2,06	2,78	2,24
14.	Samimi*	5,26	1,80	4,90	1,89	5,30	1,72	5,58	1,60	5,64	1,62	5,50	1,67
15.	Kibar*	5,26	1,75	4,65	1,84	5,83	1,20	5,57	1,57	5,14	1,95	5,77	1,71
16.	Duygusal olarak dengeli*	4,79	1,62	4,30	2,11	3,89	2,06	5,22	1,44	5,05	1,58	4,88	1,94
17.	Sinsi*	3,27	2,29	3,91	2,19	3,80	2,38	2,99	2,15	3,00	2,22	3,71	2,38
18.	Fiziksel görünümüne ilgisi yüksek*	5,13	2,00	5,38	1,76	5,93	1,47	4,97	1,82	5,27	1,79	5,89	1,83
19.	Bağımsız, kendi ilkeleri olan*	5,92	1,47	5,33	1,80	5,18	1,61	5,27	1,60	5,26	1,74	5,05	1,98
20.	Arkadaş edinme isteği yüksek*	5,25	1,91	5,29	1,55	5,46	1,26	5,55	1,58	5,19	1,65	5,10	1,78
21.	Ciddiyetsiz*	2,18	1,78	3,20	2,04	2,82	1,95	2,03	1,83	2,35	1,99	2,60	2,05
22.	Zeki*	5,64	1,72	4,88	1,97	5,20	1,74	5,80	1,48	5,79	1,78	5,60	1,59
23.	İnatçı*	5,13	2,00	5,11	1,58	5,62	1,72	5,07	1,93	4,81	2,01	5,68	1,86
24.	Gayretli*	6,10	1,29	5,28	1,43	5,50	1,48	6,22	1,26	6,03	1,43	5,94	1,35
25.	Çekingen*	2,62	1,72	3,86	2,12	4,09	1,83	3,00	2,12	3,20	2,16	3,36	2,00
26.	Çok Yönlü*	5,90	1,37	4,91	1,71	4,89	1,61	5,76	1,47	5,54	1,70	5,36	1,82
27.	Konuşkan*	5,95	1,29	5,11	1,67	5,55	1,50	5,79	1,54	5,21	1,85	5,81	1,68
28.	Güvende olma isteği yüksek*	5,49	1,74	5,16	1,95	5,99	1,57	5,44	1,68	5,27	1,80	6,20	1,39
29.	İkna edici*	6,04	1,33	5,18	1,52	5,50	1,45	6,24	1,14	5,85	1,44	6,01	1,35
30.	Durumları akılcı çözümlemede yetenekli*	6,08	1,26	4,74	1,77	5,03	1,58	6,02	1,34	5,78	1,52	5,75	1,39
31.	Rekabetçi*	5,91	1,39	5,28	1,52	5,18	1,53	5,89	1,51	5,72	1,56	5,67	1,56
32.	Kararsız*	3,03	2,06	4,31	1,89	4,47	2,03	2,76	1,76	2,97	2,11	3,93	2,30
33.	Neşeli*	5,04	1,63	5,35	1,48	5,45	1,54	5,59	1,55	5,43	1,77	5,83	1,40
34.	Özgür ve bağımsız olmaya istekli**	5,82	1,67	5,63	1,55	5,39	1,79	5,42	1,84	5,43	1,74	5,80	1,58
35.	Düşünceleri duygularından etkilenmez*	5,18	1,52	4,51	1,95	3,50	2,13	4,94	1,71	4,46	1,95	4,17	2,19
36.	Becerikli*	5,61	1,52	4,63	1,98	5,42	1,73	6,02	1,37	5,79	1,69	5,73	1,56
37.	Anlayışlı*	5,58	1,46	4,94	1,88	5,07	1,83	5,86	1,44	5,70	1,57	5,69	1,51
38.	Kaba*	2,26	1,53	3,85	2,25	2,42	1,64	2,50	1,92	2,71	2,12	2,42	1,88
39.	Girişken*	6,12	1,38	5,03	1,70	4,86	1,76	6,03	1,53	5,68	1,68	5,80	1,55
40.	Agresif*	3,24	1,86	4,65	1,99	4,00	1,85	3,35	2,08	3,56	2,18	3,98	2,18
41.	Kendine saygısı yüksek*	6,24	1,27	5,65	1,62	5,80	1,58	6,28	1,22	6,21	1,38	6,32	1,11
42.	Kıymet bilir*	5,65	1,60	4,88	2,06	5,24	2,02	5,76	1,53	5,79	1,70	5,90	1,67
43.	Kolay etkilenir*	3,77	2,03	4,22	2,00	5,07	2,02	3,66	1,96	4,04	2,09	5,03	2,06
44.	Gösterişçi*	3,78	2,00	4,23	2,19	4,97	2,09	3,92	2,19	3,58	2,23	4,41	2,34
45.	Başkalarının duygularının farkında*	5,24	1,63	4,76	1,94	5,04	1,76	5,60	1,48	5,43	1,59	5,56	1,56
46.	Pasif, edilgen*	2,35	1,87	3,40	2,07	2,88	1,74	2,58	1,81	2,85	1,90	3,02	1,93
47.	Tarafsız*	4,79	2,00	4,31	1,91	3,97	1,81	4,82	1,98	4,93	1,83	4,86	1,95
48.	Olumsuz duygularından çabuk sıyrılır*	4,78	1,74	4,54	1,86	3,78	1,78	4,90	1,73	4,93	1,96	4,64	2,11
49.	Utangaç*	2,86	1,87	3,78	1,98	4,38	1,98	2,96	1,97	3,11	1,99	3,66	2,08
50.	Dayanıklı*	5,54	1,49	5,30	1,77	5,13	1,91	5,75	1,52	5,99	1,47	5,61	1,72
51.	Hızlı, seri, gecikmez*	5,69	1,57	4,95	1,89	4,61	2,00	5,72	1,56	5,75	1,61	5,31	1,76
52.	Sezgileri güçlü*	6,04	1,32	4,81	1,71	5,46	1,71	5,95	1,34	5,70	1,71	6,02	1,34
53.	Evrensel insani değerlere önem verir*	5,63	1,67	5,13	1,75	5,29	1,56	5,71	1,56	5,65	1,59	5,83	1,57
54.	Hayatın gerçeklerini bilir*	5,77	1,67	5,19	1,90	5,07	1,96	5,85	1,62	5,67	1,61	5,78	1,60
55.	Eli ağır, işleri ağırdan alır*	2,41	1,80	3,89	1,99	3,47	1,99	2,54	1,80	3,11	2,11	3,02	2,01

56. Kavgacı*	2,46	1,91	4,18	2,13	3,30	2,05	2,79	2,14	3,11	2,26	2,88	1,97
57. Çalışkan*	5,88	1,37	4,79	1,74	5,39	1,69	5,98	1,53	5,81	1,61	5,92	1,43
58. Bilgi olarak donanımlı*	5,91	1,40	4,60	1,73	4,83	1,78	5,86	1,49	5,71	1,65	5,74	1,46
59. Agresif olmaktan rahatsız olmaz*	3,71	2,12	4,65	1,92	3,68	2,10	3,53	2,08	3,74	2,21	3,88	2,12
60. Ağzı sıkı*	5,08	1,88	4,76	1,93	3,91	2,19	5,33	1,75	5,73	1,79	4,90	2,15
61. İddialı, hırslı*	6,06	1,33	5,18	1,78	5,26	1,68	6,12	1,34	5,84	1,63	5,93	1,46
62. Görünüşü hakkında kibirli değildir*	5,26	1,69	4,85	2,01	4,32	2,19	5,05	1,85	4,93	1,90	4,95	1,91
63. Çevresi tarafından kabul görmeye çok istekli*	5,18	1,91	5,04	1,63	5,50	1,60	5,35	1,58	5,40	1,81	5,38	1,74
64. Telaşlı*	3,38	1,89	3,80	1,70	4,99	1,79	3,46	2,17	3,24	1,85	4,40	2,18
65. Yumuşak başlı*	4,28	2,01	4,26	1,85	5,24	1,94	4,58	1,87	4,75	2,04	5,09	1,76
66. Sorumluluk alma isteği yüksek**	5,77	1,56	5,21	1,71	5,07	1,70	6,22	1,19	5,87	1,58	5,80	1,52
67. Kendine hakim olur*	5,87	1,33	4,91	1,94	4,68	2,04	5,90	1,44	5,77	1,71	5,38	1,74
68. Alçakgönüllü, Mütevazı*	5,21	1,79	4,86	1,88	5,14	1,92	5,63	1,48	5,53	1,73	5,54	1,67
69. Kararlı**	6,13	1,35	5,13	1,86	5,21	1,71	6,13	1,37	6,16	1,48	5,82	1,60
70. Gergin, sınırlı*	4,03	1,99	4,69	1,93	4,22	2,08	3,35	2,09	3,75	2,33	3,82	2,09
71. Açık sözlü*	5,42	1,74	4,98	1,68	5,07	1,77	5,66	1,52	5,63	1,72	5,33	1,71
72. Duygularını belli etmez*	4,90	1,78	4,63	1,94	3,97	2,11	4,46	1,92	4,64	2,03	4,75	1,91
73. Otoriter, buyurgan*	4,99	2,03	5,44	1,65	4,61	1,65	5,23	1,61	4,98	1,96	5,33	1,73
74. Öz güveni yüksek**	5,74	1,61	5,71	1,58	5,34	1,85	6,10	1,25	5,86	1,59	5,97	1,53
75. Duygusal*	4,27	1,77	4,36	1,82	5,70	1,75	4,52	1,75	4,58	1,95	5,44	1,81
76. İstikrarlı*	5,72	1,54	4,71	1,90	5,19	1,84	5,73	1,50	5,42	1,76	5,73	1,69
77. Atılgan*	5,90	1,51	4,89	1,92	4,63	1,62	5,94	1,43	5,50	1,83	5,47	1,80
78. Kolay kolay incinmez*	4,96	1,90	4,44	1,89	3,28	2,13	4,73	1,64	4,91	1,86	3,93	2,12
79. Baskın (dominant)*	5,17	1,98	5,00	1,88	4,47	1,93	5,08	1,84	4,75	1,96	4,97	2,00
80. Duyarlı, ince düşünceli*	5,24	1,74	4,28	1,96	5,23	1,85	5,55	1,48	5,40	1,68	5,38	1,72
81. Yardımsever*	5,42	1,75	5,20	1,69	5,58	1,78	5,63	1,60	5,96	1,47	6,10	1,25
82. Başarılı olma isteği yüksek**	6,09	1,50	5,78	1,48	5,37	1,80	6,21	1,53	6,11	1,48	6,27	1,26
83. Düzenbaz*	2,92	2,23	3,49	2,24	2,84	2,02	2,58	2,20	2,93	2,31	2,39	2,11
84. Cömert*	5,08	1,65	4,84	1,92	5,24	1,69	5,41	1,65	5,65	1,64	5,67	1,49
85. Sert*	4,17	1,94	4,90	2,00	3,61	1,86	4,24	2,06	4,48	2,08	4,30	2,13
86. Mantıklı*	5,79	1,56	5,03	1,88	4,93	1,84	5,96	1,45	5,73	1,71	5,76	1,60
87. Ticari konularda becerikli*	5,69	1,65	5,29	1,76	3,88	1,97	5,77	1,72	5,39	1,95	5,00	1,88
88. Bencil*	3,06	1,98	3,36	2,21	2,78	2,04	2,58	1,97	2,95	2,28	2,97	2,06
89. Ağırbaşlı*	5,06	1,85	5,13	1,83	4,75	1,83	5,31	1,60	5,37	1,86	5,40	1,74
90. İyi kalpli*	5,13	1,92	5,16	1,96	5,67	1,56	5,70	1,56	5,87	1,51	6,04	1,27
91. Para ile ödüllendirilmeye çok istekli*	3,99	2,09	4,58	2,12	4,03	2,21	3,92	2,12	3,90	2,22	4,33	2,08
92. Kendi kendine yetebileceğine güvenir*	5,60	1,81	5,16	2,04	5,09	2,06	5,61	1,77	5,61	1,73	5,62	1,81
93. Azimli***	6,04	1,45	4,86	1,76	5,39	1,51	6,04	1,37	5,93	1,51	5,75	1,63
94. İşine bağlılığı yüksek***	5,95	1,42	5,06	1,77	5,43	1,44	6,11	1,40	5,86	1,50	5,70	1,59
95. Fırsatları kovalar***	5,82	1,66	4,88	1,76	5,13	1,61	5,76	1,65	5,24	1,95	5,52	1,58
96. İnisiyatif alır***	5,03	1,65	4,49	1,82	4,39	1,68	4,93	1,73	4,96	1,72	4,96	1,72
97. Zorlayıcı sorunları çözmeye istekli***	5,74	1,57	4,86	1,86	4,49	1,85	5,75	1,61	5,39	1,72	5,36	1,77
98. Gelişmek için eleştirilmeyi ister***	5,54	1,61	3,95	2,09	3,97	2,12	5,74	1,61	5,30	1,64	4,64	1,97
99. Yaptığı işlerde kontrolün kendisinde olduğuna inanır***	5,84	1,51	5,53	1,71	5,50	1,68	5,92	1,22	5,63	1,56	5,77	1,50
100. İş hayatındaki belirsizliklere tahammülü yüksek***	4,30	1,95	4,04	1,98	4,16	2,10	4,41	1,98	4,26	1,98	4,43	1,97
101. Dikkatlice düşünüp risk alabilir***	6,09	1,49	5,09	1,84	5,07	1,64	6,01	1,50	5,64	1,56	5,53	1,68
102. Dürüst***	5,38	1,80	5,08	1,91	5,53	1,81	5,99	1,42	6,19	1,35	5,80	1,52
103. Güvenilir***	5,68	1,67	5,28	1,98	5,38	1,68	6,02	1,51	6,19	1,34	5,89	1,54
104. Başarısızlıklarını "öğrenmek" olarak düşünür***	5,46	1,71	4,58	1,77	4,12	1,89	5,36	1,75	5,09	1,99	5,05	1,92
105. Yüksek enerjili-Enerjik***	5,86	1,54	5,16	1,69	5,43	1,46	5,98	1,42	5,89	1,57	6,12	1,30
106. Yenilikçi***	6,10	1,33	4,76	1,77	5,24	1,64	5,93	1,42	5,38	1,87	5,42	1,77
107. Vizyon sahibi***	5,85	1,36	4,92	1,82	4,55	1,86	5,83	1,39	5,68	1,68	5,47	1,76
108. İyimser***	5,19	1,82	5,04	1,74	5,55	1,76	5,27	1,73	5,72	1,58	5,50	1,58
109. Takım kurma konusunda yetenekli***	5,73	1,59	5,00	1,77	4,62	1,80	6,14	1,26	5,68	1,66	5,44	1,72
110. Gelişmiş iletişim becerisine sahip***	5,91	1,51	4,98	1,76	4,89	1,79	5,90	1,44	5,69	1,66	5,82	1,49
111. Değişim odaklı***	5,69	1,58	4,76	1,90	4,93	1,73	5,68	1,55	5,13	1,97	5,78	1,49
112. Vicdanlı***	5,27	1,63	5,05	1,71	5,51	1,77	5,48	1,54	5,75	1,46	5,82	1,59
113. Kendini amacına adan***	5,72	1,56	4,81	1,81	5,04	1,69	5,92	1,47	5,58	1,64	5,75	1,49
114. Tutkulu***	5,24	1,85	5,06	1,64	5,33	1,59	4,62	1,90	4,96	1,94	5,47	1,63

*STE maddesi, **Hem STE hem Girişimcilik maddesi, ***Girişimcilik maddesi

7. KAYNAKÇA

- Ahl, Helene (2006), “Why Research on Women Entrepreneurs Needs New Directions”, *Entrepreneurship Theory & Practice*, Cilt. 30, Sayı.5, (595–621).
- Aytaç, Ömer - İlhan, Süleyman (2007), “Girişimcilik ve Girişimci Kültür: Sosyolojik Bir Perspektif”, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı.18, (101-121).
- Baron, Robert A. - Markman, Gideon D. - Hirsca, Azita (2001), “Perceptions of Women and Men as Entrepreneurs: Evidence for Differential Effects of Attributional Augmenting”, *Journal of Applied Psychology*, Cilt.86, Sayı.5, (923-929).
- Bem, Sandra L. (1981), “Gender Schema Theory: A Cognitive Account of Sex Typing”, *Psychological Review*, Cilt.88, Sayı.4, (354-364).
- Berkery, Elaine - Morley, Michael - Tiernan, Siobhan (2013), “Beyond Gender Role Stereotypes and Requisite Managerial Characteristics”, *Gender in Management: An International Journal*, Cilt.28, Sayı.5, (278-298).
- Besler, Senem - Oruç, İlke (2010), “Türkiye’de ve Yazılı Basında Kadın Yöneticiler”, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt.10, Sayı.1, (17-38).
- Block, Richard A. - Crawford, Kevin C. (2013), “Gender Stereotyping of Leadership Behaviors: Social Metacognitive Evidence”, *Psychology and Social Behavior Research*, Cilt.1, Sayı.1, (9-17).
- Booyesen, Lize A. E. - Nkomo, Stella M. (2010), “Gender Role Stereotypes and Requisite Management Characteristics-The Case of South Africa”, *Gender in Management: An International Journal*, Cilt.25, Sayı.4, (285-300).
- Boyce, Lisa A. - Herd, Ann M. (2003), “The Relationship Between Gender Role Stereotypes and Requisite Military Leadership Characteristics”, *Sex Roles*, Cilt.49, Sayı.7-8, (365-378).
- Bozkurt, Özlem Ç. - Kalkan, Adnan - Koyuncu, Osman - Alparslan, Ali M. (2012), “Türkiye’de Girişimciliğin Gelişimi: Girişimciler Üzerinde Nitel Bir Araştırma”, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt.2012/1, Sayı.15, (229-247).
- Bruni, Attila - Gherardi, Silvia - Poggio, Barbara (2004), “Doing Gender, Doing Entrepreneurship: An Ethnographic Account of Intertwined Practices”, *Gender, Work & Organization*, Cilt.11, Sayı.4, (406-429).
- Dökmen, Zehra Y. (1999), “Bem Cinsiyet Rolü Envanteri Kadınsılık ve Erkeksilik Ölçekleri Türkçe Formunun Psikometrik Özellikleri”, *Kriz Dergisi*, Cilt.7, Sayı.1, (27-40).
- Dökmen, Z. Y. (2003). “Çalışma Durumları Farklı Üç Grup Kadında Ruh Sağlığı, Kontrol Odağı İnancı ve Cinsiyet Rolü”, *Türk Psikoloji Dergisi*, Cilt.1, Sayı.51, (111-124).
- Duehr, Emily E. - Bono, Joyce E. (2006), “Men, Women, and Managers: Are Stereotypes Finally Changing?”, *Personnel Psychology*, Cilt.59, Sayı.4, (815-846).
- Fullagar, Clive J. - Sümer, H. Canan - Sverke, Magnus - Slick, Renee (2003), “Managerial Sex-Role Stereotyping: A Cross Cultural Analysis”, *International Journal of Cross Cultural Management*, Cilt.3, Sayı.1, (93-107).
- Gupta, Vishal K. - Turban, Daniel B. - Wasti, S. Arzu - Sikdar, Arijit (2009), “The Role of Gender

- Stereotypes in Perceptions of Entrepreneurs and Intentions to Become an Entrepreneur”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, Cilt.33, Sayı.2, (397-417).
- Güldü, Özgür - Kart, Müge E. (2009), “Toplumsal Cinsiyet Roller ve Siyasal Tutumlar: Sosyal Psikolojik Bir Değerlendirme”, *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, Cilt.64, Sayı.3, (98-116).
- Herrera, Beth. G. C. - Lankau, Melenie J. (2005), “Are We There Yet? An Assessment of Fit Between Stereotypes of Minority Managers and the Successful-Manager Prototype”, *Journal of Applied Social Psychology*, Cilt.35, Sayı.10, (2029-2056).
- Hogg, Michael A. - Vaughan, Graham M. (2007), *Sosyal Psikoloji*, Çev. İbrahim Yıldız, Ütopya Yayınevi, Ankara.
- Hortaçsu, Nuran. (1998), *Grup İçi ve Gruplar Arası Süreçler*, İmge Kitapevi, Ankara.
- Indarti, Nurul - Rostiani, Rokhima - Nastiti, Tur (2010), “Underlying Factors of Entrepreneurial Intentions among Asian Students”, *The South East Asian Journal of Management*, Cilt.4, Sayı.2, (143-160).
- Koenig, Anne M. - Eagly, Alice H. - Mitchell, Abigail. A. - Ristikari, Tiina. (2011), “Are Leader Stereotypes Masculine? A Meta-Analysis of Three Research Paradigms”, *Psychological Bulletin*, Cilt.137, Sayı.4, (616-620).
- Kuratko, Donald F. - Hodgetts, Richard M. (1998), *Entrepreneurship-A Contemporary Approach*, Fourth Edition, The Dryden Press.
- McGraw, Kenneth O. - Wong, S. P. (1996), “Forming Inferences About Some Intraclass Correlation Coefficients”, *Psychological Methods*, Cilt.1, Sayı.1, (30-46).
- Oğuz, Gürsel Y. (2000), “Cinsiyet Roller ile İlgili Stereotiplerin Televizyonda Sunumu”, *Kurgu Dergisi*, Sayı.17, (35-43).
- Robbins, Stephen P. - Decenzo, David A. - Coulter, Mary (2013), *Yönetimin Esasları*, Çeviren: Adem Öğüt, Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara.
- Schein, Virginia E. (1973), “The Relationship Between Sex Role Stereotypes and Requisite Management Characteristics”, *Journal of Applied Psychology*, Cilt.57, Sayı.2, (95-100).
- Schneider, Irmela (2001), “Stereotip Teorisi Alman Televizyonunda Amerikan Dizilerini Araştırmaya Yönelik Ön Düşünceler”, Çev. Ahmet İmançer - Dilek İmançer, *Selçuk İletişim Dergisi*, Cilt.2, Sayı.1, (47-56).
- Sexton, Donald L. - Upton Nancy B. (1990), “Female and Male Entrepreneurs: Psychological Characteristics and Their Role in Gender-Related Discrimination”, *Journal of Business Venturing*, Cilt.5, Sayı.1, (29-36).
- Top, Seyfi (2012), *Girişimcilik-Keşif Süreci*, Beta Basım Yayın, İstanbul.
- Vatandaş, Celalettin (2007), “Toplumsal Cinsiyet ve Cinsiyet Rollerinin Algılanışı”, *Sosyoloji Konferansları Dergisi*, Sayı.35, (29-56).
- Wilson, Fiona - Kickul, Jill - Marlino, Deborah (2007), “Gender, Entrepreneurial Self-Efficacy, and Entrepreneurial Career Intentions: Implications for Entrepreneurship Education”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, Cilt.31, Sayı.3, (387-406).
- Yapıcı, Asım (2004), *Din Kimlik ve Ön Yargı*, Karahan Kitabevi, Adana.

- Yetim, Nalan (2002), “Sosyal Sermaye Olarak Kadın Girişimciler: Mersin Örneği”, *Ege Akademik Bakış-Ekonomi, İşletme, Uluslararası İlişkiler ve Siyaset Bilimi Dergisi*, Cilt.2, Sayı.2, (9-85).
- Yüzüak, Elif (2010), *Üniversitelerde Öğrenim Gören Kız Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimlerini Etkileyen Faktörler: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Biga İ.İ.B.F. Örneği*, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi-Sosyal Bilimler Enstitüsü-İşletme ABD.
- Yzerbyt, Vincent - Schadron, Georges (2016), “The Streotype And The Social Judgement (Kalıpyargılar ve Sosyal Yargı)”, Çev. İbrahim Işitan, *Tarih Kültür ve Sanat Araştırmaları Dergisi*, Cilt.5, Sayı.3, (203-243).