



T.C

**HARRAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANA BİLİM DALI
İŞLETME BİLİM DALI
(YÜKSEK LİSANS TEZİ)**

**GİRİŞİMCİLİK ALANINDA KADIN GİRİŞİMCİLERİN YERİ VE
KARŞILAŞTIKLARI ZORLUKLAR: ŞANLIURFA İLİ ÖRNEĞİ**

Dilek ARŞİT

ŞANLIURFA-2020



T.C
HARRAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANA BİLİM DALI
İŞLETME BİLİM DALI
(YÜKSEK LİSANS TEZİ)

**GİRİŞİMCİLİK ALANINDA KADIN GİRİŞİMCİLERİN YERİ VE
KARŞILAŞTIKLARI ZORLUKLAR: ŞANLIURFA İLİ ÖRNEĞİ**

Dilek ARŞİT

Danışman

Dr. Öğr. Üyesi Ahmet ÇAKIR

ŞANLIURFA-2020

T. C.
HARRAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Enstitünüz İşletme Anabilim Dalı 155217004 numaralı Dilek ARŞİT'in hazırladığı "Girişimcilik Alanında Kadın Girişimcilerin Yeri ve Karşılaştıkları Zorluklar: Şanlıurfa İli Örneği" konulu **yüksek lisans** tezi ile ilgili tez savunması, 27/12/2019 tarihinde, saat 10:30'da yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda adayın tezinin KABUL (başarılı) olduğuna oybirliği/~~oy çokluğu~~ ile karar verilmiştir.

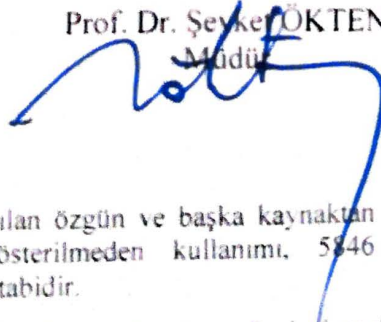
27/12/ 2019

Sınav Jürisi	Unvan, Adı Soyadı	Kanaati	İmzası
Danışman	Dr. Öğretim Üyesi Ahmet ÇAKIR	Kabul	
Üye	Dr. Öğretim Üyesi Hüseyin ALKIŞ	Kabul	
Üye	Dr. Öğretim Üyesi Kasım KAYA	Kabul	

Bu tezin İşletme Anabilim Dalında Yapıldığını ve Enstitümüz Kurallarına Göre Düzenlendiğini Onaylarım.

15.01/2020

Prof. Dr. Şeyke ÖKTEN
Müdür



Not: a) Bu tezde kullanılan özgün ve başka kaynaktan yapılan alıntılar, çizelge, şekil ve fotoğrafların kaynak gösterilmeden kullanımı, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunundaki hükümlere tabidir.

b) Tez, HÜBAK'tan Bilimsel Araştırma Projesi mali destek ☐ Almıştır ☐ Almamıştır.



HARRAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
ORJİNALLİK RAPORU VE BEYAN BELGESİ

ÖĞRENCİ BİLGİLERİ

Adı-Soyadı: Dilek ARŞİT

Öğrenci Numarası: 155217004

Enstitü Anabilim Dalı: İşletme

Programı: Yüksek Lisans

Başlık (Türkçe): Girişimcilik Alanında Kadın Girişimcilerin Yeri ve Karşılaştıkları Zorluklar: Şanlıurfa İli Örneği

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Yukarıda başlığı belirtilen Girişimcilik Alanında Kadın Girişimcilerin Yeri ve Karşılaştıkları Zorluklar: Şanlıurfa İli Örneği çalışmamın a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 152 sayfalık kısmına ilişkin, 10/12//2019 tarihinde şahsım/danışmanım tarafından **Turnitin** adlı intihal tespit programından aşağıda belirtilen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan orijinallik raporuna göre, benzerlik oranı % 28'dir.

Uygulanan filtrelemeler:

- 1- Kabul/Onay ve Bildirim sayfaları hariç,
- 2- Kaynakça hariç
- 3- Alıntılar hariç/dâhil
- 4- 6 kelimedenden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç

Yukarıda bilgileri verilen tezli/tezsiz lisansüstü programlarda seminer, dönem projesi, tez vb Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulu tarafından kabul edilen lisansüstü orijinallik raporu alınması uygulama esasları ile belirlenen azami benzerlik oranlarını aşmadığını ve bütün bilgilerin, akademik kurallara uygun olarak toplanıp sunulduğunu, çalışmada bana ait olmayan tüm veri, düşünce ve sonuçları andığımı, blok şeklinde alıntılar yapmadığımı ve tüm alıntıların bilimsel atıf kuralları çerçevesinde kaynağını gösterdiğimi, Yükseköğretim kurulu bilimsel araştırma ve yayın etiği yönergesi ile Harran Üniversitesi bilimsel araştırma ve yayın etiği yönergesinin 8. maddesinde yer alan etik ihlallerden her hangi birisinin yer almadığını, etik ihlal tespiti halinde, Enstitü yönetim kurulunca, diplomamın iptal edilmesini kabul ediyorum.

Gereğini saygılarımla arz ederim.

10/12/2019
Dilek ARŞİT

Yukarıda yer alan raporun ve beyanın doğruluğunu onaylarım. 10/12/2019

Dr. Öğr. Üyesi Ahmet ÇAKIR

ÖZET

GİRİŞİMCİLİK ALANINDA KADIN GİRİŞİMCİLERİN YERİ VE KARŞILAŞTIKLARI ZORLUKLAR: ŞANLIURFA İLİ ÖRNEĞİ

ARŞİT, Dilek

Yüksek Lisans Tezi

İşletme Ana Bilim Dalı

Dr. Öğr. Üyesi Ahmet ÇAKIR

Ocak, 2020, 152 sayfa

Bu çalışmanın konusu, Şanlıurfa Ticaret ve Sanayi Odasına üye girişimcilik alanında faaliyet göstermekte olan kadınların genel özellikleri ve yaşadıkları sorunların incelenmesidir. Yapılan çalışmada; kadın girişimcilerin iş hayatında yaşadığı sorunların nelerden kaynaklandığının anlaşılması ve bu sorunların giderilmesi amaçlanmaktadır. Araştırmanın evrenini Şanlıurfa ilinde faaliyet göstermekte olan 63 kadın girişimci oluşturmaktadır. Yürütülen bahse konu çalışmada araştırmacı tarafından oluşturulan yüz yüze anket formu kullanılmıştır. Çalışma evreni içerisinden elde edilen veriler kodlanarak bilgisayar ortamına aktarılmış ve analizler için hazır hale getirilmiştir. Verilerin analizinde SPSS-22 istatistik programından yararlanılmıştır.

Bu çalışmada Şanlıurfa ilinde faaliyette bulunan kadın girişimcilerin işletmelerinin kuruluş aşamasında sermaye temini, ekonomik sorunlar, bilgi ve tecrübe eksikliği gibi sorunlarla karşı karşıya geldikleri gözlemlenmiştir. Kadın girişimcilerin faaliyetlerine devam ederken aile ve iş hayatını birlikte yürütmekte zorlandıkları ve ayrıca işletmelerinin ömrünü devam ettirmek veya işletmelerini daha büyük ölçekli hale getirmek için uygun kredi ve yeterli sermayeye ulaşamadıkları anlaşılmıştır. Şanlıurfa İlinde faaliyet gösteren kadın girişimcilerin demografik ve girişimci özellikleri üzerine yapılan bu araştırma neticesinde ise şu sonuçlara ulaşılmıştır. Kadın girişimcilerin yaş, medeni hal, eğitim durumu, çocuk sayısı, işletmesinin kuruluş yılı, işletmesinin organizasyon yapısı, faaliyet gösterdiği sektör, kadın girişimcinin ailesinin girişimcilik alanı ile ilgili herhangi bir faaliyet gösterip göstermediği,

işletmesinde istihdam ettiği kişi sayısı, gelecekteki işine ilişkin planlarının neler olduğu ile ilgili birtakım farklılıklar gözlemlenmektedir. Ayrıca bu çalışma ile şanlıurfa ilinde faaliyette bulunan kadın girişimcilerin kişisel özelliklerinin genel hatları ile belirlenmesi amaçlanmıştır. Yapılan alışma sonucunda şanlıurfa ilinde faaliyette bulunan kadın girişimcilerin kişisel özellikleri ve iş yaşamında karşılaştıkları sorunlar analiz edilmiş olup sorunların giderilmesi amacı ile istatistiksel olarak anlamlı sonuçlar ortaya çıkarılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kadın, Girişimcilik, Kadın Girişimciliği, Sorun, şanlıurfa.



ABSTRACT

THE POSITION OF WOMEN ENTREPRENEURS IN THE FIELD OF ENTREPRENEURSHIP AND THE DIFFICULTIES THEY ENCOUNTERED:

A SAMPLE OF ŞANLIURFA

ARŞİT, Dilek

Master's Thesis

Department of Business Administration

Advisor: Asst. Prof. Dr. Ahmet ÇAKIR

January, 2020, 152 pages

The subject of this study is to examine the general characteristics and problems of woman entrepreneurs who are the member of Şanlıurfa Chamber of Commerce and Industry and active in the field of entrepreneurship. In this study, it is aimed to understand sources of problems entrepreneur women faced with in their business life and troubleshoot of these problems. The target population of the study is 63 woman entrepreneurs who are active in Şanlıurfa Province. Face to face surveys, which are created by researcher, has been used in the study. The data obtained from the target population of the study have been computerized by encoding and have been made ready for the analysis. SPSS-22 statistic program has been benefited for data analysis.

In this study, it was observed that women entrepreneurs, who are active in Şanlıurfa Province, encounter problems such as flotation, economic difficulties, a lack of knowledge and experiences at the stage of the establishment of their enterprises. It has been also understood that while they were going on their business activities, they had difficulties in conducting family and business life together also to reach appropriate credits and enough capital in order to maintain their business or make their business at a larger scale. As a result of the research on demographic and entrepreneur characteristics of woman entrepreneurs who carry on business in Şanlıurfa Province, the following conclusions were reached. Some differences have been observed based

on the woman entrepreneurs' age, marital status, educational background, number of children, the foundation year of the business and its organizational structure, business district, whether family members carry out entrepreneurship, the number of people they employ and what their plans are about their business in future. In addition, it is also aimed to determine general personal characteristics of woman entrepreneurs in Şanlıurfa Province. As a result of study, the demographic features and the problems of woman entrepreneurs in their business life in Şanlıurfa Province have been analyzed and statistically meaningful results have been revealed so as to troubleshoot these problems.

Keywords: Women, Entrepreneurship, Women Entrepreneurship, Trouble, Şanlıurfa.

GİRİŞİMCİLİK ALANINDA KADIN GİRİŞİMCİLERİN YERİ VE KARŞILAŞTIKLARI ZORLUKLAR: ŞANLIURFA İLİ ÖRNEĞİ

İÇİNDEKİLER

TEZ ONAY SAYFASI	II
Orijinallik Raporu ve Beyan Belgesi	III
ÖZET	IV
ABSTRACT	VI
İÇİNDEKİLER	VIII
KISALTMALAR	XIII
TABLolar LİSTESİ	XV
ŞEKİLLER LİSTESİ	XVIII
EKLER	
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİMCİLİK VE GİRİŞİMCİLİK KÜLTÜRÜ

1.1.GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI İLE İLGİLİ TEMEL BOYUTLAR	2
1.1.1.Girişimciliğin Tanımı	2
1.1.2.Girişimciliğin Önemi	8
1.1.3.Girişimcilik ile İlgili Benzer Kavramlar	10
1.1.4.Girişimcilik Kişiliğinin Oluşumunu Etkileyen Faktörler	12
1.1.4.1.Ailenin Etkisi	13
1.1.4.2.Eğitim-Öğretimin Etkisi	14
1.1.4.3.Çevrenin Etkisi	16
1.1.4.4.Rol Modellerinin Etkisi	16

1.1.4.5.İş Deneyimin Etkisi	16
1.1.5. Başarılı Bir Girişimcinin Özellikleri	17
1.2.GİRİŞİMCİLİK TÜRLERİ	21
1.3.DÜNYA’DA VE TÜRKİYE’DE GİRİŞİMCİLİK SÜRECİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ	27
1.3.1.Dünya’da Girişimcilik	27
1.3.2.Türkiye’de Girişimcilik	28
1.4.TÜRKİYE’DE GİRİŞİMCİLİĞİN ÖNÜNDEKİ ENGELLER	33
1.5.GİRİŞİMCİLİĞİN TEMEL FONKSİYONLARI VE GİRİŞİMSEL SÜREÇ	35
1.5.1.Girişimciliğin Temel Fonksiyonları	35
1.5.2.Girişimsel Süreç	37
1.5.2.1.Fırsatın Tanımlanması ve Değerlendirme Süreci	39
1.5.2.2.Fırsatın Kullanılması Süreci	41
1.6.KÜLTÜR KAVRAMI VE GİRİŞİMCİLİK KÜLTÜRÜ	43
1.6.1.Kültür Kavramı	43
1.6.1.1.Kültürün Özellikleri	45
1.6.1.2.Kültürün Unsurları	45
1.6.1.2.1.Kültürün Maddi Unsurları	45
1.6.1.2.2.Kültürün Manevi Unsurları	46
1.6.1.3.Kültürel Değerleri Oluşturan Boyutlar	47
1.6.2.Girişimcilik Kültürü	50
1.6.2.1.Girişimcilik Kültürünü Etkileyen Faktörler	52
1.6.2.2.Girişimcilik Kültürünün Temel Sorunları ve Çözüm Önerisi Getiren Kuruluşlar	53

İKİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİMCİLİK ALANINDA KADIN GİRİŞİMCİLERİN YERİ VE KARŞILAŞTIKLARI ZORLUKLAR

2.1.GİRİŞİMCİLİK ALANINDA KADININ YERİ	58
2.1.1.Kadın Girişimci Kavramı	58
2.1.2.Kadın Girişimciliği Tarihçesi	59
2.1.3.Kadın Girişimciliğinin Önemi	60
2.1.4.Kadın Girişimciliğinin Gelişimi	61
2.1.5.Kadın Girişimcilerin Özellikleri	62
2.1.6.Erkek Girişimcilerin Özellikleri	64
2.1.7.Kadın ve Erkek Girişimciler Arasındaki Farklar	65
2.1.8.Kadınların İş Kurma Sebepleri	69
2.1.8.1.Kadınları Girişimci Olmaya İten Faktörler	70
2.1.8.2.Kadınları Girişimci Olmaya Çeken Faktörler	72
2.1.9.Kadın Girişimci Tipleri	74
2.1.9.1.Geleneksel Girişimci	74
2.1.9.2.Yenilikçi Girişimci	75
2.1.9.3.Evcimen Girişimci	75
2.1.9.4.Köktenci Girişimci	76
2.2.KADIN GİRİŞİMCİLERİN KARŞILAŞTIKLARI ZORLUKLAR, ÇÖZÜM ÖNERİLERİ VE İLGİLİ KURULUŞLAR	76
2.2.1.Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Zorluklar	76
2.2.1.1.Mikro Sorunlar	78
2.2.1.2.Makro Sorunlar	80
2.2.2.Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunlarla İlgili Çözüm Yolları	83
2.2.3.Kadın Girişimciliği Konusunda İlgili Kurum ve Kuruluşlar	86

2.2.3.1. Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB)	86
2.2.3.2.Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü(KSGM)	87
2.2.3.3.Kadın Girişimciler Derneği(KAGİDER)	88
2.2.3.4.Avrupa Birliği İş Geliştirme Merkezleri(ABİGEM)	89
2.2.3.5.Kadınlarla Dayanışma Vakfı (KADAV)	90
2.2.3.6.Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı (KEDV)	90
2.2.3.7.GAP Bölgesi Girişimci Destekleme Merkezleri (GİDEM)	92
2.2.3.8.Girişimci İş Kadınları Derneği(ANGİKAD)	92

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

GİRİŞİMCİLİK ALANINDA KADIN GİRİŞİMCİLERİN YERİ VE KARŞILAŞTIKLARI ZORLUKLAR: ŞANLIURFA İLİ ÖRNEĞİ

3.1.ARAŞTIRMANIN AMACI	94
3.2.ARAŞTIRMANIN KAPSAMI	94
3.3.ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ	94
3.4.ARAŞTIRMANIN EVRENİ VE ÖRNEKLEMİ	95
3.5.ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ	95
3.6.VERİ TOPLAMA YÖNTEMİ	96
3.7.ARAŞTIRMANIN ANALİZİ	97
3.8.BULGULAR	98
3.8.1. Kadın Girişimcilerin Demografik Özelliklerine İlişkin Frekans Tabloları	98
3.8.2. Kadın Girişimcilerin İş Hayatına Başlamalarına İlişkin Frekans Tabloları	102
3.8.3. Kadın Girişimcilerin İşletme Faaliyetleri Sırasındaki Yaşadığı Sorunlara İlişkin Frekans Tabloları	111

3.8.4. Kadın Girişimcilerin Aile, Sosyal Yaşam ve Gelecek Planlarına İlişkin Frekans Tabloları	114
3.9.HİPOTEZLERE İLİşKİN TESTLER	120
TARTIşMA, SONUÇ VE ÖNERİLER	130
KAYNAKÇA	135
EKLER	



KISALTMALAR

AB	Avrupa Birliği
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
ABİGEM	Avrupa Birliği İş Geliştirme Merkezleri
ANGİKAD	Girişimci İş Kadınları Derneği
ARGE	Araştırma Geliştirme
BM	Birleşmiş Milletler
BMKP	Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı
CE	Conformite Europeenne
ESBO	Ege Bölge Sanayi Odası
GAP-BKİ	Güneydoğu Anadolu Projesi-Bölge Kalkınma İdaresi
GAP	Güneydoğu Anadolu Projesi
GAP-GİDEM	Güneydoğu Anadolu Projesi-Girişimci Destekleme Merkezi
GİDEM	Girişimci Destekleme Merkezi
ISO	International Organization for Standardization
İGEME	İhracat Geliştirme Merkezi
KADAV	Kadınlarla Dayanışma Vakfı
KAGİDER	Kadın Girişimciler Derneği
KEDV	Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı
KEİG	Kadın Emeği ve İstihdam Girişimi
KİT	Kamu İktisadi Teşebbüsü
KOBİ	Küçük ve Orta Büyüklükte İşletmeler
KOBİ-NET	Küçük ve Orta Büyüklükte İşletmeler Bilgi Ağı
KOSGEB İdaresi Başkanlığı	Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme
KSGM	Kadının Statüsü Genel Müdürlüğu

MEKSA	Mesleki Eğitim ve Küçük Sanayi Destekleme Vakfı
OECD	Organization for Economic Cooperation and Development
OSB	Organize Sanayi Bölgesi
SIDA	İsveç Uluslararası Kalkınma ve İş birliği Ajansı
SPSS	Statistical Programme for Social Science
TBMM	Türkiye Büyük Millet Meclisi
TEKMER	Teknoloji Geliştirme Merkezleri
TESK	Türkiye Esnaf ve Sanatkarlar Konfederasyonu
TOBB	Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
TTK	Türk Ticaret Kanunu
TÜGİAD	Türkiye Genç İş Adamları Derneği
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
TÜSİAD	Türk Sanayicileri ve İş İnsanları Derneği
YTUKVK	Yıldız Teknik Üniversitesi Kalite ve Verimlilik Kulübü

TABLÖLER LİSTESİ

Tablo 1: Girişimci Tanımındaki Vurgular	7
Tablo 2: Girişimcilerin Temel Özellikleri	19
Tablo 3: Türkiye Cumhuriyeti Döneminde Ekonomik Yapılanmalar	29
Tablo 4: Girişimsel Sürecin Aşamaları	39
Tablo 5: Bireycilik ve Toplumculuk Arasındaki Farklar	48
Tablo 6: Bireylerin Davranışlarını Etkileyen Eril ve Dişil Değerler	49
Tablo 7: Beyin Sol ve Sağ Bölümlerinin Özellikleri	66
Tablo 8: Kadın ve Erkek Girişimcilerin Karşılaştırılması	66
Tablo 9: Aynı Faktörler Açısından Değerlendirme Söz Konusu Olduğunda, Kadın ve Erkek Girişimci Olma Nedenleri	68
Tablo 10: Kadın Girişimcilerin İş Kurma Nedenleri	73
Tablo11: Kadın Girişimci Tipleri	74
Tablo 12: Geleneksel ve Yenilikçi Kadın Girişimcileri	75
Tablo 13: Girişimci Kadınların Başlıca Sorunları	82
Tablo 14: Cronbach's Alpha Güvenirlik Testi	97
Tablo 15: Yaş Değişkeni	98
Tablo 16: Eğitim Düzeyi Değişkeni	98
Tablo 17: Medeni Durum Değişkeni	99
Tablo 18: Çocuk Sayısı Değişkeni	99
Tablo 19: İşletmenin Kuruluş Yılı Değişkeni	100
Tablo 20: İşletmelerin Hukuki Yapısı Değişkeni	100
Tablo 21: İşletmenin Faaliyet Gösterdiği Sektör Değişkeni	100

Tablo 22: İşletmenin Çalışan Sayısı Değişkeni	101
Tablo 23: Aylık Ortalama Kazanç Değişkeni	101
Tablo 24: İş Kurmadan Önceki Uğraş Değişkeni	102
Tablo 25: Ailede; Anne, Baba veya Eşin Girişimci Olma Durumu Değişkeni	102
Tablo 26: Annenin Çalışma Durumu Değişkeni	103
Tablo 27: Yapılan İşe Yönelik Mesleki Deneyim Durumu Değişkeni	103
Tablo 28: Mesleki Bilgi ve Becerinin Nasıl Kazanıldığı Değişkeni	103
Tablo 29: Girişimciliğe Başlama Sebepleri Değişkeni	104
Tablo 30: İşletmeyi Kurmak İçin Aileyi İkna Etme Durumu Değişkeni	104
Tablo 31: İşletmeyi Kurarken Destek Alma Durumu/Destek Alınan Yer Değişkeni	105
Tablo 32: İşletmeyi Kurarken Sağlanan Sermaye Temini Değişkeni	105
Tablo 33: Kadın Girişimcilerin Girişimcilik Özellikleri Dağılımı	106
Tablo 34: Kadın Girişimcilerin İş Kurma Nedenlerinin Dağılımı	107
Tablo 35: Kadın Girişimcilerin İşletmelerini Kurarken Karşılaştıkları Sorunların Dağılımı	109
Tablo 36: Kadın Girişimcilerin İşletmelerini Yürütürken Karşılaştıkları Sorunların Dağılımı	111
Tablo 37: Kadın Girişimcilerin Aile Yaşamında Karşılaştıkları Sorunların Dağılımı	114
Tablo 38: Kadın Girişimcilerin Ev İşleri/Çocuk İçin Destek Alma Dağılımı	115
Tablo 39: Kadın Girişimcilere Göre Girişimci Olmanın Sağlamış Olduğu Avantajlar Dağılımı	116
Tablo 40: Kadın Girişimcilerin Girişimciliğin Alternatifi ile İlgili Düşüncelerinin Dağılımı	117
Tablo 41: Kadın Girişimcilerin İşleriyle İlgili Gelecek Planlarının Dağılımı	117

Tablo 42: Kadın Girişimcilerin Devletten Beklentilerinin Dağılımı	118
Tablo 43: Kadın Girişimcilerin Kadınlarla İlgili Sivil Toplum Örgütlerine Üyeliklerinin Dağılımı	118
Tablo 44: Kadın Girişimcilerin Girişimcilik Öncesi ve Sonrası Kişisel İmaj ve Güven Durumu Dağılımı	119
Tablo 45: Kadın Girişimcilerin Girişimciliği Başka Kadınlara Tavsiye Etme Durumu Dağılımı	119
Tablo 46: Kadın Girişimcilerin Yaş Düzeyleri ile İş Kurma Nedenlerinden Olan Ekonomik Bağımsızlıklarını Kazanmak için İş Kurmaları İfadesinin Karşılaştırılması	120
Tablo 47: Kadın Girişimcilerin Eğitim Düzeyleri ile Kendilerini Hırslı ve Kararlı Olarak Nitelendirmelerinin Karşılaştırılması	121
Tablo 48: Kadın Girişimcilerin Medeni Durumları ile İşletmelerini Kurarken Karşılaştıkları Sorunların Karşılaştırılması	122
Tablo 49: Kadın Girişimcilerin Aylık Ortalama Kazançları ile İşletmelerinin Faaliyetleri Sırasında Karşılaştıkları Sorunların Karşılaştırılması	123
Tablo 50: Kadın Girişimcilerin Çocuk Sayıları ile Aile Yaşamında Karşılaştıkları Sorunların Karşılaştırılması	124
Tablo 51: Kadın Girişimcilerin İşletmelerini Kurmadan Önce Ailelerini (Ebeveyn, Eş) İkna Etme Durumları ile İşletmelerini Kurarken Karşılaştıkları Sorunların Karşılaştırılması	125
Tablo 52: Kadın Girişimcilerin Herhangi bir Sivil Toplum Örgütüne Üye Olma Durumları ile İşletmelerinin Faaliyetleri Sırasında Karşılaştıkları Sorunların Karşılaştırılması	126
Tablo 53: Kadın Girişimcilerin Ailelerinde (Ebeveyn, Eş) Girişimci Olma Durumları ile Aile Yaşamında Karşılaştıkları Sorunların Karşılaştırılması	127
Tablo 54: Kadın Girişimcilerin Mesleki Bilgi ve Becerilerini Kazanma Yolları ile İşletmelerinin Faaliyetleri Sırasında Karşılaştıkları Sorunların Karşılaştırılması	127
Tablo 55: Kadın Girişimcilerin İşletmelerinin Faaliyet Gösterdiği Sektörler ile İşletmelerini Kurarken Karşılaştıkları Sorunların Karşılaştırılması	128

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Girişimcinin Tanımındaki Vurgular	5
Şekil 2: Girişimciliğin Oluşum Döngüsü	9
Şekil 3: Ailenin Girişimcilik Üzerine Etkisi	14
Şekil 4: Girişimcilikte Öğrenme Döngüsü	15
Şekil 5: Yaratıcılık, Buluş ve Girişim	25
Şekil 6: Girişimcilik Sürecinde Girdi Çıktı Bileşenleri	38
Şekil 7: Fırsatı Tanıma Süreci	40
Şekil 8: İş Planının Yararları ve Üstlenmiş Olduğu Roller	42

EKLER LİSTESİ

Ek-1: Harran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi Araştırma Anket Formu ek. s.1.



GİRİŞ

Dünyada yaşanan tüm küresel hareketlerin ve ekonomik dalgalanmaların sonucu olarak ülkeler arasında gelir dağılımında eşitsizlik, adaletsiz, ekonomik olarak gelişmişlik düzey farklılıkları gibi unsurlar da artış gözlemlenmektedir. Ülkelerin kendi hedefledikleri büyüme potansiyelini yakalayamamaları ve etkili bir rekabet ortamının oluşturulamaması gibi sebeplerden ötürü girişimcilik olgusu tüm dünya için çok önemli bir konuma gelmiştir.

Kadınların ekonomik hayat içinde var olmaları eski zamanlara dayanmakla beraber 1980’li yıllardan itibaren oldukça hızlı bir şekilde artış göstermiştir. Daha öncesinde kadınların rolleri ev hayatı ile sınırlı iken 1980’li yıllar sonrasında kadınlar iş hayatında hızlı bir şekilde kendilerine yer bulmaya başlamışlardır. Tüm bu yaşanan gelişmeler güzel fakat yeterli değildir. Türkiye’de kadın girişimciler iş hayatına girmeleri, iş hayatını devam ettirebilmeleri konularında birçok sorun ile karşı karşıya kalmaktadırlar. Bu problemlerin temelinde ise toplumumuzun ataerkil yapısı ve ekonomik yapıdaki birtakım eksiklikler yatmaktadır. Bu sorunların ortadan kaldırılması için yapılacak çalışmalar sonucunda iş hayatında daha çok kadın girişimci görme şansı olacaktır.

Bu araştırmanın amacı; Şanlıurfa’da bulunan kadın girişimcilerin özelliklerinin tanımlanması, iş kurarken, faaliyetlerini sürdürürken ve aile yaşamında karşılaştıkları sorunların belirlenmesi ile birlikte çözüm önerileri sunmaktır. Araştırma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde girişimcilik başlığı altında girişimcilik özellikleri, temel girişimcilik kavramları, girişimciliğin tarihsel süreç içerisinde gelişimi üzerinde durulmuştur. İkinci bölümde ise kadın girişimciliği başlığı altında kadın girişimci profilleri, erkek ve kadın girişimciler arasındaki temel farklılıklar ve kadın girişimciliğini destekleyen ve teşvik eden kurum/kuruluşlar incelenmiştir. Üçüncü bölümde ise “Girişimcilik Alanında Kadın Girişimcilerin Yeri ve Karşılaştıkları Zorluklar: Şanlıurfa İli Örneği” başlığı altında ilk iki bölümdeki çalışmayı desteklemek amacı ile Şanlıurfa İl merkezinde bulunan 63 kadın girişimciye anket uygulaması yapılmıştır. Bu anket çalışmasından elde edilen bulguların istatistiksel analizi sonucunda elde edilen veriler değerlemeye tabi tutulmuştur.

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİMCİLİK VE GİRİŞİMCİLİK KÜLTÜRÜ

1.1.GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI İLE İLGİLİ TEMEL BOYUTLAR

Ülkelerin ekonomik kalkınma ve gelişimi için girişimcilik oldukça önemli bir roldedir. Girişimcilik tarihsel süreç içerisinde her zaman dikkate değer özelliklerini korumuş olup, zaman içerisinde gelişmeye ve değişmeye devam etmiştir.

1.1.1.Girişimciliğin Tanımı

Girişimcilik, içinde bulunduğu çevrede kendiliğinden ortaya çıkan fırsatlardan faydalanarak kendine yeni alanlar oluşturup ekonomik bir değer ortaya çıkarma sürecidir. Girişimcilik üretim faktörleri, örgütlenebilme becerisi ve risk alabilme faktörleri ile ilişkilendirilmektedir(Çelik ve Akgemci, 1998, s.24).

Girişimcilik tanımı tarihte ilk olarak 1800'lü yılların başında İrlanda asıllı Fransa'da yaşayan bir ekonomist olan Richard Cantillon tarafından yapılmıştır. Cantillon'a göre girişimci; belli olmamış bir bedel karşılığında ürün ve hizmet girdilerini satın almak suretiyle üretim yapan birey olarak tanımlanmıştır. Burada girişimcinin risk alabilme özelliği vurgulanmaktadır. İleriki dönemlerde ise Jean Baptise Say bu tanıma yeni anlamlar ekleyerek girişimcinin örgütlenme ve yönetim özelliklerinden bahsetmiştir.

-1755 Richard Cantillon: Girişimcilik kelimesini ilk kez 1730'lu yıllarda kullanan kişidir. Cantillon girişimciyi bedeli belli olmayan mal ve hizmetleri satmak amacıyla satın alan ve böylece riski üstlenen kişi olarak tanımlamıştır. Fiyat belirli olmadığı için risk unsuruna dikkat çekmiştir(Bozkurt vd., 2012, s.232).

-1803 Jean-Babtiste Say: Say girişimcinin özellikleri arasında üretim faktörlerini örgütlenme ve yönetme becerilerinin de en az risk üstlenebilme becerisi kadar önemli olduğunu vurgulamıştır(Bozkurt vd., 2012, s.232).

-1934 Joseph Schumpeter: Schumpeter, kişilerin bireysel davranışlarının esasında kapitalizmi içten bir şekilde etkilediğini varsaymıştır. Ayrıca Schumpeter'e göre

girişimci; inovasyon yapan, iktisadi dalgalanma ve değişimi tetikleyen içsel bir oğedir(Kızılkaya, 2005, s.33).

-1961 Frank Knight: Knight'e göre girişimci; risk alabilme özelliğinin yanı sıra ortaya çıkan belirsizliklere karşı da içinde olduğu durumu yönetebilmelidir. Belirsizlik ve riske katlanan girişimci ortaya çıkan sonuçların sorumluluklarını da üzerine almaktadır(Eren, 2012, s.51).

-1968 Harvey Leibenstein: Leibenstein'e göre girişimci yöneticiye benzer. Girişimcinin en önemli faaliyeti ekonomik yapı içerisinde neye ihtiyaç olduğunu anlayarak ihtiyaç duyulan unsurları piyasaya sunmaktır. Leibenstein işletmelerin ekonomik durumunun kötü olduğu ve bunun sonucunda girişimciliğin faaliyet alanlarından birinin de işletmelerdeki verimsizliğe yönelik çalışmalar olması gerektiği üzerinde durmuştur(Damgacıoğlu ve Uygun, 2011, s.21).

-1973 Israel Kirzner: Kirzner'e göre girişimciliğin en önemli unsuru fırsattır. Kirzner'e göre girişimci; organizasyon yapısını oluşturan kişi değil fırsatları bulabilen kişidir(Damgacıoğlu ve Uygun, 2011, s.21).

-1982 Mark Casson: Casson'a göre girişimci; elinde bulunan az sayıdaki kaynakları doğru bir şekilde yönetip örgütleyen ve işletmelerin geleceği için doğru kararlar verebilen profesyonel kişidir(Casson, 2003, s.20).

-1986 Peter Drucker: Peter Drucker'a göre girişimcilik tam anlamı ile disiplinle ilişkilidir. Drucker'e göre başarılı bir girişimci; işletmenin elinde bulunan kaynakları düşük oranda verimlilik sağlayan alanlardan alarak yüksek oranda verimlilik sağlayan alanlara aktaran ve yüksek verimlilik sağlayan alanlarda kalmasını sağlayabilen kişidir(Drucker, 2003, s.89).

Dört temel üretim faktörü olan emek, teknoloji, sermaye ve doğal kaynakları bir araya toplayarak ortaya herhangi bir mal ya da hizmet sunan kişiye girişimci denir. Girişimci içinde olduğu pazarda ortaya çıkan fırsatları görüp değerlendirerek risk alabilen bireydir. Girişimci ortaya çıkan fırsatları iş fikrine dönüştürme becerisine sahip olan kişidir(Tekin, 1999, s.1).

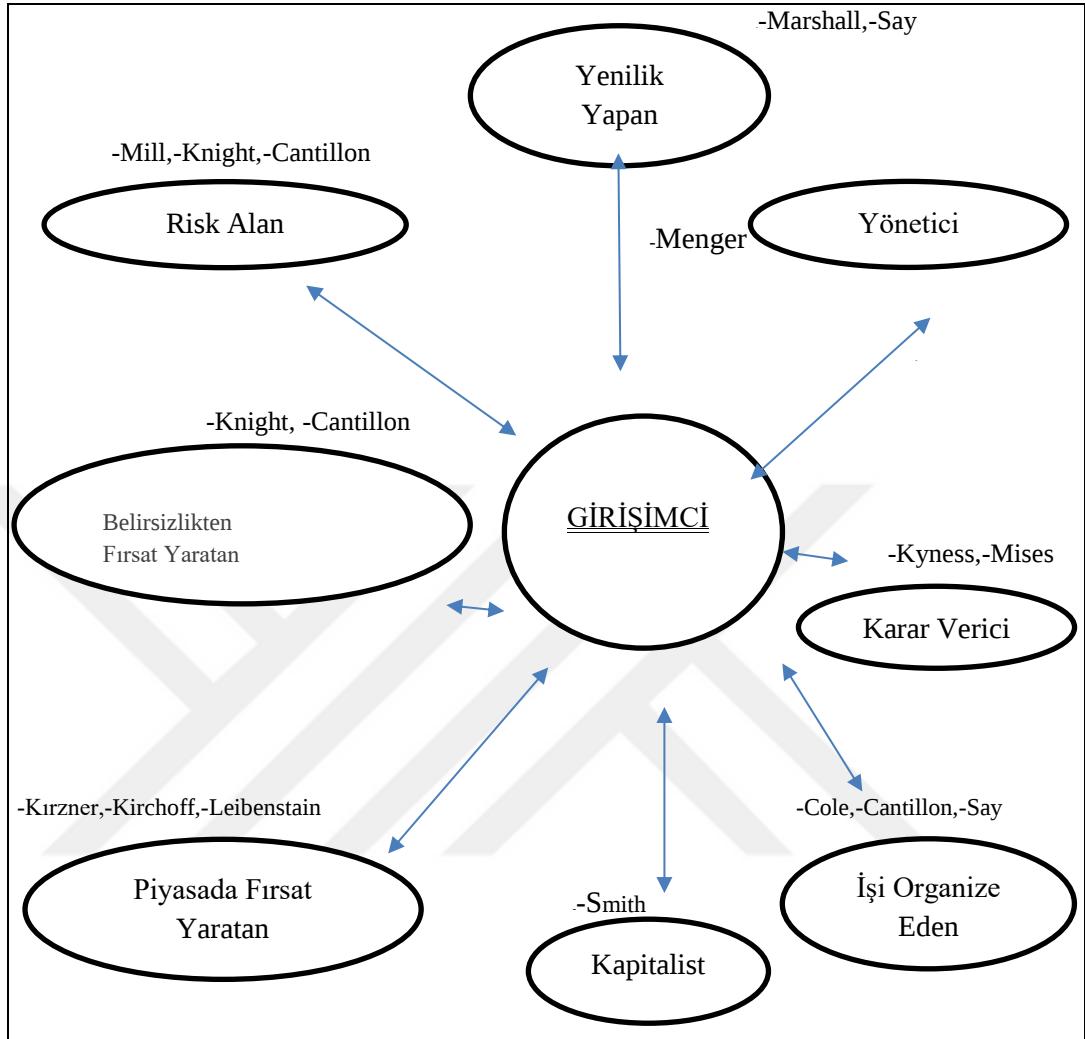
Girişimcilik; girişim faaliyeti bittikten sonra kişisel özgürlük, tatmin, haz alma gibi psikolojik; zenginlik, servet gibi ekonomik bir ödül; toplum içinde itibar kazanma, sosyal statü gibi sosyolojik kazanımlar sağlayan, risk, stres ve tuzakların da olduğu bir değer yaratma sürecidir(Halloran, 1992, s. 15).

Bir diğer tanıma göre ise girişimcilik; mevcut ya da henüz oluşma aşamasında olan bir organizasyon içinde, yenilik ve yaratıcılık sayesinde bir değer yaratmak için bir firsatın değerlendirilmesi ve bu firsattan yararlanma süreci olarak tanımlanmaktadır. Bu tanımda vurgulanan girişimciliğin bireysel ve işletme bazında değerlendiği gerçeğidir(Churchill, 1992, s.586).

Girişimcilik; ihtiyaç duyulan kaynakların bulunması ile ortaya çıkabilecek olan risk ve sağlanabilecek kazançları göz önüne alarak yeni bir iş sürecinin başlatılmasıdır. Girişimcilik için katlanılan risk sonucunda maddi bir kazanç, kişisel tatmin ve ekonomik özgürlük elde edilebilmektedir. Girişimciliğin başlatılabilmesi için ortaya çıkan firsatların değerlendirilerek iş fikrine dönüştürülmesi gerekmektedir. Özetle girişimcilik; ihtiyaç duyulan kaynakları sağlayıp bir iş kurmak ve sonrasında kurulan işi büyütmeyi hedefleyen bir süreci kapsar. Girişimcilik yenilikçi bir bakış açısı ile örgütlenmeyi doğru bir şekilde sağlayarak risk altında kazanç elde etme sürecidir(Ersarı, 2015, s.5).

Girişimci; mal ve hizmet üretmek maksadıyla pazarda oluşan firsatları görerek üretim faktörlerini bir araya toplayan ve bunun sonucunda ortaya çıkan riske katlanan bireydir. Girişimcinin diğer kişilerden farkı işi kurmadaki cesaretidir. Girişimci kelimesi hem günlük dilde hem de akademik dilde oldukça fazla kullanılan bir kelimedir. Girişimci, ortaya çıkan firsatları herkesten önce gören ve tanıtan bireydir(Tekin, 1999, s.1).

Şekil 1: Girişimcinin Tanımındaki Vurgular



Kaynak: Seyfi Top, *Girişimcilik Keşif Süreci*, Beta Yayınları, İstanbul, 2006.

Girişimcilik ekonomik faaliyet ve çalışmaların temelidir. Girişimcilik; insanların var olduğu toplum üzerinde ortaya çıkan fırsatları değerlendirme; bu fırsatlardan yola çıkarak projeler yapma ve bu projeleri hayata geçirme becerisine sahip olma durumudur. Girişimcilik; iş sürecinde alınan riskler sonucunda girişimciye maddi kazanım, psikolojik tatmin ve ekonomik özgürlük sunan bir değer yaratma sürecidir. Bu tanımdan anlaşıldığı gibi faaliyet alanının ne olduğuna bakılmadan girişimci olmanın dört ana unsuru sıralanabilmektedir (Atik, 2002, s.3-4).

- Girişimcilik değer yaratma sürecidir.
- Girişimci gereken zamanı ve çabayı işine ayırmalıdır.

- Girişimci riski üstlenmelidir.
- Girişimci kişisel tatmin ve parasal ödöller ile ilgilenir.

Girişimcilik içinde yenilikçiliği barındırır. Bu yenilik; hali hazırda bulunan mevcut kaynakların yeni bir bileşimle ortaya çıkmasını ifade eder. Diğer bir ifadeyle yeni bir mal/hizmet üretimi, yeni pazar oluşturma, yeni hammadde bulma da birer yeniliktir. Bu yenilikleri yapacak kişilerin de motivasyonu ve yaratıcılık kabiliyetlerinin yüksek olması gerekmektedir. 1982-1992 yılları arasında girişimcilik ile ilgili yapılmış olan akademik çalışmalara bakıldığında girişimciliğin 77 kez tanımlandığı görölmüştür. Bu tanımlar içerisinde 15 anahtar kelime grubunun en az 5 defa tanım içerisinde geçtiği saptanmıştır. Bu kelime grupları aşağıda görölmektedir(Müftüoğlu vd., 2004, s.3).

- Başlatma/Bulma/Yaratma
- Yeni işletme
- Yenilik/Yeni ürünler/Yeni pazar
- Fırsatlar peşinde koşma
- Risk alma/Risk yönetimi/Belirsizlik
- Kar arzusu/Kişisel fayda
- Üretim yolları ve kaynaklar
- Yönetim
- Değer yaratma
- Büyüme arzusu
- Girişim
- Değişim yaratma
- Sahiplik
- Sorumluluk/Yetki
- Strateji oluşturma

Yukarıda bahsi geçen kelime gruplarından da anlaşıldığı üzere girişimciliğin bir tek tanımı yoktur. Girişimcilik birçok bileşenden meydana gelen ve sürekli değişen, gelişen bir olgudur. Girişimci tanımının şekillenmesinde literatüre katkı sağlayan

yazarlar girişimcinin çeşitli özellikleri üzerinde durmuştur. Bu özellikler tablo 1’de kısaca açıklanmıştır:

Tablo 1:Girişimci Tanımındaki Vurgular

Yazarlar	Girişimci Tanımındaki Vurgular
-Schumpeter	Yenilik Yapan
-Marshall, Say	Yönetici
-Menger, Kynnes, Mises	Karar Verici
-Cole, Cantillon, Say	İşi Organize Eden
-Smith	Kapitalist
-Kırzner, Kirchoff , Leibenstein	Piyasada Fırsat Yaratan
-Knight, Cantillon	Belirsizlikten Fırsat Yaratan
-Mil, Knight, Cantillon	Risk Alan

Kaynak:Seyfi Top,*Girişimcilik Keşif Süreci*,1.Baskı,Beta Yayınevi,İstanbul,2006,s.6.

Tablo 1’ de görüldüğü üzere girişimcilik kavramını farklı yazarlar açıklamaya çalışmıştır. Schumpeter girişimcinin yenilikçi özelliği üzerinde dururken, Marshall ve Say yönetici özelliğini vurgulamıştır. Menger, Kynnes ve Mises girişimcinin karar verici özelliğini dile getirirken, Cole, Cantillon ve Say girişimciyi işi organize eden olarak görmüştür.

Öte yandan Smith girişimciyi kapitalist olarak nitelendirirken, Krizner, Kirchoff, Leibenstein piyasada girişimciyi fırsat yaratan kişi olarak tanımlamıştır. Knight ve Cantillon girişimciyi belirsizliklerden fırsat yaratan olarak görürken Mill, Knight ve Cantillon risk alan kişi olarak girişimciyi tanımlamıştır.

1.1.2. Girişimciliğin Önemi

Girişimcilik, bir toplumda işsizlik sorununa büyük bir oranda çözüm sunan ana kaynak olarak görülebilir. Girişimci istihdamın artmasında, ekonomik faaliyetlerin yerine getirilmesinde çok önemli bir role sahiptir. Topluma bu anlamda faydası oldukça büyüktür. Ortaya attıkları yeni düşünce ve fikirler sayesinde farklı iş kollarının doğmasına ve sektördeki rekabet ortamını arttırarak verimliliğin en yüksek düzeye ulaşmasına katkı sağlar. Girişimci kişi yeni fikirler ortaya atarak yeni endüstri kollarının ortaya çıkmasını sağlar. Böylelikle ülkelerde hızla büyüyen gelişen sektörler yarattığı için ekonomilerinde büyümesine yardımcı olur (Tutar ve Altınkaynak, 2014, s.13).

Girişimci, bir mal veya hizmet üretmek amacıyla kendi sermayesi ile veya başkalarının sermayesi ile riski üzerine alarak faaliyette bulunur. Ayrıca üretim faaliyetlerini yönetmesinin haricinde girişimcinin yüklendiğı başkaca fonksiyonlarda bulunmaktadır. Bunları şu şekilde açıklayabiliriz(Tutar ve Altınkaynak, 2014, s.14-15):

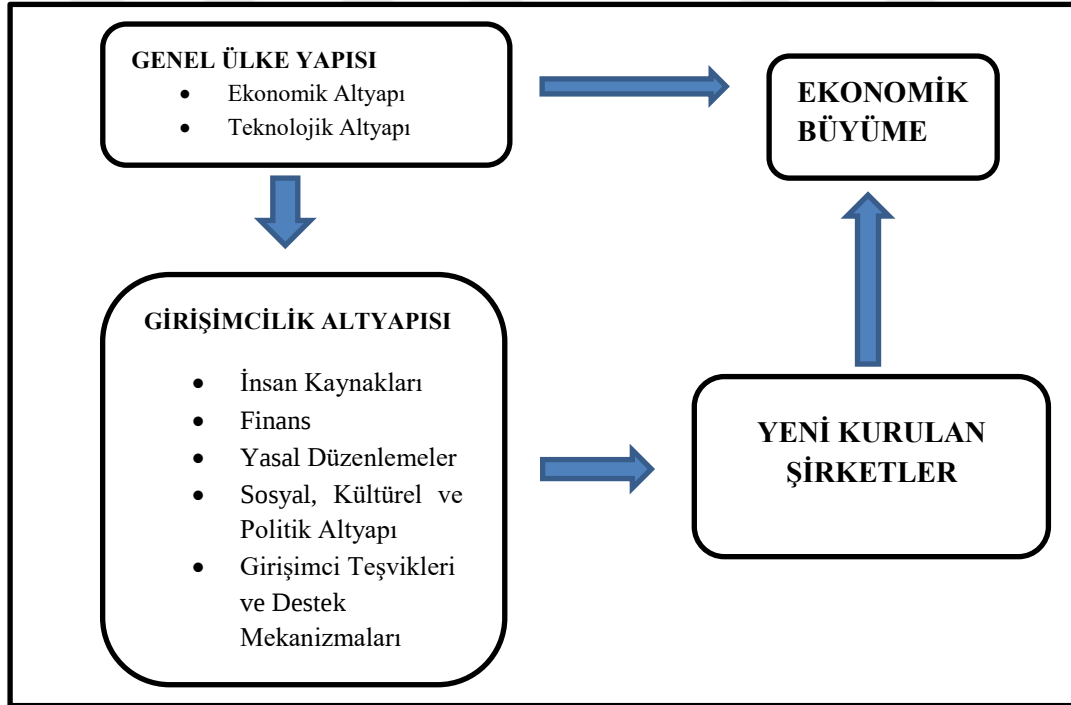
- **Girişimcilik faaliyetini başlatma;** Girişimci üretim faktörlerini bir araya getirerek, girişimcilik faaliyetini başlatır.
- **Yönetim politikalarını belirlemek;** Girişimcilik faaliyetlerinde uygulayacağı temel politikaları belirlemek girişimcilik fonksiyonlarından biridir.
- **Yenilik peşinde koşmak;** Başkalarının yaptığı işleri yapmak girişimcilik değildir. Girişimci piyasa beklentilerini dikkate alarak yenilik yapan ve yeniliklere öncülük eden kişidir.
- **Risk alma;** Girişimciliğin temelinde risk alma ve riski yönetme vardır. Risk, girişimin hiyerarşik yapısı içinde tüm çalışanlara dağıtılmış durumdadır. Girişimin başarısını riski yönetme yeteneğı ortaya koyar.

Girişimcilere ülke piyasasının bel kemiğı olarak bakmak mümkündür. Girişimciler hem kendileri için hem bulundukları ülke için oldukça önemli adımlar atarak ekonomiyi canlandırırlar. Girişimcilerin içinde oldukları topluma karşı görevleri ve katkıları vardır. Bu görev ve katkılar şu şekilde sıralanabilir:(Yıldız

Teknik Üniversitesi Kalite Verimlilik Kulübü <http://ytukvk.org.tr/arsiv/barisyildiz>
Erişim Tarihi: 29 Ocak 2018).

1. İşsizlik gelişmekte olan ülkeler açısından en önemli problemler arasındadır. İşsizlikten kurtulmak amacı ile kişiler girişimcilik alanında faaliyete başlayarak kendi işlerini kurarlar.
2. Bireylerin girişimcilik faaliyeti sonucunda kendi işine sahip olması ile kişilerin refah seviyelerinde bir artış yaşanır. Bu anlamda girişimcilik toplumsal refah seviyesinin artmasında anahtar rol oynamaktadır.
3. Girişimciler bilime ve teknolojiye gerekli kaynağı sağlayarak bilimin ve teknolojinin ilerlemesine katkı sunarlar.
4. Girişimciler potansiyel kaynakları kullanarak bu kaynakların atıl durmasının ve verimsizliğe sebep olmasının önüne geçerler.

Şekil 2: Girişimciliğin Oluşum Döngüsü



Kaynak: Tüsiad Basın Bülteni , *Türkiye’de Girişimcilik Özet Bulgular* , Erişim Tarihi:24.02.2018 27.02.2006, www.tusiad.org.tr

Şekil 2’de görüldüğü üzere girişimciliğin oluşum döngüsü sıralı olarak birbirini etkiler. Öncelikle ülkenin genel olarak ekonomik ve teknolojik alt yapısı girişimciliği başlatan ilk faktördür. Sonrasında ülkelerin koyduğu yasal düzenlemeler, teşvik politikaları, finansal kaynaklar gibi işin kuruluşunda gerekli olan unsurların oluşturulması gerekir. Bu şekilde yeni işletmeler kurulur ve nihai sonuç olarak da ekonomik büyüme sağlanmış olur.

1.1.3.Girişimcilik ile İlgili Benzer Kavramlar

Girişimcilik oldukça geniş bir kavram olduğu için çeşitli iş kollarındaki tanımlamalar ile benzerlik göstermektedir. Esnafıktan işletme sahipliğine, yöneticilikten liderliğe, teknisyen/teknokratlıktan mentörlüğe ve yöneticiliğe kadar pek çok tanım girişimcilik tanımı ile benzer özellikleri içinde barındırır.

Esnafılık: Türk Ticaret Kanunu’na göre “ister gezici olsunlar ister dükkân da veya bir sokağın muayyen yerlerinde sabit bulunsunlar, iktisadi faaliyetleri nakdi sermayeden ziyade bedeni çalışmaya dayanan ve kazancı ancak geçimini sağlamaya yetecek derecede az olan sanat ve ticaret sahipleri tacir değillerdir.” Başlığı “esnaf” olan ve 1986 yılına kadar esnaf-tacir ayrımı bakımından TTK’ da yer alan tek düzenleme olan bu maddeye göre esnafın iki özelliği vardır. Esnaf; ticaretle uğraşan tacir sıfatını kazanacak kadar elinde parası olmayan ve geliri daha çok bilek gücüne, emeğine bağlı olan bağımsız bir şekilde çalışan yıllık geliri yasal sınırları aşmayan kişidir(Kayar, 2006, s.25).

Tacirlik: Girişimcilikle ilgili en temel kavram “tacir” kavramıdır. Türk Ticaret Kanunu’na göre bir ticari işletmeyi kısmen dahi olsa kendi adına işleten kimseye tacir denir. Buna göre bir kimsenin tacir sıfatı kazanabilmesi için gerekli olan şartlar şunlardır;

- Bir ticari işletmenin mevcut olması
- Ticari işletmenin (kısmen dahi olsa) kendi adına işletilmesi

Bunların yanı sıra kişi bir ticari işletmeyi kurup açtığını gazete, radyo gibi ilanlar vasıtasıyla topluma bildirdiği halde fiilen işletmeyi çalıştırmaya başlamamış

olsa dahi resmiyette tacir olarak görülür. Tacir esnafa göre nakdi sermayesi bedeni sermayeden fazla olan kişiye denir. Tacir daha çok parası ile iş yapar ve kazanç sağlar(Kayar, 2006, s.109).

İşletme Sahibi(Patron): İşletme sahibi ve patron kavramları genelde eş anlamlı kavramlar olarak düşünülür. Patron veya işletme sahibi; iş görenleri bedenlen ve/veya fikren çalıştırmak amacı ile istihdam eden, bu işin risk ve sorumluluğunu üstlenen kişidir(Arıkan, 2002, s.51-60).

Patron kavramı duruma göre sermaye sahipliği ve yöneticilik kavramlarının hepsini içeren bir anlam kazanmakla birlikte, günlük dilde esas olarak bir işletme sahibi, işveren anlamında kullanılmaktadır. Daha ziyade birine veya birilerine işveren dolayısıyla onların bağlı olduğu, onlar hakkında karar verme yetkisine sahip kişi anlamıyla yüklüdür(Cabar, 2006, s.9).

Teknisyenlik-Teknokratlık: Teknisyen/Teknokrat; yenilikleri bulup gün yüzüne çıkaran bir özellikte iken girişimci teknokrat tarafından bulunan bu yenilikleri piyasaya sunan ve bu işten bir kazanç sağlamayı hedefleyen bir özellikte bulunur(Sali,1998, s.32).

Girişimci gelecekte, yönetici geçmişte, teknisyen ise günümüzde yaşamaktadır. Girişimci hayalperesttir, yönetici girişimcinin bu hayallerine bir imaj verir, teknisyen ise bu hayalleri gerçeğe dönüştürmekle görevlidir. Teknisyen veya teknokratlık tanımından anlaşılan kısaca bir işin doğru bir şekilde yapılmasını istiyorsan o işi kendin yap ifadesidir. Teknisyen yapılacak işlerin hayal edilmesi ile ilgilenmez o işlerin fiilen yapılması ile ilgilenmektedir(Gerber, 1996, s.27).

Yöneticilik: Yöneticinin tanımına bakacak olursak, yönetici başkaları aracılığı ile amaçlarına ulaşmaya hedefleyen şahıstır. Yönetici, girişimcinin öne sürdüğü düşünceleri hayata geçirir ve gösterdiği amaçlara varmak için girişimciye yollar belirler. Bu işin muhasebesini yaparak hem parasal hem de zamansal yönden işi bir bütün olarak analiz eder. Yönetici bu işleri yaparken birtakım özelliklere sahip olmalıdır. Bu özellikler şu şekilde sıralanır:(Müftüoğlu, 2004).

- İşi bitirme azim ve heyecanı,
- Çalışkanlık,
- Bilgi,
- Organizasyondaki kuvveti,
- Maddi kaynak,
- Denetleyebilme kabiliyeti,
- İçeride ve dışarıda iyi ilişkiler içinde olma.

Mentör: Mentörlük, genel olarak az tecrübeye sahip ve akıl hocasından ders alan olarak adlandırılan kişi ile yeterli tecrübeye sahip ve akıl hocası olarak adlandırılan kişi arasındaki ilişkiyi tanımlamakta kullanılan bir terimdir. Geleneksel olarak mentörlük, yetişkin süpervizör ile iş yaşamı, akademik ya da kişisel gelişim anlamında kendini geliştirmek isteyen ve buna yeni başlayan kişi arasındaki iki öğeli, yüz yüze ve uzun süreli ilişki olarak görülmektedir. Bir akıl hocasının yani “mentör” ün genel sorumluluğu daha alt düzeydeki bir çalışanın kariyerine rehberlik yapmasıdır(Esas, 2013, s.26).

1.1.4.Girişimcilik Kişiliğinin Oluşumunu Etkileyen Faktörler

Girişimci kişiliğin oluşması konusunda çeşitli fikirler ortaya atılmıştır. Klasik iktisat anlayışında girişimci kişiliği oluşturan temel unsur kişisel menfaatlerin artmasıdır. İnsanların faaliyet sonucu elde etmek istedikleri fayda ve kar kişileri girişimci olma yolunda güdülemiştir. Bu yaklaşıma karşılık olarak girişimci kişiliğin oluşmasında ekonomik menfaatlerden çok psikolojik bir değişken olan başarı güdüsünün etkili olduğu David Johnson tarafından belirtilmektedir(Johnson, 2001, s.10).

Girişimcilerin kimler olduğunu anlamak için bir takım demografik özelliklere bakmak gerekmektedir. Girişimci kişiliğin oluşumunu etkileyen faktörler girişimci olma adayı kişinin kişisel geçmişi ile alakalıdır. Girişimci vasfına sahip kişiler toplumun çeşitli kademelerinden çıkabilir. Bazıları çok iyi eğitim almış köklü ailelerin çocukları olabileceği gibi bazıları da okudukları okulu dahi bitirememiş herhangi bir aile desteği almamış kişiler olabilmektedirler. Bu özelliği tetikleyen birden çok etmen

bulunmaktadır. Bunlar; eğitim, aile, çevre, rol modellerinin eğişi ve iş deneyiminin etkisi olarak sıralanabilir(Coulter, 2003, s.26).

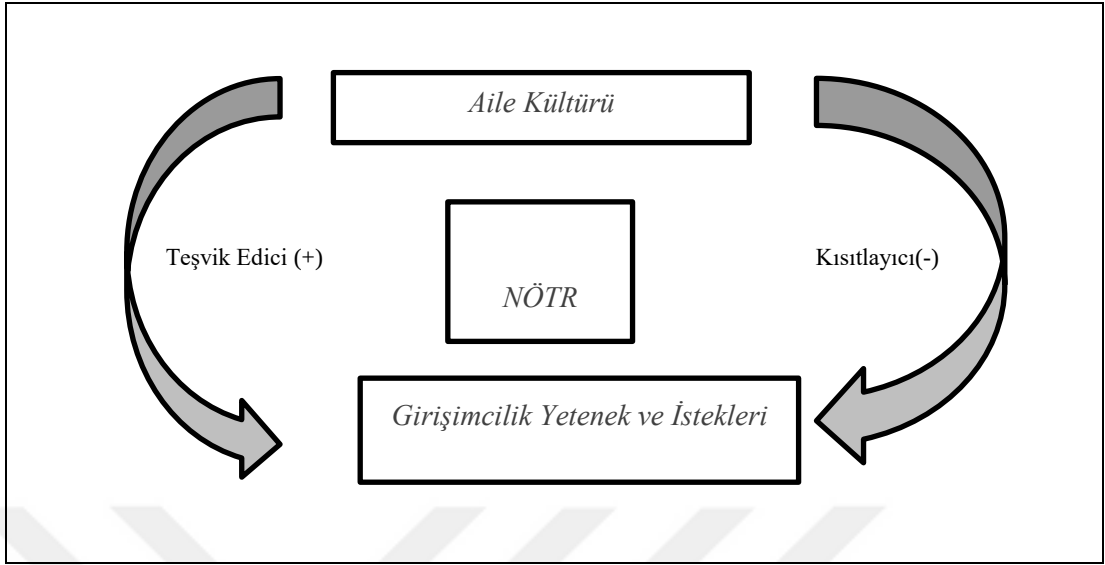
1.1.4.1.Ailenin Etkisi

Kişilerin doğdukları andan itibaren içinde bulunduğu, yetiştiği aile ortamının bireylerin kişiliğinin oluşmasına, sosyal ilişkilerine ve kariyer seçimine etkisi oldukça fazladır. Kişinin ailesinin sosyal yapı içerisindeki konumu kişilerin meslek seçiminde de etkilidir. Ailenin çocuğunu yetiştirme tarzı, çocuğunun geleceği için sağladığı finansal kaynaklar, ailenin değer yönelimi, evde kaç tane çocuk olduğu, annenin ve babanın çocuğa karşı davranış şekilleri gibi birtakım öğeler de çocuğun tüm yaşamını etkilemektedir(Erdoğan, 2000, s.99).

Girişimcinin kariyerinde yetiştiği ortam oldukça önemli bir yere sahiptir. Aileler çocuklarının eğitimleri ile ilgili seçimlere müdahil olabilmekte, kendi istedikleri iş ortamında çocuklarını görebilmek için onların kariyer planlarına yön verebilmektedir. Ayrıca ailenin çocuğu yetiştirme tarzı, aile içindeki çocuk sayısı, ebeveyn davranışları çocuklarının sosyal hayatını ve doğrudan gelecekteki hayatını etkileyecektir. Kişilik girişimciliğin oluşumunda yatan bir etmendir. Kişiliğin oluşumunda da aile doğrudan etkili bir unsurdur. O halde ailenin girişimcilik üzerindeki etkisi kesinlikle yadsınamaz bir şekilde açıktır. Bir bireyin doğup büyüdüğü, karakterinin şekillendiği ortam tüm hayatını etkilediği gibi meslek seçimini ve bu meslekteki başarı düzeyini de etkilemektedir. Ailede alınan eğitim, görgü, etik vb. faktörler çocuğun girişimcilik istek ve yeteneği üzerinde üç türlü etki yaratmaktadır. Şekil 3'te görüldüğü üzere bu etkileri aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür(İlter, 2008, s.46).

- 1.Teşvik edici etki(olumlu etki)
- 2.Kısıtlayıcı etki(olumsuz etki)
- 3.Kararsızlık yaratıcı etki(nötr)

Şekil 3:Ailenin Girişimcilik Üzerine Etkisi



Kaynak: Rıfat Iraz, *Yaratıcılık ve Yenilik Bağlamında Girişimcilik ve KOBİ'ler*, Çizgi Kitabevi, Konya, 2005.

Şekil 3'te görüldüğü üzere kişinin mensubu olduğu ailenin sahip olduğu kültür, girişimcinin yetenek ve isteklerini iki yönlü olarak etkilemektedir. Kimi aile kültürü girişimciyi teşvik ederek içindeki yetenek ve isteklerin ortaya çıkmasını tetiklerken, kimi aile kültürü de aksine girişimciyi kısıtlayarak içindeki yeteneklerin ve isteklerin açığa çıkmasına engel olabilmektedir.

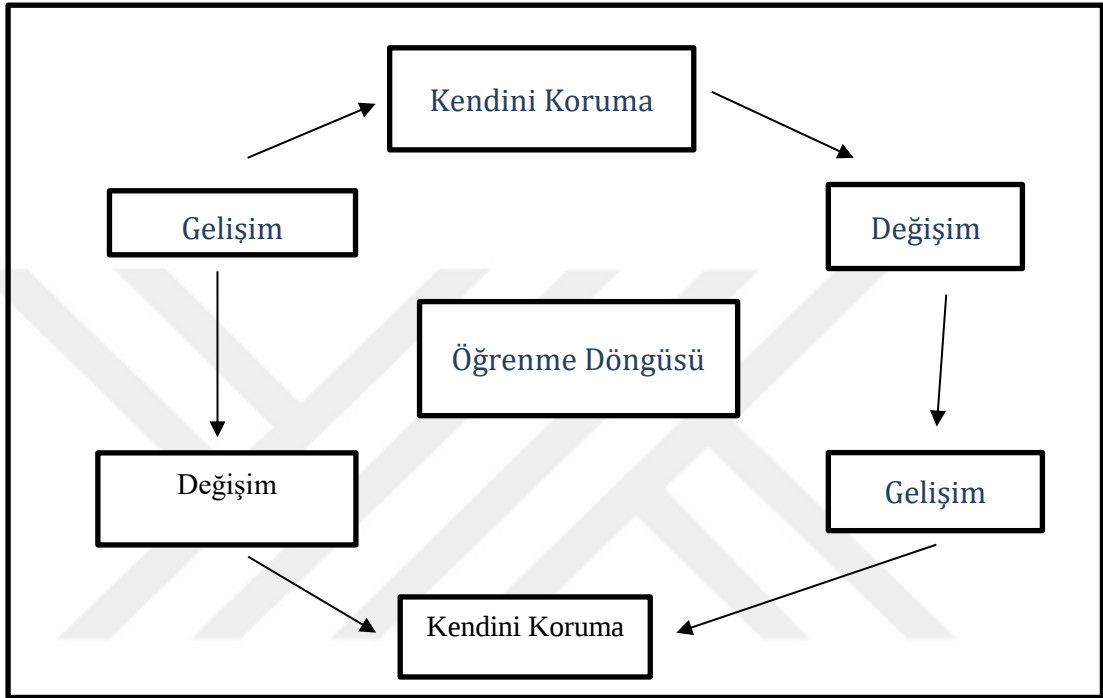
1.1.4.2.Eğitim-Öğretimin Etkisi

Toplumsal kural ve davranış şekillerinin öğrenilmesinde alınacak eğitim kişilerin topluma uyum sağlayarak yaşamalarını sağlar. Eğitim ve öğretimle elde edilen kazanımlar insanların yaşam biçimini de belli eder. Eğitim, özellikle kişinin, mesleği ile alakalı işlerin en mantıklı şekilde gerçekleştirilmesi aşamasında ortaya çıkabilecek rol davranışlarının akılcıca seçilmesinde ön hazırlık anlamını taşımaktadır(Eroğlu vd., 2003, s.50-52).

Eğitim her konuda olduğu gibi girişimcilik alanında da anahtar rol üstlenir. İnsanlar aldıkları eğitim sayesinde kendi içlerinde saklı kalan yetenekleri keşfedebilirler. Eğitim alan girişimcinin yanlış yapma ihtimali daha azdır ve dolayısıyla iş için yatırdığı sermayeyi de kaybetme riski azalır. Kaynaklarını daha

etkin ve verimli kullanırlar. Girişimcilik ve eğitim iki yönlü bağlantılıdır. Birincisi girişimcilik unsurlarının mevcut ve potansiyel girişimcilere aktarımı, ikincisi de yüksek eğitim seviyesindeki öğrencilerin girişimciliğe yönelik eğitimleridir(Akdemir, 1996, s.27-28).

Şekil 4: Girişimcilikte Öğrenme Döngüsü



Kaynak: Adnan Ceylan, Nigar Demircan, *Girişimcilerin Başarı, Güç ve Yakın İlişki İhtiyaçlarının Kişilik Özellikleri İlişkisi Üzerine Düzce Bölgesi'ndeki Kobilerde Bir Araştırma*. 21. Yüzyılda KOBİ'ler: Sorunlar, Fırsatlar ve Çözüm Önerileri. Doğu Akdeniz Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, 2002,s.03-04.

Öğrenme tüm boyutları ile girişimci açısından geliştirici, değiştirici, koruyucu, tekrar değiştirici, geliştirici ve koruyucu bir döngü içinde yürümektedir. Girişimcinin eğitim döngüsü girişimcinin kendini geliştirme isteği ile başlar. Girişimci eğitim alarak kendini geliştirirken aslında kendini korumayı amaç edinir. Eğitimle beraber girişimci kendini nasıl değiştireceğini de öğrenir. Zaman geçtikçe bu döngü devam eder ve girişimci ustalık kazanıp diğerlerinden farklı bir seviyeye ulaşır. Girişimcinin temel amacı eğitim alıp kendini geliştirmek/değiştirmek ve bunun sonucunda da diğerlerinden farklı olup ayakta kalabilmektir(Geus, 1999, s.60).

1.1.4.3.Çevrenin Etkisi

Kişinin girişimcilik istek ve yeteneklerinin şekillenebilmesi, içinde bulunduğu çevrenin kendisine ve düşüncelerine karşı olan tutum ve davranışları ile ilişkilidir. Girişimcilik yeteneği ve faaliyetleri Collins ve Moore'a göre çocukluk çağlarında açığa çıkmaktadır. Girişimcilik faaliyetlerine olumlu yaklaşan bir çevre içerisinde olan girişimci kendine daha fazla güven duymaktadır. Kişi kendine güvenip bağımsız çalışmalarını sürdürdüğü takdirde başarıyı yakalayabilmektedir(Kuvan, 2007, s.145).

1.1.4.4.Rol Modellerin Etkisi

Girişimcilik ruhuna sahip kişiler çevrelerinde gördükleri girişimci kişileri kendilerine rol model olarak alırlar. Alınan rol modeller girişimcilerin kariyeri üzerinde oldukça etkili bir unsurdur. Rol model olarak aile bireyleri, arkadaşlar ya da başarılı girişimciler seçilebilir. Rol modelin etkisi hem girişimcilik faaliyeti başlamadan hem de başladıktan sonra etkisini hissettirir. Rol modellerin sayesinde girişimciler işlerini daha özverili bir şekilde sürdürerek topluma faydalarını arttırırlar. Rol modeller girişimcilere cesaret verir. Kişilerin kendileri için seçtikleri rol modeller; girişimcilik alanında faaliyet gösteren kişilerin iş alanındaki tutum ve davranışlarını yüksek oranda etkiler. Kişilerin olaylara bakış açısı, kriz dönemlerinde göstermiş oldukları davranış şekilleri, yatırım yapacakları zaman alabilecekleri risk düzeyi gibi unsurlarda aldıkları rol modele bağlı olarak şekillenir(Kaygın ve Güven, 2015,s.42).

1.1.4.5.İş Deneyiminin Etkisi

Daha önce herhangi bir işte çalışan ve sonrasında girişimcilik alanında faaliyete başlayan kişiler için daha önceki olumsuz deneyimlerin dahi faydası olabilmektedir. Girişimci iş yerinde olan sıkıntılara, ekonomik sorunlara, çalışanlar arasında oluşan problemlere karşı geçmişteki iş deneyimleri sayesinde daha akılcı ve sağduyulu yaklaşarak sorunları kolaylıkla çözebilir. Ayrıca kişilerin önceden çalıştıkları işlerde memnuniyetsiz olmaları ile girişimcilik başarıları arasında pozitif bir bağ vardır. Kişilerin geri dönüş imkânlarının olmaması onları girişim faaliyetleri sırasında daha hırslı ve cesaretli yapmaktadır(Brockhaus, 1980, s.371).

1.1.5.Başarılı Bir Girişimcinin Özellikleri

Girişimcinin başarıyı yakalayabilmesi için öncelikle eline geçen fırsatları iyi değerlendirmesi gerekmektedir. Girişimci ihtiyacı olan yeteneğe ve iş ilişkisi içerisinde olduğu kişileri ikna etme kabiliyetine sahip olmalıdır. Başarılı bir girişimci diğer kişilere oranla daha çok risk alan, başarıma isteğini içinde daha çok hissedilen, kararlı ve lider özelliklerine haiz bir kişi olarak tanımlanmaktadır. Başarılı bir girişimci; kendine güvenen, kararlı, yenilikçi, yaratıcı, kendini bilen, başarıma arzusuna sahip, istekli ve hırslı olur. Girişimcilerin başarılı olması sabit maddelere bağlı değildir. Kimisi için az sayıda özellik yeterli iken bazı girişimciler için çok sayıda özelliğe ihtiyaç duyulabilir(İlter, 2008, s.34)

Girişimci, kar sağlama amacı ile piyasaya ekonomik mal ya da hizmet sunan ve riskleri üzerine alan kişi olarak tanımlanır. Girişimcilerin genel olarak birtakım özellikleri taşımaları gerekmektedir. Bu özellikler şu şekilde sıralanmıştır(Gürol, 2006, s.12-22);

- Risk alma
- Kişisel sorumluluk alma arzusu
- Olağandışı karakteristik özelliklere sahip olma
- Kendi geleceğine yön verebilme
- Etkili örgüt yaratma gücü
- Enerjik olma, yorulmama
- Başarı konusundaki yeteneklerine güvenme
- Bilgiye erişme ve bilgiyi kullanma
- Geleceğe yönelik olma
- Finansal başarı
- Kendini adama
- Değişimi fırsat olarak algılama
- Düşünmeden çok yapma
- Yenilikçi olma
- Karmaşa ortamına tolerans

- Detaya girme
- Mükemmeliyetçilik
- Değer yaratma
- Kar amaçlı veya amaçsız olma
- Büyüme
- Yek ve tek olma
- Bir süreç olma
- Sonuçların olumlu olacağı inancı
- Bir yerlere gelebilme/kendini gerçekleştirme gereksinimi
- Zaman değerlendirmesi
- Farklı bakış açısına sahip kişilerle çalışma
- Büyük rüyası olma
- Kararlı olma/kararlardan ödün vermeme
- Sürdürülebilir rekabetçi avantaj geliştirme
- Şirket kültürü geliştirme
- Yaşam kalitesi
- İş güvenliği
- Kendinin işvereni olma arzusu

Girişimcilik; gelişme sürecindeki ülkelerde yaygın olduğu kadar gelişmiş ülkelerde de oldukça yaygındır. ABD ve Japonya gibi dünya ekonomisinin bel kemiği olan iki gelişmiş ülkede de girişimcilik çok önemli bir yere sahip olmakla birlikte sürekli bir şekilde desteklenerek teşvik edilmektedir. Harper'a göre girişimcinin başarılı olabilmesi için diğer kişilerden farklı olarak sekiz özelliğe sahip olması gerekmektedir(Güleç, 2011, s.8).

- 1.Başarılı girişimci içinde olduğu pazardaki fırsatları sürekli takip eder.
- 2.İleriyi görürler. Pazarın neye ihtiyacı olabileceğini önceden sezerek o alanda faaliyet gösterirler.
3. En iyisi olma konusunda hırslıdırlar.
- 4.Müşterilerin istek ve ihtiyaçlarını önemserler.

5.İşletmesinde çalışan kişilere değer verirler.

6. Olaylara gerçekçi bir bakış açısı ile yaklaşır.

7.Karşılaştıkları durumlar karşısında karamsarlığa düşmezler.

8.Kötü bir olay sonrasında işletmenin menfaatlerini düşünerek hızlı bir şekilde iyileşme sürecine girerler.

Tablo 2:Girişimcilerin Temel Özellikleri

Tarih	Yazar	Özellikler
1848	Mill	Risk alma
1917	Weber	Biçimsel otoritenin kaynağı olma
1934	Schumpeter	Yenilik, ön ayak olma
1954	Sutton	Sorumluluğa istek duyma
1959	Hartman	Biçimsel otoritenin kaynağı olma
1961	McClelland	Risk alma, başarı güdüsü
1963	Davids	Hırslı olma, bağımsızlık isteği, sorumluluk, özgüven
1965	Litzinger	Riski tercih etme, bağımsızlık, tanınma, babacanlık, liderlik
1965	Schrage	Doğru algılama, güç motivasyonu, gerginliğin performansı azalttığı gerçeğinin farkına varma
1971	Palmer	Risk ölçme
1971	Hornadey ve Aboud	Başarı güdüsü, özerklik, saldırganlık, güç, tanınma

1973	Winter	Güç ihtiyacı
1974	Borland	İçsel güç odağı
1974	Liles	Başarı ihtiyacı
1977	Gasse	Kişisel değerlere dönüklük
1978	Timmons	Güdü/özgüven, amaca dönüklük; orta düzeyde risk alma; kontrol odağı, yaratıcılık/yenilikçilik
1980	Brockhaus	Risk üstlenme eğilimi
1980	Sexton	Enerjik olma/hırs; olumlu terslikler
1981	Mescon, Montanari	Başarı, hakimiyet, özerklik, dayanma gücü, kontrol
1981	Welsh-White	Kontrol İhtiyacı, sorumluluk isteği, özgüven/güdü; mücadele etme, orta düzeyde risk alma
1982	Dunkelberg-Cooper Welsh-Young	Büyümeye dönüklük, bağımsızlığa dönüklük, zanaatkârlığa dönüklük, kontrol kaynağı, özgüven, yenilikçilik

Kaynak: Semra Arıkan, *Girişimcilik: Temel kavramlar ve bazı güncel konular*, Siyasal kitapevi, Ankara, 2002.

Tablo 2’de görüldüğü üzere girişimcilik özellikleri 1848 yılında Mill’in girişimcilik özelliklerinden risk alması özelliğini vurgulaması ile başlamıştır. Sonrasında Weber girişimcilerin temel özelliklerine biçimsel otoritenin kaynağı olma özelliğini eklerken, Schumpeter ise girişimcilik özelliklerine yenilikçi ve ön ayak alma

özelliğini eklemiştir. Zaman içerisinde girişimcilik özelliklerine yenileri eklenmiştir. 1961 yılında McClelland risk alma özelliğini vurgulamış, 1974 yılında Liles başarı ihtiyacı üzerinde durmuştur. 1982 yılına gelindiğinde ise Dunkelberg-Cooper girişimcinin temel özelliklerine büyümeye dönüklük ve bağımsızlık ihtiyacını eklemiştir. Sonuç olarak girişimcinin temel özellikleri çeşitli ekonomistler tarafından farklı boyutları ile ele alınarak günümüze kadar gelmiştir.

1.2. GİRİŞİMCİLİK TÜRLERİ

Girişimcilik olgusu farklı şekillerde ele alınabilmektedir. Burada eylemi gerçekleştiren kişi, sorumluluk sahibi, risk üstlenen ve geleceğe dair tahminlerde bulunarak, kazanç sağlayabileceği alanlarda yatırım yapmayı planlayan girişimcidir. Piyasada her daim müteşebbis bulunmayabilir. Bazen bulunduğu zamanlarda da pazardaki müşterinin yeterli seviyede isteklerini karşılamayabilir. Birçok girişimcilik türü vardır. Girişimcilik genel olarak uğraş alanları ve faaliyet bölgeleri bakımından sınıflandırılmaktadır. Buna göre girişimcilik türleri şu şekilde sınıflandırılabilir (Tutar ve Altınkaynak, 2014, s.39).

Girişimcilik türlerini sırası ile aşağıdaki gibi sıralayabiliriz;

- Fırsat girişimciliği
- Yerel girişimcilik
- Bölgesel girişimcilik
- Ulusal girişimcilik
- Uluslararası (Küresel) girişimcilik
- Özel girişimcilik
- Kamu girişimciliği
- Ticaret girişimciliği
- Yabancı girişimciliği
- Sanayi girişimciliği
- Yenilikçi/Yaratıcı girişimcilik
- Hizmet Girişimciliği
- Takipçi girişimcilik

- İç girişimcilik
- İnternet Girişimciliği
- Sosyal girişimcilik

Fırsat Girişimciliği

İçinde bulunduğu pazarın potansiyelini dikkate alıp herhangi bir anda doğabilecek fırsatları önceden anlayarak mal satıp faaliyet yürüten girişimcinin uyguladığı girişimcilik türüdür. Girişimci burada geleceğe yönelik tahminlerde bulunarak adım atar. Fırsat girişimciliği pazarda oluşabilecek talep artışı veya azalışına uygun olarak hareket etme işidir. Bulunduğu pazardaki durumu iyi analiz ederek ortaya çıkabilecek fırsatları gören ve bu ihtiyaca yönelik olarak mal ve hizmet sunma amacı ile yapılan girişimciliktir. Bu nedenle de pazarda oluşabilecek fırsatlar girişimciler tarafından takip edilerek en uygun zamanda faaliyete geçilmektedir. Fırsat girişimciliği, ekonomide ortaya çıkan değişimlere bağlı olarak pazarın ihtiyaçlarına yönelik mal ve hizmetlerin sunulması şeklinde girişimsel faaliyetleri gerçekleştirmektedir(Tekin, 2004, s.12-13).

Yerel Girişimcilik

Yerel girişimcilik; girişimcinin ürettiği mal ya da hizmeti kendi ülkesindeki iç piyasaya arz etmesi durumudur. Ancak şu unutulmamalıdır ki özellikle küreselleşmenin etkisi ile herhangi bir ülkenin küçük bir kasabasında üretilen bir ürün bile dünyada ismini duyurarak dünyanın çeşitli bölgelerine kadar ulaşabilmektedir(Tutar ve Altınkaynak, 2014, s.39).

Bölgesel Girişimcilik

Bölgesel girişimcilik yerel girişimciliğin bir sonraki halidir. Bu tarz girişimcilik türünde işletmenin elindeki para miktarı ve yapmış olduğu işin hacmi daha fazladır. Bölgesel girişimcilikte belli bir bölgeye hitap edilmesinden dolayı ürün çeşitliliği diğer girişimcilik türlerine göre azdır. Belli bölgedeki insanların taleplerini göz önünde bulundurması sebebi ile de tüketim alışkanlığı homojen bir yapıdadır(Tutar ve Altınkaynak, 2014, s.39).

Ulusal Girişimcilik

Ulusal girişimcilik faaliyet gösterilen alanın tüm ülkeyi kapsadığı girişimcilik türüdür. Bu girişimcilik türünde girişimci tarafından üretilen mal ve hizmetler tüm ülke pazarında kendisine yer bulabilmektedir. Örneğin ülkemizde bulunan bazı okullar ülke genelinde faaliyet gösterirler. Bu tarz bir faaliyette ulusal girişimcilik kapsamına girmektedir(Tutar ve Altınkaynak, 2014, s.39).

Uluslararası (Küresel) Girişimcilik

Uluslararası girişimcilik; diğer girişimcilik türlerine göre oldukça geniş bir pazara hâkimdir. Uluslararası girişimcilik; girişimciliğin en üst seviyesidir. İşletmenin elinde bulunan sermaye, çalıştırılan personel sayısı, pazar hacmi oldukça büyüktür. Birden çok girişimci bir araya gelerek uluslararası girişimcilik faaliyetinde bulunmaktadırlar. Yüksek sermaye bulundurma gerekliliği ve sorumluluğun fazlaca olması sebebi ile sayıları diğer girişimcilik türlerinde bulunan girişimci sayısına göre azdır(Karagöz, 2009, s.44).

Özel Girişimcilik

Özel kişilerin kurup işlettiği girişimcilik türünün adı özel girişimciliktir. Sermaye tamamı ile özel şahsa ait olduğu için alınan karalarda da yetki sahibi özel şahıstır(Karagöz, 2009, s.44).

Özel girişimcilik ülke ekonomisi ve toplumsal refahın sağlanması için etkili bir unsurdur. Özel teşebbüslerin var olması rekabetin artmasına ve buna bağlı olarak pazarın kalitesinin yükselmesine yardımcı olmaktadır. Bir ülkede özel girişimcilerin yetersiz kaldığı durumlarda ülkenin refah seviyesinde bir düşüş gözlemleneceği herkes tarafından bilinen bir gerçektir(Akyüz vd., 2006, s.235).

Kamu Girişimciliği

Kamu girişimciliğın de sermayenin tamamı devlete aittir. Devlet eli ile piyasada bulunan ürünlerin benzerlerinin üretilerek girişimcilik faaliyetlerinin sürdürülmesidir. Bu girişimcilik türünün amaçlarından birkaçı da istihdam sağlayarak işsizliğin önüne

geçmek, yerli ve milli üretim seviyesini arttırmaktır(www.girisimcim.com Erişim Tarihi: 21.01.2019).

Kamu girişimciliği tüketiciler tarafından talep edilen ürünlerin hızlı ve kaliteli bir biçimde üretilip, mümkün olduğunca daha az bürokratik işleminden geçip rekabetçi bir bakış açısı ile mal ve hizmet üretiminin yapılmasıdır. Kamu örgütleri girişimcilik yaparken daha sosyal, müşteri odaklı, yenilikçi olmayı amaç edinmiştir(Karaca vd., 2016, s.95-101).

Kamu girişimlerinin oluşturulmasında bir takım temel sebepler vardır. Bu sebepler şu şekilde sıralanabilir(Çuhadar, 2013):

- Ekonomik büyüme ve toplumsal refah.
- Birtakım ürünleri devlet eli ile üreterek tekelleştirmek
- Özel sektörün olmadığı alanlarda faaliyet göstermek
- Ekonomiye, piyasaya yön vermek
- Özel sektöre liderlik etmek
- Gelir dağılımında adaleti sağlamak

Ticaret Girişimciliği

Ticaret girişimciliği; herhangi bir ürün üretmeden yalnızca pazarda bulunan ürünlerin uygun fiyatlara alınıp pahalı fiyatlara satılması yolu ile yapılan girişimcilik türüdür. Ticaret girişimciliğinde başarılı olmanın en önemli şartı ortaya çıkan fırsatları sıkı bir şekilde takip etmektir(Tutar ve Altınkaynak, 2014, s.43).

Yabancı Girişimcilik

Yabancı girişimcilik; yabancı sermayenin ülke içerisinde tek başına ya da o ülkede bulunan yerel firmalarla birlikte yatırım yaparak gerçekleştirdiği girişimcilik türüdür. Yapılan bu yatırımlar sayesinde ülkeye önemli miktarda sermaye girişi olmaktadır. Buda birçok ülke açısından önemli bir kaynak olarak görülmektedir. Yabancı sermayenin ülkeye girmesi taklit yolu ile başarılı olan yerel girişimciler açısından da önemlidir. Yerel girişimciler ülkelerindeki yabancı girişimcilik

faaliyetlerini görerek iş kurma yolundaki cesaretlerini arttırmaktadır(Erataş ve Başcı Nur, 2013, s.155-171).

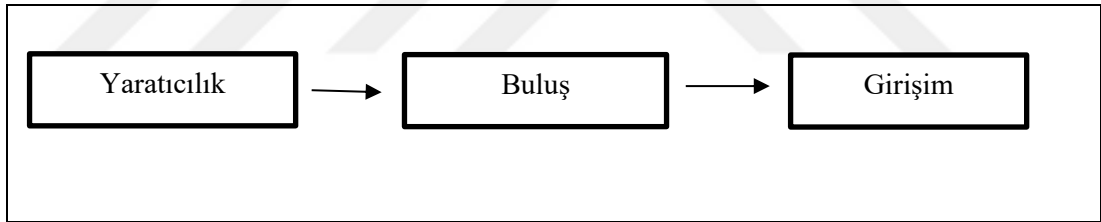
Sanayi Girişimciliği

Sanayi girişimciliğinde alınan hammaddeler işlenerek belli bir şekle getirilir. Sonrasında ise eldeki parçaların monte edilmesi ile ortaya yeni bir ürün çıkar. Otomotiv ve beyaz eşya sektörleri sanayi girişimciliğine verilebilecek örneklerdendir(Tutar ve Altınkaynak, 2014, s.42).

Yenilikçi/Yaratıcı Girişimcilik

Daha önce pazara hiç sürülmeyen yeni bir mal ya da hizmet üretimi yapma işine yaratıcı girişimcilik denir. Bu tür girişimcilikte sermaye sahibinin hâkimiyeti ve son sözü söyleme hakkı girişimcide mevcuttur(İlter, 2008, s.41)

Şekil 5: Yaratıcılık, Buluş ve Girişim



Kaynak: Berfu İlter, *Girişimcilik Sürecinde Kadın Girişimcileri Karşılaştıkları Sorunların Analizi: Kagider Örneği*, (Doktora Tezi), Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyon, 2008, s.41.

Yaratıcı girişimcilik; son dönemlerde dünyada fazlaca ön plana çıkmıştır. Yaratıcı girişimcilikte temel hedef entelektüel sermaye ile fikri mülkiyeti temelde tutarak girişimcilik faaliyetinde bulunmaktır(<https://kulturlimited.com> Erişim Tarihi:21.06.2018)

Hizmet Girişimciliği

Hizmet girişimciliğinde hizmet üretimi yapılmasından dolayı girişimcilerin çok dikkatli olması gerekir. Çünkü herhangi bir ürün üretildiğinde defolu olması

durumunda defosuz ile değişimi gerçekleştirilebilir. Ancak hizmet üretimi olduğu anda tüketildiği için böyle bir imkan bulunmamaktadır. Hizmet üretiminin ürün üretiminden farkı stoklanamamasıdır(Tutar ve Altınkaynak, 2014, s.43).

Takipçi Girişimcilik

Piyasadaki gelişmeleri izlemekle yetinen bu gelişmelere göre davranan, yenilik yapan girişimcilerin yolundan giden girişimcilerdir. Takipçi girişimciler araştırma ve geliştirme yapmak yerine taklit yolunu seçerek kıyaslama ile faaliyetlerini yrtrlr. Bu sebeple yenilikçi firmalar ile hiçbir zaman rekabet edemezler.

İ Girişimcilik

İ girişimcilik kavramı tarihte ilk kez 1978 yılında cümle içerisinde kullanılmıştır. İ girişimcilik; herhangi bir şirkette çalışan kişilerin mevcut işlerinden ayrılmadan kendi fikirlerini ve projelerini üretebilmelerine imkan tanır. Buradaki amaç; şirketle paralel olarak yeni projelerin ve yeni fikirlerin açığa çıkartılmasıdır. İ girişimcilik hem firmaya hem de projeyi üreten çalışana fayda sağlamaktadır. Girişimci çalıştığı şirketin desteğini alarak faaliyetlerini sürdürürse projesine daha kolay bir şekilde yatırımcı bulabilmektedir. Firma ise kaliteli bir personelin kendi çatıları altında kalmasını sağlayıp yakalanacak bir başarı sonucu ulaşılacak kardan payını alabilmektedir(<http://pazarlamaonline.blogspot.com> Erişim Tarihi:20.06.2018).

İnternet Girişimciliği

İnternet girişimcisi; pazardaki fırsatları görebilen, liderlik vasıflarına sahip, bilgisayar ve yazılım programlarına hakim olan, yenilikçi ve yaratıcı iş fikirlerine açık, ürettiği ürünün ya da hizmetin internet üzerinden satışını yapmayı amaçlayan bireydir. İnternet üzerinden satış yapmak isteyen girişimcilerin işin tüm detaylarına hakim olması gerekmektedir. Çünkü tüm kontrol iş sürecini başlatan kişi olan internet girişimcisindedir. İnternet girişimcisinin başarılı olabilmesi için birtakım özeliklere de sahip olması gerekir. Bunlar şu şekilde sıralanmıştır:(Yelkikalan vd. ,2010, s.496-498).

- Duygusal ve sosyal zekâsını bir arada kullanmalıdır.
- Mevcut taleplere ek olarak yeni talep oluşturabilmelidir.
- Üzerinde ilgiyi toplamalı ve o ilgiyi üzerinde tutabilmeyi başarabilmelidir.
- Müşterisi ile arasında duygusal bir bağ kurarak müşterinin kendine bağımlılığını sağlamalıdır.
- Web sayfasına hâkim olarak sosyal ağlar içinde etkin bir şekilde çalışmalıdır.

Sosyal Girişimcilik

Sosyal girişimcilik; girişimcilik alanının ticaret ile sınırlanmadığı, içinde yaşanan toplumun karşılaştığı sorunlara yönelik çözüm arayan bireylerin sürdürdüğü girişimcilik türüdür. Sosyal girişimciler her problemin bir çözümü olduğunu savunurlar ve olaylara karşı daima pozitif bir bakış açısına sahiptirler. Tarih boyunca sosyal girişimciler her zaman olmuştur. Buna en güzel örnek 1800'lü yıllarda hemşirelik sistemini kuran Florence Nightingale'dir (Denizalp, 2007).

1.3.DÜNYA'DA VE TÜRKİYE'DE GİRİŞİMCİLİK SÜRECİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ

1.3.1 Dünya'da Girişimcilik

1800'lü yılların başında ünlü ekonomist Richard Cantillon'a göre girişimci belli olmayan bir bedel üzerinden üretilen ürün ve hizmetleri satmak amacı ile satın alan kişi olarak tanımlanmıştır. Bedeli belli olmadığından dolayı bu tanımda girişimcinin katlanacağı risk üzerinde durulmaktadır(Çetin, 1996, s.29).

Jean Baptise Say ise girişimcinin risk alabilme özelliğine ilave olarak üretim faktörlerini örgütleme ve kurulan işi yönetebilme yeteneğine sahip olması gerektiği üzerinde durmuştur(Akmut vd., 2003, s.430).

17. yüzyılda girişimci artık risk almaya başlamış karın veya zararın sorumluluğunu üzerine almıştır. Hükümetle girişimci arasında iş sözleşmeleri yapılmış risk alma ve girişimci arasındaki bağ kurulmaya başlamıştır. Girişimciler, hükümetle iş sözleşmeleri yaparak ürünleri sabit bir fiyat üzerinden satın almışlardır. Sabit

fiyattan aldıkları malı ise piyasa şartlarına göre oluşan fiyattan satmışlardır. Bu belirsizlik ise girişimcinin risk altına girmesine neden olmuştur(Kuratko ve Hodgets, 1995, s.6).

18. yüzyılda sermaye sahibi kişi, sermaye ihtiyacı olan kişiden farklı hale gelmiştir. Girişimci sermayeyi bulan kişiden ayrılmıştır. Bunun sebebi o tarihlerde dünya genelinde sanayileşmenin başlamasıdır(İlter, 2008, s.25).

20. Yüzyıla gelindiğinde ise girişimci ve yönetici farkı ortadan kalkmıştır. Ekonomistlerin gözünde girişimci, bireysel kazanç sağlamak amacı ile bir işyerini kuran, çalıştıran kişidir. Girişimci üretim faktörlerini bir araya getirerek ürün üretip piyasaya sunar. Sonucunda da kazanılacak ya da kaybedilecek paradan doğrudan sorumlu olur(Yurtsever vd., 2006, s.2).

1.3.2.Türkiye’de Girişimcilik

Girişimcilik her ülke için olduğu gibi Türkiye içinde çok önemli bir yere sahiptir. Ekonomik olarak kendini kanıtlamış ülkeler göz önüne alındığı vakit her ülkenin girişimciliğe gözle görülür bir önem verdiği dikkat çekmektedir. Gelir düzeyinin iyileşerek ekonominin büyümesi, istihdamın artış göstermesi gibi ekonominin temel yapı taşlarının gerçekleşmesi için yenilikçi bir girişimcilik anlayışının ülkelere benimsenmesi gerekmektedir. Türkiye’de girişimciliğin tarihsel süreç içerisindeki gelişimi aşağıda incelenmiştir.

Türkler Orta Asya’dan Anadolu’ya gelmeleri ile birlikte göçebe hayatı terk ederek yerleşik hayata geçiş yapmışlardır. Yerleşik hayata geçtikten sonra ticareti ve zanaatkârlığı öğrenen Türkler arasında zanaatkârlık konusunda zaman içinde ileriye gidilmiştir. Bu sebeple Selçuklular döneminde Ahilik Teşkilatı adı verilen bir esnaf-zanaatkâr örgütü kurulmuştur. Selçuklular dönemi ve Osmanlının ilk dönemlerinde Ahilik teşkilatı çok etkin ve başarılı bir şekilde faaliyetlerine devam etmiştir(Akmut vd., 2003, s.435).

Daha sonra ise Osmanlı Devletinde 19. Yüzyıla kadar loncalar faaliyetlerini devam ettirmişlerdir. Loncalar tüm esnafları temsil eden bir kurum olup, lonca çatısı

altında gerekli eğitimi verip esnafların usta olmasını sağlamıştır. Ancak lonca teşkilatı da diğer kurumlar gibi zaman içinde önemini kaybetmiş ve Osmanlı Devletinin son dönemlerine doğru tamamen ortadan kaldırılmıştır. Osmanlı dönemin de Türkler ticaretten ziyade askeriye, tarım, hayvancılık gibi işlerle ilgilenmiştir. Ticarete ise Rumlar, Ermeniler ve Yahudiler daha çok ön plana çıkmıştır. Dolayısıyla cumhuriyet dönemi öncesi girişimcilik istenildiği kadar gelişme gösterememiştir. Osmanlı İmparatorluğunun son dönemlerinde ticaret yavaş yavaş ilgi odağı haline gelmeye başlamıştır. Cumhuriyet döneminin başlangıç yıllarında ise Osmanlı İmparatorluğu sınırları içerisinde yer alan Kırım, Makedonya, Asya ve Arap ülkelerinden gelen Türklerin Anadolu’da girişimciliğin gelişmesine önemli katkıları olmuştur(Tekin, 2004, s.23).

Tablo 3:Türkiye Cumhuriyeti Döneminde Ekonomik Yapılanmalar

1923-1930	Ulusal Ekonominin Kurulması
1930-1950	Devletçilik Dönemi
1950-1970	Liberal Ekonomi ve Planlı Dönem
1970-1980	İthal İkamesi Dönemi
1980 ve sonrası	Dışa Açık Büyüme

Kaynak: TÜGİAD, 1993:21-23 *Ekonomik Kalkınmada Girişimciliği Önemi ve Değişen Girişimci Nitelikleri*, Simge Matbaacılık, Ankara. s.21-23.

1923-1930 Arası Dönem: Ulusal Ekonominin Kurulması

Cumhuriyet dönemi girişimciliği; Şubat 1932 yılında Mustafa Kemal Atatürk liderliğinde İzmir’de 1. İktisat Kongresi’nin toplanması ve Türkiye’nin ekonomik büyümesi ve kalkınmasında girişimciliğin çok önemli bir yeri olduğunun ifade edilmesiyle beraber başlamıştır(Tekin, 1999, s.14).

17 Şubat – 4 Mart 1923 tarihleri arasında yapılan İzmir İktisat Kongresi, ekonomi ile ilgili bütün grup ve kişileri bir araya toplamıştır. Bu kongrede 12 maddelik

“iktisat misakı” esasları kabul edilerek TBMM başkanlığına ve hükümete verilmiştir. Bu misakın üçüncü maddesi şöyledir; “Türkiye halkı tahrip yapmaz imar eder. Bütün bu çalışmalar ekonomik bakımdan memleketi yükseltmek amacı güder.” (Büber, 2011, s.66).

I. İktisat Kongresinin Girişimcilik hedefleri; (Büber, 2011, s.66).

- _ Himayekâr bir gümrük sisteminin tesisi,
- _ Türk gemilerine kabotaj hakkı,
- _ Yüksek sermayeye sahip milli bir bankanın kurulması,
- _ Yabancı sermaye ile yapılacak iş birliğinin ülke ekonomisine zararsız olduğunun anlaşılmasından sonra iş birliği yapılması,
- _ Vergi reformu,
- _ Ticaret ve sanayi odalarının ekonomik ve ticari konular ile ilgili önerilerinin alınması,
- _ Devlet tarafından KİT’lerin açılması

29 Ekim 1923 yılında Cumhuriyetin ilan edilmesinden sonra dağınık bir halde faaliyetlerini sürdüren esnafların, küçük ölçekteki üreticilerin bir örgüt çatısı altında olmaları için 1924 yılında “Ticaret ve Sanayi Odaları Kanunu” yürürlüğe girmiştir (Savaşır, 1999: 4).

Devlet cumhuriyetin ilanından itibaren özel sermaye birikimini uyarmak için düzenli bir siyasal, sosyal ortam yaratıp müdahaleci bir politika izlemiştir. Bu amacı gerçekleştirmeye yönelik Teşvik-i Sanayi Kanununu 1927 yılında çıkararak sanayi alanında çalışan pek çok kuruluşa birçok kolaylık sağlanmıştır. 1929 da gerçekleşen Dünya Ekonomik Buhranı ile birlikte klasik iktisat anlayışı tamamen terkedilmiş o yıllara kadar süregelen “Bırakınız yapsınlar, bırakınız geçsinler” sloganı son bulmuştur (Büber, 2011, s.67).

1930-1950 Arası Dönem: Devletçilik Dönemi

1930-1950 yılları arasında sermayenin yetersiz olması ve ülkedeki girişimci sayısının çok az olması sebebi ile ihtiyaç duyulan girişimcilik faaliyetlerini devlet bizzat kendi yürütmekteydi. Sümerbank, Etibank gibi devlet kuruluşları bu dönemde kurulmuş başarılı girişimlerdir. Devlet tarafından girişimcilik amacı ile kurulan kuruluşlarda nitelikli birçok personel yetişmiştir(Koç, 2005, s.28).

1930-1950 Devletçilik döneminde içinde bulunulan şartlar sonucunda özel sektörün yetersiz kaldığı bazı alanlarda eksikleri gidermek için devlet yatırımlar yapmaya başlamış, beş yıllık kalkınma planları bu dönemde hazırlanmıştır. Ancak bu dönemde 1929 Ekonomik Buhranı ve 2. Dünya Savaşı gibi dünyayı etkisi altına alan gelişmeler yaşandığı için girişimciliğin gelişimi hedeflendiği seviyede başarılı olamamıştır(Tutar, 2003, s.169).

1950-1970 Arası Dönem: Liberal Ekonomi ve Planlı Dönem

1950’li yıllardan itibaren ülke ekonomisi içinde liberalleşme eğilimi görülmüştür. O yıllarda alt yapı çalışmalarına ağırlık verilmiş olması, tarımın öncelikli olarak üzerinde durulan konu haline gelmesi, özel teşebbüslerin oranının giderek artması dönemin en akılda kalıcı nitelikleri arasında sayılabilir. Planlı ekonomiye ise 1960 yılından sonra başlanmıştır. 1. İktisat kongresinde yapılması planlanan beş yıllık kalkınma planları bu dönemde iki defa uygulamaya alınmıştır. Planlı ekonomiye geçiş ile beraber her ne kadar devletçilik anlayışı dönem içinde etkilerini devam ettirse de özel sektör girişimlerinde yüksek oranda bir artış yaşanmıştır(Müftüoğlu ve Durukan, 2004, s.11).

Türkiye’de girişimcilik tarihçesine bakıldığı vakit; 1950-1960 arası yıllar, çok partili siyasi hayata geçiş ve ekonomide serbest piyasa uygulamalarına yer verilmesi yönünden tam anlamı ile önemi bir geçiş süresi olmuştur. Ancak 70’li yılların başlarında ortaya çıkan klasik iktisatla taban tabana zıt serbest piyasa ekonomisi için ihtiyaç duyulan düzenlemeler yapılamamıştır(Müftüoğlu ve Durukan, 2004, s.8).

1970-1980 Arası Dönem: İthal İkamesi Dönemi

70’li yılların başında “İthal İkamecilik” politikası yaygınlaşmış, kamu yatırımları düşmüş olmasına rağmen girişimci sayısında artış gözlemlenmiştir. O yıllarda planlı ekonomi denemesi yapılmaya çalışılmıştır. Fakat gerçekleşen siyasi kavgalar, petrol şokları, Türkiye’nin Kıbrıs çıkartması, ekonomik engeller, enflasyon, işsizlik, askeri darbeler ve siyasi istikrarsızlık gibi sebeplerden dolayı başarılı bir gelişme yaşanmamıştır(Öztürk, 2008, s.9-10).

1980 ve Sonrası Dönem: Dışa Açık Büyüme

1980 sonrası Türkiye’de girişimcilik alanı ile ilgili oldukça önemli adımlar atılmaya başlanmıştır. 24 Ocak 1980 kararları ile beraber ithal ikamecilik anlayışı terk edilerek ihracatı arttırmayı amaç edinen serbest piyasa ekonomisi stratejisinin uygulanmasına karar verilmiştir. Bu kararlar beraber devlet ihracata yönelik girişimcilik faaliyetlerini desteklemeye başlamıştır(Müftüoğlu ve Durukan, 2004, s.8).

24 Ocak 1980 kararları ile öncelikli amaç enflasyonun önüne geçerek ihracatı arttırmak, ülkenin sanayi sektörüne dış dünya ile rekabet edebilme gücünü sağlamaktır(Ataç, 1999, s.304).

İhracatı arttırmaya yönelik olarak ihracattan elde edilen kazançlar vergi dışında tutulmuş, ihracat yapmak için alınan kredilerden vergi kesintisi yapılmamaya başlanmıştır. Türk parası yabancı paralar karşısında devalüe edilmiştir. Bu gelişmeler sonrasında dış ticaret hacmimiz büyümüştür. Tüm bu yaşanan olumlu gelişmelere karşın kurumsal anlamda hedeflenen sonuçlar elde edilememiştir. Devletin ekonomideki yoğunluğu azaltılmaya çalışılsa da başarılı olunamamış kamu gelir-gider dengesi sağlanamamıştır. Bunun sonucunda borç stoklarında artış gözlemlenmiş Türkiye ekonomisi bu süreçten oldukça kötü bir şekilde etkilenerek çıkmıştır(Karaçor ve Alptekin, 2006, s.309-310).

1.4.TÜRKİYE’DE GİRİŞİMCİLİĞİN ÖNÜNDEKİ ENGELLER

Girişimcilik ülke ekonomisinin gelişmesi ve büyümesi için anahtar bir rol üstlenmektedir. Girişimcilik değişimdir, yeniliktir. Türkiye’nin yedi bölgesi arasında sanayi, gelişmişlik, istihdam alanı gibi unsurlar açısından büyük farklılıklar bulunmaktadır. Bu farklılık girişimciliğin önündeki en büyük engellerden bir tanesidir. Girişimciliğin önündeki engeller şu şekilde açıklanabilir(Şahin, 2006, s.24-26):

- Sosyal Çevre
- Fizibilite (Uygulanabilirlik)
- Aile İşletmeciliği
- Özgüven Eksikliği
- Bilgi Eksikliği
- Ekonomideki İstikrarsızlık
- Sermaye ve Finansman
- Bürokratik Engeller

-Sosyal Çevre: Sosyal çevre ülkemizde girişimciliğin gelişmesinin önündeki önemli engellerden bir tanesidir. Kişinin doğup büyüdüğü aile, içinde olduğu ortam karakterinin oluşumunda çok etkilidir. Eğer kişi sürekli baskı içerisinde kendine güveni olmadan büyürse bu bireylerin özgür düşünebilmeleri, yenilik yapabilmeleri, risk alarak girişimde bulunabilmeleri mümkün olmayacaktır. Kişi ne kadar özgür bir çevre içerisinde olursa başarılı bir girişimci olma ihtimali de o kadar kuvvetlenecektir(Durukan, 2006,s.33-34).

-Fizibilite (Uygulanabilirlik): Devlet bir fizibilite raporu çıkarırken söz konusu yatırımın ihracata yönelik yapılıp yapılmadığına ve başka yatırımlara katkısının olup olmamasına bakar. Ancak ülkemizde fizibilite raporu devletten teşvik almak için olması gereken bürokratik bir işlem olarak görülmektedir(Durukan, 2006, s.33-34).

-Aile İşletmeciliği: İş kurma sürecine küçük bir şirket olarak başlayan aile şirketleri süreç içerisinde büyümeye başladığında nasıl hareket edeceklerini bilemezler. Büyüme aşamasında dağılma sürecine girerler. Bu sebeple büyüme aşamasında olan

aile şirketleri muhakkak aileden olmayan uzman bir yönetici tayin etmelidir(Durukan, 2006, s.33-34).

-Özgüven Eksikliği: Girişimciliğin özünde insan vardır. Eğer insanın içinde o işi yapacağına dair istek ve cesaret yoksa diğer tüm imkânlar elinin altında olsa bile başarıyı yakalayamaz. Rekabetten korkmak, toplumun ön yargılarına karşı koyamamak girişimci adayını en baştan başarısızlığa götürür. İş hayatında insanların karşısına pek çok engel veya sorun çıkabilmektedir. Bu sorunları aşmanın yolu ise; irademizi güçlendirerek özdenetimi doğru bir temele oturtmamızdır. Eğer yaptığımız işe hâkim olur isek ortaya çıkan problemleri daha kolay çözüme kavuştururuz. Sorunların hızlı bir şekilde çözüme kavuşması da özgüvenimizin artmasını sağlar(<https://www.uplifers.com>, Erişim Tarihi:25.01.2019).

-Bilgi Eksikliği: Girişimci bir iş kurarken o işin detaylarını bilmelidir. Eğer bilmezse o malı ya da hizmeti pazarlamakta zorluk yaşar. Dolayısıyla başarı seviyesi de beklenenin altında olur. Türkiye geneline bakıldığında zaman eğitimi kalitesinin çok yüksek olmadığı görülmektedir. Buda bilgi eksikliğini ve başarı oranındaki düşüklüğü kanıtlayıcı bir durumdur(Şahin, 2006, s.26).

-Ekonomideki İstikrarsızlık: Girişimcilik sürecinin başında girişimciyi en çok düşündürecek konulardan bir tanesi de ekonomik istikrarsızlık durumudur. Girişimci iş sürecinin başında yapacağı iş planında bunu göz önünde bulundurmak zorundadır. Bu istikrarsızlık durumunun iş yaşamını etkilememesi için mümkün olduğunca sabit değerler tercih edilmelidir(Şahin, 2006, s.25).

-Sermaye ve Finansman: Bir iş sürecinin başlatılabilmesi için bireyin elinde belli bir miktarda sermayenin bulunması gerekmektedir. Bu sermayenin elde edilmesinde en çok kullanılan yollardan bir tanesi banka kredileridir. Fakat banka kredisi için gereken prosedürler ve söz konusu borca karşılık birtakım teminatların bankaca istenmesi sebebi ile girişimciler sermaye temininde sıkıntı yaşamaktadır(Şahin, 2006, s.25).

-Bürokratik Engeller: Ülkelerin ekonomik koşulları, pazarın genel durumu ve devlet politikaları gibi unsurlar girişimcilerin sayılarının artmasında etkilidir. Mevcut mevzuatlar ve bürokratik engeller nedeniyle iş ve yatırım yapma ortamı oldukça zor

oluşmaktadır. İlgili kuruluşlar yürürlükteki mevzuatı basitleştirip, vergi sisteminin düzenlenmesini talep etmektedirler. Gelişmekte olan ülkelerde girişimci adaylarının önündeki en büyük engellerden birinin bürokratik engeller olduğu söylenebilir. Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde girişimciliği geliştirecek, teşvik edecek güçlü bir sistem henüz oluşturulamamıştır. Her insan birtakım yetenekler ile doğar. O yetenekleri ortaya çıkaracak veya tamamen körelmesine neden olacak etmenler insan davranışlarının şekillenmesinde etkilidir. Günümüzde girişimci olmak isteyen, yeni istihdam alanları açabilecek olan genç beyinlerin sayısı fazla olmakla beraber bu genç beyinleri gerekli düzeyde teşvik edecek sistemler yapıcı güçsüz durumdadır(<http://kariyeryolculugu.com> Erişim Tarihi:25.01.2019).

1.5.GİRİŞİMCİLİĞİN TEMEL FONKSİYONLARI VE GİRİŞİMSEL SÜREÇ

Girişimci, tüm alanlarda yeniliği başlatan şahıs olmuştur. Bu özelliği ile birlikte işletmede yenilik yapılırken girişimcinin kararları oldukça önemli olmaktadır. Bu karar ve uygulamalara yön veren; kişinin girişimci olmadan önceki çabaları, eğitim seviyesi gibi toplumsal, ekonomik ve kişisel özellikleridir(Aktan, 1996, s.242-247).

Modern bir girişimcinin uyması gereken işlevler şöyledir(Titiz, 1994, s.3-15):

- Yeni ürün ve hizmet üretmek ya da bilinen mal ve hizmetlerin özellik ve kalite derecelerini yükseltmek
- Yeni üretim teknikleri geliştirerek bunları devreye sokabilmek
- Sanayide yeni organizasyonlara yer vermek
- İşletme için yeni pazarlar bulabilmek
- Hammadde ve buna benzer maddelerinin temini için yeni kaynaklar keşfetmek

1.5.1.Girişimciliğin Temel Fonksiyonları

Toplumda girişimci rolünü oynayan kimselerin sorumluluğu altına aldıkları işlerin tamamına girişimciliğin temel fonksiyonları denir. Çağdaş girişimcilerin yerine getirmesi gereken girişimciliğin temel fonksiyonlarını şu şekilde sıralayabiliriz: (Şimşek, 1995, s.25-26).

Yeni Ürün ve Hizmet Üretimi: Girişimciler piyasada olan mal ve hizmetlere ek olarak daha farklı ürün ve hizmet elde etme isteği içindedirler. Ürettikleri ürünlerin veya sundukları hizmetlerin kalitesini yükselterek elde ettikleri kazançları arttırmaktadırlar. Girişimciler rekabetin olduğu bir piyasada ayakta durabilmek için fiyatları düzenler, üretimdeki kaliteyi ve çeşitliliği artırır. Rekabetçi bir piyasa, işletmelere üretimi etkili bir şekilde gerçekleştirme mecburiyeti getirir (Şimşek, 1995, s.25-26).

Yeni Üretim Yöntemlerinin Geliştirilmesi: Girişimciler sadece yeni ürün ve hizmetlerin üretilmesini değil, aynı zamanda ürün ve hizmetlerin üretilmesinde kullanılan üretim yöntemleri, pazarlama şekilleri, rekabet politikaları ve pazara sunum teknolojilerinin geliştirilmesini de sağlamaktadır. Dünyada yaşanan değişim ekonomik olarak daha küçük işletmelerin de değişen yeni koşullara adapte olma sürecine girmesine sebep olur. Artan rekabet şartları sebebi ile girişimciler ürün çeşitlendirme yöntemlerinde uzmanlaşıp profesyonelleşme gereksinimi hissederler. Firmaların değişen şartlara adapte olması işletmelerin süreklilik kavramının doğasında yer alır. Küçük firmalar değişen taleplere karşı daha esnek olabilme özelliğindedir(Çelik ve Akgemci, 1998).

Hammaddelerin ve Benzeri Maddelerin Sağlanabileceği Yeni Kaynaklar Bulmak: Başarılı bir girişimci elindeki hammadde kaynaklarının artması için hem iç piyasayı hem de dış piyasayı hâkimiyeti altında tutmak ister. Hammaddelerin piyasadaki denetimini elinde tutan işletmeciler rekabet ortamında rakiplerine göre lider konuma sahip olmaktadır(Şimşek, 1995, s.25-26).

Yeni Pazarlara Ulaşmak: Girişimcinin sahip olduğu işletmenin büyümesi için yeni pazarlar bulması ve ulaştığı yeni pazarlarda ürün/hizmet satışlarını artırarak karlılık oranlarını yükseltmesi başarılı bir girişimci olmanın önemli özelliklerindendir(Şimşek, 1995, s.25-26).

Girişimcilerin klasik ticaret yapısından sıyrılıp yeni metotların tamamını benimseyerek, piyasa koşullarını zorlaması ve hali hazırda iş yapma kültürünü değiştirmesiyle özellikle son yirmi senede küçük ve orta boy işletmeler (KOBİ), üretim ve rekabette yeni iş alanları bulma ve toplumsal birleşmenin sağlanması amacı ile

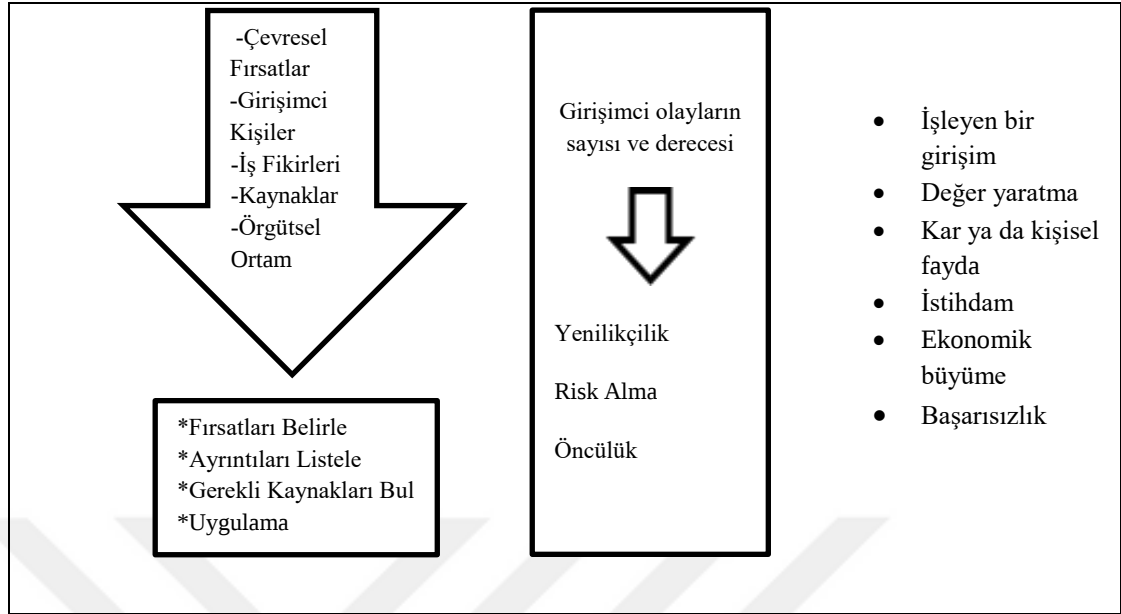
tekrar ortaya çıkmıştır. Yeni bir pazarlama ve üretim yöntemi olan e-ticaret, 20. yüzyılın son zamanlarında bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan hızlı değişimlerle aynı yönlü olarak ve sürekli yükselen bir seviyede dünya genelinde tartışmaya konu olan bir kavram haline gelmiştir. Bilgi ve iletişim maliyetlerinin azaltılması, pazara girişteki zorlukların giderilmesi ve rekabetin arttırılması; e-ticarete çeşitliliğin artmasına, bununla birlikte kalitenin yükselerek fiyatların aşağı doğru bir seyir göstermesine sebep olacaktır. Girişimci bireyler pazardaki mevcut yerini korumak veya elinde tuttuğu payı daha da arttırmak için hali hazırda ürünleri geliştirmek ve değiştirmek zorundadır(Çelik ve Akgemci, 1998).

1.5.2.Girişimsel Süreç

Ekonomi içerisinde tüm riski üstlenerek bir işi yapmaya girişen girişimcilerin birtakım süreçlerden geçtiği doğrudur. Yeni bir girişimin başlatıldığı, devam ettirildiği ve ortaya bir şeylerin çıkarıldığı bu aşamalara girişimsel süreç denilmektedir. Bu noktada temel konu fırsatların anlaşılıp tanımlanması ve değerlendirilmesine olanak sağlayan şartların girişimci tarafından oluşturulmasıdır(Iraz, 2005, s.195).

İşletme faaliyetleri sırasında herhangi bir sorun ile karşı karşıya kaldığı zaman yönetim pozisyonundaki kişi sorunu doğru olan yöntemi seçerek çözme sürecine girmektedir(Arıkan, 2002, s.27)

Şekil 6: Girişimcilik Sürecinde Girdi Çıktı Bileşenleri



Kaynak: Yılmaz Ürper, *Girişimcilik*, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 2004.

Şekil 6’da girişimcilik süreci girdi bölümünde süreç içerisinde katkısı olan 5 ana unsur sıralanmıştır. Bu girdi bileşenleri sırası ile çevresel fırsatlar, girişimci kişiler, iş fikirleri, kaynaklar ve örgütsel ortamdır(Ürper, 2004, s. 9-10).

Şekil 6’da girişimcilik süreci çıktı bölümü ise, girişimcilik yoğunluğunu göstermektedir. Etkileri birbirinden farklı çok sayıda olay ile karşılaşan girişimci olaylardan yoğunluk derecelerine göre etkilenmektedir. Öte yandan süreç içerisinde maliyet artışı, ekonominin kötüleşmesi, psikolojik sorunlar sonucu iş sürecinin başarısızlık ile sonuçlanması da ihtimal dâhilindedir(Iraz, 2005, s.204).

Girişimsel süreci daha geniş bir bakış açısı ile ayrıntılı bir şekilde ele alınca dört aşama ortaya çıkmaktadır. Bu aşamalar; fırsatların belirlenmesi ve değerlendirilmesi, bir iş fikrinin ya da planının geliştirilmesi, gerekli kaynakların sağlanması, geliştirilen iş fikrinin ya da girişimin uygulanması ve yönetilmesi aşamalarıdır(İlter, 2008, s.17):

Tablo 4: Girişimsel Sürecin Aşamaları

1-Fırsatların tanımlanması ve değerlendirilmesi	2-Fırsatın Kullanılması		
	İş Planının Değiştirilmesi	Gereksinim Duyulan Kaynaklar	İşletmenin Yönetilmesi
Fırsatın yaratılması ve büyüklüğü	Pazarın özellikleri ve büyüklüğü	Girişimcinin mevcut kaynakları	Yönetim tarzı ve yapısı
Fırsatın gerçek ve algılanan değeri	Pazarlama planı Üretim gereksinimleri	Kaynak boşlukları ve kullanım için hazır olanlar	Başarının kilit unsurları
Fırsatın getirdiği risk ve avantajlar	Finansal planlama ve gereksinimler	İhtiyaç duyulan kaynakların temini	Mevcut ve potansiyel problemlerin tanımı
Fırsat karşı kişisel beceriler ve hedefler	Organizasyon biçimi		Kontrol sistemlerinin yerleştirilmesi
Rekabet Durumu	Pazara Giriş Stratejisi		

Kaynak: Berfu İlder, *Girişimcilik Sürecinde Kadın Girişimcileri Karşılaştıkları Sorunların Analizi: Kagider Örneği*, (Doktora Tezi), Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyon, 2008.

1.5.2.1.Fırsatın Tanımlanması ve Değerlendirilmesi Süreci

Girişimcilik nedir sorusuna cevap ararken belki de sıkça karşılaştığımız kelimelerden biri de fırsat kelimesidir. Girişimcinin karşılaştığı fırsatları iyi değerlendirmesi veya değerlendirememesi girişimcinin başarılı olup olamayacağını belirler. Fırsat; yeni mal, hizmet, hammadde ve organize yönteminin üretildiği ve üretildiği maliyetten daha fazla bir bedel karşılığında satıldığı durumdur(İlder, 2008, s.17).

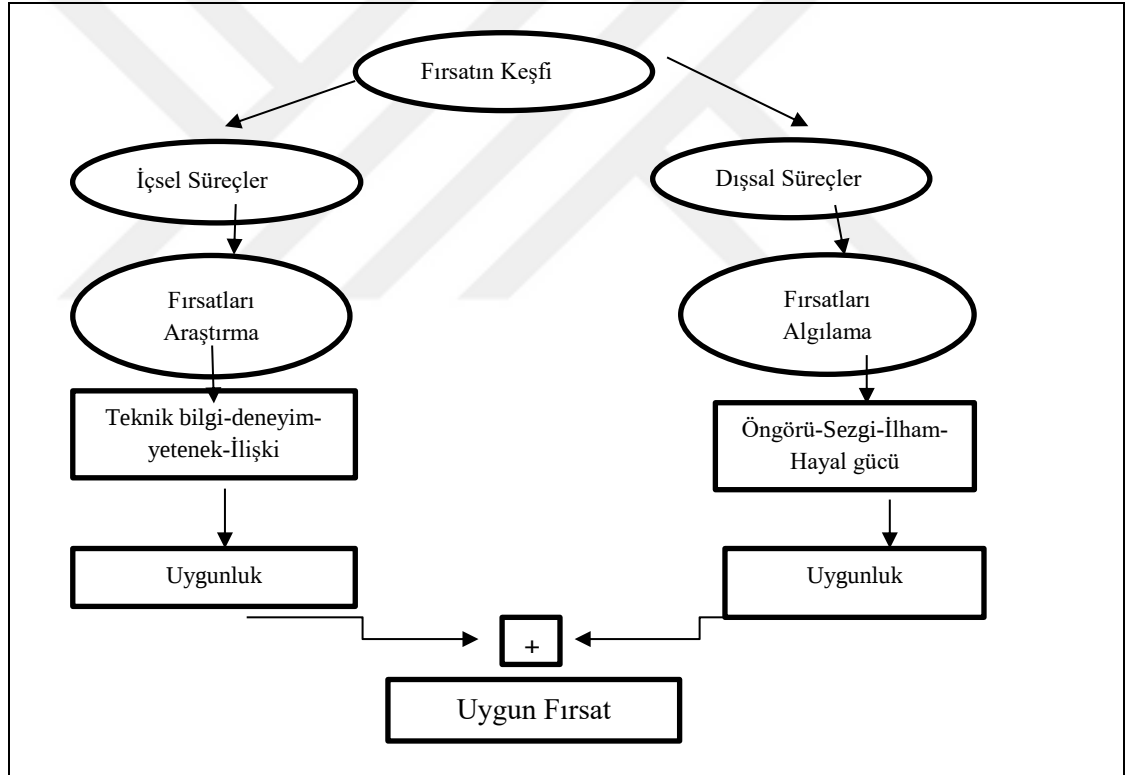
Fırsatın tanımlanması ve değerlendirilmesi uzun soluklu bir araştırma, çaba ve zaman gerektirir. Çünkü her fırsat kaliteli bir fırsat değildir. Kaliteli ve verimlilik getirecek fırsatlarda her zaman ve her koşulda girişimcinin karşısına çıkmayabilir. Örneğin girişimcinin kendi ürettiği ürün hakkında ürünü kullanan gruplara

memnuniyetlerini sorması durumunda bir sonraki üretiminde daha iyi bir ürün ortaya çıkaracağına şüphe yoktur(Hisrich vd.,2002, s.40)

Girişimci tek başına altından kalkamayacağı yenilikler için AR-GE laboratuvarlarından, üniversitelerin ilgili fakültelerinden, rakiplerinden ve hatta müşterilerinden dahi yardım alabilir(Baron ve Markman, 2000, s.8).

Girişimciler bazı fırsatları kendi çabaları ve araştırmaları sonucu ortaya çıkarırken, bazılarını da hazırda bulunan fırsatları değerlendirerek ortaya çıkarırlar. Ortaya çıkan fırsatlar içsel ve dışsal süreçlerden geçmektedir.

Şekil 7:Fırsatı Tanıma Süreci



Kaynak: Berfu İlter, *Girişimcilik Sürecinde Kadın Girişimcileri Karşılaştıkları Sorunların Analizi: Kagider Örneği*, (Doktora Tezi), Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyon, 2008.

Şekil 7’de görüldüğü gibi fırsatı tanıma süreci içsel süreçler ve dışsal süreçler olarak ikiye ayrılır. Fırsatın tanımında içsel süreçler hali hazırda olan problemlerin

çözümüne yönelik bir dizi süreci kapsar. Problemi çözecek teknik bilgi, yetenek, güçlü bir iletişim öncelikli olarak gereken unsurlardır.

Dışsal süreçler ise ortaya çıkan fırsatı tanımaktır. Bunun içinde güçlü bir önsezi, vizyon ve hayal gücü gerekmektedir. Bununla birlikte ortaya çıkan fırsatın teşvik edilmesi ve girişimci açısından cazip hale getirilmesi de gerekmektedir. Hem içsel hem dışsal süreçler sonucunda girişime geçme isteği oluşmaktadır.

1.5.2.2.Fırsatın Kullanılması Süreci

Ortaya çıkan fırsatların tanımlanıp değerlendirilmesinden sonra fırsatın kullanım sürecine geçilmesi gerekir. Ortaya çıkan fırsatlar girişimciler tarafından kullanılıp işe dönüştürülemez ise fırsatın bir önemi kalmaz. Ama girişimci çıkan fırsatı akıllıca değerlendirirse girişim işte o zaman başlamış olur(İlter,2008,s.19).

Girişimci sadece ortaya çıkan fırsatları değerlendirmemelidir. Bir girişimcide olması gereken özellikler arasında ilk sıralarda sayılan yenilikçi ve yaratıcı olması burada da unutulmamalıdır. Eğer girişimci yenilikçi ve yaratıcı olur ise bu girişimciye kendi kendine fırsat yaratmanın kapısını da açacaktır. Yenilikçi yapı her koşulda yeni bir uygulama ortaya çıkarma anlamına gelmeyebilir. Bazen eski uygulamaların üzerine bir şeyler eklemekte yenilikçilik olarak nitelendirilebilmektedir. Girişimciye dışarıdan yapılan baskılar sonucu girişimcinin iş sürecini başarıya ulaştırması için fırsat yaratma zorunluluğu ortaya çıkmaktadır. Dışarıdan gelen bu baskıları şu şekilde sıralamamız mümkündür(Ürper, 2004, s.9):

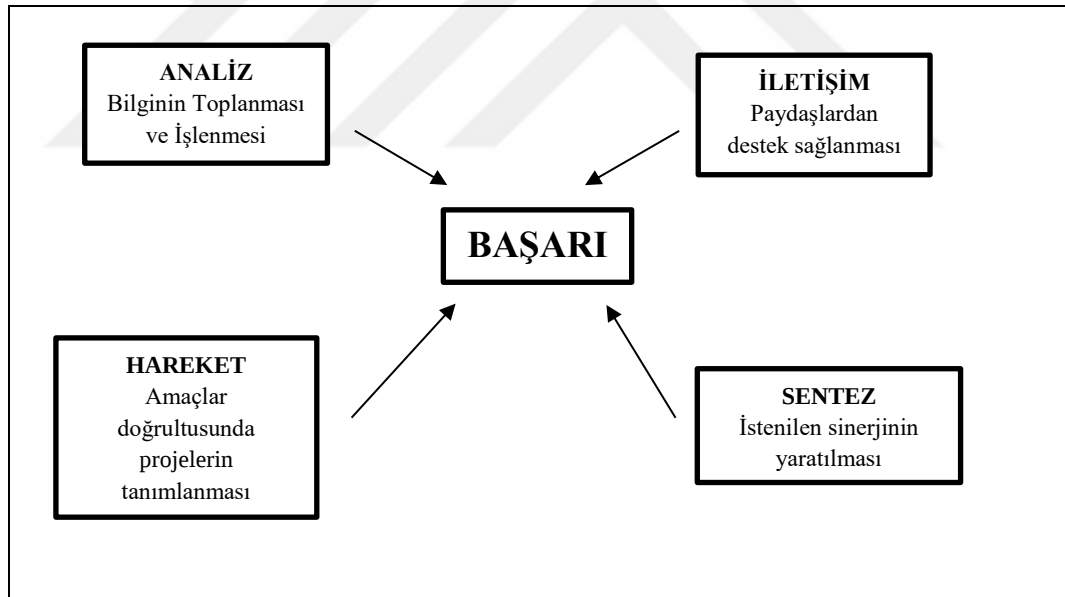
- Teknolojik ilerlemeler
- Değişen tüketim ekonomisi aracılığı ile tüketicilerin daha çok para ödeme talebi
- İnsanların hayat tarzlarının değişmesi
- Rekabeti etkileyen siyasi faaliyetler ve düzenleyici kurallar
- Performans kriterleri
- Planlama dönemleri

Fırsatın kullanılması sürecinde; iş planının geliştirilmesi, gereksinim duyulan kaynaklar, işletmenin yönetilmesi olmak üzere 3 ayrı aşaması bulunmaktadır.

- **İş Planının Geliştirilmesi**

İş planı; girişimcinin yeni bir girişimde bulunurken nasıl bir yol izlemesi gerektiğini, hangi adımları atacağını, nasıl bir strateji belirleyip uygulayacağını belirlediği bütünsel bir süreci ifade etmektedir. Girişimci iş planını oluştururken, işin başlangıcından sonuna kadar uzun vadeli bir plan yaparak ne yapacağına karar verir. İş planı uzun soluklu bir dizi plan ve süreci kapsar. Esasında bu planı hazırlamaktaki amaç; girişimin tüm özelliklerini, şimdiki ve gelecekteki hedeflerini, amaçlanan piyasanın yapısını, işletmenin tüm üretim ve satış planlarını, finansal yapısını bütünüyle gözler önüne serebilmektir(İlter,2008,s.20).

Şekil 8: İş Planının Yararları ve Üstlenmiş Olduğu Roller



Kaynak: Berfu İlter, *Girişimcilik Sürecinde Kadın Girişimcileri Karşılaştıkları Sorunların Analizi: Kagider Örneği*, (Doktora Tezi), Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyon,2008.

- **Gereksinim Duyulan Kaynaklar**

Fırsatların kullanılma sürecinde en önemli ihtiyaçlardan bir tanesi de kaynaktır. Kaynak; kişilerin zekâsıyla birlikte emek verilen işin ortaya çıkışında gereken

ekipmanların, araç, gerecin alınması için gereken paradır. Girişimcilerin işlerini sürdürebilmeleri için elinde yatırım yapabilecek para kaynağı bulunmalıdır. İşletme işe başlamadan önce tüm kaynakları bulmalı, yatırım yapacak kaynak sağlayıcılarını da belirlemelidir(İlter, 2008, s.22).

İşinde uzman bir girişimci faaliyette bulunduğu sektöre müşteri çekebilmelidir. Müşterileri, yatırımcıları ilgilendiği sektöre çekebilmek için önemli bir kaynak harcaması gerekebilir. Bu, girişimcinin en önemli sorumluluklarından bir tanesidir(Wickham, 2001, s.39).

• Örgütsel Yapının Oluşturulması

Girişimcilerin iş sürecini başlatırken planlandıkları girişimsel ve yönetsel süreç arasındaki birtakım farklılıklar sebebi ile kurulmuş olan işin yönetiminde bazı zorluklarla karşı karşıya kalınabilmektedir(Hisrich vd., 2002, s.42).

İçinde bulunduğumuz dönemin şartlarına ayak uydurabilmek için girişimci örgütleri aynı zamanda entelektüel örgütsel kimliğe ihtiyaç duymaktadır. Entelektüel örgüt; bilgi becerilerin yenileme çalışmalarını sürekli yapan, mevcut personelinin işi öğrenmesini kolaylaştıran örgüttür. Entellektüel örgüt, mevcut pazardaki değişimlere çabuk uyum sağlayacak kadar esnek bir yapıdadır. Girişimci örgüt ise fırsatları sürekli takip ederek kaynaklarını iyi kullanan, aktif, yenilikçi, müşteri ile arasındaki bağı sağlamlaştırmış bir yapıyı tanımlamaktadır(Yeniçeri, vd., 2005, s.453-455)

1.6.KÜLTÜR KAVRAMI VE GİRİŞİMCİLİK KÜLTÜRÜ

1.6.1.Kültür Kavramı

İnsanlık var olduğundan bu yana içinde yaşadığı, doğup büyüdüğü kültürün izlerini üzerinde taşır. Bireylerin alışkanlıkları topluma yansır ve zamanla o toplumun temel yapı taşlarının tasarlanmasında başrol oynar. Toplum kendinden önceki toplumları anlayabilmek ve kendisiyle beraber daha bilinçli nesiller yetiştirmek adına kültürüne sahip çıkmalı, sahibi olduğu kültürün değerlerini bilmelidir. Böylelikle içinde bulunduğu toplum ve kendisi adına insan fayda sağlayabilir. İnsanı; insan

olabilmenin en önemli unsurlarından olan kültürden bağımsız bir şekilde düşünmek kabul edilebilir bir durum değildir. Çünkü insanlar yetiştikleri kültürel ortam içerisinde var olur. Kültür; bireylerin davranış şekillerini belirleyen değerlerden oluşmaktadır. Grup içerisinde olan kişilerin davranışlarının tamamı ise grup davranışı olarak ifade edilmektedir. Sahip olunan kültüre göre şekillenen grup davranışları zamanla grubun içindeki bireylerin kişiliğini şekillendirmeye başlar(Demirel ve Tikici, 2004, s.54-55).

Belli bir eğitim ve öğrenme sonucunda oluşan kültür doğuştan gelen kalıtsal bir özellik değildir. Kültür bireyin hayata geldiği andan itibaren bulunduğu ortamdan, ilişkide olduğu kişilerden, gördüğü eğitimden etkilenecek şekilde oluşur. Tüm kültürler bu şekilde gelişir ve oluşur. Kültürün önemli unsurları ise şu şekilde sıralanabilir:(Güvenç, 1999, s.105).

- Tarih
- Kişilik
- Aile
- Dil
- Sağlık ve beslenme
- Ahlak
- Eğitim süreci
- İnanç ve tutumlar
- Yerleşmeler ve ekolojik çevre
- Estetik
- Ekonomi ve teknoloji
- Politik hayat ve siyasi yapılanma
- Bilim ve sanat
- Gelenek ve görenekler
- Mimari eserler
- Hukuk
- Din ve devlet
- Sosyal örgütler ve kurumlar

Kültür çeşitli kavramları tanımlarken kullanılabilen bir kelimedir. Kültürün birinci anlamı bilim anlamındaki uygarlık manasına gelmektedir. İkinci anlamı ise beşeri anlamdaki kültürdür. Beşeri anlamdaki kültür ise bireyin hayatı boyunca aldığı eğitim sürecini ifade etmektedir. Kültürün üçüncü anlamı ise estetik alanındaki kültürdür ve güzel sanatları ifade eder. Kültürün dördüncü ve sonuncu anlamı ise maddi ve biyolojik anlamda üretme, çoğaltmayı tanımlamaktadır(Güvenç, 1999, s.98).

1.6.1.1.Kültürün Özellikleri

Kültür; insan davranışlarını şekillendiren ve bu davranışlara bir yön veren etkili bir faktör olduğu için birtakım özelliklerinin vurgulanması gerekmektedir(Erdoğan, 1999, s.101).

- Kültür, öğrenilerek kazanılan davranışlardan oluşur.
- Kültür, geçmişle ve gelecekle ilişkilidir.
- Kültür, toplum tarafından benimsenir ve yaşam biçimini oluşturur.
- Kültür, bireylerce paylaşılmıştır.
- Kültür, ideal ya da idealleştirilmiş kurallar sistemidir.
- Kültür, bireyin tüm ihtiyaçlarını karşılayabilecek potansiyeldedir.
- Kültür, geniş kapsamlıdır.
- Kültür, dışarıdan ve içeriden yaşanacak hareketlenme ile değişime ve gelişime açıktır.

1.6.1.2.Kültürün Unsurları

Kültürü oluşturan unsurlar temelde maddi ve manevi unsurlar olmak üzere ikiye ayrılır. Bu unsurlar bireylerin ve sonrasında toplumun yaşayış biçimini belirlemede etkin rol üstlenmektedir.

1.6.1.2.1.Kültürün Maddi Unsurları

Maddi kültür, bilim teknik ve ekonominin amaçlara yönelik olarak oluşturulmasını kapsar. Bir toplumun teknolojik durumu, eserleri, üretim, teknik, hüner ve becerileri maddi kültürü olarak gösterilir. Maddi kültürün en önemli özelliği tabii değil insan eliyle yapılmış değer ve kıymetleri içermesidir. Toplamların içinde yaşadığı coğrafi koşullar, sahip oldukları adetler, maddi kültürlerinin sınırlarını da çizmektedir(Çetinoğlu ve Büber, 2012, s.43).

Maddi kültürü teknolojik ve ekonomik açıdan değerlendirmek uygundur. Teknolojik anlamda kültür o ülkede olan teknik bilgi ve beceri düzeyini ifade eder. Ekonomik anlamdaki kültür ise toplumun alım gücü ile ilgili olan kısımdır.

Örneğin; Fransa’da çok satan bir mikrodalga fırın aynı ilgiyi bir Orta Afrika ülkesinde görmeyecek, pazarlama alanı çok düşük olacaktır. Bunun nedenleri gerek alım gücünden gerekse geleneksellikten ve yaşam tarzından kaynaklanmaktadır. Japonya’da portatif havuz veya Amerikan barbekü pazarlamak neredeyse olanaksızdır. Geleneksel Japon yaşam tarzı olsun, modern çağda Japon yaşam tarzı olsun, evlerin ölçüsü ve bahçesiz olması bu tip ürünlerin satışını olanaksız hale getirecektir(Büber, 2011, s.44).

1.6.1.2.2.Kültürün Manevi Unsurları

Manevi kültür unsurları; toplumun dinamiği içerisinde yer alan sosyo-kültürel bileşenlerdir. Bunlar arasında dil, estetik, dini inanç ve tutumlar, değer yargıları, kurallar, eğitim ve sosyal kurumlar incelenir(Büber, 2011, s.44).

Dil, kültürün sınırlarının belirlenmesinde önemli rol oynar ancak farklı toplumların kültürlerini birbirine eşitlemez. Bir ülkenin dili o ülke kültürünün anahtarıdır. Dilin temel işlevi ise insanlar arasında sağladığı iletişimidir. Dil ülkeler açısından önemlidir, fakat kültürleri birbirine denk hale getiremez. Birbirlerine çok yakın olan ve aynı dili paylaşan ülkeler arasındaki dillerde de farklılık olabilir. Türkiye’de konuşulan Türkçe ile Kıbrıs’ta konuşulan Türkçe farklıdır. Aynı şekilde Fransa, İsviçre ve Belçika gibi komşu ülkelerde konuşulan Fransızca arasında büyük farklılıklar vardır. Bu farklılık, aynı ülke sınırları içinde farklı lehçelerin veya şivelerin konuşulmasına kadar indirgenebilir. Ancak, dil ait olduğu kültürün en belirleyici unsuru olduğundan; diller arasındaki farklılık sadece konuşma anlamında değil, aynı zamanda sözcüklerin kullanım biçiminde de görülür(Mutlu, 1999, s.293-294).

Din; ortak toplumları birleştirici büyük bir manevi güce sahiptir. Din insanlık tarihi boyunca toplumlar için güçlü ve etkileyici bir şekilde varlığını sürdürmüştür. Dinin en önemli fonksiyonu, ona bağlı olan toplum içerisinde iç barışı ve huzur ortamını sağlamasıdır. Tüm toplumlarda dinin işleyişinin temel gidişatından sorumlu kurumlar bulunmaktadır(Büber,2011,s.45).

Estetik ise o toplumun kültürünün tiyatroya, sanata, müziğe yansımış halidir. Estetikte ülkeden ülkeye farklılık gösteren bir manevi unsurdur.

İnançlar, tutumlar, kurallar ve değerler de diğer manevi kültür unsurlarındandır(Aydın, 2003, s.91).

1.6.1.3.Kültürel Değerleri Oluşturan Boyutlar

Güç Mesafesi: Bir toplumu oluşturan bireylerin ve örgütlerin sahip oldukları gücün birbirine denk olmadığı ile ilgilidir. Her ülkede kişiler arasında farklılık bulunmaktadır. Bu farklılık kişinin kendi ailesine, eğitim aldığı okulun adına, kişinin cinsiyetine, yaşına ve buna benzer birçok unsura bağlanabilmektedir. Sosyal eşitlik konusunda her toplumda kendine göre az ya da çok olmakla birlikte bir dengesizlik eşitsizlik durumu vardır. Bireylerin doğdukları ülkenin gelişmişlik seviyesi, ailenin maddi durumu, sosyal statüsü, yaşı, eğitim durumu gibi birçok etmen kişiler arası farklılıkların oluşmasına sebep olabilmektedir. Güç mesafesi; örgüt üyelerinin statü, zenginlik, büyüklük ve itibardan kaynaklanan gücün eşit olmayan bir şekilde dağılımını kabul etmesidir. Bazı toplumlar bu eşit olmayan dağılımı kabul ederken bazı toplumlar kabul etmeyebilir. Bu eşitsizliği olağan karşılayan grupların güç mesafesi yüksek olurken, olağan karşılamayan grupların güç mesafesi düşüktür(Uslu ve Ardiç, 2013, s.316).

Tüm toplumlarda genel olarak sosyal eşitlik anlayışı hâkim olsa da etkisinin az ya da çok hissedildiği bir eşitsizlik durumunun da bulunduğu herkes tarafından kabul edilen bir gerçektir. Toplum içerisinde bazı aileler daha çok söz hakkına sahipken bazı ailelerin daha az söz hakkı bulunmaktadır. Herhangi bir topluluk üyesi kendi grubunun dışında başka bir grupta kendi sınıfı ile aynı olan kişi ile kendini kıyasladığında ve bu kıyasın sonucunda kendini güçsüz hissettiğinde hırslanır ve o sınıfın içine girebilmenin yollarını arar. Başaramadığı takdirde ise birey oluşan düzeni bozmak için çaba sarf etmeye başlar. Bu tarz bir yaklaşım ise güçler arası mesafenin daha da açılmasına neden olmaktadır(Erbatu, 2008, s.45).

Bireycilik/Toplumculuk: Toplum-birey ilişkisi kültürel farklılaşmanın en önemli boyutudur. Bazı topluluklar tercihlerine ve kendi kültürel toplumsal değerlerine göre bireyselliği savunurken, bazı toplumlarda toplumsal anlayışı savunmuştur. Eğer bir toplumda bireysellik yüksek ise kişisel haklar herkes tarafından oldukça önemli kabul edilir. Tam tersi durum olan bireyciliğin düşük olması

durumunda ise kişiler birbirleri ile daha yakın ilişki içinde bulunurlar ve aile bağları daha kuvvetlidir. Nüfus yönünden kalabalık olan ülkelerde daha çok toplumcu anlayış egemendir(Emre, 2007, s.62).

Tablo 5:Bireycilik/ Toplumculuk Arasındaki Farklar

	Toplumcu Kültür	Bireyci Kültür
Bireylerin kendilerini tanımaları	-Diğerleri ile iç bağımlı, -Ayrı kaynakları kullanan, -Çözümleme birimi olarak grubu kabul eden	-Gruba dayalı olmayan ve bağımsız çözümleme birimini grup olarak kabul eden
Amaçlarının yapısı	-Amaçları iç grubun amaçları ile ortak	- Amaçları iç grubun amaçlarından farklı
Normlara karşı tavırlar	- Toplumsal davranışın nedenlerini normlar, görevler ve sorumluluklar olarak kabul eden	- Toplumsal davranışın nedenlerini tavırlar, kişisel ihtiyaçlar, algılanan haklar ve sözleşmeler olarak kabul eden
İlişki-Akılcılık	-Koşulsuz ilişkili olma üzerine yoğunlaşmak -Yarar sağlamasa dahi ilişkileri ve başkalarının ihtiyaçlarını öncelikli sayan	-Akılcılık üzerine yoğunlaşan -Maliyet/Yarar oranını önde tutan

Kaynak: Selami Sargut, *Kültürler arası farklılaşma ve yönetim*, Verso Yayıncılık, Ankara, 2001.

Belirsizlikten Kaçınma: İnsan doğası gereği belirli olmayan önünü göremediği durumlardan kaçmak ister. Durumların yoğun karmaşıklığı insanları rahatsız eder ve tedirginlik yaşamasına sebep olur. Ülke içinde belirsizlik düşük boyuttaysa bu hayatın idame ettirilmesini çok etkilemez ve daha basit bir şekilde insanların zihin dünyasında kabul edilebilir bu şekilde hayat normal seyrinde devam eder. Belirsizlik eğer bir ülkede yüksekse insanlar için bir tehdit oluşturabilir. Bu sebeple de sürekli bir heyecan ve stres kaynağı olur. Kısaca özetlemek gerekirse bir toplumda belirsizlik yüksek, değişimler hızlı ve karmaşa yoğunlukta ise insanların endişe seviyeleri artar(Emre, 2007, s.60).

Eril – Dişil Yaklaşım: Bu tarz bir kültürel eğilimde kadın ve erkeklere özgü özelliklerin ne derece baskın olduğunun anlaşılmasına çalışılmaktadır. Güç, kazanma, meydan okuma gibi erkeklere has özellikler ile insanlar arası sıcak ilişkiler kurma, hizmet, affedici olma gibi kadınsal özelliklerin hangisinin daha yoğun yaşandığı incelenir. Bu özelliklerden yola çıkarak bir toplumun eril mi dişil mi olduğunun araştırması yapılır. Eğer insani değerler arka planda kalıyorsa o toplumda erkek kültürünün benimsendiği, tam tersi durumda insana ve insanlar arası ilişkilere verilen önem oldukça yüksek ise o toplumda kadın kültürünün benimsendiği anlaşılmaktadır(Erbatu, 2008, s.58).

Bir toplumun eğer eril kültür özellikleri yüksek ise o toplumda yaşayan insanların kendine duydukları güven fazladır. Duydukları güven sayesinde de olaylara karşı daha gerçekçi yaklaşabilmektedirler. Dişil kültür etkisinde ise insanların alçakgönüllü olma özelliği daha fazladır(Erbatu, 2008, s.58).

Toplumun erillik-dişillik boyutunun özelliklerini Sargut araştırmasında şu şekilde tablolastırmıştır.

Tablo 6:Bireylerin Davranışlarını Etkileyen Eril ve Dişil Değerler

Eril Kültür	Dişil Kültür
Saldırgan	Şefkatli
Yükselme tutkusu	Merhamet
Dediğim dedik	Nazik
Atletik	Çocuklara karşı sevgi dolu
Yarışmacı	Sadık
Egemen	Başkanlarına karşı duyarlı
Baskıcı	Halden anlar
Kendine güvenli	Sevgi dolu
Bağımsız	Anlayışlı
Tavır Koyucu	Sıcak

Kaynak: Selami Sargut, *Kültürler arası farklılaşma ve yönetim*, Verso Yayıncılık, Ankara, 2001.

Uzun-Kısa Zamanlı Oryantasyon: Toplumların hayatları ile ilgili kararlar alırken hangi zaman dilimini dikkate aldıklarını ne kadar geçmişe odaklı ne kadar geleceğe odaklı olduğunu bize gösteren unsura zaman oryantasyonu denilmektedir. Eğer bir toplumda kısa dönemli zaman oryantasyonu varsa insanlar karşısındaki insanın statüsü ile ilgilenmezler. Kısa dönemli anlayışın hâkim olduğu toplumlarda uzun vadeli planlar olmaz, insanlar birbirine değer vermez ve bireyler günü kurtarma düşüncesi ile hareket ederler. Uzun dönem anlayışında ise insan ilişkileri önemlidir. Sabır, saygı, koruma, kollama gibi unsurlara önem verilir. Ortaya çıkarılan emeğe karşı herkes çok saygılı davranır(Erbatu,2008, s.68).

Uzun dönemli düşünen ülkelerde faaliyet gösteren işletmeler, kısa dönemli anlayışın hâkim olduğu ülkelerde faaliyet gösteren işletmelere oranla daha yüksek oranda verim alarak daha çok kar elde eder(Büber, 2011, s.56).

1.6.2.Girişimcilik Kültürü

İnsanoğlu karmaşık bir varlıktır. Bireylerin kendi aralarında bir takım farklı özelliklere sahip olduğu gerçeğinin yanında pek çok ortak özelliğinin olduğunu da söylemek mümkündür. İnsanlar arasında benzeşen ortak özellikler insanların çevre ile uyum içinde yaşamasını sağlayan ortak alanın oluşmasını sağlar. Kültür; bireylerin tutum ve davranışlarını doğrudan etkileyen bir sistemdir. İnsanların tek başına değil bir grup olarak hareket ettiği durumlarda oluşan grup davranışları söz konusu toplumun sahip olduğu kültüre göre şekil almaktadır. Girişimciliğin kültürden uzak olmasının imkânı yoktur. Girişimciler içinde bulundukları toplumun sosyal yapısına göre hareket ederler. Girişimcilik ruhuna sahip bireyler herhangi bir iş kurma aşamasındayken içinde bulunduğu toplumun, ailesinin, arkadaş çevresinin tutum ve davranışlarını göz önünde bulundurur(Büber,2011,s.57-58)

Kültürel değerlerin hayatın her alanında olduğu gibi girişimcilik üzerinde de etkisi çoktur. Toplumun kültürel değerlerine göre hareket eden girişimcilerin kişilikleri de zaman içinde olduğu toplumun kültürel değerlerinden etkilenir. Girişimcinin hangi işi kuracağı düşüncesi bile kişinin ailesinden, çevresindeki

arkadaşlarından ya da rol model aldıkları kişilerden gelen tepkilere bağlı olarak şekillenebilmektedir. Eğer bir toplumda bireysellik ön planda ise, maddi güç elde etmeyi istemek ve özgür çalışabilmek gibi düşünceler önemli yer tutuyorsa o toplumda girişimciliğin desteklendiği düşünülmektedir(Demirel ve Tikici, 2004, s.54-55).

Bir toplum girişimcinin başarılı olup olmaması ile ilgilenmiyorsa, yeni bir işin kurulmasını önemsemiyorsa başarılı girişimcilerin sayıca az olması kaçınılmaz sonudur. Bunun tam aksi durumda yeni bir iş alanı kurulmasını önemseyen ve girişimcilerin başarılı olmasını isteyen, bekleyen toplumlarda başarılı girişimci sayısı hızla artış göstermektedir(Hisrich vd., 2002, s.52).

Riske katlanma ve cesaretli olma girişimcilik kültürünün en önemli işaretlerindendir. “Bir şeyi gerçekleştirme tutkusu” girişimcilik kültürünü en güzel şekilde tanımlamaktadır. İnsanların göstermiş olduğu cesaret, riske girme ve kahramanlık istekleri bir işe girerken fayda sağladığı gibi o işte başarılı bir şekilde devam etmesine de yardımcı olmaktadır(Bono, 1989).

Girişimci hedeflediği karı elde etmek için sürekli kendini geliştirmeli ve yeniliklere açık olmalıdır. Bu amaç için girişimci iş sürecini başlatmadan önce; ne tür bir iş kuracağı, hangi politikaları uygulayıp nasıl bir strateji izlemesi gerektiği gibi soruları kendisine sormalıdır(Şimşek vd., 2001, s. 40).

Girişimcinin başarıyı yakalayabilmesi aldığı riske, girişimci ruhunda beslediği heyecan duygusuna, içinde yaşadığı toplumun bakış açısına ve buna benzer birçok faktöre bağlıdır. Eğer girişimcinin yaşadığı toplum ticarete ve serbest bir şekilde çalışmaya önem verip hata yapmasını hoşgörü ile karşılıyorsa girişimcilik olumlu bir şekilde etkilenir. Girişimcinin olduğu toplumun bakış açısı iş insanlarına, ticarete ve serbest bir şekilde çalışmaya karşı olumlu ise girişimcilik kültür boyutunda anlamlı olabilmektedir(Büber, 2011, s.60).

1.6.2.1.Girişimcilik Kültürünü Etkileyen Faktörler

Girişimcilik kültürüne etki eden en temel faktör motivasyondur. Motivasyon insanın içten gelen dürtüler ile harekete geçebilme kabiliyetidir. Bir amaç için harekete geçmenin diğer bir adı da güdülenmedir. Güdülenme ile ilgili kavramlar ise şu şekilde sıralanır. Bu kavramların tanımlarını kısaca şöyle verebiliriz(Tevrüz vd., 1999: 57-59):

İhtiyaç: Kişilerin kendisi ile ilgilidir ve güdülenmenin il basamağıdır.

Dürtü: Belli bir hedefe odaklanmayı sağlayan, o hedefe doğru adım attıran kuvvettir.

Güdü:İhtiyaç ve dürtüyü kapsamına alan kavramdır.

Vasıtalı Davranış: Güdülenmenin ikinci basamağıdır. Birey bu aşamada davranış sergiler.

Hedef: İhtiyaç noktasında doyuma ulaşmayı sağlayan uyarıcılardır.

Motivasyon: Motivasyon; girişimcilik kültürü açısından girişimcilerin birtakım amaçları gerçekleştirmeleri için çeşitli güdülerin teşvik edilmeleri anlamına gelmektedir (Çelik ve Akgemci, 1998, s.33).

Kavram yönetsel açıdan bakıldığında da motivasyon; girişimcinin ve işletmenin ihtiyaçlarının tatmin edilmesi ile sonuçlanacak iş ortamını oluşturarak, girişimcinin harekete geçmek üzere etkilenmesi ve isteklendirilmesi sürecidir. Girişimcilik faaliyetlerinin gerçekleşmesinde ekonomik ve psikolojik faktörlerin önemli birer güdülenme aracı olduğu söylenebilir. İnsan, yaşam standartlarını yükseltmek ve gelir seviyesini artırmak ister. Ancak parasal gelirin iyi olması da bazı durumlarda yetmeyebilir. Günümüz insanları yeniliklerin başlangıcı olabilecek birtakım faktörlere ihtiyaç duymaktadır(Emre, 2007, s.93).

Motivasyonun amaçlarından birisi işletmede karlılığı arttırmak olurken diğer bir hedefi de işletmecinin yaptığı işten aldığı zevkin artmasını sağlamaktır. Tek bir motivasyon aracı yoktur. Kişiden kişiye karakter ve davranışların değişiklik göstermesi gibi motivasyon araçları da çeşitlilik göstermektedir. Bu araçlar; ekonomik araçlar, psikolojik araçlar, örgütsel ve yönetsel araçlar olarak gruplandırılmaktadır.

Psikolojik araçlara örnek olarak özgür iş yapabilme yetkisi, bireysel inisiyatif alabilme gösterilirken; ekonomik araçlara prim, ikramiye ve ücret alımı örnek gösterilebilir. Yönetimsel ve örgütsel araçlara ise; uyum içinde çalışma, amaç birliği, liderlik, yetki ve sorumluluk örnek verilebilmektedir(Büber,2011,s.62).

1.6.2.2.Girişimcilik Kültürünün Temel Sorunları ve Çözüm Önerisi Getiren Kuruluşlar

Verimliliği arttırmada en önemli güç kuşkusuz eğitim ve öğretimdir. Gerek kişisel gelişim amacıyla yapılan eğitim gerek girişimciler, çalışanlar için yapılan hizmet içi eğitim ya da iş başı eğitim oldukça ihtiyaç duyulan bir konudur. En alt seviye de eğitimden en üst seviye de eğitime kadar tüm alanlarda çalışanlara ve girişimcilere eğitim verilmesi oldukça önemlidir. Toplu bir eğitim kalkınması için öncelikli görev Milli Eğitim Bakanlığında olmalıdır. Çıraklık ve Mesleki Eğitim Programları desteklenerek tüm ülke çapında sürdürülmelidir. Milli Eğitim Bakanlığından sonra bu görevi üstlenecek önemli kuruluşlar arasında ikinci sırada KOSGEB(Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı) bulunmaktadır(Eyüboğlu, 2004: 129).

Girişimcilerin ve çalışanların eğitim programlarından yararlanmalarını sağlamak, bu işletmelerin bağlı oldukları odaların görevleridir. TOBB üyesi bu odalar şu düzenlemeleri yapmalıdırlar(Eyüboğlu, 2004, s.146);

- Her oda, kendine bağlı işletmelerin eğitimini üstlenen eğitim müdürlüklerini yaygınlaştırmalı,
- Oda eğitim müdürlükleri, kendi üyesi olan işletme girişimcilerinin ve çalışanlarının eğitim gereksinimlerini belirlemeli ve uygun eğitim programları düzenleyerek dışarıdan sağlayacakları uzman ya da eğiticilerle bu programları uygulamalı,
- Odalar, eğitim programları düzenleyen üniversiteler, özel danışmanlık ve eğitim şirketleri ile yakın ilişki içinde bulunarak girişimcileri bu programlar konusunda bilgilendirmeli ve katılımlarını sağlamalı,

- Odalar, eğitim programlarının maliyetini karşılama gücü olmayan işletme ve girişimcilere katkıda bulunmalıdır.

Bu konuda destek olan KOSGEB, yeni teknolojilerin sanayiye kazandırılması, yeni buluşların, yeni fikirlerin sanayi ve yeni teknoloji ile uyumlaştırılması, ileri teknoloji içeren firmaların desteklenmesi gibi konularda destek sağlamaktadır. Diğer yandan, üniversitelerle birlikte kurulan TEK-MER (Teknoloji Geliştirme Merkezleri) veya Teknopark olarak adlandırılan merkezler yoluyla bu destek gerçekleştirilmeye çalışılmaktadır. Bir başka kuruluş olan MEK-SA da (Mesleki Eğitim ve Küçük Sanayi Destekleme Vakfı) bu konuda girişimcilerin ihtiyaç duydukları teknoloji yenileme, know-how, lisans anlaşması gibi konularda bilgi vermektedir(Cabar, 2006: 73).

Girişimcilerin karşılaştığı sorun ve sıkıntılar en az eğitim kadar önemli bir diğer konudur. Bu konu ile ilgili olarak da girişimcilerin sorunlarını çözmeye yönelik gerekli danışmanlık hizmetlerini alması girişimciler açısından oldukça önemli bir durum olacaktır. Bu konuda destek sağlayan bazı kurum ve kuruluşlar bulunmaktadır.

KOSGEB

1990 yılında kurulan KOSGEB; sanayi alanında faaliyetlerine devam eden KOBİ'lere destek olmaktadır. Yeni ve gelişmiş teknolojilerin sanayiye entegrasyonu, yeni buluşların, yeni fikirlerin sanayi ve yeni teknoloji ile uyumlaştırılması, ileri teknoloji içeren firmaların teşvik edilmesi gibi konularda destek sağlamaktadır. KOSGEB'in yaptığı çalışmalar arasında yeni iş sürecine başlamış olan küçük işletmeleri desteklemeyi amaçlayan çalışmalar da bulunmaktadır. Küçük işletmelere danışmanlık ve eğitim gibi imkânlar sunarak onların başarılı olmasına fayda sağlamayı hedeflemektedir. Eğitimde başarılı olup uygun iş planına sahip olan girişimcilere ise KOSGEB gerekli desteği vermektedir. KOSGEB üyelerine ulusal ve uluslararası yapılan fuarlar hakkında tanıtım ve bilgilendirme de yapmaktadır(İlter, 2008, s.122-123).

TEKMER

TEKMER’ler KOSGEB çatısı altında faaliyetlerini sürdürmektedir. Ülkemizde ilk TEKMER 1991 yılında kurulmuştur. Şu an ülkemizde 31 adet Teknoloji Geliştirme Merkezi bulunmaktadır. TEKMER’ler üniversiteler ile KOBİ’lerin arasında köprü olup gerekli ARGE faaliyetlerinin yürütülmesini sağlamaktadır. TEKMER kuruluşlarının amaçları arasında; yenilik ve teknolojik gelişmelere girişimcileri özendirmek ve desteklemek, KOBİ’lerin üniversitelerin imkânlarından faydalanmasına aracı olmak, ARGE kapasitesini arttırarak ülke ekonomisinin daha iyi koşullarda olmasını sağlamak sayılabilir. (https://usitem.mcbu.edu.tr/db_images/site_402/file/tekmer.pdf Erişim Tarihi:04.12.2019)

MEK-SA(Mesleki Eğitim ve Küçük Sanayi Destekleme Vakfı)

MEK-SA (Mesleki Eğitim ve Küçük Sanayi Destekleme Vakfı) girişimcilere faaliyetlerine devam edebilmek için öğrenmeye ihtiyacı olduğu konularda yardım ve destek sağlamaktadır. Bu konular arasında teknoloji yenilemesi, know-how, lisans sözleşmesi gibi girişimcinin tek başına öğrenmekte ve anlamakta güçlük çekebileceği konular bulunmaktadır(Cabar, 2006: 73).

Mesleki Eğitim ve Küçük Sanayi Destekleme Vakfı (MEKSA), kamuya yararlı bir vakıf olarak 1985 yılında faaliyete geçmiştir. MEK-SA mesleki eğitim ve istihdam arasında bir ilişki olmasını hedeflemektedir. Türkiye’de şu an MEK-SA’ya bağlı 22 adet meslek eğitim merkezi mevcuttur(<http://meksa.org.tr> ErişimTarihi:05.10.2019).

Girişimciler açısından önemli bir sorun olan diğer bir konuda kalite ve standart konusunda teknik bilgi desteğinin alınması hizmetidir. Bunun için öncelikli olarak atılacak ilk adım kalite güvence sistemlerinin kurulmasıdır. Başlıca güvence sistemleri olarak şunları sıralayabiliriz.

ISO (Uluslararası Standart Kuruluşu)

ISO hükümetlerden bağımsız olarak faaliyet gösteren bir organizasyondur. Hükümet dışı bir organizasyon olan ISO'ya 146 ülkenin ulusal standartlar enstitüsü üyedir. Üye olan enstitülerden bazılarının kendi ülkesinde devlete bağlı olması, bazılarının da tamamen devletten ayrı bir konuma sahip olması ISO'ya hem devlete hem de özel sektöre eşit mesafede kalma potansiyelini sağlamaktadır. ISO koyduğu standartlara uyulması yönünde herhangi bir zorunluluk öne sürmemektedir. Buna rağmen küresel üretim ve tüketim sebebi ile örgütler standartlara uyma konusunda olumlu ve yapıcı davranış sergilemektedirler(Yontar, 2008, s.479-480).

CE (Conformite Europeenne)

Bir başka kalite güvence sistemi "CE" işaretidir. "Yeni Yaklaşım Direktifleri" adı verilen bu direktifler belirli ürün grupları için sağlık, güvenlik, çevre ve tüketiciyi koruma konusunda zorunlu koşulları kapsamaktadır. Bu standartların kapsamına girmiş olan ürünler AB ülkelerinde "CE" işareti taşıyarak dolaşmak zorundadır. Söz konusu "Yeni Yaklaşım Direktifleri" doğrultusunda belirlenen temel koşullara uygun üretimin gerçekleşmesi ve uygunluğunun "CE" işareti ile desteklenmesi için girişimcilere üretim ve sistemlerinde gereksinim duyacakları teknik bilgi desteğinin verilmesi sağlanmalıdır(Eyüboğlu, 2004, s.130).

İGEME(İhracat Geliştirme Merkezi)

Uluslararası iş birliğini ve ihracatı geliştirme açısından girişimciler için önem taşıyan konulardan biri, "bilgi ağlarını geliştirme" dir. Dış piyasalara açılmada ilk aşama, bu piyasalara ilişkin olarak gereksinim duyulan ön bilginin elde olması veya istenildiği anda bu bilgiye kolayca ulaşılmasıdır. Bu konuda İGEME(İhracatı Geliştirme Merkezi)'nin göz ardı edilemeyecek bir bilgi birikimi vardır. Buna göre, şunlar yapılabilir (Cabar, 2006, s.76);

- İGEME'nin dış piyasalara ilişkin pazar araştırmaları yoğunlaştırılmalı ve uluslararası bilgi ağı geliştirilmelidir.

- İGEME ile sanayi ve ticaret odaları arasında bilgisayarlı bilgi ağıları kurulmalı; dış piyasalarla ilgili bilgiler sürekli olarak odalara aktararak girişimciler bu konularda bilgilendirilmelidir.
- İnternet bilgi ağıları uygulaması yaygınlaşırken; tüm alışverişleri, ihaleleri anında durdurmayı amaçlayan “intertrade” oluşumları gündemdedir. Bu oluşumlara uyum açısından odalar bilgi işlem hizmetleri için altyapılarını şimdiden kurmalıdırlar. Bu konuda uluslararası teknik yardım kuruluşlarının teknik desteği sağlanmalıdır.



İKİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİMCİLİK ALANINDA KADIN GİRİŞİMCİLERİN YERİ VE KARŞILAŞTIKLARI ZORLUKLAR

2.1.GİRİŞİMCİLİK ALANINDA KADININ YERİ

Girişimcilik; her ülke için ekonominin yapı taşlarından biri olarak kabul edilmektedir. Girişimcilik ülke ekonomisini geliştirmesinin yanı sıra şu an ve gelecekte ortaya çıkmış ve çıkabilecek tüm ihtiyaçları karşılamayı hedef almaktadır. Bu ihtiyaçları karşılamak için dünya nüfusunun yarısını oluşturan kadınların da ekonomi içerisinde yer alması gerekmektedir. İnsanlık var olduğundan bu yana kadınların çalışma hayatı için uygun olmadığı düşünülmüştür. Ancak yıllar geçtikçe gelişen dünya ekonomisinde kadınlar önlerine çıkarılan pek çok engele rağmen kendi çabaları sayesinde iş hayatında yer bulmayı başarabilmiştir. Günümüzde sayıları artmış olan kadın girişimcilerin nüfusunun gün geçtikte daha da artması beklenmektedir.

2.1.1. Kadın Girişimci Kavramı

Kadın girişimci; içinde bulunduğu ekonomide ortaya çıkabilecek olan riskleri hesaplayarak mal ve hizmet üretip satışa sunan, doğrudan pazara hitap eden, kendi işinin patronu olan, vergi kaydı bulunan, başka bireyleri istihdam edebilme durumuna sahip olan ve ilgili kurum kuruluşlara kayıtlı kadındır(Müftüoğlu ve Durukan, 2004, s.35).

Diğer bir tanıma göre kadın girişimci evinin dışında bir mekânda faaliyet gösterdiği işletmesinde tek başına ya da istihdam imkânı sağladığı çalışanları ile beraber mal ve hizmet üreten, işle ilgili geleceğe yönelik planlar yapan, ortaya çıkabilecek tüm risklere katlanan ve kazanç üzerinde yetkisi olan kadındır(Soyсал, 2010, s.65).

Girişimcilik ve kadın girişimcilik ile ilgili birden çok tanım vardır. Bunların en önemli ortak noktası ise sorumluluk alabilme ve risk altına girebilmeleridir. Aslına bakarsak kadın ve erkek olarak girişimciliği cinsiyetçi bir şekilde ayırmak çoğu zaman

olumsuz algılansa da bu ayrımın bir takım pozitif durumları açığa çıkardığını da söylemek mümkündür. Bu bağlamda kadın girişimciliği; kadınlar tarafından kurularak yönetilen ve işletilen iş yeri veya işletmelerde yapılan girişimcilik olarak tanımlanabilir(İlter, 2008).

Kadın girişimci; kendisi için koyduğu amaca ulaşmak için belli birtakım risklerin altına giren ve kendisine uygun işi belirleyen kişidir. Kadın girişimci; içinde olduğu sektörü iyi takip eden, değişimlere hızlı ayak uyduran, ihtiyaç dâhilinde bir sorunla karşılaştığı vakit gereken önlemleri vakit geçirmeksizin alan bir kişiliğe sahip olmalıdır(Çakmak, 2006, s.2).

Ecevit “Girişimci Kadın” tanımının aşağıdaki maddeler ile sınırlı tutulması gerektiğini düşünmektedir(Ecevit,1993, s.20):

- Kadın girişimci; kendi evi haricinde kendi adına bir iş yerine sahip olan;
- Sahip olduğu işletme de ya tek başına ya da istihdam imkânı verdiği çalışanları ile beraber çalışan;
- Herhangi bir mal veya hizmeti üretip satışa sunan;
- İlgili kurum kuruluşlar ile işi için ilişkiler kuran;
- İş yeri ile ilgili tüm söz haklarına sahip olan kadın olarak tanımlanmıştır.

Yukarıdaki tanımlamadan da anlaşılacağı üzere; kendi evinin dışında herhangi bir yer/mekânda kendi adına ve hesabına ya da ortaklık şeklinde herhangi bir iş ya da işlere dâhil olan, mal veya hizmet üretiminde, pazarlanmasında ve dahi işletmenin tüm faaliyetlerinde karar alma yetkisine sahip olan, gerçek ya da tüzel kişiler ile ticari faaliyetlerde bulunan, kazanç sağlayan kişi kadın girişimcidir.

2.1.2.Kadın Girişimciliği Tarihçesi

Tüm dünyada kadınları çalışma yaşamının dışında tutan geleneksel anlayış 2. Dünya Savaşı sonrası değişmeye başlamıştır. Demokrasi, kadın-erkek eşitliği, sosyal hak ve özgürlükler gibi kavramların ortaya çıkması ile birlikte kadınlar içinde yeni bakış açıları ortaya çıkmıştır. Ülkemiz bu konu da ilk değişimi Cumhuriyetin ilanı ile birlikte 1923 yılı sonrasında yaşamıştır. O dönemde Atatürk önderliğinde kadınlara pek çok hak ve özgürlük verilmiştir. Yapılan pek çok yasal düzenleme; kadın erkek

eşitliğini sağlamayı, kadınların toplumda siyasi ve sosyal haklarının erkeklerle aynı seviyeye gelmesini amaçlamıştır. 1926 yılında yürürlüğe konan Türk Medeni Kanunu kadınlar için o dönemde bir dönüm noktası niteliğinde olmuştur. 70-80’li yıllar ise tüm dünyada teknolojik gelişme ve değişimin yaşanmış olduğu yıllardır. Bu değişimler kadınları da doğrudan etkilemiştir. O dönemlerden sonra kadınlar kendi ayakları üzerinde durabilmek adına annelik ve eş olma vasıflarının yanına iş kadını vasfını da eklemeyi başarmışlardır(İlter, 2008, s.60-63).

1980’li yıllarda yaşanan ekonomik gelişmeler sonrasında girişimcilik erkekler kadar kadınların da dikkatini çekmiştir. 1980’li yıllar itibariyle kadınlarda iş hayatında kendine yer bulmaya başlamıştır(Soysal, 2010, s.71).

O yıllarda kadınların herhangi bir işte maaşlı bir şekilde çalışmaları esnek olmayan çalışma saatleri ve bağımsız olamama duyguları sebebi ile sayıca yoğunlukta değildi. Kadınlar daha çok kendi işlerini kurarak ekonomik anlamda bağımsız, esnek çalışma saatleri içerisinde kişisel yetenek ve becerilerini kullanmayı daha çok tercih etmişlerdir. Zaman içinde kadın girişimci sayısı artmakla birlikte önemli derece de artışın olduğu dönemler 90’lı yıllar sonrasına denk gelmiştir(İlter, 2008, s.60-63).

Ülke nüfusunun yarısını oluşturan kadınların iş hayatının dışına çıkarılarak ülke ekonomisinin olumlu bir seyir halinde olmasının imkânı bulunmamaktadır. Kadınların potansiyelinden faydalanmak yeni iş alanları ve istihdam yaratarak işsizliğin azaltılmasına fayda sağlamaktadır. Bu sebeple kadın girişimciliği ilgili bütün birimlerce destek ve teşvik edilmelidir(Soysal, 2010, s.71).

2.1.3.Kadın Girişimciliğinin Önemi

Kadın girişimcilerin iş hayatında hemen hemen her sektörde olması gerektiği, ülke ekonomisinin güçlenmesi ve daha istikrarlı bir büyümenin yakalanması için üzerinde önemle durulması gereken bir konudur(Özyol,2015,s.20).

Toplum içerisinde kadınlar genellikle tüm gücünü ve potansiyelini ailesi için harcayan kişiler olarak görülmektedir. Dolayısıyla kadını güçlendirmek aileyi güçlendirmek demektir. “Güçlü aile için güçlendirilmiş kadın” anlayışının hâkim olduğu bir anlayış ile hareket edildiği takdirde yaşanan birtakım sorunların çözüleceği bilinmelidir(Güleç, 2011, s.21).

Dünya nüfusunun neredeyse yarısı olan kadınların dünya genelinde yaşam standartlarının arttırılmasında, işgücü piyasasına katılımında ve istihdam edilmesinde ekonomik faktörlere ek olarak sosyo-demografik ve sosyo-kültürel faktörler de önemli roldedir(Keskin, 2015, s.53).

Kadınların girişimcilik faaliyetlerinde bulunması kadınlara özerklik tanır. Daha özgür hareket edebilmelerini, kendilerine daha çok güvenmelerini sağlar. Kadın girişimci iş ilişkileri içinde uzun veya kısa vadeli planlamalar yaparak bilgi ve beceri düzeyini arttırır(Ecevit,1993,s.42).

Kadınların ekonomik hayat içinde yer almaları ve ortaya bir ürün ya da hizmet çıkarabilmelerinin ekonomik kalkınma ve büyümedeki payı göz ardı edilemeyecek kadar fazladır. Buna rağmen bu kalkınmadan faydalanma düzeyi erkeklerle aynı düzeyde değildir. Ataerkil toplum yapımızdan dolayı kadınlar ekonomik ve toplumsal hayatta ikinci sınıf insan muamelesi görmektedir. Bunun dolaylı bir sonucu olarak kadınlar birinci önceliğini ev ile sınırlandırmakta, çalışma hayatını ikinci planda tutmaktadır(Öztürk,2016,s.38).

2.1.4.Kadın Girişimciliğin Gelişimi

Kadınların seslerini ilk yükselttikleri zamanlar 1840'lı yıllara dayanmaktadır. Başlarda Amerika, İngiltere ve Fransa'da kadın hareketleri başlamış daha sonra tüm Avrupa ve Amerika'ya yayılmıştır. İş hayatına ve üretime katıldıkları zamanlarda oldukça fazla eşitsizlik ile karşılaşan kadınlar yoğun mücadelelere girişmiştir. 1.Dünya savaşı ve 2. Dünya savaşı akabinde kadının ekonomik gücü daha çok gündeme gelmiştir. Milletler Teşkilatı 1947 yılında “Kadın Statüsü Komisyonu” kurmuştur. Bu teşkilata üye olan tüm ülkeler içinde kadının sorunları ve kadının statüsü üzerinde çalışmalar yapılmıştır. 1960'lı yıllarda dünyadaki büyük değişimle beraber ekonomi de değişime uğramıştır. Kadın iş piyasası içinde kendi yerini sağlamlaştırmaya başlamıştır. Ekonomi içinde kendine yer bulmaya çalışan kadınların sorunları ile ilgili daha fazla çalışmalar yapılmıştır 1975 yılında ise BM o yılı Uluslararası Kadınlar Yılı olarak ilan etmiştir(Arıkan, 2003, s.231-232).

1970–1980 yılları arasında teknoloji çok hızlı bir şekilde gelişmiştir. Bu gelişmelerin sayesinde kadınlarda ekonomik hayat içerisinde faaliyette

bulunabileceklerini keşfetmeye başlamıştır. Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçiş sürecinde kadın girişimci sayısı da artmıştır(Top, 2006, s.21).

Bu yıllarda yaşanan gelişmeler neticesinde kadınlar başka bir kişinin yanında ücretli çalışmak yerine kendi işletmesini kurarak esnek çalışma saatlerinden faydalanıp kendi işlerinin patronu olmayı uygun bulmuşlardır(Altınel, 1993, s.35).

1980’li yıllara geldiğimizde ise batılı ülkelerin çoğunda olduğu gibi bizim ülkemizde de liberal ekonominin etkisi yoğun bir şekilde görülmüştür. Yapılan çalışmalar ile bu dönemde kadın girişimci sayısı erkek girişimci sayısına göre daha hızlı bir şekilde artmıştır. Türkiye için 1980’li yıllar kadın hareketlerinin kadın girişimciliğinin hızlı bir şekilde ivme kazandığını bir dönem olmuştur(Özyılmaz,2016,s.37-38).

Türkiye tarihine bakıldığında zaman kadın girişimciliği üç ana döneme ayrılmaktadır. Birinci dönem Osmanlı dönemidir ki bu dönemde kadın hareketlenmesi ile ilgili büyük bir gelişme yaşanmamıştır. İkinci dönem Cumhuriyetin kuruluşunun hemen sonrasındır. Atatürk reformlarının hayatın içine girmesi ile beraber kadın hareketlenmelerinde birtakım gelişmeler olmuş kadınlara sosyal ve siyasal haklar tanınmıştır. Üçüncü dönem ise 1980 askeri darbe sonrası dönemdir. Bu dönemde kadın hareketleri erkek eliyle değil kadının bizzat kendisi tarafından uygulanmaya başlamıştır(Soysal, 2010, s.88-89).

Günümüz ekonomisine ve kadına karşı her konuda oluşan bakış açısı değerlendirildiğinde; kadın başkasının emri altında ücret karşılığı çalışan bir birey olmakla birlikte aynı zamanda girişimci vasfı ile de ekonomide kendine yer bulabilmektedir. Türkiye ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi için düşünüldüğünde; kadınlar geleneksel düşünceler ve tutumlardan dolayı dezavantajlı bir durumdadır. İş hayatında erkek egemenliği ve kadınlara karşı olan önyargılar kadınları kısıtlamaktadır. Ancak değişen ve gelişen dünya üzerindeki tüm konularda olduğu gibi bu konudaki düşünceler de zaman içinde değişmekte ve kadınlar için olumlu durumlar ortaya çıkmaktadır.

2.1.5.Kadın Girişimcinin Özellikleri

Kadın girişimcilerin genel özelliklerine baktığımızda kadınların iş yaşamında ev yaşamında olduğu gibi çalışkan, hırslı, zorluklar karşısında yılmayan, kendine

güvenen, oluşabilecek riskleri üstlenecek kadar cesaretli, geleceği düşünerek planlı bir şekilde ilerleyen, ulaşılması zor amaçlar belirleyerek onlar için çaba sarf eden yapıda olduğunu söylemek mümkündür (Örücü vd., 2007, s.124).

Kadın girişimcilerin genel özelliklerini “Kadın Girişimcilerin İş Hayatında Global Yükselişi” isimli makalesinde Susanne Jalbert aşağıdaki gibi sıralamıştır(Jalbert, 1999, s.9).

- Risk üstlenebilme
- Yüksek bir enerji ile faaliyette bulunma
- Bireysel motivasyon yüksekliği
- Evli ve ilk çocuk
- Serbest çalışan baba
- Sosyal beceri
- Yeterli sermayesinin olması
- Kişilerarası beceriler
- Yönetimsel beceriye sahip olması

Kadın girişimciler yeni bir iş sürecini başlatırken dikkatli olmalarının yanı sıra yaptıkları işi geliştirmek ve büyütmek adına uzun vadeli planlar yaparak daha köklü bir işletme haline gelebilmek için oldukça fazla çaba sarf etmektedirler(Arıkan,2002,s.222).

İngiltere’de bir firma kendi çalışanlarına patronları konusunda görüşlerini ve nasıl bir patronla çalışmak istediklerini sormuştur. Yapılan bu çalışma sonrasında çalışanların yüksek bir çoğunluğunun kadın patron ile çalışmak istediği sonucu çıkmıştır. Bu sonucun sebepleri ise aşağıdaki gibi sıralanmaktadır(Örücü vd., 2007, s.117-135):

1. Kadın patronlar bir iş için erkeklerden daha fazla çaba gösterirler ve daha dikkatlidirler.
2. Kadın patronlar çalışanlarını eğitme hususunda daha iyidirler.
3. Kadın patronların öğreticilik kabiliyetleri erkeklerden daha yüksektir.
5. Kadın patronlar erkek patronlara göre çalışanları daha hızlı motive etmektedir.

6. Kadın patronlar çalışanlarından gelecek herhangi bir yeni fikre, yeni projeye erkeklere göre daha açıktır.
7. Kadın patronlar gözlem ve sezgi yeteneklerini çalışma hayatında başarılı bir biçimde kullanabilirler.
8. Kadın patronlar çalışanları ile arasında iyi bir iletişim kurmuştur.
9. Kadın patronlar erkek patronlara göre oluşabilecek sorunları daha hızlı çözüme kavuşturur.
10. Kadın patronlar çalışanları ile daha samimi ilişkiler kurarak başarıyı yakalayabilir.
11. Kadın patronlar erkek patronlara göre daha eğlencelidir ve bulunduğu ortama pozitif bir enerji verir.
12. Kadın patronların aldığı kararlar daha sabittir.

Yukarıda belirtilen çalışma sonuçları bize kadınların kendilerine has olan güçlü yönlerini girişimcilik hayatına aktarabildikleri takdirde başarılı bir girişimci olmalarının en az erkek girişimciler kadar mümkün olduğunu göstermektedir.

2.1.6. Erkek Girişimcilerin Özellikleri

Girişimcilik üzerinde birçok çevresel faktörün etkisi bulunmaktadır. Bunlardan bir tanesi de cinsiyet faktörüdür. Cinsiyet faktöründen kaynaklı kadınlar ve erkekler birtakım özelliklere sahip olur. Bu özellikler hayatlarının tamamını etkilediği gibi iş hayatlarını da etkilemektedir. Cinsiyet faktörü sebebi ile erkek girişimcilerin risk alma eğilimleri kadın girişimcilere göre daha yüksektir. Girişimcilerin genel özellikleri arasında saydığımız gözlem becerisinin yüksek olması, hızlı bir şekilde karar alabilme, daha hırslı ve kararlı olma gibi özelliklerde erkek girişimcilerde kadın girişimcilere oranla daha fazladır. Erkek girişimciler bir iş süreci başlatırken yüksek motivasyon sayesinde ortaya başarılı bir iş çıkaracağı düşüncesi içinde olur. Erkek girişimciler daha çok imalat, teknik projeler ve inşaat gibi kendi ilgi alanlarına giren konular üzerine faaliyette bulunacakları sektörler belirlemektedirler(Öztürk, 2016, s.42).

2.1.7.Kadın ve Erkek Girişimciler Arasındaki Farklar

Toplumumuzda geçmişten bu yana var olan ataerkil toplum anlayışı kadın ve erkeklere birtakım roller ve sorumluluklar yüklemiştir. Bu farklılık ilk etapta aile içerisinde evdeki yaşamda kendini göstermektedir. Kadınlara yüklenen bu roller doğdukları andan itibaren büyüme sürecinin her evresinde hissettirilmiştir. Ve bu farklılıklar zamanla normal olarak algılanmış tüm bireyler üzerine düşen rolleri büyük bir hassasiyetle yerine getirmek için çabalamıştır. Kadınlar zamanla bu rolleri içselleştirmiştir. Girişimcilik açısından kadınların ve erkeklerin özellikleri genellikle çok benzer olsa bile, bazı açılardan kadın girişimciler farklı güdülere, motivasyon düzeyine, mesleki deneyimlere, yetenek düzeyine ve geçmişe sahiptirler. Kadınlar için söylenen “Elinin hamuru ile erkek işine karışma” sözünden yola çıkarak iş hayatının kadınlara göre olmadığı iş hayatında tamamen erkek egemen olması gerektiği yıllardan beri vurgulanmıştır. Erkek her zaman evi geçindiren eşine ve çocuklarına bakmakla mükellef olan kişi olarak algılanırken, kadın ise sadece çocukların annesi ve evin hanımı kimliğine bürünmüştür. Toplumun bu düşünce yapısı kadın iş hayatına atıldıktan sonra da devam etmiştir. Bu da kadınların iş hayatında çekingen, sessiz kalmalarına sebep olmuştur. Kadınlar iş hayatına atıldıkları andan itibaren sorumlulukları erkeklere nazaran bir hayli artmaktadır. Ev hanımı sorumluluğunun yanına bir de iş kadını sorumluluğu ve eğer iş hayatına atılan kadın anne ise annelik unvanının vermiş olduğu sorumluluk da eklenince sırtına binen yük oldukça ağır hale gelmektedir. Kadın girişimcilerin ve erkek girişimcilerin doğdukları andan itibaren üstlendikleri roller, içinde olduğu topluma ait gelenek ve göreneklere göre birbirinden farklı olması sebebi ile erkek girişimciler iş hedeflerini birinci planda tutarken kadın girişimciler üzerine yüklenen sorumluluklardan dolayı kişisel hedefleri ön plana alır. İşte bu yüzden kadın girişimci erkek girişimciye oranla iş yaşamında daha çok destek bulmalıdır(Özyılmaz,2016,s.32).

Kadın girişimciler yapısal (içgüdüsel) ve düşünsel özellikleri nedeni ile erkek girişimcilere göre farklıdır. Ya da bu farklılığın kadın ve erkek beyninin çalışma prensiplerindeki farklılıktan kaynaklandığı da söylenebilir. Wonder ve Donovan yaptığı çalışmalarda da beynin sol bölümünün daha sayısal ve rasyonel, sağ bölümünün de daha duygusal ve görsel bir bölüm olduğunu ifade etmişlerdir. Beynin sağ ve sol bölümüne ait özellikler tabloda belirtilmiştir(İlter, 2008, s.68).

Tablo 7: Beynin Sol ve Sağ Bölümlerinin Özellikleri

Sol Bölüm	Sağ Bölüm
Politik, Analitik, Çizgisel, Belirgin, Sıralı, Sözel, Somut, Rasyonel, Aktif, Hedefe Yönelik	İçgüdüsel, İçten gelen, Duygusal, Dile getirilmeyen, Görsel, Sanatsal, Bütünsel, Şakacı, Dağınık, Sembolik, Fiziksel

Kaynak: Berfu İltir, *Girişimcilik Sürecinde Kadın Girişimcileri Karşılaştıkları Sorunların Analizi: Kagider Örneği*, (Doktora Tezi), Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyon, 2008.

Tablodaki özellikleri göz önüne aldığımızda girişimcilik alanındaki kadınlar genelde beyninin sol bölümünü kullanmaya ve geliştirmeye çalışırlar. Sağ bölümde belirtilen özelliklerin onları güçlü kılmayacağı ve daha yumuşak, ılımlı bir girişimci yapacağı düşüncesi sebebiyle o bölümü göz ardı etmeye çalışırlar. Oysa sağ bölümü ve sol bölümü dengeli bir şekilde kullanmak hem erkek hem de kadın girişimci için başarının anahtarı olabilmektedir.

Tablo 8: Kadın ve Erkek Girişimcilerin Karşılaştırılması

Özellikler	Erkek Girişimciler	Kadın Girişimciler
Motivasyon	-Kendini gerçekleştirme -Bir şey ortaya koyabilmek için çaba	-Tek başına başarıma -Özgür olma -Bir amaca yönelme
Girişimde Bulunma Nedeni	-Mevcut işten memnuniyetsizlik -İşten çıkarılma -İşi bırakma	-İşten soğuma -İşten engellenme duygusu -Belli bir alanda fırsat görme

Mesleki altyapı	-Çalıştığı iş nedeni ile edindiği deneyim -Konunun uzmanı olma -Çeşitli dallarda rekabet	-İş sahasındaki tecrübe -Sahada orta düzey yönetimsel tecrübe -Hizmet sektörü ile ilgili mesleki alt yapı
Finansal Kaynaklar	-Kişisel varlık, birikim -Banka kredileri -Yatırımcılar -Aile ya da arkadaşlardan alınan borç	-Kişisel varlık, birikim -Kişisel borç
Kişisel Özellikler	-Yüksek düzeyde kendine güven duyma -Yenilikçi ve idealist -Kararlı ve inatçı -Hevesli ve enerjik -Kendinin patronu olma	-Orta düzeyde kendine güven -Yaratıcı ve realist -Esneklik ve tolerans -Hevesli ve enerjik -Sosyal ve ekonomik çevreyle mücadele
Altyapı	-Girişime başlama yaşı 25-35 - Babası kendi işine sahip -Lisans derecesi: İşletme ya da, mühendislik -İlk çocuk	-Girişim başlama yaşı 35-40 - Babası kendi işine sahip -Lisans derecesi: Beşeri bilimler, Sosyal bilimler, İşletme -İlk çocuk
Destek Grupları (bilgi-teknik)	- Arkadaşlar, -Profesyonel kişiler(avukat-muhasebeci) - İş ortakları -Eş	-Yakın arkadaşlar -Eş -Aile üyeleri -Kadın cemiyetleri -Meslek kuruluşları
Kurulan İşletme Türü	-İmalat -İnşaat	-Hizmet sektörü(danışmalık, halkla ilişkiler, eğitim)

Kaynak: Hisrich, R. D., Peters, M. P., ve Shepherd, D. A. ,*Entrepreneurship*, McGraw-Hill. Higher Education, USA, 2002.

Hisrich, Peters ve Shepherd'in 2002 yılında yaptığı araştırmada kadın ve erkek girişimcilerin kendine has özellikleri üzerinde durulmuş ve bir ayrıma gidilmiştir. Aradaki farkın anlaşılması amacıyla bir kıyaslama tablosu ortaya çıkarılmıştır.

Tablo 8'i incelediğimizde; erkek girişimciler için yeni iş kurarken mevcut işlerinden tatmin olamama ya da işten çıkarılma durumu söz konusu olur. Kadın girişimciler de ise; mevcut işlerinde ezilme ya da bazı alanlarda fırsat yaratabileceğini hissetmeleridir. İş kurarken ihtiyaç duyulan finansal destek bulma konusunda ise erkek girişimciler daha avantajlı olup istedikleri finansal desteğe daha kolay ulaşabilirken, kadın girişimciler ise daha zor finansal destek elde etmektedirler. Kadın girişimcilerin sektörel olarak daha yoğunlukta olduğu sektör hizmet sektörü olurken, erkek girişimciler çeşitli sektörlerde hâkimiyet kurabilmektedir. Erkek girişimcilerin özgüveninin kadın girişimcilere göre daha yüksek olduğu gözlemlenmektedir. Kadın girişimciler de erkek girişimcilere göre daha esnek ve tolerans sahibidir. Kadın girişimciler bir iş kurma aşamasında erkek girişimcilere göre avukatlık ve muhasebecilik hizmetleri gibi profesyonel destek almaya daha sıcak bakmaktadırlar.

Hem kadın girişimciler hem de erkek girişimciler genelde ailelerinden gelen özellikler sayesinde girişimcilik konusunda güdülenmiştir. Çoğu ailelerinin ilk ve hatta tek çocuğu olabilmektedir. Yaş olarak kadın ve erkek girişimcileri kıyasladığımızda ise erkek girişimciler 25-35 yaş arası girişimcilik alanına girerken kadın girişimciler ise daha ileri olan 35-40 yaş aralığında girişimcilik alanında kendilerini göstermektedir. Kadınların girişimciliğe girişindeki neden ise gelir sağlamaktan ziyade statüye erkeklere nazaran daha çok önem vermeleridir(Hisrich ve Öztürk,1999, s.118).

De Martino ve Barbato kadın ve erkek girişimcilerin girişimciliği niçin tercih ettiklerinin sebeplerini araştırmıştır. Çalışmada kadınların ve erkeklerin girişimci olma nedenleri öncelik sırasına göre beş unsurda toplanmıştır. Bu unsurlar şu şekilde sıralanmaktadır(DeMartino ve Barbato, 2003, s.824).

Tablo 9: Aynı Faktörler Açısından Değerlendirme Söz Konusu Olduğunda, Kadın ve Erkeklerin Girişimci Olma Nedenleri

Kadınların Girişimci Olma Nedenleri	Erkeklerin Girişimci Olma Nedenleri
1-Esnek çalışma koşulları	1-ServetYaratmak
2- Aile ile daha fazla ilgilenebilmek	2.Profesyonel kariyerinde gelişme kaydetmek
3. Aile ile ilgilenme zorunluluğu	3. Aile ile ilgilenme zorunluluğu

4.Profesyonel kariyerinde gelişme kaydetmek	4. Aile ile daha fazla ilgilenilebilmek
5.Servet yaratmak	5. Esnek çalışma koşulları

Kaynak: DeMartino, R., Barbato, R., *Differences between women and men MBA entrepreneurs: exploring family flexibility and wealth creation as career motivators. Journal of business venturing*, 2003, 18(6), 815-832.

2.1.8.Kadınların İş Kurma Sebepleri

Kadınlar birden çok nedene bağlı olarak girişimcilik alanında faaliyet göstermeye başlamaktadır. Bu sebeplerden en belirgin olanları ise şunlardır. Birinci neden kadınlar yaşanan küresel değişim ve gelişim sonucunda kendilerinin de iş hayatında olması gerektiğine ve aldıkları eğitim sayesinde iş hayatında başarılı olabileceklerine inanmalarıdır. İkinci neden ise çalıştığı şirkette iş küçültmeye gitmeleri durumunda işten çıkarılacakları ihtimalinin olması sebebiyle kendi işinin patronu olmak istemesidir. Üçüncü neden cam tavan sendromu dediğimiz kadınların iş hayatında belli bir pozisyonun üzerine çıkartılmayacağını düşünülmesidir. Dördüncü ve son neden olarak çevresinde kadın girişimcilerin sayısının artması ve kadın girişimcilerin başarıyı yakalaması gösterilmektedir(Arıkan, 2002, s.213).

Hükümetlerin uyguladığı teşvik edici ve özendirici uygulamalar kadınların girişimci olma isteğini kuvvetlendirmiştir. Kadınların yerel ekonomiyi kalkındırmada önemli bir aktör olarak görülmesi kadınların girişimcilik alanında faaliyete başlaması için ön ayak olmuştur. Kadınların girişimci olmalarında daha çok aileye ek gelir sağlamak, eşin vefat etmesi, kendini ispat etme ve geçmiş mesleki tecrübelerin ticari hayata aktarılması gibi faktörler etkili olmaktadır. Kadınlarda tıpkı erkekler gibi evin bütçesine katkı sağlama isteği içinde de olabilirler. Kadınların girişimcilik alanında yer alma sebepleri arasında ekonomik olarak erkeğe bağlı olmak istememeleri, patron unvanına sahip olmak istemeleri gözlemlenmektedir. Ayrıca kadınlar için esnek olmayan çalışma saatlerinin uygun olmaması da girişimciliği kadınlar için cazip kılan bir diğer sebep olarak karşımıza çıkmaktadır. Ev yaşantısında erkeğe göre sorumluluğu fazla olduğu için kendi işini kurma düşüncesi erkeklere göre kadınlarda daha çoktur. Kadınlar evlerine maddi olarak destek olmak ayrıca ücretli olarak bir iş yerinde çalışmanın disiplinli ve zor olması sebebi ile kendi başlarına bir iş kurup faaliyette bulunmak istemektedir. Eğitim seviyesi açılan iş için uygun olmayan

kadınlar ücretli olarak bir işte çalışamayacaklarını düşünmekte ve kendi işini kurmak için çaba sarf etmektedirler(Soysal, 2010).

Kadınların neden girişimci olmak istediklerini araştırmak üzere pek çok çalışma yapılmıştır. Ve görülen o ki bunun standart sebepleri olmamakla birlikte birden çok sebebi bulunmaktadır. Bu sebepler kadınları girişimciliğe iten ve çeken faktörler olarak sıralanmıştır. İtme faktöründen kasıt kadın girişimcinin iş fikirlerini zorlayan çevresel faktörler; çekme faktörüyle ise bu fikirleri destekleyen olumlu gelişmeler anlatılmak istenmiştir.

2.1.8.1.Kadınları Girişimci Olmaya İten Faktörler

- **Düşük gelir:** Kadınların mevcut işlerinde çalışmakta iken kazandıkları paranın kendi ihtiyaçlarına yetmemesi ve onları psikolojik olarak tatmin etmemesi durumu kadınları girişimciliğe iten faktörlerin başında gelmektedir(Ersarı,2015,s.17).
- **Mevcut işin kişiyi memnun etmemesi:** İş doyumu kısaca insanların yapmış oldukları işi sevmesidir. Kişi yaptığı işten memnunsu ve o işi yaparken haz alıyorsa iş doyumuna ulaşmış demektir. Tam tersi durumda iş doyumsuzluğunu anlatır. Kadınların kendilerini mevcut işlerinde mutsuz hissetmeleri, o işe uygun olmadıklarını düşünmeleri; kadınları başka iş alanlarına yöneltir. Bu durum kadınları girişimciliğe iten bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır(Ersarı,2015,s.17).
- **İşsiz Kalma:** Toplumumuzun çoğu kesimindeki kemikleşmiş düşünceye göre kadının iş hayatında yeri yoktur. Bu yazılı olmayan ama genel geçer kural yüzünden kadınlar erkeklere göre daha zor iş bulurlar ve daha kolay işten çıkarılırlar. Ülke içinde yaşanan ekonomik krizler veya ekonomik daralmalar sebebiyle şirketler küçülmeye gittikleri anda ilk olarak iş yerinde fazlalık gibi görünen kadınları işten çıkarırlar. Bu sebeple kadınlar herhangi bir iş yerinde geçici olarak sonunun ne olacağı belli olmadan çalışmak yerine kendi işlerini kurup önlerini görmek isterler(Öztürk, 2016, s.51).
- **Yoğun çalışma saatleri:** Kadınların sadece iş kadınlığı rolü yoktur. Bunun yanında annelik, eşlik, ev hanımlığı gibi rolleri de

bulunmaktadır. Bu rollerin gereklerinin yerine getirilmesi durumunda kadın iş ve aile yaşamı dengesinde zorlanabilir. Aile sorumluluğu ve annelik rollerinin etkisiyle kadınlar genel olarak kariyerlerini bir süreliğine veya tamamen bırakabilirler. Bu bağlamda girişimcilik kadına, kariyerine farklı bir yerden devam etme imkânı sunarken; annelik rolünü de daha rahat bir şekilde sürdürmesine yardımcı olur.

Girişimciliğin bağımsız olması, kendi işinin patronu olmak gibi özellikleri kadınların aile sorumluluğu ve annelik rollerinde daha esnek hareket etme kabiliyeti kazanmalarına olanak tanımaktadır. Kadınların iş yaşamında geçirdikleri zaman çoğaldıkça özel hayatında aile ve çocuklarına ayırdıkları zaman azalır. Bu durum kadınlar için olumsuz bir durumun ortaya çıkmasına sebep olur. Buda kadınları girişimciliğe iten faktörler arasında yerini almaktadır(Jalbert, 2000, s. 23).

- **Cinsiyetin terfi almaya olumsuz etkisi:** Örgütsel yapı içerisinde kadın çalışanların belirli pozisyonun üzerine çıkma durumunun olamayacağının düşünülmesi durumu olan cam tavan sendromu ilk olarak 1970’li yıllarda Amerika’ da ortaya atılan bir kavramdır. İş yerlerinde pozisyonunu yükseltmeyi hedefleyen kadınların önüne cam tavan engel olarak çıkmaktadır. Her ne kadar kesin bir şekilde varlığı kanıtlanamasa da kadınların iş yerinde belli bir yere kadar yükselmesi ve sonrasının imkânsız olduğunun düşünülmesi durumuna cam tavan sendromu denir. Bu sendrom durumu da kadınları kendi işlerini kurmaya yönelten bir faktördür. İşletmelerde görülen cam tavan sendromu iş tatminsizliğinin en önemli sebebidir. Cam tavan işletmede görülmeyen, belirli olmayan engellerin olduğunu anlatan bir kavramdır(Örücü vd., 2007, s.118).
- **Küresel krizler:** TÜİK verilerine göre kadınları girişimciliğe iten bir faktörde küresel krizlerdir. Küresel kriz sebebi ile ülkelerin yaşadığı ekonomik kriz sonrası erkek istihdamı azalırken kadın istihdamında artış görülmüştür(Öztürk, 2016, s.52).
- **Eşin Ölümü/Boşanma:** Aile birliğinin devam etmemesi durumunda kadınlar kendi hayatlarını idame ettirebilmek için bir iş kurma

girişiminde bulunabilir. Buda girişimciliğe kadınları iten sebeplerden biridir(Öztürk, 2016, s.52).

2.1.8.2.Kadınları Girişimci Olmaya Çeken Faktörler

- **Kendini gerçekleştirme İsteği:** Yapılan araştırmalara göre kendini gerçekleştirme isteği kadınlar için öncelikli sebep değildir. Mali olarak paraya ihtiyacı olan kadınlar için en önemli faktör gelir elde etmek iken, maddi olarak sorunsuz bir şekilde iş kuran kadınlar için birincil çekici faktör kendini çevresine ve kendisine ispat etme isteğidir(Ersarı, 2015, s.18).
- **Girişimcilik Güdüsü:** Risk alabilme, yenilikler katabilme gibi etkenler girişimcilik kültürünün temel unsurlarıdır. Üretim faktörlerini ve kendi emeğini elindeki sermayeyle birleştirerek mal ya da hizmet üretimi yapılmasının istenmesi durumuna girişimcilik güdüsü denir(Ersarı, 2015, s.18).
- **Zengin Olma İsteği:** Bu faktör kadınlara nazaran erkeklerde daha ön planda olan bir faktördür. Ama her insanoğlunda olduğu gibi kadınları da zengin olma isteği cezbeder. Erkeklerle nazaran kadın girişimciler için zengin olma isteği ile güdülenme daha düşük oranda karşımıza çıkmış olsa da; kadın girişimcilerde başka bir kişinin emri altında esnek olmayan çalışma saatleri ile ücret karşılığı çalışarak daha az para elde etmektense kendi işinin patronu olarak daha fazla para kazanmayı tercih edebilmektedirler(Öztürk, 2016).
- **Sosyal Statü Edinme İsteği:** Toplumun gözünde bireylerin uygun olduğu yere statü denilmektedir. Sosyal statü topluma göre kişinin nerede hangi konumda olduğunun belirlenmesi için yapılan bir tür değerlendirmedir. Kadınlar, ev kadınlığı ve annelik rollerinin yanında, toplumda da bir birey olarak kabul görme isteği ve çabası içindedir. Buna giden bir yol olarak da girişimciliğe yönelmektedirler. Yine kadınlar kendilerinden bahsedilirken toplumun ona başarılı olarak bakmasını ister. Buda kadınları perçinleyen bir diğer faktördür. Bu sebeple kadınların sosyal statü edinme istekleri onları girişimciliğe çekmektedir(Gönüllü, 2001, s.195).

- **Güç Elde Etme İsteği:** Bireyin mensubu olduğu grubu etkisi altına alarak kontrol etme isteğine güç ihtiyacı adı verilmektedir. Bireyin bunu istemekteki amacı ise insanları kendi kontrolünde tutarak her şeye hâkim olabilmektir. McClelland güç ihtiyacını iki şekilde incelemektedir. Birinci durumu pozitif yaklaşıma sahip olumlu, ikna edici ve motivasyon sağlayan güçtür. İkinci durumu ise negatif bir yaklaşıma sahip olan itaat ettirerek hâkimiyet kuran güçtür. Bu duruma bakılarak güç elde etmenin kadınları girişimciliğe çekeceği söylenebilmektedir(Ceylan ve Demircan, 2002, s.2).

Tablo 10: Kadın Girişimcilerin İş Kurma Nedenleri

Nedenler	Bu iş sahasıyla ilgilenmek : %35	
	Ev kadını olmaktan sıkılmak : %17	
	Yer değiştirme : % 13	
	İşte hüsrana : % 11	
Motivatörler	En güçlü motivatörler	Bağımsızlık
		Başarı
	Zayıf motivatörler	İş tatmini
		Ekonomik gereksinim
		Bazı güvenlik etmenleri
		Fırsat, statü, para, güç
Yetenekler	İnsan kaynakları, pazarlama, yeni fikir-ürün üretimi, iş süreçleri, planlama/strateji/organizasyon ve finans yönetiminde iyi olmak istemektedirler.	

Kaynak: Hisrich D.R. ve Öztürk, S.A., Women Entrepreneurs In A Developing Economy. *The Journal of Management Development*, Vol.18, No:2, 1999, s.114-124.

Tablo 10'dan anlaşıldığı üzere; Hisrich ve Öztürk tarafından yapılan araştırmada kadınların girişimcilik alanında faaliyet gösterme nedenleri, nasıl motive oldukları, ne gibi yeteneklere sahip oldukları üzerinde durulmuştur. Sonuç olarak %35'lik bir oranla girişimci kadınlar kendi ilgi duydukları iş alanları ile ilgilenmektedir. %17'lik bir oranla ise hali hazırda bulundukları ev kadınlığı

mesleğinden sıkılmış olmaları girişimcilik sebebidir. %13'lük kısım ise mevcut işinden daha iyi bir iş olanağı sunması sebebiyle girişimcilik alanında faaliyete başlamıştır. %11'lik bir dilim ise mevcut işinde yaşadığı hayal kırıklığı sebebi ile girişimci olanlardır.

2.1.9.Kadın Girişimcilik Tipleri

Erkek girişimcilere göre duygu, tutum, tavır ve düşünce açısından farklı olan kadın girişimcilerin girişimcilik tipleri de erkek girişimci tiplerine göre farklılık göstermektedir. Aşağıda bulunan tablodan da anlaşılabacağı üzere kadın girişimcilik tipleri dört ana kategoriye ayrılarak sınıflandırılmıştır(Top, 2006, s.22).

Tablo 11: Kadın Girişimci Tipleri

	Geleneksel Cinsiyet Rollerine Bağlı		
Girişimci İdeallerine Bağlı		Yüksek	Düşük
	Yüksek	Geleneksel	Yenilikçi
	Düşük	Evcil	Köktenci

Kaynak: Goffee, R., Scase, R.(1992). *Kadınlar iş başında: Kadın girişimcilerin deneyimleri*. Çev. Fethi, A. İstanbul: Eti Kitapları, s.78

2.1.9.1.Geleneksel Girişimci

Yüksek girişimcilik idealleri olan geleneksel kadın girişimciler aile yaşamı ve iş yaşamı arasındaki dengeyi sağlamayı başarmıştır. Geleneksel kadın girişimci için aile değerleri ve ailedeki rolü ön plandadır. İş hayatındaki temel motive aracı yaptığı işten gelir elde etmektir. Konukevi, restoran, kuaför, yemek şirketi gibi iş yerlerine sahip kadın girişimciler geleneksel kadın girişimci tipine örnek olarak verilebilmektedir(Onay, 2013, s.35).

Geleneksel kadın girişimcilerin çoğunluğu evli ve çocuklu olmakla beraber yaş ortalamaları da 35-45 civarındadır. Geleneksel kadın girişimcilerin iş sürecini başlatırken koydukları sermaye genelde kendi tasarruflarından oluşmakta olup kadın girişimcilerin eğitim seviyelerinin de Türkiye ortalamasının üzerinde olduğu görülmektedir(Özyılmaz,2016,s.30).

2.1.9.2.Yenilikçi Girişimci

Geleneksel kadın girişimci tipinin aksine yenilikçi kadın girişimci tipinde ön planda tutulan girişimcilik hedefleri ve işletmenin büyümesidir. Bu yüzden geçmişten gelen geleneksel rollerini bir kenara bırakıp girişimcilik hedeflerini birinci plana alır. Yenilikçi kadın girişimci tipine sahip kadın girişimcilerin teknoloji ile arası oldukça iyidir. Ekonomik bağımsızlık konusunda hassastırlar. Ayrıca iyi bir eğitim sürecini tamamlamışlardır. Yenilikçi kadın girişimciler reklam, halkla ilişkiler, basın gibi iş alanlarında faaliyetlerini sürdürmektedirler(Kutanis ve Hancı, 2004, s.460).

Tablo 12: Geleneksel ve Yenilikçi Kadın Girişimciler

	Geleneksel Kadın Girişimciler	Yenilikçi Kadın Girişimciler
Yaş	35-55	25-35
Yönelimleri	Ev ve aile	Kariyer
Çalışma Amaçları	Ek gelir elde etme	Planlarını, ideallerini gerçekleştirme
Girdikleri Sektör	Hizmet, Perakende ve Ticaret	Erkek egemenliğindeki işler, yeni alanlar
Finansman	Kişisel Kaynaklar	Dış Kaynaklar
Kredi	Ayırım	Eşit Kredi Olanakları
İşletme Tipi	Tek sahiplik ve düşük gelir	Ortaklık şeklinde büyüme
Rol Modelleri	Engelleyici	Daha az engelleyici

Kaynak: Necla Arat, *Türkiye’de Kadın Girişimcilik*. TES-AR Yayınları, Ankara, 1993.

2.1.9.3.Evcimen Girişimci

Evcimen kadın girişimcilerin girişimcilik idealleri yenilikçi ve geleneksel kadın girişimci tiplerine göre çok düşüktür. Evcimen kadın girişimci tipinde kadın ailesiyle ve ev yaşamı ile sıkı bir bağ kurmuştur. İş yaşamı ikinci plandadır. Aileleri tarafından onaylanan girişimcilik alanlarında faaliyet

göstermektedirler. Yenilikçi girişimciliğin tam tersi evcimen girişimci kadın geleneksel rol ve sorumluluklarını birincil planda tutarken girişimciliği olmasa da olur gözüyle yapar. Bir nevi girişimciliği ek iş gibi devam ettirir. Evcimen girişimci bir tercih yapmak durumunda kalırsa her zaman aile hayatını iş hayatına tercih eder. Girişimcinin sahip olduğu cinsiyet rolünün her zaman girişimcilik ideallerinden önce geldiği girişimcilik tipidir(Top, 2006, s.23).

2.1.9.4.Köktenci Girişimci

Kadın olmanın özel bir motivasyon aracı olarak görüldüğü girişimcilik tipidir. Köktenci kadın girişimciler kendilerini erkeklerle her konuda eşit olarak görmektedirler. Aileye de iş hayatına da eşit mesafede hayatlarını devam ettirmektedirler. Bu tipteki kadın girişimciler çoğunlukla kadın hareketleri için basın, yayın, eğitim, satış gibi alanlarda faaliyette bulunmaktadır(Marangoz, 2012, s.103).

Köktenci kadın girişimcinin diğer bir ifade ediliş şekli ise feminist kadın girişimcidir. Feminist kadın girişimciler erkeklerle her alanda eşit olduklarına inanmaktadırlar. Evli olmaları halinde eşler ile birlikte işlerini yürütmeyi tercih etmektedirler(Onay, 2013,s.36)

2.2.KADIN GİRİŞİMCİLERİ KARŞILAŞTIKLARI ZORLUKLAR, ÇÖZÜM ÖNERİLERİ VE İLGİLİ KURULUŞLAR

2.2.1.Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Zorluklar

Kadın girişimciliğinin yoğun olarak başladığı 1980’li yıllar sonrasında konu ile ilgili pek çok araştırma yapılmıştır. Yapılan tüm araştırmalar göstermiştir ki gelişmiş veya gelişme sürecindeki ülkelerde girişimcilerin karşılaştığı zorlukların yanında kadın girişimcilerin sırf kadın oldukları için karşılaştığı zorluklar da bulunmaktadır(Bedük, 2005, s.113).

Kadınlar ülkemizde hâkim olan geleneksel tutum ve davranışlar sebebi ile eski zamanlardan bu zamana kadar hep dezavantajlı durumdadır. Ataerkil aile yapısı içinde birtakım roller ve görevlerin kadın ve erkek tarafından sorumluluğu üzerine alınmış o roller ve görevler zaman içinde kalıplaşmıştır. Böylece eve ekmek getirme, para kazanıp evin ihtiyaçlarına giderme erkeğe; ev işlerini yapma, çocuklarla ilgilenme gibi görevler de kadına yüklenilmiştir. Ancak toplumsal yapımızdaki hızlı değişme,

yaşamın her alanını olduğu gibi çalışma yaşamını da etkilemiştir. Erkeklerin hâkimiyet kurduğu çalışma yaşamında kadınlarda konum sahibi olmaya başlamışlardır. Zaman içerisinde kadın girişimci sayısı tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de artış göstermiştir. Ancak kadınların erkeklerden farklı olarak sırf cinsiyetlerinden ötürü karşılaştıkları sorun sayısı da erkeklerden daha fazladır(Bedük, 2005, s.106-117).

Girişimcilik faaliyetinin başlamasına karar verilmesi aşamasından itibaren tüm iş süreçlerinde kadınlar pek çok sorunla karşılaşmaktadır. Kadınların iş hayatına atılması, önüne çıkan sorunların çözüme kavuşturulması; ulusal büyüme hedefleri ve girişimcilik sektörünün gelişimi açısından büyük önem taşımaktadır. Kadın girişimciler ekonominin önemli bir anahtarı olma potansiyeli taşımaktadır. Kadın girişimcilere gerekli destek verilmesi ve onların iş hayatında kalmaları, büyümeleri için ihtiyaçları olan teşviklerin onlara sağlanmasıyla olacaktır. Bununda dolaylı olarak ülke ekonomisinin kalkınmasına fayda sağlayacağı bilinmelidir(Tekin,2004,s.330).

Kadınların içinde var olan girişimcilik yeteneklerinin açığa çıkması ve değerlendirilmesi iki şekilde ülke ekonomisine fayda sağlar. İlk olarak yeni istihdam olanakları yaratılır ve ekonomi bunun sonucunda güçlenir. İkinci olarak da toplum içinde kadının sahip olduğu rol ve statü güçlenerek sağlamlaşır. Kadın girişimciler bazı durumlarda sırf kadın olmalarından kaynaklı birtakım sorunlar yaşamaktadır. Bu sorunlar aşağıdaki gibi sıralanmaktadır(Weiler ve Bernasek 2001, s.87):

- İnsan ilişkileri,
- Sermaye bulma sıkıntısı,
- Hem iş hem de evle ilgilenme zorunluluğu,
- Geleneksel toplumsal bakış açısı.

Kadın girişimciliği ile ilgili yapılan çalışmalarda cinsiyet faktörü etkisi ile kadın girişimcilerin yaşadığı sorunlar şu şekilde sıralanmaktadır;

- Kadının ait olduğu yerin evi olduğuna ve eşinden bağımsız hareket edemeyeceğine olan inanç(Güldal, 2006, s.70).
- Cinsiyet faktörünün etkisi ile mesleklerin kadın ve erkekler için ayrı ayrı uygunluğunun düşünülmesi (Örücü vd, 2007, s.120)
- Cinsel ve duygusal taciz(Çelik ve Özdevecioğlu, 2001, s.494).

- Yönetici pozisyonundaki kadınların görülmeyen bir el ile daha üst kademelere çıkamayacağı düşüncesi olan cam tavan sendromu(Anafarta vd., 2008, s.114).
- Yasal düzenlemeler aracılığı ile devletin koyduğu engeller(Ecevit, 2007).
- Kadınlara karşı oluşan güven eksikliği ve başaramayacaklarına dair yoğun inanç (Toksöz, 2007 s.58)
- Aile ve iş hayatını dengede tutmaya çalışan kadının yaşadığı rol çatışması(Narin vd., 2006, s.71).
- Kadın girişimcilerin eğitimlerinin yetersiz kalması (Kansız ve Acuner, 2008, s.14).

Kadınlar bir iş sürecine girdikleri zaman erkeklerden çok daha fazla sorun ile karşılaşır. Pazar bulma, teknolojiinden faydalanma, mal ve hizmet üretimi ve satışı gibi konuların hepsinde pek çok zorlukla savaşmak durumunda kalabilir(İlter, 2008, s.84).

Türkiye'nin yedi bölgesi de kendine has özelliklere sahiptir. Her bölgesi aynı gelişmişlik seviyesinde değildir. Ülkenin doğusu ve batısı birbirinden farklı bir takım hayat görüşlerini içinde barındırır. İçinde yaşadığımız Güneydoğu Anadolu bölgesinde kadın girişimcilere oranla erkek girişimcilere daha fazla kolaylık sağlanmakta ve daha sıcak bakılmaktadır. Maalesef bu bakış açısının sonucunda bu bölge için çaba sarf eden girişimci kadınlar emeklerinin karşılığını tam anlamı ile alamamaktadır. Ayrıca kadınların girişimci olması durumuna yönelik genel geçer bir bakış açısının kabul edilememesi, aralarındaki koordinasyon sorunu, kadınlar için yeni politikaların oluşturulmasında yaşanan engellemeler de kadın girişimciliğin önündeki diğer sorunlardandır. Kadınların girişimci olmasının önündeki sorunları mikro ve makro sorunlar olarak iki grupta aşağıdaki gibi açıklayabiliriz.

2.2.1.1.Mikro Sorunlar

Ülkemizde kadın girişimcilere olan bakış açısı ve onlar için yapılan değerlendirmeler, kadınların toplum içindeki yerini etkilemektedir. Girişimciler kendi işletmelerinde verimliliği en üst düzeyde tutmak için gerek çalışanlar ile gerekse müşteriler ile iyi ilişkiler kurmalıdır. Bu konuda kadın girişimciler birtakım zorluklar yaşamaktadır. Erkeklerin iş hayatında geçirdiği zaman fazla olduğu için kadın girişimcilere göre daha tecrübeli durumdadırlar. Kadın girişimcilerin girişimcilik altyapısının az olması da onlara bir dezavantaj oluşturmaktadır(Kutanis, 2003, s.60).

Kadın girişimcilerin deneyimsiz olmaları, yeterli bilgilerinin olmaması, aileden destek alınamaması, iş yükünün fazla olması gibi durumlardan kaynaklı yaşadığı sorunlar mikro sorunlardır(Kutaniş, 2006, s.65).

Kadın girişimcilerin yaşadıkları mikro sorunları şu şekilde sıralamamız mümkündür.

Güvensizlik: Kadın girişimciler erkek girişimcilere göre kendilerine daha az güven duyarlar. Kendilerine olan bu güvensizlikleri aldıkları risk derecelerini ve risk sonrası kazandıkları getirileri de etkilemektedir. Özgüven duygusu insanın bir işte başarılı olabilmesinin önemli yollarındandır. Bu sebeple kadın girişimciler aile ve iş çevresindeki kişilerden önce kendi kendilerine güvenmelidirler. Eğer kadınlar kendilerine güvenmez ise bir iş kurma cesaretini gösteremezler. Sonuç olarak da potansiyeli olan kadın girişimcilerin ortaya çıkması engellenir(Onay,2013,s.44).

Kadın girişimcilerin sermaye temini konusunda da yaşadığı sıkıntılar erkeklere oranla daha fazladır. Çünkü bazı kredi veren kuruluşlar girişimci kadınlara güven konusunda çekimser davranıp kadın girişimcinin işlerini zorlaştırmaktadır(Yaşar, 2017, s.62).

Tecrübesizlik: Kadın girişimci işletmesinin faaliyetleri devam ederken zaman içerisinde tecrübe kazanır. Tecrübe kazanan bir girişimci ise beklenmedik olaylar karşısında soğukkanlı davranarak nasıl hareket etmesi gerektiğini bilecektir(Küçük, 2005, s.45).

Tecrübe zaman içerisinde insanın iş ve özel hayatında yaşadığı birtakım olaylar sonrasında edindiği deneyimler aracılığı ile kazanılır. Ataerkil bir toplum olmamızdan kaynaklı iş hayatında gerekli olan eğitim ve tecrübeleri kadınlar kazanamadığından dolayı tecrübe; erkek girişimcilere göre kadın girişimciler için bir engel teşkil etmektedir(Onay,2013,s.45).

Rol Çatışması: Doğup büyüdüğümüz bölgenin gelişmişlik düzeyine, aldığımız eğitime, sahip olduğumuz kültüre göre şekillenen bir takım rol ve sorumluluklar kadın ve erkekler tarafından üstlenilmiştir. Ülkemizde hâkim olan ataerkil aile yapısı anlayışına bağlı olarak kadınların ev işleri ve çocuk bakımı ile sorumlu olduğu düşünülürken erkeklerin gelir getirmekten sorumlu olduğu gibi yaygın bir inanış bulunmaktadır. Kadınların omuzlarındaki bu yük onların gelir getirici faaliyetlerden

uzak kalmasına sebep olmaktadır. Kadın girişimciler için iş-ev dengesi şaşmakta ve bunun sonucunda kadınlar rol çatışması içine düşmektedir. Rol çatışması yaşayan kadın girişimcinin iş ve özel yaşamından tatmini azalmakta; toplum tarafından negatif bir bakış açısı ile eleştirilmektedir(İlter, 2008, s.87).

Cinsiyet Ayrımcılığı: Cinsiyet faktörü kadın girişimciler için iş hayatını etkileyen en önemli unsurlardandır. Annelik ve eş sıfatları iş yaşamında kadın girişimciler için cinsiyet odaklı ayrımcılık sorununu ortaya çıkarmaktadır. Bu sebeple kadın girişimciler terfi almama, düşük ücretle çalışma, belli faaliyetlere katılamama gibi sorunlarla karşılaşmaktadır(Gürol, 2000, s.216-217).

Kadın girişimcilerin karşılaştıkları cinsiyete dayalı ayrımcılık belirsiz, açıkça ifade edilmeden kadınlara hissettirilmektedir. Açıkça ifade edilmeden de olsa kadınlar iş yaşamında cinsiyete dayalı ayrımcılık ile yüzleşmekte pek çok durumda cam tavan sendromu ile karşılaşmaktadır(İlter, 2008, s.88).

2.2.1.2. Makro Sorunlar

Dünya ve ülke ekonomisinin genel yapısı, finansal kaynak bulma durumu, girişimcinin ve iş için aldığı personelin eğitim seviyesi, yasalardan kaynaklanan zorunluluklar gibi daha çok resmi kurumlarla olan ilişkilerin ortaya çıkardığı sorunlar makro sorunları oluşturmaktadır(Onay,2013,s.46).

Eğitim Düzeyinin Yetersiz Olması: Kadınların yaşam standardını ve statüsünü artırarak onları ikinci planda kalmaktan kurtaran, bireysel özgürlüğünü sağlayıp kendi ayaklarının üzerinde durmasını sağlayan en önemli anahtar eğitimidir. Ülkelerin gelişmişlik seviyesi de eğitim durumuyla doğru orantılı bir şekilde artmaktadır. Birçok gelişmiş ülkede kadın girişimcilerin çoğu yükseköğrenim görmüş kişilerden oluşmaktadır. Ayrıca kadın girişimcilerin anne, babaları ve eşlerinin de iyi eğitim almış kişilerden oluştuğu gözlemlenmektedir(Gürol, 2000, s.230).

Eğitim seviyesi yüksek olan kadın girişimciler çok başarılı işlerin altına imzalarını atacak ve toplum içinde daha saygın bir konuma yükseleceklerdir. Bunun sonucunda en az erkek girişimciler kadar iş yaşamında söz hakkı elde edeceklerdir(Ersarı, 2015, s.50).

Kadın girişimcilerin erkek girişimciler ile rekabet edememesinin ve kendilerini girişimcilik konusunda geliştirememelerinin bir nedeni de ülkemizde kadınlara girişimcilik alanında gerekli eğitimlerin verilmemesidir(Şekerler, 2006, s.123).

Çıraklık ve kalfalık gibi meslekleri yapanların toplumun genelinde erkeklerden oluşması gerektiği düşüncesi kadınların kendi meslekleri ile ilgili ekipmanları ve teknik bilgiyi erken yaşta öğrenmesine engel teşkil etmektedir. Bu tarz ekipmanlar konusunda bilgisiz olan kadın girişimci hammaddeye ulaşmada sorun yaşayıp girişimcilik faaliyetinde başarısız olmaktadır(Arıkan, 2002, s.237).

Sermaye Temini: Hisrich, Peters ve Shepherd'in yapmış olduğu araştırmaya göre erkek girişimciler kadın girişimcilere göre işlerini kurarken ana sermayelerine ek olarak başkaca finansman kaynağı bulmada daha rahatlardır. Erkek girişimcilerin aksine kadın girişimciler; yatırımcı çevreler erkeklerle kadınlardan daha çok güvendiği için finansman kaynağı olarak banka ve yatırımcılardan ziyade kendi öz sermayelerine yönelmektedir(Hisrich vd., 2002, s.76).

Girişimcilik faaliyetlerine başlayacak olan kadın girişimci sermaye temin etme konusunda herhangi bir sorunla karşılaşp kredi çekmek istediğinde kredi kuruluşları ile problem yaşamaktadır. Çünkü bankalar kadın girişimciden finansman kaynağının sağlanması için belirli bir teminat göstermesini istemektedir. Ancak toplumumuzun çoğu kesiminde gayrimenkuller erkek adına kayıtlı olduğu için kadın bankaya teminat gösterememektedir. Ayrıca kadın girişimci işletmenin finans konuları ile ilgili bilgi eksikliği yaşayabilmektedir. Bu gibi sorunlar da işletmenin sermaye temininde sıkıntı çekmesine sebep olmaktadır. Kadın girişimcilerin iş hayatını kolaylaştırmak ve bu tarz problemlerle daha az karşılaşmasına yardımcı olmak adına bankalar teminat koşullarını hafifleterek kredi faiz oranlarını düşürebilir(Kınay, 1994, s.41).

Türkiye'deki kadın girişimcilerin adına herhangi bir gayrimenkul olmaması sebebi ile kadın girişimciler kredi çekmek yerine ağırlıklı olarak sermayelerini ailesinin ve kendisinin bireysel tasarruflarından oluşturmaktadır. Kadın girişimciler mikro kredi imkânlarından çok düşük bir oranda faydalanmakta daha çok kendi öz sermayelerini kullanmaktadır(Arıkan, 2016, s.143-144).

Yasalardan Kaynaklanan Engeller: Kadın girişimciler, özellikle işlerini kurma aşamasında sermaye eksikliğinin yanı sıra bürokratik engellerle de karşı karşıya

kalmaktadır. Ülkemizde yapılan çalışmalar gösteriyor ki bürokratik engeller kadınların girişimcilik faaliyetlerinden uzak durmasına sebep olan en önemli unsurlardan bir tanesidir. Bürokratik işlemlerin kolaylaştırılması yönünde düzenlemeler yapılması girişimcilik alanında faaliyete başlamak isteyen kadınlar açısından olumlu bir gelişme olarak düşünülmektedir(Öztürk, 2016, s.62).

Türk toplumu toplumsal bağlılığın yüksek, bireyselliğin çok fazla gelişmediği bir toplum özelliğine sahiptir. Kişisel inisiyatif, bireysel özgürlük ve girişimcilik ile ilgili yapılan çalışmalar yetersizdir. Bu sebeple bürokratik engeller kendini daha yoğun bir şekilde girişimcilere hissettirmektedir(Aytaç ve İlhan, 2007).

Bütüncül Bakışın Sağlanamaması ve Örgütlenmeme: Kadın girişimcilerin karşısına çıkan sorunların genel bir çerçevede düşünülerek çözülmeye çalışılmaması ve engellerin dünya genelinde aşılması için çalışmalar yapılmaması da kadınlar için bir sorun oluşturmaktadır(Ersarı, 2015, s.52).

Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü tarafından belirli illerde faaliyette bulunan 705 mikro girişimciye anket çalışması yapılmıştır. Bu anket çalışmasından elde edilen verilere göre aşağıdaki tabloda kadın girişimcilerin yaşadığı belli başlı sorunları görmemiz mümkün olabilmektedir(İlter, 2008, s.105).

Tablo 13: Girişimci Kadınların Başlıca Sorunları

Ürün ve hizmetlere talep olmaması	53,6
Finansman yetersizliği	45,7
Rekabet	14,9
Mekân ve konum sorunları	9,9
İşçiler ile ilgili sorunlar	7,8
Hukuki sorunlar	7,6
Beceri yetersizliği	2,1
Diğer	3,3
Birden çok yanıt verildiği için yüzde toplamı 100’ü aşmaktadır.	

Kaynak: Berfu İlter, *Girişimcilik Sürecinde Kadın Girişimcileri Karşılaştıkları Sorunların Analizi: Kagider Örneği*, (Doktora Tezi), Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyon, 2008.

2.2.2. Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunlarla İlgili Çözüm Yolları

Ülkemizde kadın girişimci sayısı erkek girişimcilere göre daha azdır. Sayıca azlığın sebebi bir iş kurmak isteyen kadının cesaretini toplamasının zorluğu, işi kurduktan belli süre sonra iflas etmesi veya elde olan/olmayan sebeplerle iş yerinin kapatılmasıdır. Bir işi kurmak kadar devamlı olmasını sağlamakta oldukça önemlidir. Bu devamlılığı sağlamak ve mevcut kadın girişimci sayısını arttırmak için karşılaşılan sorunlara bir takım çözüm önerileri getirilmiştir. Bu çözüm önerilerini şu şekilde incelememiz mümkündür(Öztürk, 2016, s.63).

✓ **Cinsiyet Değişkeni ve Kadına Uygulanan Cinsiyet Ayrımcılığı:**

Cinsiyet ayrımcılığı dolaylı ve doğrudan olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Doğrudan cinsiyet ayrımcılığı; cinsiyete özgü bir niteliğe (annelik, hamilelik gibi) dayanılarak diğer cinsiyetle arasında adil olmama ve kişinin mağdur edilmesi durumudur. Kişiyi cinsiyetine has özelliklerini sebep göstererek işe almamak, düşük ücret vermek, terfi olmasını engellemek doğrudan cinsiyet ayrımcılığı olarak nitelendirilmektedir. Dolaylı cinsiyet ayrımcılığı ise; belirlenmesi çok zor olan ayrımcılık çeşididir(Gülcan, 2004, s.66).

İş yaşamında cinsiyet ayrımcılığına maruz kalan kadın başarılı olamama durumu ile karşı karşıya gelir. Bu ve buna benzer durumların azaltılması oldukça önemlidir. Bunun için de kadınlar için sağlanan eğitim olanakları artırılmalı, toplum cinsiyet ayrımcılığının olumsuz etkileri konusunda toplum bilinçlendirilmelidir. Ayrıca tiyatro, film, dizi ve gösterimlerde kadınlar için kullanılan olumsuz ibareler kaldırılmalı, gerekli hassasiyet gösterilmelidir. Tüm bunlara ek olarak da kadın girişimcinin bağlı bulunduğu meslek odasının ve ilgili kuruluşların girişimcilere gerekli desteği vermeleri gerekmektedir(Öztürk, 2016, s.64).

✓ **Bürokrasi Değişkeni:** Kadın girişimcilerin iş yaşamında faaliyetlerini devam ettirirken karşılaştığı sorunlardan biri de örgütlenme ve işletme

dışı ilişkileri olması gereken şekilde yürütememesidir. Bu sorunları aşmak amacıyla kadın girişimci ihtiyaç duyulan eğitimleri almak durumundadır. Kadın girişimcilere uygulanan vergi politikalarının kadın girişimciler lehine düzenlenmesi, pozitif ayrımcılık uygulanması kadın girişimcilerin sorunlarının çözümünde yardımcı olacak düzenlemelerdir(Öztürk, 2016, s.64).

- ✓ **Pazar Değişkeni:** Serbest piyasa ekonomisinin ülke ekonomisine egemen olmasından kaynaklı olarak ekonomik anlamda istikrar tam anlamı ile kazanılamamaktadır. Kadın girişimciler ekonomik istikrarsızlık sonucu ortaya çıkan değişimlere uyum sağlamakta zorlanmaktadır. Devlet kredi veren kuruluşlar ile anlaşarak kadın girişimcilere düşük faiz oranları ile kredi uygulamasının yapılmasını sağlamalıdır(Kümbetoğlu,1994, s.566).
- ✓ **Finans Değişkeni:** Kadın girişimcilerin finansman kaynağı olan kredi kuruluşlarının kadın girişimcilere güvenmeyerek onlara ihtiyacı olan krediyi zor şartlar altında vermesi kadın girişimciler için bir sorun teşkil etmektedir. Finans kuruluşları kredi kullanma prosedürlerini hafifleterek düşük faizli kredi kullandırmaları kadınları girişimciliğe teşvik eden bir etken olacaktır. Kadınlar bir işletme açarken finansmana ihtiyaç duyarlar. Bu finansmanı bulmak için bankaya gittiklerinde banka kadın girişimcilerden teminat istemektedir. Türkiye’de ise malların çok az bir kısmı kadınların adına kayıtlıdır. Bu durumda kadınları teminat göstermek için erkeklere mecbur bırakmaktadır. Konu ile ilgili kadın girişimciler derneği (KAGİDER)’nin birtakım çalışmaları olmakla birlikte arttırılmaları kadın girişimciler için daha da iyi olacaktır(İlter, 2008, s.114).
- ✓ **Eleman Değişkeni:** Kadın girişimciler uygun işe uygun eleman bulamayabilirler. Bu kadın patrona güvensizlik sebebi ile de olabilir, patronun kendisinden de kaynaklanabilir. Bu sorunlarla karşılaşmamak için danışmanlık yapan firmaların desteğini alarak kalifiye personellerden oluşan bir ekip kurulabilir(Açıl,2018,s.70).

- ✓ **Güvensizlik:** İnsanlar arasındaki ilişkileri düzenleyen ana etmenlerden birisi de insanların birbirine duyduğu güven duygusudur. İnsanların birbirine güven duyması; hayatı boyunca karşılaşacağı sorunlarla baş edebilme kuvvetini kendinde hissetmesi için oldukça önemlidir. Bono(1989), güven ve üstünlük duygusunu bireyi başarıya götüren merdiven olarak görmüştür. Bu sebeple ki kadınların kendilerini önemli hissetmeleri ve kendilerine güvenmeleri toplum içindeki statülerinin artması ile doğru orantılıdır. Karşılıklı güven ilişkisi iş hayatında önemli bir faktördür(İlter, 2008, s.107).
- ✓ **Tecrübesizlik:** Kişiler bilgi ve beceri sahibi olduğu işlerde her zaman daha başarılı olmuştur. Kadın girişimciler de bir iş kurup onu devam ettirirken yeterli bilgi ve beceri sahibi olurlar ise başarılı olmaları ihtimali yükselir. Bu sebeple tüm girişimcilerin bilgi paylaşımı yapabilecekleri ortak bir alan/ağ oluşturulması kadın ve erkek tüm girişimciler için olumlu sonuçlar verebilir(İlter, 2008, s.108).
- ✓ **Beceri ve Mesleki Eğitim:** Eğitim ile kadınların iş gücüne katılım oranı arasında doğru orantılı bir ilişki vardır. Eğitim kadınların sosyal hayatını etkileyecek güçtedir. Kendi hesabına çalışan kadınlar genelde eğitim eksikliği yüzünden iş hayatında tutunamayıp başarılı olamamaktadır. Bu bağlamda kadın girişimciler için kursların açılması, mesleki faaliyetlerinde daha profesyonel davranmaları açısından önem arz etmektedir(Açıl,2018,s.67).
- ✓ **Mesleki Örgütlenme:** Tüm iş alanlarında örgütlenmeye ihtiyaç duyulmaktadır. Örgütlenme iş alanları için ne kadar gerekli ise insan ilişkileri konusunda da önemlidir. Bireylerin günlük hayat içerisinde bir veya birden çok örgütle ilişki kurması mümkündür(Yıldız ve Balaban, 2007, s.28).

2.2.3.Kadın Girişimciliği Konusunda İlgili Kurum ve Kuruluşlar

Yaşanılan toplumda sermaye, doğal kaynak, emek gibi üretim faktörleri kıt ve sınırlıdır. Sanayileşme sonrası üretim faktörleri arasına giren girişimci faktörü de kıt ve sınırlıdır. Tam olarak girişimcilik özelliklerine sahip kişi nüfusu azdır. Ülkemizin nüfusunun hemen hemen yarısını oluşturan kadınların da geleneksel rolleri ve ataerkil toplum yapısı yüzünden girişimcilik alanında sayıları az olmaktadır. Kadın girişimcilerin bir diğer ifade ile girişimcilik ruhu köreltilmektedir(Çakıcı, 2003, s.72).

Kadın girişimciliğin desteklenmesi ve teşvik edilmesi üç çeşit yaklaşım doğrultusunda incelenebilir. Bu yaklaşımlardan ilki büyüme yaklaşımıdır. Büyüme yaklaşımında; kadın girişimciler ekonomik büyümenin bir kaynağı olarak görülmektedir. İkinci yaklaşım ise iş yaratma yaklaşımıdır. İşsizlikle mücadele amacıyla kadın girişimcilerin desteklenmesi gerektiği savunulur. Üçüncü ve son yaklaşım ise yoksulluğun azaltılması yaklaşımıdır. Yoksul aile ve kadınların hayatlarını idame ettirebilmeleri için kendi işlerini kurmaları gerektiği düşünülmektedir. Bu üç yaklaşım ekonomik kalkınmanın hedeflendiği bir ülke için oldukça fazla önem arz etmektedir(Soyak, 2006, s.169).

Türkiye’de kadın girişimcileri ve kadın girişimci adaylarını desteklemek, onları teşvik etmek ve onlara çıktıkları bu zorlu yolda yardımcı olmak için kurulan kamu kurumları ve sivil toplum kuruluşlarını şu şekilde sıralamamız mümkündür.

2.2.3.1.Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB)

Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB), 20 Nisan 1990 tarihinde 3624 sayılı kanunla kurulmuştur. KOSGEB; dönemin Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı’nın “ilgili” kuruluşu olup 5018 sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu’nun II sayılı cetvelinin B bölümünde sayılan özel bütçeli bir idaresi olarak kurulmuştur. KOSGEB’in temel amacı KOBİ’lere ve girişimcilere destek olarak, rekabet etme güçlerini arttırmak ve bunun sonucunda ekonomik büyüme ve kalkınmanın önünü açmaktır(İlter,2008,s.122).

KOSGEB’in çalışmaları arasında girişimcilik faaliyetlerine yeni başlayan girişimcilere danışmanlık hizmeti vermekte bulunmaktadır. Girişimciler

danışmanlardan iş süreci ve faaliyetleri ile ilgili nasıl hareket etmeleri konusunda bilgi alabilmektedirler(Öztürk ve Özkay, 2005:25).

KOSGEB ülkenin ekonomik kalkınmasına destek olacak kadın, engelli, genç girişimci gibi özel hedef gruplarına yönelik uygulamalı girişimcilik eğitimleri düzenleyerek özel hedef gruplarının ekonomi içinde katkılarının artmasına yardımcı olacaktır(<https://www.kosgeb.gov.tr> Erişim Tarihi:14.12.2018).

2.2.3.2.Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü(KSGM)

25 Ekim 1990 tarih ve 3670 sayılı kanunla Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığına bağlı olarak KSSGM (Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü) adı ile kurulmuş ve daha sonra 1991 yılında Başbakanlığa bağlanmıştır. Şu an ise T.C. Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı bünyesindedir. Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü(KSGM)'nün kendine edindiği misyon; ülkemizde kadın erkek eşitliğinin sağlanması, toplumsal yaşamın tüm alanlarında kadınların bulunmasını sağlamak ve kadınlara karşı yapılan her türlü ayrımcılığın engellenmesi amacıyla politikalar üretmek, strateji geliştirmek, tüm paydaşlarla iş birliği yapmak ve koordinasyonu sağlamaktır. Genel Müdürlükçe kadınlara ve gençlere yönelik bir takım eğitim ve projeler yapılmaktadır. Bunların örnekleri ise şu şekildedir; (<https://kadininstatusu.aile.gov.tr> Erişim Tarihi:17.12.2018).

Yükseköğretim de Kadın Liderliğini Geliştirme ve Güçlendirme Eğitim ve Mentörlük Programı; Programın amacı üniversitelerde liderlik anlayışını geliştirmektir. Yönetici unvanındaki kadın akademisyen sayısını arttırmak için çalışmalar yapmak, kadın akademisyenlerin karar alma mekanizmalarında daha çok yer almasını sağlamakta programın amaçları arasında yer almaktadır.

Dikkat Yurtta Genç Var Projesi/Ben de Varım Projesi: “Dikkat Yurtta Genç Var Projesi” lise ve dengi okullarda 2013-2016 yılları arasında uygulanmış toplumsal cinsiyet ile hayata ve istihdama katılma konusunda öğretmenlere eğitim verilmesi amaçlanan bir projedir. “Ben De Varım Projesi” ise kız teknik ve meslek liselerinde okuyan öğrencilere, ailelerine ve öğretmenlere yönelik toplumsal cinsiyet eşitliği konulu seminerlerin verildiği bir projedir.

Annemin İşi Benim Geleceğim Projesi: T.C. Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı ve Borusan Holding A.Ş. arasında imzalanan protokol gereği Organize Sanayi Bölgelerinde (OSB) kreşlerin kurulması için hayata geçirilmiştir.

Kadınların Ekonomik Fırsatlara Erişiminin Arttırılması Projesi: Türkiye’de kadınların ekonomik fırsatlardan yararlanarak ekonomik büyümeye katkı sağlayacağı ve piyasayı canlandıracağı çok açık bir şekilde görülmektedir. Bu bağlamda; Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü ve Dünya Bankası tarafından İsveç Uluslararası Kalkınma ve İş birliği Ajansının (SIDA) mali desteği ile kadınlarımızın ekonomi içerisinde daha çok kendini gösterebilmesi bu proje ile amaçlanmıştır. Söz konusu proje 2012-2017 yılları arasında yürütülmüş ve tamamlanmıştır. Projenin amaçları ise şu şekildedir:

- Kadınların daha iyi iş imkânlarına kavuşmaları, piyasaya daha kolay girebilmeleri, kadın girişimci sayılarının artışı tespit etmek.
- Bu alanlarda kadın girişimcilerin karşılaştığı zorlukları ortaya koymak.
- Kadınların yaşadığı bu sorunlara somut çözümler getirmek.

2.2.3.3.Kadın Girişimciler Derneği(KAGİDER)

Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER), Türk kadın girişimcileri desteklemek amacı ile 2002 yılı Eylül ayında 37 kadın girişimci tarafından ülke çapında faaliyette bulunmak için kar amacı gütmeyen kurulan bir sivil toplum örgütüdür(İlter, 2008,121).

KAGİDER özel, kamu ve sivil toplum örgütleri ile birlikte çalışarak genç kadınların iş yaşamına atılmalarına yardımcı olmak, kadın girişimci sayısını arttırmak amacıyla birçok projeye imza atmıştır. Günümüzde KAGİDER’ in farklı farklı sektörlerde bulunan 300’e yakın üyesi bulunmaktadır. KAGİDER’ in amacı kadın girişimcilerin güçlenmesi için eğitim, rehberlik ve mentörlük desteği vermek, kadının ekonomik konumunun güçlenmesini ve kadın-erkek fırsat eşitliğini sağlamaktır. (<http://www.kagider.org/tr> Erişim Tarihi:17.12.2018).

KAGİDER bu amaçlarına ulaşmak için 8 ana strateji ile çalışmalarını yürütmektedir. Bu stratejileri şu şekilde sıralamamız mümkündür (<http://www.kagider.org/tr> Erişim Tarihi:17.12.2018).

- 1-İş hayatında kadın çalışan sayısını arttırmak, kadın girişimcileri teşvik etmek.
- 2-Kadın girişimciler için gerekli yasal altyapıyı destekleyip, finans bulmaları konusunda kadın girişimcilere yol göstermek.
- 3-KAGİDER üyelerini destekleyip onların büyümelerine yardımcı olmak.
- 4-Kadınlar için girişimciliği cazip kılmak
- 5-KAGİDER'in ülke çapında itibarını ve tanınırlığını arttırmak.
- 6-Kadın girişimciler için ulusal ve uluslararası düzeyde referans noktası olmak.
- 7- Kadınların çalışma hayatına girmesi için gerekli eğitimleri vermek.
- 8-KAGİDER'in çalışmalarını tüm ülkede yaygın hale getirmek.

2.2.3.4.Avrupa Birliği İş Geliştirme Merkezleri(ABİGEM)

Avrupa Birliği İş Geliştirme Merkezleri (ABİGEM); Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) liderliği ve Ege Bölge Sanayi Odasının (ESBO) bölgesel destekleri ile 2002 yılında İzmir, Kocaeli, Gaziantep şehirlerinde kurulmuştur. Kurulan 3 ABİGEM'in başarısı gözlemlendikten sonra 2008 yılı itibariyle ABİGEM'lerin yaygınlaşması projesi başlatılmıştır. Türkiye çapında Avrupa Birliğinden gelen fonlar vasıtasıyla 12 ABİGEM daha kurulmuş olup sayıları 15'e çıkmıştır. ABİGEM'ler A.Ş. statüsünde bulunan iş merkezleridir.

ABİGEM'ler ülke ekonomisinin can damarı olan KOBİ'lerin rekabet düzeylerini arttırarak kendilerini geliştirip daha iyi olmaları için onlara destek ve eğitim vermek gibi bir takım çalışma ve projeler yapmaktadır(<https://www.tobb.org.tr/AvrupaBirligiDairesi/Sayfalar/ABIGEM.html> Erişim Tarihi:15.12.2018).

ABİGEM, “Kendi İşimi Kurmak İstiyorum” adlı projesi ile kadın girişimcilerin daha güvenilir adımlarla iş kurmasını teşvik etmiş, onları cesaretlendirmiştir. ABİGEM 2004-2005 yılları içinde yaptığı Kadın Girişimcilik Programı Çerçevesinde 1643 kadına çeşitli konularda eğitimler düzenlemiştir. Bu

programlara katılan kadınlardan 27 tanesi ise kendi iş yerlerini açmıştır(İlter,2008,s.120).

2.2.3.5.Kadınlarla Dayanışma Vakfı (KADAV)

17 Ağustos 1999 Depremi Sonrası deprem bölgesinde sosyal ve ekonomik açıdan destekten yoksun kalmış kadınlara yardım etmek amacıyla kurulan bir sivil toplum kuruluşudur. Kuruluşundan 2 sene sonra Temmuz 2001’de tüzel kişilik kazanmıştır. Kadınlarla Dayanışma Vakfı (KADAV) Türkiye’de faal olarak kadınlar için çalışan platformlar arasında bulunmaktadır. Ayrıca KADAV bulunduğu bölge de kadın istihdamı için çalışmakta olan kurum ve kuruluşlarla beraber çalışmaktadır. Kadınların iş hayatına atılmaları ve devam etmeleri için gerekli eğitimlerin verilmesini sağlamaktadır. KADAV ayrıca 2007 yılında kurulan Kadın Emeği ve İstihdam Girişimi (KEİG) platformunun kurulmasında liderlik etmiştir. Halen de KEİG’ in sekreteryaya işlerini sürdürmeye devam etmektedir(<http://www.kadav.org.tr> Erişim Tarihi:14.12.2018).

2.2.3.6.Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı (KEDV)

Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı (KEDV) 1986 yılında kadınların sosyal ve ekonomik şartlarını iyileştirmek, hayat standartlarını kaliteli hale getirebilmek amacı ile faaliyete geçmiştir. KEDV kar amacı taşımayan bir sivil toplum kuruluşu olarak düşük gelirli kadınlar ve çocuklar için çalışmalarına devam etmektedir. Bölgesel düzeyde kadın gruplara yönelik kişisel ve toplu olarak çeşitli eğitimler vermektedir. Kadın ve çocuk merkezleri kurarak erken çocukluk eğitim hizmetleri sunmasına destek olmaktadır. Her sene KEDV bu şekilde 3000 civarında kadın ve çocuğa eğitim vermektedir. KEDV’nin çalışma ilkeleri ise şu şekilde sıralanmaktadır.

- 1-Düşük gelirli kadınların hayat tecrübelerine, fakirlikte mücadelelerindeki çabaya, kendi ayakları üzerinde durabilme kabiliyetlerine inanır.
- 2-Kadınların fikirlerine saygı duyar, kendi fikirlerini onlara empoze etmez, kadınları kendilerine ve çevrelerine yabancılaştırmaktan kaçınır.
- 3-Kadınların sorunlarının yerel düzeyde çözülebileceğine inanır. Bu sebeple merkezi ve yerel yönetimler, üniversiteler, özel sektör, sivil toplum kuruluşları ve toplumdaki diğer kesimlerle iş birliği yapar.

4-Tüm çalışmalarını ve projelerini yoksul kadınların ve çevrelerinin sinerjisiyle geliştirir.

Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı (KEDV) kadın girişimcilerin ekonomik rollerini arttırmak amacıyla eğitim, kredi desteği, pazarlama ve danışmanlık desteği de vermektedir(<http://www.kedv.org.tr/06/> Erişim Tarihi:18.12.2018).

İş Geliştirme Desteği: Kadınların kendi yeteneklerini ve bölgesindeki iş olanaklarını araştırarak onlar için iş fikirleri geliştirip konuyla ilgili eğitim desteği vermektedir. Kadınların bir araya gelerek kendi aralarında el emeklerini ortaya koyabildikleri bir kooperatif kurmalarına destek verilmektedir. Ev yapımı gıda üretimi, sabun üretimi, hediyelik eşya yemek yapımı gibi konularda kurulan kooperatifler sayesinde kadınlar kendi ayakları üzerinde durma imkânını elde ederler. Şu ana kadar yaklaşık 3000 kadın bu destekten faydalanmıştır.

Maya Mikro Ekonomik Destek İşletmesi: MAYA 2002 yılı Haziran ayında Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı tarafından bir iktisadi işletme türünde kurulmuştur. Maya Mikro Ekonomik Destek İşletmesi düşük gelirli iş yapma amacı taşıyan kadınlara işlerini geliştirmeleri ve piyasa içerisinde ayakta kalıp iş yapabilmeleri için düşük miktarlarda borç vermektedir. MAYA Türkiye'nin ilk mikro kredi kurumudur.

Yeni Ürün Geliştirme: Kadınların becerileri ile yeni ürünler ortaya çıkarmak için kurslar, eğitimler düzenlenmektedir. Piyasadaki talep doğrultusunda yeni ürünlerin ortaya çıkarılması için çalışılmaktadır. Bez bebek, yuva eğitim materyalleri, çocuk eşyaları, ahşap oyuncak, mutfak önlüğü, eldiveni, çeşitli hediyelik eşyalar, kutu, kâğıt ve sabun üretimi için destek sağlamıştır.

Tasarruf Grupları: KEDV tarafından oluşturulan tasarruf grupları sayesinde kadınlar 10'ar kişilik gruplar halinde kendi küçük tasarruflarını biriktirip küçük bir fon havuzu oluşturmaktadır. Bu şekilde kadınlar birikim nasıl yapılır, nasıl borç ödenir, nasıl borç verilir gibi durumları da öğrenmiş olurlar. Vakıf kadınların bu konuda kendilerini geliştirmeleri için eğitim, kılavuz ve örnek kayıtlar hazırlamıştır.

Nahıl: Nahıl Dükkân Kadının Emeğini Değerlendirme Vakfı tarafından kurulan bir iktisadi işletme olarak 2003 yılından bu yana faaliyetini sürdürmektedir. Bu dükkânda Türkiye'nin her yerine kadınların kendi yaptıkları el emeği ürünler internet üzerinden satışa sunulmaktadır. Ayrıca düzenli olarak gerçekleştirilen Nahıl Şenlikleri ile hem isimlerini duyurma fırsatı bulmakta hem de daha çok satış yapma imkânı elde etmektedirler(<http://www.kedv.org.tr/06/> Erişim Tarihi:18.12.2018).

2.2.3.7.GAP Bölgesi Girişimci Destekleme Merkezleri (GİDEM)

GAP-GİDEM Projesi; 1997 yılında Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı(BMKP) ve GAP Bölge Kalkınma İdaresi Başkanlığı(GAP BKİ) tarafından yürütülen “Güneydoğu Anadolu Sürdürülebilir İnsani Kalkınma Programı” alt projesidir. Beş yıl BMKP ve GAP BKİ tarafından finanse edilen projeye 2002 yılından sonra Avrupa Komisyonu mali destek vermeye başlamıştır. Bu amaçla Şanlıurfa, Diyarbakır, Adıyaman ve Mardin’de GAP-GİDEM ofisleri kurulmuş, girişimcilere ve girişimci adaylarına danışmanlık ve eğitim imkânı verilmiştir. GAP Bölgesinde kadın girişimciliğinin mevcut durumu incelenmiş ve kadın girişimciliğini geliştirmek için gerekli bilgi birikiminin oluşması amaçlanmıştır. Kadınları girişimciliğe özendirmek, yeni bir iş kurmak veya var olan işlerini geliştirmek için desteklemek ve bu yolla başarılı kadın girişimci sayısını artırmak için program ve öneriler sunulmaktadır(<http://www.tr.undp.org> Erişim Tarihi:18.12.2018).

2.2.3.8.Girişimci İş Kadınları Derneği(ANGİKAD)

ANGİKAD Girişimci İş Kadınları Derneği, 2007 yılında kadınların ekonomi içindeki varlığını arttırarak devam ettirmesi amacıyla kurulmuş bir sivil toplum kuruluşudur. ANGİKAD üyesi girişimci kadınlar tarım, turizm, hizmet, sağlık, sigortacılık, teknoloji gibi çeşitli iş kollarında faaliyet göstermektedir. ANGİKAD kurulduğundan beri ulusal ya da uluslararası kurum ve kuruluşlarla iş birliği içerisinde çok çeşitli proje ve çalışmalar yürütmektedir. ANGİKAD’ ın amacı tüm platformlarda, özel sektör, kamu sektörü, sivil toplum kuruluşları içerisinde kadın erkek arasında fırsat eşitliğini sağlamak, kadının ekonomi içindeki rolünü arttırmaktır. ANGİKAD’ ın yaptığı çeşitli projeler ise şu şekilde sıralanır(<https://www.angikad.org.tr/> Erişim Tarihi:18.12.2018).

Girişimcilik Kampı: Buradaki hedef kitle üniversitede burslu bir şekilde okuyan genç kızlarımızdır. Buradaki amaç girişimcilik ekosisteminin gelecek kuşakları da içine alacak şekilde verimli ve kaliteli şekilde gelişmesidir.

Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Farkındalık Haftası: Bu faaliyet ANGİKAD tarafından yaklaşık 10 yıldır düzenlenmektedir. Bu etkinlik sayesinde çalışan kadınlar için toplumsal cinsiyet eşitliği konusuna vurgu yapılmakta, bir kamuoyu oluşturularak halkın bu konuda bilgilenebilmesi sağlanmaktadır.

Girişimciler Buluşması: ANGİKAD Girişimci İş Kadınları Derneği tarafından düzenlenen bir organizasyondur. Bu organizasyona katılım için üyelik şartı aranmamaktadır. Katılımcıların ürünlerini sergilemesine imkan tanıyan, güncel konular üzerine paneller düzenlenerek bilgilendirme yapılan, sosyal sorumluluk bilinci içerisinde ihtiyaç sahibi çocuklara burs imkanı veren geniş kapsamlı bir organizasyondur.

Gençlik Zirvesi: ANGİKAD ve AIESEC'in ortaklaşa düzenlediği bir gençlik zirvesidir. AIESEC; 1948 yılında kültürler arası etkileşimi sağlama hayali ile yedi genç tarafından kurulmuştur. Şu an ise dünyanın en büyük gençlik platformu olma özelliğine sahip olan AIESEC Türkiye'nin de içinde olduğu toplam 128 ülkede faaliyettedir. Gençlik platformu dünya barışı ve kaynakların etkin kullanımı hakkında neler yapılması gerektiği üzerine çalışmalar yapmaktadır. Zirvenin diğer bir hedefi ise gençlerle, girişimci iş kadınları arasında bir köprü oluşturmak, girişimcilik ruhunu tüm gençlere kazandırmaktır(<https://www.angikad.org.tr/> Erişim Tarihi:18.12.2018).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

GİRİŞİMCİLİK ALANINDA KADIN GİRİŞİMCİLERİN YERİ VE KARŞILAŞTIKLARI ZORLUKLAR: ŞANLIURFA İLİ ÖRNEĞİ

Bu bölümde öncelikle araştırmanın amacı, kapsamı, önemi, evreni ve örnekleme, veri toplama aracı ile araştırmada kullanılan yöntem ve teknikler hakkında bilgi verilecektir. Daha sonra anketin güvenilirliğine ilişkin veriler sunulacak olup son olarak anket çalışması sonucunda elde edilen bulgulara ve hipotezlere yer verilecektir.

3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI

Araştırmanın konusu, “Girişimcilik Alanında Kadın Girişimcilerin Yeri ve Karşılaştıkları Zorluklar: Şanlıurfa İli Örneği” olarak belirlenmiştir. Bu çalışma için girişimci kadınlardan veri toplanmıştır.

Bu araştırmanın amacı ise Şanlıurfa İlinde bulunan kadın girişimcilerin yaşadığı sorunların belirlenmesi ve bu sorunların çözümlenebilmesi amacıyla neler yapılabileceğinin istatistiksel veriler aracılığı ile incelenmesidir.

3.2. ARAŞTIRMANIN KAPSAMI

Şanlıurfa ilinden bulunan kadın girişimciler ve onların karşılaştıkları zorlukların belirlemesine yönelik yapılan bu araştırma Şanlıurfa il merkezinde faaliyet göstermekte olan 63 kadın girişimciye yapılmıştır. Veri toplama aracı olarak anket çalışması kullanılmıştır. Anket çalışmasında bilgilerin birinci ağızdan alınması bilgilerin daha güvenilir, daha doğru sonuçlar ortaya çıkarmasını sağlamaktadır.

3.3.ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

Dünya nüfusunun yarısını oluşturan kadınların iş hayatında var olmaya başladıkları günden itibaren sayıları her geçen gün artmıştır. Bu artışın hem Dünya ekonomisi hem de Türkiye ekonomisi üzerinde göz ardı edilemeyecek olumlu bir etkisi gözlemlenmektedir. Kadın girişimcilerin çalışma hayatında erkeklere nazaran kadın oldukları için baş etmek zorunda oldukları sorunlar vardır. Cinsiyet temelli sorunlarla iş yaşamında var olmaya çalışan kadın girişimcilerin karşılaştıkları

sorunların belirlenmesi amacıyla Şanlıurfa İlinde yapılan bu çalışma oldukça önemlidir.

3.4. ARAŞTIRMANIN EVRENİ VE ÖRNEKLEMİ

Şanlıurfa il merkezinde yapılan bu çalışma için Şanlıurfa Ticaret ve Sanayi Odası ile görüşülerek bilgi alındı. Yapılan araştırma sonucu 74 kadının girişimcilik faaliyetini fiili olarak yaptıkları tespit edildi. 74 kadın girişimci araştırmamızın evrenini oluşturmaktadır. Ulaşılan 74 kadın girişimciden 11'i ankete katılmak istemedi. Geri kalan 63 kadın girişimciye yüz yüze anket yapıldı. Resmiyette kadının üzerine kayıtlı bir işletmesi bulunmasına rağmen işletme faaliyetlerinin eşi veya aile yakınları tarafından yürütüldüğü işletmeler kapsam dışı bırakıldı.

Araştırmacıların verilerle ilgili hassasiyet derecesi, göz ardı edilebilecek düzeyde yanılğı payı, uygulanacak istatistiksel analiz ve bunun sonucunda evrenin büyüklüğü, örnek kütlenin büyüklüğü ile ilgili temel belirleyicileridir. Bu faktörlere bakılarak, örnek kütle için belirlenen büyüklüğün, ayrıntılı hesaplamalardan ziyade araştırmacının yargısı ile ilişkili olduğu ifade edilmektedir. Fakat belirli istatistiksel tekniklerin uygulanabilmesi için en az 30 kişiye ulaşılması konusunda genel geçer bir kabul vardır. Yapılan çalışmalarda bu konudaki görüş; 30'dan büyük 500'den küçük örnek büyüklüklerinin çoğu araştırma için yeterli olduğudur(Altunışık, Coşkun, Yıldırım ve Bayraktaroğlu, 2007).

3.5. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ

- 1) Kadın girişimcilerin iş kurma nedenlerinden olan “ekonomik bağımsızlığımı kazanmak için iş kurdum” ifadesi yaş değişkenine göre farklılık göstermektedir.
- 2) Kadın girişimcilerin girişimcilik özelliklerinden olan “hırslı ve kararlı bir yapım var” ifadesi eğitim düzeyi değişkenine göre farklılık göstermektedir.
- 3) Kadın girişimcilerin işletmelerini kurarken karşılaştığı sorunlar medeni durum değişkenine göre farklılık göstermektedir.
- 4) Kadın girişimcilerin işletmelerinin faaliyetleri sırasında karşılaştıkları sorunlar aylık ortalama kazanç değişkenine göre farklılık göstermektedir.
- 5) Kadın girişimcilerin aile yaşamlarında karşılaştıkları sorunlar çocuk sayısı değişkenine göre farklılık göstermektedir.

- 6) Kadın girişimcilerin işletmelerini kurarken karşılaştığı sorunlar işletmelerini kurmadan önce ailelerini ikna etme durumu değişkenine göre farklılık göstermektedir.
- 7) Kadın girişimcilerin işletmelerinin faaliyetleri sırasında karşılaştıkları sorunlar herhangi bir sivil toplum örgütüne üye olma değişkenine göre farklılık göstermektedir.
- 8) Kadın girişimcilerin aile yaşamlarında karşılaştıkları sorunlar ailelerinde girişimci olma durumu değişkenine göre farklılık göstermektedir.
- 9) Kadın girişimcilerin işletmelerinin faaliyetleri sırasında karşılaştıkları sorunlar mesleki bilgi ve becerileri kazanma yolları değişkenine göre farklılık göstermektedir.
- 10) Kadın girişimcilerin işletmelerini kurarken karşılaştığı sorunlar işletmenin faaliyet gösterdiği sektör değişkenine göre farklılık göstermektedir.

3.6. VERİ TOPLAMA YÖNTEMİ

Bu araştırmada veri toplamak amacıyla bilimsel araştırma yöntemlerinde yer alan anket kullanımına başvurulmuştur. Anket formu toplam olarak 31 sorudan oluşmaktadır.

İlk 9 soruda katılımcılarla ilgili olarak, yaş, eğitim durumu, medeni durum, çocuk sayısı, işletmenin kuruluş yılı, işletmenin hukuki yapısı, faaliyet gösterilen sektör, işletme bünyesinde kaç kişi çalıştırıldığı, ortalama aylık kazanç düzeyi ile ilgili sorular sorulmuştur.

10 ile 18'inci sorular arasında kadın girişimcinin iş kurmadan önceki uğraşı, aile geçmişinde girişimci olup olmadığı, annenin çalışıp çalışmadığı, kurduğu işle ilgili mesleki deneyiminin olup olmadığı, mesleki bilgi ve becerisini nereden sağladığı, niçin girişimci olduğu, ailesini ikna etmek zorunda kalıp kalmadığı, kimlerden destek gördüğü ve sermaye teminini nasıl sağladığı ile ilgili sorular sorulmuştur.

19 ile 23'üncü sorular arasında girişimcinin kişisel özellikleri, iş kurma nedenleri, iş kurma aşamasında karşılaştığı sorunlar, faaliyetlerini sürdürürken karşılaştığı sorunlar, aile yaşamında karşılaşılan sorunlar üzerine "Kesinlikle Katılıyorum", "Katılıyorum", "Kararsızım", "Katılmıyorum", "Kesinlikle

Katılmıyorum” seçeneklerinin olduğu Beşli Likert Ölçeği kullanılarak sorular sorulmuştur.

24 ile 31’inci sorular arasında ise; kadın girişimcinin ev işleri ve çocuk bakımında destek alıp almadığı, girişimciliğin avantajları, girişimciliğin alternatifi, işi ile ilgili gelecek planı, kadın girişimciler için devletten beklentilerinin neler olduğu, kadın girişimci olarak herhangi bir sivil toplum örgütüne üye olup olmadığı, kadın girişimci olmanın imaj ve özgüven konusunda fayda sağlayıp sağlamadığı ve girişimciliği diğer kadınlara tavsiye edip etmeyecekleri soruldu.

3.7. ARAŞTIRMANIN ANALİZİ

Kadın girişimcilerden anket yoluyla elde edilen verilerin analizi SPSS 22.0 for Windows (Statistical Programme for Social Science) programıyla yapılmıştır. İlgili program kullanılırken değişkenlere bağlı olarak Cronbach’s Alpha güvenirlik testi, Ki-Kare Testi, Tek Yönlü Varyans Analizi, Bağımsız Örneklem T-Testi uygulanmıştır.

Güvenirlik Analizi

Araştırmada kadın girişimcilerin girişimcilik alanında karşılaştığı zorlukları incelemek amacıyla kadın girişimcilerin işletmelerini kurarken, faaliyetleri sırasında karşılaştığı sorunlar ve aile yaşamlarında karşılaştığı sorunlar olmak üzere üç alt boyutuna Cronbach’s Alpha güvenirlik testi uygulanmıştır.(Tablo 14). Sonuca göre anketin üç alt boyutu da oldukça güvenilir bir seviyede çıkmıştır.

Tablo 14: Cronbach’s Alpha Güvenirlik Testi

Güvenirlik Analizleri		
	Cronbach’s Alpha	N of Item
İşletme Kurarken Karşılaşılan Sorunlar	0,746	8
İşletme Faaliyetleri Sırasında Karşılaşılan Sorunlar	0,786	10
Aile Yaşamında Karşılaşılan Sorunlar	0,780	6

Anket çalışması sonucunda elde edilen verilerin sonuçlarının frekans dağılımları tablo şeklinde oluşturulmuştur. Verileri analiz etmek için SPSS 22.0 (Statistical Package for Social Science) istatistik programından faydalanılmıştır.

SPSS; sosyal bilimler alanında yapılan araştırmalarda elde edilen verilerin analizinde sık kullanılan bir programdır. Ayrıca ayrıntılı olarak istatistiksel analiz tekniklerini barındırmaktadır.

3.8.BULGULAR

3.8.1. Kadın Girişimcilerin Demografik Özelliklerine İlişkin Frekans Tabloları

Tablo 15: Yaş Değişkeni

Yaş Grupları	Frekans	Yüzde
20-29	12	19,1
30-39	32	50,8
40-50	14	22,2
50 ve üzeri	5	7,9
Toplam	63	100,0

Tablo 15'e göre araştırmaya katılan kadın girişimcilerin yaş grupları incelendiğinde 12'sinin (%19,1) 20-29 yaş grubuna, 32'sinin (%50,8) 30-39 yaş grubuna, 14'ünün (%22,2) 40-50 yaş grubuna ve 5'inin (%7,9) 50 ve üzeri yaş grubuna sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 16: Eğitim Düzeyi Değişkeni

Öğrenim Durumu	Frekans	Yüzde
İlköğretim	11	17,5
Ortaöğretim	18	28,6
Üniversite	29	46,0
Yüksek Lisans	5	7,9
Toplam	63	100,0

Tablo 16'ye göre araştırmaya katılan kadın girişimcilerin öğrenim durumları incelendiğinde 11'inin (%17,5) İlköğretim, 18'inin (%28,6) Ortaöğretim, 29'unun (%46,0) Üniversite ve 5'inin (%7,9) Yüksek Lisans öğrenim durumuna sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 17: Medeni Durum Değişkeni

Medeni Durum	Frekans	Yüzde
Evli	46	73,0
Bekar	12	19,0
Boşanmış/Eşini Kaybetmiş	5	7,9
Toplam	63	100,0

Tablo 17'ye göre araştırmaya katılan kadın girişimcilerin medeni durumları incelendiğinde 46'sının (%73,0) Evli, 12'sinin (%19,0) Bekar ve 5'inin (%7,9) Boşanmış veya Eşini Kaybetmiş olduğu görülmektedir.

Tablo 18: Çocuk Sayısı Değişkeni

Çocuk Sayısı	Frekans	Yüzde
Hiç Çocuğu Yok	13	20,6
1 Çocuk	3	4,8
2 Çocuk	26	41,3
3 Çocuk	14	22,2
4 ve üzeri Çocuk	7	11,1
Toplam	63	100,0

Tablo 18'e göre araştırmaya katılan kadın girişimcilerin sahip oldukları çocuk sayıları incelendiğinde 13'ünün (%20,6) Hiç Çocuğunun Olmadığı, 3'ünün (%4,8) 1(bir) Çocuğunun olduğu , 26'sının (%41,3) 2(iki) Çocuğunun olduğu, 14'ünün (%22,2) 3(üç) Çocuğunun olduğu ve 7'sinin (%11,1) ise 4(dört) veya daha fazla Çocuğunun olduğu görülmektedir.

Tablo 19: İşletmenin Kuruluş Yılı Değişkeni

Kuruluş Yılı	Frekans	Yüzde
2018 Yılı	18	28,6
2017 Yılı	10	15,9
2016 Yılı	8	12,7
2015 ve Öncesi	27	42,9
Toplam	63	100,0

Tablo 19'a göre araştırmaya katılan kadın girişimcilerin işletmelerinin kuruluş yılları incelendiğinde 18'inin (%28,6) 2018 Yılında, 10'unun (%15,9) 2017 Yılında, 8'inin (%12,7) 2016 Yılında ve 27'sinin (%42,9) 2015 ve Öncesinde işletmelerini kurdukları görülmektedir.

Tablo 20: İşletmelerin Hukuki Yapısı Değişkeni

Hukuki Yapı	Frekans	Yüzde
Şahıs İşletmesi	53	84,1
Limited Şirket	7	11,1
Anonim Şirket	3	4,8
Toplam	63	100,0

Tablo 20'ye göre araştırmaya katılan kadın girişimcilerin işletmelerinin hukuki yapıları incelendiğinde 53'ünün (%84,1) Şahıs İşletmesi, 7'sinin (%11,1) Limited Şirket ve 3'ünün (%4,8) ise Anonim Şirket hukuki yapısına sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 21: İşletmenin Faaliyet Gösterdiği Sektör Değişkeni

Sektör	Frekans	Yüzde
Hizmet	37	58,7
Konaklama ve Yiyecek Hizmeti	9	14,3
Toptan ve Perakende Ticaret	12	19,0

İmalat	5	7,9
Toplam	63	100,0

Tablo 21'e göre araştırmaya katılan kadın girişimcilerin işletmelerinin faaliyet gösterdikleri sektörler incelendiğinde 37'sinin (%58,7) Hizmet sektöründe, 9'unun (%14,3) Konaklama ve Yiyecek Hizmeti sektöründe, 12'sinin (%19,0) Toptan ve Perakende Ticaret sektöründe ve 5'inin (%7,9) İmalat sektöründe faaliyet gösterdiği görülmektedir.

Tablo 22: İşletmenin Çalışan Sayısı Değişkeni

Çalışan Sayısı	Frekans	Yüzde
Yalnız Kendisi Çalışıyor	9	14,3
1-4 Kişi Çalıştırıyor	40	63,5
5-9 Kişi Çalıştırıyor	11	17,5
10-49 Kişi Çalıştırıyor	3	4,7
Toplam	63	100,0

Tablo 22'ye göre araştırmaya katılan kadın girişimcilerin işletmelerindeki çalışan sayıları incelendiğinde 9'unun (%14,3) Yalnız Kendisinin Çalışıyor olduğu, 40'ının (%63,5) 1-4 Kişi Çalıştırıyor olduğu, 11'inin (%17,5) 5-9 Kişi Çalıştırıyor olduğu ve 3'ünün (%4,7) 10-49 Kişi Çalıştırıyor olduğu görülmektedir.

Tablo 23: Aylık Ortalama Kazanç Değişkeni

Aylık Kazanç	Frekans	Yüzde
5.000 TL'den az	33	52,4
5.001 TL-10.000 TL arası	17	27,0
10.001 TL-15.000 TL arası	7	11,1
15.001 TL ve üzeri	6	9,5
Toplam	63	100,0

Tablo 23'e göre araştırmaya katılan kadın girişimcilerin aylık ortalama kazançları incelendiğinde 33'ünün (%52,4) 5.000 TL'den az gelirin olduğu, 17'sinin (%27,0) 5.001 TL-10.000 TL arası gelirin olduğu, 7'sinin (%11,1) 10.001 TL-

15.000 TL arası gelirinin olduğu ve 6'sının (%9,5) 15.001 TL ve üzeri gelirinin olduğu görülmektedir.

3.8.2. Kadın Girişimcilerin İş Hayatına Başlamalarına İlişkin Frekans Tabloları

Tablo 24: İş Kurmadan Önceki Uğraş Değişkeni

İş Kurmadan Önceki Uğraş	Frekans	Yüzde
Aynı İş Evde Yapıyor	11	17,5
Bir İşte Çalışıyor(kamu/özel)	24	38,1
Eğitim/Öğretime Devam Ediyor	8	12,7
Ev İşleriyle Meşgul	20	31,7
Toplam	63	100,0

Tablo 24'e göre araştırmaya katılan kadın girişimcilerin iş kurmadan önceki uğraşları incelendiğinde 11'inin (%17,5) Aynı İş Evde Yapıyor olduğu, 24'ünün (%38,1) Bir İşte Çalışıyor (kamu/özel) olduğu, 8'inin (%12,7) Eğitim/Öğretime Devam Ediyor olduğu ve 20'sinin (%31,7) Ev İşleriyle Meşgul olduğu görülmektedir.

Tablo 25: Ailede; Anne, Baba veya Eşin Girişimci Olma Durumu Değişkeni

Ailede Girişimci Olan Kimse Var Mı?	Frekans	Yüzde
Evet	35	55,6
Hayır	28	44,4
Toplam	63	100,0

Tablo 25'e göre araştırmaya katılan kadın girişimcilerin ailelerinde; anne, baba veya eşin girişimci olma durumları incelendiğinde 35'inin (%55,6) ailelerinde girişimci bireylerin bulunduğu, 28'inin (%44,4) ise ailelerinde girişimci bireylerin bulunmadığı görülmektedir.

Tablo 26: Annenin Çalışma Durumu Değişkeni

Annenin Çalışma Durumu	Frekans	Yüzde
Hayatı Boyunca Hiç Çalışmadı	55	87,3
Bir Yıldan Az Süreli Çalıştı/Çalışıyor	2	3,2
Bir Yıldan Uzun Süreli Çalıştı/Çalışıyor	6	9,5
Toplam	63	100,0

Tablo 26'ya göre araştırmaya katılan kadın girişimcilerin annelerinin çalışma durumları incelendiğinde 55'inin (%87,3) annesinin Hayatı Boyunca Hiç Çalışmadığı, 2'sinin (%3,2) annesinin Bir Yıldan Az Süreli Çalıştı/Çalışıyor olduğu ve 6'sının (%9,5) annesinin ise Bir Yıldan Uzun Süreli Çalıştı/Çalışıyor olduğu görülmektedir.

Tablo 27: Yapılan İşe Yönelik Mesleki Deneyim Durumu Değişkeni

Mesleki Deneyim Durumu	Frekans	Yüzde
Deneyim Yok	26	41,3
0-4 Yıl	21	33,3
5-10 Yıl	9	14,3
10 Yılden Fazla	7	11,1
Toplam	63	100,0

Tablo 27'ye göre araştırmaya katılan kadın girişimcilerin yapmış oldukları işe dair daha önceki mesleki deneyim durumları incelendiğinde 26'sının (%41,3) daha önceden Deneyiminin Olmadığı, 21'inin (%33,3) 0-4 yıl deneyiminin olduğu, 9'unun (%14,3) 5-10 Yıl deneyiminin olduğu ve 7'sinin (%11,1) ise 10 Yılden Daha Fazla deneyiminin olduğu görülmektedir.

Tablo 28: Mesleki Bilgi ve Becerinin Nasıl Kazanıldığı Değişkeni

Mesleki Bilgi ve Becerinin Nasıl Kazanıldığı	Frekans	Yüzde
Aileden	11	17,5
İş Hayatından	30	47,6
Örgün ve Yaygın Eğitimden	11	17,5
Meslek Edindirme Programlarından	11	17,5
Toplam	63	100,0

Tablo 28'e göre araştırmaya katılan kadın girişimcilerin mesleki bilgi ve becerilerini nasıl kazandıkları incelendiğinde 11'inin (%17,5) bilgi ve becerilerini Ailelerinden kazandığı, 30'unun (%47,6) bilgi ve becerilerini İş Hayatından kazandığı, 11'inin (%17,5) bilgi ve becerilerini Örgün ve Yaygın Eğitimden kazandığı ve 11'inin (%17,5) ise bilgi ve becerilerini Meslek Edindirme Programlarından kazandığı görülmektedir.

Tablo 29: Girişimciliğe Başlama Sebepleri Değişkeni

Girişimciliğe Başlama Sebepleri	Frekans	Yüzde
Başarma Duygusu	40	63,5
Ekonomik Bağımsızlık Kazanmak	11	17,5
Kendini Geliştirmek	3	4,8
Evin Bütçesine Katkıda Bulunmak	3	4,8
Yenilikçi Fikirleri Harekete Geçirmek	5	7,8
İstihdam İmkanları Yaratmak	1	1,6
Toplam	63	100,0

Tablo 29'a göre araştırmaya katılan kadın girişimcilerin girişimciliğe başlama sebepleri incelendiğinde 40'ının (%63,5) Başarma Duygusu nedeniyle, 11'inin (%17,5) Ekonomik Bağımsızlık Kazanmak nedeniyle, 3'ünün (%4,8) Kendini Geliştirmek nedeniyle, 3'ünün (%4,8) Evin Bütçesine Katkıda Bulunmak nedeniyle, 5'inin (%7,8) Yenilikçi Fikirleri Harekete Geçirmek nedeniyle ve 1'inin (%1,6) İstihdam İmkanları Yaratmak nedeniyle girişimciliğe başladığı görülmektedir.

Tablo 30: İşletmeyi Kurmak İçin Aileyi İkna Etme Durumu Değişkeni

Ailenizi İkna Etmek Zorunda Kaldınız Mı?	Frekans	Yüzde
Evet	21	33,3
Hayır	42	66,7
Toplam	63	100,0

Tablo 30'a göre araştırmaya katılan kadın girişimcilerin iş kurmadan önce ailelerini ikna etme durumları incelendiğinde 21'inin (%33,3) ailelerini ikna etmek zorunda kaldığı, 42'sinin (%66,7) ise ailelerini ikna etmek zorunda kalmadığı görülmektedir.

Tablo 31: İşletmeyi Kurarken Destek Alma Durumu/Destek Alınan Yer Değişkeni

Nereden Destek Aldınız?	Frekans	Yüzde
Eşten	32	50,8
Anne ve Babadan	14	22,2
Çocuklardan	4	6,3
Kamu Kurumlarından (Belediye, Valilik, KOSGEB vs.)	2	3,2
Yakın Çevre ve Arkadaşlardan	3	4,8
Hiç Kimseden Destek Almadım	8	12,7
Toplam	63	100,0

Tablo 31'e göre araştırmaya katılan kadın girişimcilerin işletmelerini kurarken destek alma durumları ve destek aldıkları yerler incelendiğinde 32'sinin (%50,8) Eşinden destek aldığı, 14'ünün (%22,2) Anne ve Babasından destek aldığı, 4'ünün (%6,3) Çocuklardan destek aldığı, 2'sinin (%3,2) Kamu Kurumlarından destek aldığı, 3'ünün (%4,8) Yakın Çevre ve Arkadaşlardan destek aldığı ve 8'inin (%12,7) ise Hiç Kimseden Destek Almadığı görülmektedir.

Tablo 32: İşletmeyi Kurarken Sağlanan Sermaye Temini Değişkeni

Sermaye Teminini Nasıl Sağladınız?	Frekans	Yüzde
Kendi Birikimim	37	58,7
Ailemden Borç Para Aldım	14	22,2
Çevremden Borç Para Aldım	2	3,2
Ortak Buldum	3	4,8
Banka Kredisi Aldım	7	11,1
Toplam	63	100,0

Tablo 32'ye göre araştırmaya katılan kadın girişimcilerin işletmelerini kurarken sermaye teminlerini nasıl sağladıkları incelendiğinde 37'sinin (%58,7) Kendi Birikiminden yararlandığı, 14'ünün (%22,2) Ailesinden Borç Para Aldığı, 2'sinin (%3,2) Çevresinden Borç Para Aldığı, 3'ünün (%4,8) Ortak Bulduğu ve 7'sinin (%11,1) de Banka Kredisi Alarak sermaye teminini sağladığı görülmektedir.

Tablo 33: Kadın Girişimcilerin Girişimcilik Özellikleri Dağılımı

GİRİŞİMCİLİK ÖZELLİKLERİ	Kesinlikle Katılıyorum		Katılıyorum		Kararsızım		Katılmıyorum		Kesinlikle Katılmıyorum	
	N	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Risk üstlenebilme yeteneğim vardır	44	69,8	14	22,2	4	6,3	1	1,6	0	0
Kendime güvenim ve cesaretim vardır	51	81,0	11	17,5	1	1,6	0	0	0	0
Sabırlı ve hoşgörülü bir insanım	44	69,8	13	20,6	4	6,3	1	1,6	1	1,6
İnsanlarla kolay ve iyi iletişim kurarım	48	76,2	14	22,2	0	0	1	1,6	0	0
Yönetim becerisine sahibim	44	69,8	13	20,6	3	4,8	1	1,6	2	3,2
Aldığım eğitim ve deneyimlerime güvenirim	45	71,4	11	17,5	4	6,3	2	3,2	1	1,6
Hırslı ve kararlı bir yapım vardır	38	60,3	18	28,6	2	3,2	4	6,3	1	1,6
Sorunlara çözüm odaklı yaklaşırım	42	66,7	18	28,6	1	1,6	2	3,2	0	0

Özverili ve çalışan bir yapım vardır	46	73,0	14	22,2	1	1,6	1	1,6	1	1,6
--------------------------------------	----	------	----	------	---	-----	---	-----	---	-----

Tablo 33’e göre kadın girişimcilerin girişimcilik özellikleri ifadelerine katılım dereceleri incelendiğinde en yüksek sıklıkla “Kesinlikle Katılıyorum” cevabı, %81,0’lık bir oran ile “Kendime güvenim ve cesaretim vardır” ifadesinde belirtilmiştir. Bunu %76,2’lik oran ile “İnsanlarla kolay ve iyi iletişim kurarım” ve %73,0’lık oran ile “Özverili ve çalışan bir yapım vardır” ifadesi takip etmektedir. Girişimcilik özelliklerine en yüksek sıklıkla “Katılıyorum” cevabı %28,6’lık oranlarla “Hırslı ve kararlı bir yapım vardır” ve “Sorunlara çözüm odaklı yaklaşırım” ifadelerinde belirtilmiştir. Girişimcilik özelliklerine en yüksek sıklıkla “Kararsızım” cevabı %6,3’lük oranlarla “Risk üstlenebilme yeteneğim vardır”, “Sabırlı ve hoşgörülü bir insanım” ve “Aldığım eğitim ve deneyimlerime güvenirim” ifadelerinde belirtilmiştir. Girişimcilik özelliklerine en yüksek sıklıkla “Katılmıyorum” cevabı %6,3’lük oranla “Hırslı ve kararlı bir yapım vardır” ifadesinde belirtilmiştir. Kesinlikle katılmıyorum seçeneği için kayda değer bir oran bulunmamaktadır.

Tablo 34: Kadın Girişimcilerin İş Kurma Nedenlerinin Dağılımı

İŞ KURMA NEDENLERİ	Kesinlikle Katılıyorum		Katılıyorum		Kararsızım		Katılmıyorum		Kesinlikle Katılmıyorum	
	n	%	n	%	N	%	n	%	n	%
Ailemin ihtiyaçlarını karşılamak için iş kurdum	22	34,9	20	31,7	7	11,1	7	11,1	7	11,1
Ekonomik bağımsızlığımı kazanmak için iş kurdum	35	55,6	19	30,2	2	3,2	5	7,9	2	3,2

Kendi işimin patronu olmak için iş kurdum	33	52,4	18	28,6	6	9,5	5	7,9	1	1,6
Zamanımı değerlendirme k için iş kurdum	16	25,4	23	36,5	4	6,3	11	17,5	9	14,3
Yüksek kazanç elde etmek için iş kurdum	13	20,6	21	33,3	8	12,7	14	22,2	7	11,1
İdealimi gerçekleştirme k ve kendimi kanıtlamak için iş kurdum	40	63,5	16	25,4	2	3,2	4	6,3	1	1,6
Bilgi, beceri ve deneyimlerimi değerlendirme k için iş kurdum	33	52,4	21	33,3	4	6,3	2	3,2	3	4,8
Mesleğimi yapmak için iş kurdum	25	39,7	14	22,2	3	4,8	12	19,0	9	14,3
Sosyal statümü yükseltmek, toplumda bir prestij ve ün sahibi olmak için iş kurdum	24	38,1	12	19,0	7	11,1	13	20,6	7	11,1
İş bulamadığım için iş kurdum	2	3,2	8	12,7	5	7,9	22	34,9	26	41,3
Finansal destek ve teşvik	6	9,5	5	7,9	5	7,9	19	30,2	28	44,4

verilmesi nedeniyle iş kurdum										
Miras yoluyla devraldım veya ailemin işini devam ettirmek zorunda kaldım	1	1,6	2	3,2	1	1,6	16	25,4	43	68,3

Tablo 34'e göre kadın girişimcilerin iş kurma nedenleri ifadelerine katılım dereceleri incelendiğinde en yüksek sıklıkla “Kesinlikle Katılıyorum” cevabı, %63,5’lik bir oran ile “İdealimi gerçekleştirmek ve kendimi kanıtlamak için iş kurdum” ifadesinde belirtilmiştir. Bunu %55,6’lık oran ile “Ekonomik bağımsızlığımı kazanmak için iş kurdum” ifadesi takip etmektedir. İş kurma nedenlerine en yüksek sıklıkla “Katılıyorum” cevabı %36,5’luk oranla “Zamanımı değerlendirmek için iş kurdum” ifadesinde belirtilmiştir. İş kurma nedenlerine en yüksek sıklıkla “Kararsızım” cevabı %12,7’lik oranla “Yüksek kazanç elde etmek için iş kurdum”, ifadesinde belirtilmiştir. İş kurma nedenlerine en yüksek sıklıkla “Katılmıyorum” cevabı %34,9’luk oranla “İş bulamadığım için iş kurdum” ifadesinde belirtilmiştir. İş kurma nedenlerine en yüksek sıklıkla “Kesinlikle katılmıyorum” cevabı %68,3’lük oranla” Miras yoluyla devraldım veya ailemin işini devam ettirmek zorunda kaldım” ifadesinde belirtilmiştir.

Tablo 35: Kadın Girişimcilerin İşletmelerini Kurarken Karşılaştıkları Sorunların Dağılımı

İŞLETMEYİ KURARKEN KARŞILAŞILAN SORUNLAR	Kesinlikle Katılıyoru m		Katılıyoru m		Kararsız m		Katılmıyor um		Kesinlikle Katılmıyor um	
	n	%	N	%	n	%	n	%	n	%

İşletmemi kurarken herhangi bir sorunla karşılaşmadım	9	14,3	10	15,9	5	7,9	19	30,2	20	31,7
İşletmemi kurarken ailemin karşı çıkmasından dolayı sorun yaşadım	4	6,3	8	12,7	0	0	21	33,3	30	47,6
İşletmemi kurarken bilgi eksikliği ve tecrübesizlikten dolayı sorun yaşadım	3	4,8	12	19,0	2	3,2	17	27,0	29	46,0
İşletmemi kurarken toplumun olumsuz bakış açısı ve önyargılı tutumlar nedeniyle sorun yaşadım	9	14,3	14	22,2	4	6,3	12	19,0	24	38,1
İşletmemi kurarken sermaye temininde sorun yaşadım	1 7	27,0	20	31,7	3	4,8	15	23,8	8	12,7
İşletmemi kurarken bürokratik işlerden dolayı sorun yaşadım	1 2	19,0	10	15,9	5	7,9	17	27,0	19	30,2
İşletmemi kurarken yer temininden dolayı sorun yaşadım	1 3	20,6	12	19,0	2	3,2	19	30,2	17	27,0
İşletmemi kurarken malzeme temininden dolayı sorun yaşadım	1 3	20,6	10	15,9	4	6,3	18	28,6	18	28,6
İşletmemi kurarken yaşadığım sorunların kadın olmamdan kaynaklandığını düşünüyorum	1 0	15,9	5	7,9	3	4,8	14	22,2	31	49,2

Tablo 35'e göre kadın girişimcilerin işletmelerini kurarken karşılaştıkları sorunların ifadelerine katılım dereceleri incelendiğinde en yüksek sıklıkla "Kesinlikle

Katılıyorum” cevabı, %27,0’lık bir oran ile “İşletmemi kurarken sermaye temininde sorun yaşadım” ifadesinde belirtilmiştir. İşletmeyi kurarken karşılaşılan sorunlara en yüksek sıklıkla “Katılıyorum” cevabı %31,7’lik oranla “İşletmemi kurarken sermaye temininde sorun yaşadım” ifadesinde belirtilmiştir. İşletmeyi kurarken karşılaşılan sorunlara en yüksek sıklıkla “Kararsızım” cevabı %7,9’luk oranlarla “İşletmemi kurarken herhangi bir sorunla karşılaşmadım” ve “İşletmemi kurarken bürokratik işlerden dolayı sorun yaşadım” ifadelerinde belirtilmiştir. İşletmeyi kurarken karşılaşılan sorunlara en yüksek sıklıkla “Katılmıyorum” cevabı %33,3’lük oranla “İşletmemi kurarken ailemin karşı çıkmasından dolayı sorun yaşadım” ifadesinde belirtilmiştir. İşletmeyi kurarken karşılaşılan sorunlara en yüksek sıklıkla “Kesinlikle katılmıyorum” cevabı %49,2’lik oranla “İşletmemi kurarken yaşadığım sorunların kadın olmamdan kaynaklandığını düşünüyorum” ifadesinde belirtilmiştir. Bunu %47,6’lık oranla “İşletmemi kurarken ailemin karşı çıkmasından dolayı sorun yaşadım” ve %46,0’lık oranla “İşletmemi kurarken bilgi eksikliği ve tecrübesizlikten dolayı sorun yaşadım” ifadeleri takip etmektedir.

3.8.3. Kadın Girişimcilerin İşletme Faaliyetleri Sırasındaki Yaşadığı Sorunlara İlişkin Frekans Tabloları

Tablo 36: Kadın Girişimcilerin İşletmelerini Yürütürken Karşılaştıkları Sorunların Dağılımı

İŞLETMEYİ YÜRÜTÜRKEN KARŞILAŞILAN SORUNLAR	Kesinlikle Katılıyorum		Katılıyorum		Kararsızım		Katılmıyorum		Kesinlikle Katılmıyorum	
	n	%	n	%	N	%	n	%	n	%
İşletme faaliyetleri sırasında deneyimsizliğimden dolayı sorun yaşıyorum	2	3,2	7	11,1	3	4,8	20	31,7	31	49,2
İşletme faaliyetleri sırasında ailevi	4	6,3	5	7,9	1	1,6	20	31,7	33	52,4

nedenlerden dolayı sorun yaşıyorum										
İşletme faaliyetleri sırasında tedarikçi ilişkilerinde sorun yaşıyorum	7	11,1	15	23,8	7	11,1	14	22,2	20	31,7
İşletme faaliyetleri sırasında müşteri ilişkilerinde sorun yaşıyorum	5	7,9	8	12,7	11	17,5	18	28,6	21	33,3
İşletme faaliyetleri sırasında borç ödemeleri nedeniyle sorun yaşıyorum	9	14,3	26	41,3	8	12,7	11	17,5	9	14,3
İşletme faaliyetleri sırasında uygun krediye ulaşamamamdan dolayı sorun yaşıyorum	21	33,3	22	34,9	3	4,8	9	14,3	8	12,7
İşletme faaliyetleri sırasında bürokratik işlemlerden dolayı sorun yaşıyorum	6	9,5	17	27,0	4	6,3	18	28,6	18	28,6
İşletme faaliyetleri sırasında çalışanların üzerinde otorite kurmakta sorun yaşıyorum	3	4,8	8	12,7	4	6,3	15	23,8	33	52,4
İşletme faaliyetleri sırasında pazarda erkek hâkimiyetinden dolayı sorun yaşıyorum	4	6,3	7	11,1	3	4,8	16	25,4	33	52,4

İşletme faaliyetleri sırasında yaşadığım sorunların kadın olmamdan kaynaklandığını düşünüyorum	5	7,9	9	14,3	3	4,8	13	20,6	33	52,4
--	---	-----	---	------	---	-----	----	------	----	------

Tablo 36'ya göre kadın girişimcilerin işletmelerini yürütürken karşılaştıkları sorunların ifadelerine katılım dereceleri incelendiğinde en yüksek sıklıkla “Kesinlikle Katılıyorum” cevabı, %33,3'lük bir oran ile “İşletme faaliyetleri sırasında uygun krediye ulaşamamamdan dolayı sorun yaşıyorum” ifadesinde belirtilmiştir. İşletmeyi yürütürken karşılaşılan sorunlara en yüksek sıklıkla “Katılıyorum” cevabı %41,3'lik oranla “İşletme faaliyetleri sırasında borç ödemeleri nedeniyle sorun yaşıyorum” ve %34,9'luk oranla ” İşletme faaliyetleri sırasında uygun krediye ulaşamamamdan dolayı sorun yaşıyorum” ifadelerinde belirtilmiştir. İşletmeyi yürütürken karşılaşılan sorunlara en yüksek sıklıkla “Kararsızım” cevabı %17,5'lik oranla “İşletme faaliyetleri sırasında müşteri ilişkilerinde sorun yaşıyorum” ifadesinde belirtilmiştir. İşletmeyi yürütürken karşılaşılan sorunlara en yüksek sıklıkla “Katılmıyorum” cevabı %31,7'lik oranlarla “İşletme faaliyetleri sırasında deneyimsizliğimden dolayı sorun yaşıyorum” ve “İşletme faaliyetleri sırasında ailevi nedenlerden dolayı sorun yaşıyorum” ifadelerinde belirtilmiştir. İşletmeyi yürütürken karşılaşılan sorunlara en yüksek sıklıkla “Kesinlikle katılmıyorum” cevabı %52,4'lük oranlarla “İşletme faaliyetleri sırasında ailevi nedenlerden dolayı sorun yaşıyorum”, “İşletme faaliyetleri sırasında çalışanların üzerinde otorite kurmakta sorun yaşıyorum”, “İşletme faaliyetleri sırasında pazarda erkek hâkimiyetinden dolayı sorun yaşıyorum” ve “İşletme faaliyetleri sırasında yaşadığım sorunların kadın olmamdan kaynaklandığını düşünüyorum” ifadelerinde belirtilmiştir.

3.8.4. Kadın Girişimcilerin Aile, Sosyal Yaşam ve Gelecek Planlarına İlişkin Frekans Tabloları

Tablo 37: Kadın Girişimcilerin Aile Yaşamında Karşılaştıkları Sorunların Dağılımı

AİLE YAŞAMINDA KARŞILAŞILAN SORUNLAR	Kesinlikle Katılıyor m		Katılıyor m		Kararsızım		Katılmıyor um		Kesinlikle Katılmıyor um	
	n	%	n	%	N	%	n	%	n	%
Girişimci olmamdan dolayı ev işlerini yapmakta sorunlar yaşıyorum	18	28,6	15	23,8	8	12,7	14	22,2	8	12,7
Girişimci olmamdan dolayı çocuk bakımında sorunlar yaşıyorum	13	20,6	6	9,5	7	11,1	18	28,6	19	30,2
Girişimci olmamdan dolayı aileme yeteri kadar zaman ayıramıyorum	26	41,3	15	23,8	6	9,5	10	15,9	6	9,5
Girişimci olmamdan dolayı kendime yeteri kadar zaman ayıramıyorum	26	41,3	18	28,6	4	6,3	9	14,3	6	9,5
Girişimci olmamdan dolayı üzerimde sosyal baskı olduğunu hissediyorum	5	7,9	8	12,7	4	6,3	18	28,6	28	44,4
Girişimci olmamdan dolayı kendimi fiziksel ve zihinsel olarak	19	30,2	20	31,7	7	11,1	10	15,9	7	11,1

yorgun hissediyorum										
------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Tablo 37’ye göre kadın girişimcilerin aile yaşamlarında karşılaştıkları sorunların ifadelerine katılım dereceleri incelendiğinde en yüksek sıklıkla “Kesinlikle Katılıyorum” cevabı %41,3’lük oranlarla “Girişimci olmamdan dolayı aileme yeteri kadar zaman ayıramıyorum” ve “Girişimci olmamdan dolayı kendime yeteri kadar zaman ayıramıyorum” ifadelerinde belirtilmiştir. Aile yaşamında karşılaşılan sorunlara en yüksek sıklıkla “Katılıyorum” cevabı %31,7’lik bir oranla “Girişimci olmamdan dolayı kendimi fiziksel ve zihinsel olarak yorgun hissediyorum” ifadesinde belirtilmiştir. Bunu %28,6’lık oranla “Girişimci olmamdan dolayı kendime yeteri kadar zaman ayıramıyorum” ifadesi takip etmektedir. Aile yaşamında karşılaşılan sorunlara en yüksek sıklıkla “Kararsızım” cevabı %12,7’lik oranla “Girişimci olmamdan dolayı ev işlerini yapmakta sorunlar yaşıyorum”, ifadesinde belirtilmiştir. Aile yaşamında karşılaşılan sorunlara en yüksek sıklıkla “Katılmıyorum” cevabı %28,6’lık oranlarla “Girişimci olmamdan dolayı çocuk bakımında sorunlar yaşıyorum” ve “Girişimci olmamdan dolayı üzerimde sosyal baskı olduğunu hissediyorum” ifadelerinde belirtilmiştir. Aile yaşamında karşılaşılan sorunlara en yüksek sıklıkla “Kesinlikle katılmıyorum” cevabı %44,4’lik oranla” Girişimci olmamdan dolayı üzerimde sosyal baskı olduğunu hissediyorum” ifadesinde belirtilmiştir. Bunu %30,2’lik oranla “Girişimci olmamdan dolayı çocuk bakımında sorunlar yaşıyorum” ifadesi takip etmektedir.

Tablo 38: Kadın Girişimcilerin Ev İşleri/Çocuk İçin Destek Alma Dağılımı

Ev işleri/çocuk bakımı için destek alıyorsunuz?	Frekans	Yüzde
Destek almıyorum	28	44,4
Eşimden destek alıyorum	9	14,3
Aile desteği alıyorum	10	15,9
Temizlikçi desteği alıyorum	9	14,3
Bakıcı desteği alıyorum	2	3,2
Hem bakıcı hem de temizlikçi desteği alıyorum	5	7,9
Toplam	63	100,0

Tablo 38'e göre araştırmaya katılan kadın girişimcilerin ev işleri/çocuk bakımı için destek alma durumları incelendiğinde 28'inin (%44,4) destek almadığı, 9'unun (%14,3) eşinden destek aldığı, 10'unun (%15,9) ailesinden destek aldığı, 9'unun (%14,3) temizlikçi desteği aldığı, 2'sinin (%3,2) bakıcı desteği aldığı ve 5'inin (%7,9) hem bakıcı hem de temizlikçi desteği aldığı görülmektedir.

Tablo 39: Kadın Girişimcilere Göre Girişimci Olmanın Sağlamış Olduğu Avantajlar Dağılımı

Girişimci Olmanın Sağlamış Olduğu Avantajlar	Frekans	Yüzde
Bir işle meşgul olma	8	12,7
Evin bütçesine katkıda bulunma	6	9,5
Maddi özgürlük	14	22,2
Kendine güven	8	12,7
Başarma duygusu	13	20,6
Yaşamdan duyulan memnuniyet	8	12,7
Toplumdaki sosyal statü	6	9,5
Toplam	63	100,0

Tablo 39'a göre araştırmaya katılan kadın girişimcilere göre girişimci olmanın sağlamış olduğu avantajlar incelendiğinde 8'i (%12,7) Bir işle meşgul olmanın, 6'sı (%9,5) Evin bütçesine katkıda bulunmanın, 14'ü (%22,2) Maddi özgürlüğün, 8'i (%12,7) Kendine güvenin, 13'ü (%20,6) Başarma duygusunun, 8'i (%12,7) Yaşamdan duyulan memnuniyetin ve 6'sı (%9,5) Toplumdaki sosyal statünün kendilerine girişimci olmalarından dolayı avantaj sağladığını düşünmektedir.

Tablo 40: Kadın Girişimcilerin Girişimciliğin Alternatifi İle İlgili Düşüncelerinin Dağılımı

Girişimciliğin Alternatifi Sizin İçin Nedir? Bu İşi Yapmasaydınız Ne İş Yapıyor Olurdunuz?	Frekans	Yüzde
Hiçbir iş yapmazdım	12	19,0
Başka bir sektörde yine girişimci olurum	26	41,3
Aynı işte ücretli çalışırdım	12	19,0
Farklı işte ücretli çalışırdım	5	7,9
Memur olurum	8	12,7
Toplam	63	100,0

Tablo 40'a göre araştırmaya katılan kadın girişimcilerin girişimciliğin alternatifi ile ilgili düşünceleri, bu işi yapmasalardı ne yapıyor olacakları incelendiğinde 12'sinin (%19,0) Hiçbir iş yapmayacağı, 26'sının (%41,3) Başka bir sektörde yine girişimci olacağı, 12'sinin (%19,0) Aynı işte ücretli çalışacağı, 5'inin (%7,9) Farklı bir işte ücretli çalışacağı ve 8'inin (%12,7) memur olacağı görülmektedir.

Tablo 41: Kadın Girişimcilerin İşleriyle İlgili Gelecek Planlarının Dağılımı

İşinizle İlgili Gelecek Planınız Nedir?	Frekans	Yüzde
İşi bırakmayı düşünüyorum	7	11,1
İşimin mevcut durumunu devam ettireceğim	14	22,2
Ürün ve hizmet sayısını artırarak ve çeşitlendirerek büyümeyi hedefliyorum	42	66,7
Farklı sektöre girmeyi düşünüyorum	0	0
Toplam	63	100,0

Tablo 41'e göre araştırmaya katılan kadın girişimcilerin işleriyle ilgili gelecek planları incelendiğinde 7'sinin (%11,1) İşini bırakmayı düşündüğü, 14'ünün (%22,2) İşinin mevcut durumunu devam ettireceği, 42'sinin (%66,7) Ürün ve hizmet sayısını

artırarak ve çeşitlendirerek büyümeyi hedeflediği görülmektedir. Ayrıca kadın girişimcilerin farklı sektörlere girmeyi düşünmediği de görülmektedir.

Tablo 42: Kadın Girişimcilerin Devletten Beklentilerinin Dağılımı

Devletten Bekletiniz Nedir?	Frekans	Yüzde
Vergi kolaylıklarının getirilmesi	31	49,2
Rekabet koşullarının geliştirilmesi	6	9,5
Eğitim olanaklarının sağlanması	5	7,9
Teknik destek sağlanması	7	11,1
Kredi olanaklarının iyileştirilmesi	14	22,2
Toplam	63	100,0

Tablo 42’ye göre araştırmaya katılan kadın girişimcilerin işleriyle ilgili devletten beklentileri incelendiğinde 31’inin (%49,2) Vergi kolaylıklarının getirilmesini, 6’sının (%9,5) Rekabet koşullarının geliştirilmesini, 5’inin (%7,9) Eğitim olanaklarının sağlanmasını, 7’sinin (%11,1) Teknik destek sağlanmasını ve 14’ünün (%22,2) Kredi olanaklarının iyileştirilmesini beklediği görülmektedir.

Tablo 43: Kadın Girişimcilerin Kadınlarla İlgili Sivil Toplum Örgütlerine Üyeliklerinin Dağılımı

Kadınlarla İlgili Herhangi bir Sivil Toplum Örgütüne Üye Misiniz?	Frekans	Yüzde
Evet	14	22,2
Hayır	49	77,8
Toplam	63	100,0

Tablo 43’e göre araştırmaya katılan kadın girişimcilerin kadınlarla ilgili herhangi bir sivil toplum örgütüne üyelikleri incelendiğinde 14’ünün (%22,2) sivil toplum örgütlerine üye olduğu, 49’unun (%77,8) ise herhangi bir sivil toplum örgütüne üye olmadığı görülmektedir.

Tablo 44: Kadın Girişimcilerin Girişimcilik Öncesi ve Sonrası Kişisel İmaj ve Güven Durumu Dağılımı

Kişisel İmaj ve Güven Gelişimi	Frekans	Yüzde
Evet, iyi yönde gelişti	55	87,3
Hayır, kötü yönde gelişti	0	0
Herhangi bir değişiklik olmadı	8	12,7
Toplam	63	100,0

Tablo 44'e göre araştırmaya katılan kadın girişimcilerin girişimcilik öncesi ve sonrası kişisel imaj ve güven durumları incelendiğinde 55'inin (%87,3) kişisel imaj ve güveninin iyi yönde geliştiği, 8'inin (%12,7) kişisel imaj ve güveninde herhangi bir değişiklik olmadığı görülmektedir. Ayrıca kadın girişimcilerin kişisel imaj ve güvenlerinde kötü yönlü bir gelişimin olmadığı da görülmektedir.

Tablo 45: Kadın Girişimcilerin Girişimciliği Başka Kadınlara Tavsiye Etme Durumu Dağılımı

Girişimci Olmayı Başka Kadınlara Tavsiye Eder Misiniz?	Frekans	Yüzde
Evet	60	95,2
Hayır	3	4,8
Toplam	63	100,0

Tablo 45'e göre araştırmaya katılan kadın girişimcilerin girişimci olmayı başka kadınlara tavsiye etme durumları incelendiğinde 60'ının (%95,2) tavsiye edeceği, 3'ünün (%4,8) ise girişimci olmayı başka kadınlara tavsiye etmeyeceği görülmektedir.

3.9.HİPOTEZLERE İLİŞKİN TEZLER

Tablo 46: Kadın Girişimcilerin Yaş Düzeyleri ile İş Kurma Nedenlerinden Olan Ekonomik Bağımsızlıklarını Kazanmak için İş Kurmaları İfadesinin Karşılaştırılması

			Hırslı ve kararlı bir yapım vardır					Total
			Kesinlikle katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum	
Yaş Düzeyi	20-29	N	7	4	0	1	0	12
		%	%58,3	%33,3	%0,0	%8,3	%0,0	%100,0
	30-39	N	19	10	1	1	1	32
		%	%59,4	%31,2	%3,1	%3,1	%3,1	%100,0
	40-49	N	6	0	3	5	0	14
		%	%42,9	%0	%21,4	%35,7	%0,0	%100,0
	50 ve üzeri	N	0	3	1	1	0	5
		%	%0,0	%60,0	%20,0	%20,0	%0,0	%100,0
Total		N	32	17	5	8	1	63
		%	%50,8	%27,0	%7,9	%12,7	%1,6	%100,0
Ki-kare: 25,027; p= 0,015<0,05								

Kadın girişimcilerin iş kurma nedenlerinden olan “*ekonomik bağımsızlığımı kazanmak için iş kurdum*” ifadesinin yaş düzeyleri ‘20-29’, ‘30-39’, ‘40-49’ ve ‘50 ve üzeri’ olan kadın girişimciler arasında farklılaşıp farklılaşmadığını incelemek amacıyla Ki-Kare Testi uygulanmıştır (Tablo 46). Yapılan testin analiz sonuçlarına göre kadın girişimcilerin iş kurma nedenlerinden olan ekonomik bağımsızlıklarını kazanmaları ile yaş düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur ($X^2=25,027$, $df=12$, $p<0,05$). Tabloya göre; kadın girişimciler ‘20-29’ yaş grubunda %91,6

oranında, '30-39' yaş grubunda %90,6 oranında, '40-49' yaş grubunda %42,9 oranında ve '50 ve üzeri' yaş grubunda %60 oranında ekonomik bağımsızlıklarını kazanmak amacıyla iş kurduklarını belirtmektedir.

Tablo 47: Kadın Girişimcilerin Eğitim Düzeyleri ile Kendilerini Hırslı ve Kararlı Olarak Nitelendirmelerinin Karşılaştırılması

			Hırslı ve kararlı bir yapım vardır					Total
			Kesinlikle katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum	
Eğitim Düzeyi	İlköğretim	N	4	2	3	1	1	11
		%	%36,4	%18,2	%27,3	%9,1	%9,1	%100,0
	Ortaöğretim	N	12	3	0	3	0	18
		%	%66,7	%16,7	%0,0	%16,7	%0,0	%100,0
	Üniversite	N	16	12	0	1	0	29
		%	%55,2	%41,4	%0,0	%3,4	%0,0	%100,0
	Yüksek Lisans	N	3	2	0	0	0	5
		%	%60,0	%40,0	%0,0	%0,0	%0,0	%100,0
Total		N	35	19	3	5	1	63
		%	%55,6	%30,2	%4,8	%7,9	%1,6	%100,0
Ki-kare: 25,918; p= 0,011<0,05								

Kadın girişimcilerin kendilerini hırslı ve kararlı olarak nitelendirmelerinin eğitim düzeyleri ilköğretim, ortaöğretim, üniversite ve yüksek lisans olan girişimciler arasında farklılaşıp farklılaşmadığını incelemek amacıyla Ki- Kare Testi uygulanmıştır (Tablo 47). Yapılan testin analiz sonuçlarına göre kadın girişimcilerin kendilerini hırslı ve kararlı olarak nitelendirmeleri ile eğitim düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur ($X^2=25,918$, $df=12$, $p<0,05$). Tabloya göre; kadın girişimciler ilköğretim mezunu grubunda %54,6 oranında, ortaöğretim mezunu grubunda %83,4 oranında, üniversite mezunu grubunda %96,6 oranında ve yüksek lisans mezunu grubunda %100 oranında kendilerini hırslı ve kararlı olarak nitelendirmektedir.

Tablo 48: Kadın Girişimcilerin Medeni Durumları ile İşletmelerini Kurarken Karşılaştıkları Sorunların Karşılaştırılması

Betimsel İstatistikler			
	N	Ortalama	S. Sapma
Evli	46	28,46	6,682
Bekar	12	24,67	7,992
Boşanmış/Eşini Kaybetmiş	5	27,80	6,907
Toplam	63	27,68	7,002

ANOVA					
	Kareler Toplamı	Df	Ortalama Kare	F	P
Gruplar arası	136,771	2	68,386	1,413	0,251
Gruplar içi	2902,880	60	48,381		
Toplam	3039,651	62			

Kadın girişimcilerin işletmelerini kurarken karşılaştıkları sorunların “evli girişimciler”, “bekar girişimciler” ve “boşanmış/eşini kaybetmiş girişimciler” arasında farklılaşıp farklılaşmadığını incelemek amacıyla Tek Yönlü Varyans Analizi uygulanmıştır (Tablo 48). Uygulanan testin analiz sonuçlarına göre farklı medeni duruma sahip olan girişimciler arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır ($F(2,60) = 1,413$, $p>0,05$). Evli girişimcilerin (ort=28,46, ss=6,682), bekar girişimcilerin (ort=24,67, ss=7,992) ve boşanmış veya eşini kaybetmiş girişimcilerin (ort=27,80, ss=6,907) işletmelerini kurmadan önce karşılaştıkları sorunlar açısından aralarında farklılıklar olmasına rağmen görülen bu farklılıklar anlamlı bir düzeyde değildir.

Tablo 49: Kadın Girişimcilerin Aylık Ortalama Kazançları ile İşletmelerinin Faaliyetleri Sırasında Karşılaştıkları Sorunların Karşılaştırılması

Betimsel İstatistikler			
	N	Ortalama	S. Sapma
5.000 TL'den az	33	34,21	7,956
5.001 TL ile 10.000 TL arası	17	37,29	7,904
10.001 TL ile 15.000 TL arası	7	39,86	5,210
15.001 TL ve üzeri	6	37,33	5,989
Toplam	63	35,97	7,637

ANOVA					
	Kareler Toplamı	Df	Ortalama Kare	F	P
Gruplar arası	248,701	3	82,900	1,453	0,237
Gruplar içi	3367,235	59	57,072		
Toplam	3615,937	62			

Kadın girişimcilerin işletmelerinin faaliyetleri sırasında karşılaştıkları sorunların aylık kazançları “5.000 TL’den az”, “5.001 TL ile 10.000 TL arasında”, “10.001 TL ile 15.000 TL arasında” ve “15.001 TL ve üzeri” olan girişimciler arasında farklılaşıp farklılaşmadığını incelemek amacıyla Tek Yönlü Varyans Analizi uygulanmıştır (Tablo 49). Uygulanan testin analiz sonuçlarına göre farklı aylık kazançta sahip olan girişimciler arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır ($F(3,59) = 1,453$, $p>0,05$). Aylık kazancı 5.000 TL’den az olan girişimcilerin (ort=34,21, ss=7,956), aylık kazancı 5.001 TL ile 10.000 TL arasında olan girişimcilerin (ort=37,29, ss=7,904), aylık kazancı 10.001 TL ile 15.000 TL arasında olan girişimcilerin (ort=39,86, ss=5,210) ve aylık kazancı 15.001 TL ve üzeri olan girişimcilerin (ort=37,33, ss=5,989) işletmelerinin faaliyetleri sırasında karşılaştıkları sorunlar açısından aralarında farklılıklar olmasına rağmen görülen bu farklılıklar anlamlı bir düzeyde değildir.

Tablo 50: Kadın Girişimcilerin Çocuk Sayıları ile Aile Yaşamında Karşılaştıkları Sorunların Karşılaştırılması

Betimsel İstatistikler			
	N	Ortalama	S. Sapma
Çocuk yok	13	18,92	6,224
1 çocuk	3	23,00	6,083
2 çocuk	26	16,65	5,329
3 çocuk	14	14,86	4,944
4 ve üzeri çocuk	7	15,57	6,901
Toplam	63	16,90	5,805

ANOVA					
	Kareler Toplamı	Df	Ortalama Kare	F	P
Gruplar arası	237,192	4	59,298	1,857	0,130
Gruplar içi	1852,236	58	31,935		
Toplam	2089,429	62			

Kadın girişimcilerin aile yaşamlarında karşılaştıkları sorunların “hiç çocuğu yok”, “1 çocuğa sahip”, “2 çocuğa sahip”, “3 çocuğa sahip”, “4 ve üzeri çocuğa sahip” olan girişimciler arasında farklılaşıp farklılaşmadığını incelemek amacıyla Tek Yönlü Varyans Analizi uygulanmıştır (Tablo 50). Uygulanan testin analiz sonuçlarına göre farklı çocuk sayısına sahip olan girişimciler arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır ($F(4,58) = 1,857, p>0,05$). Hiç çocuğu olmayan girişimcilerin (ort=18,92, ss=6,224), 1 çocuğu olan girişimcilerin (ort=23,00, ss=6,083), 2 çocuğu olan girişimcilerin (ort=16,65, ss=5,329), 3 çocuğu olan girişimcilerin (ort=14,86, ss=4,944) ve 4 ve üzeri çocuğu olan girişimcilerin (ort=15,57, ss=6,901) işletmelerinin faaliyetleri sırasında karşılaştıkları sorunlar açısından aralarında farklılıklar olmasına rağmen görülen bu farklılıklar anlamlı bir düzeyde değildir.

Tablo 51: Kadın Girişimcilerin İşletmelerini Kurmadan Önce Ailelerini (Ebeveyn, Eş) İkna Etme Durumları ile İşletmelerini Kurarken Karşılaştıkları Sorunların Karşılaştırılması

Grup	N	Ortalama	S. Sapma	t	df	p
İkna Etmek Zorunda Kaldım	21	24,19	6,925	-2,970	61	0,004
İkna Etmek Zorunda Kalmadım	42	29,43	6,432			

Kadın girişimcilerin işletmelerini kurarken karşılaştıkları sorunların işletmelerini kurmadan önce ailelerini ikna etmek zorunda kalan ile ailelerini ikna etmek zorunda kalmayan girişimciler arasında farklılaşıp farklılaşmadığını incelemek amacıyla Bağımsız Örneklem T-Testi uygulanmıştır (Tablo 51). Uygulanan testin analiz sonuçlarına göre işletmelerini kurmadan önce ailelerini ikna etmek zorunda kalan ile ailelerini ikna etmek zorunda kalmayan girişimciler arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur ($t(61) = -2,970$; $p < 0,05$). Ailelerini ikna etmek zorunda kalan girişimcilerin ($ort=24,19$, $ss=6,925$) işletmelerini kurarken karşılaştıkları sorunlar ailelerini ikna etmek zorunda kalmayan girişimcilerin ($ort=29,43$, $ss=6,432$) işletmelerini kurarken karşılaştıkları sorunlardan anlamlı olarak daha düşük bir düzeydedir.

Tablo 52: Kadın Girişimcilerin Herhangi bir Sivil Toplum Örgütüne Üye Olma Durumları ile İşletmelerinin Faaliyetleri Sırasında Karşılaştıkları Sorunların Karşılaştırılması

Grup	N	Ortalama	S. Sapma	t	df	p
Üyeyim	14	31,57	9,428	-2,549	61	0,013
Üye Değilim	49	37,22	6,634			

Kadın girişimcilerin işletmelerinin faaliyetleri sırasında karşılaştıkları sorunların herhangi bir sivil toplum örgütüne üye olan girişimciler ile üye olmayan girişimciler arasında farklılaşıp farklılaşmadığını incelemek amacıyla Bağımsız Örneklem T-Testi uygulanmıştır (Tablo 52). Uygulanan testin analiz sonuçlarına göre herhangi bir sivil toplum örgütüne üye olan girişimciler ile üye olmayan girişimciler arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur ($t(61) = -2,549$; $p < 0,05$). Herhangi bir sivil toplum örgütüne üye olan girişimcilerin ($ort=31,57$, $ss=9,428$) işletmelerinin faaliyetleri sırasında karşılaştıkları sorunlar herhangi bir sivil toplum örgütüne üye olmayan girişimcilerin ($ort=37,22$, $ss=6,634$) işletmelerinin faaliyetleri sırasında karşılaştıkları sorunlardan anlamlı olarak daha düşük bir düzeydedir.

Tablo 53: Kadın Girişimcilerin Ailelerinde (Ebeveyn, Eş) Girişimci Olma Durumları ile Aile Yaşamında Karşılaştıkları Sorunların Karşılaştırılması

Grup	N	Ortalama	S. Sapma	t	df	p
Girişimci Var	35	17,37	5,714	0,711	61	0,480
Girişimci Yok	28	16,32	5,969			

Kadın girişimcilerin aile yaşamlarında karşılaştıkları sorunların ailelerinde girişimci olan girişimciler ile ailelerinde girişimci olmayan girişimciler arasında farklılaşıp farklılaşmadığını incelemek amacıyla Bağımsız Örneklem T-Testi uygulanmıştır (Tablo 53). Uygulanan testin analiz sonuçlarına göre ailelerinde herhangi bir girişimci olan girişimciler ile ailelerinde herhangi bir girişimci olmayan girişimciler arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır ($t(61) = 0,711$; ($p > 0,05$)). Ailelerinde herhangi bir girişimci olmayan girişimcilerin ($ort=16,32$, $ss=5,969$) aile yaşamlarında karşılaştıkları sorunlar ailelerinde herhangi bir girişimci olan girişimcilerin ($ort=17,37$, $ss=5,714$) aile yaşamlarında karşılaştıkları sorunlardan daha düşük bir düzeydedir fakat bu farklılık anlamlı bir düzeyde değildir.

Tablo 54: Kadın Girişimcilerin Mesleki Bilgi ve Becerilerini Kazanma Yolları ile İşletmelerinin Faaliyetleri Sırasında Karşılaştıkları Sorunların Karşılaştırılması

Betimsel İstatistikler			
	N	Ortalama	S. Sapma
Aileden	11	37,73	10,160
İş hayatından	30	36,90	5,857
Örgün ve yaygın eğitimden	11	31,64	9,179
Meslek edindirme programlarından	11	36,00	6,928
Toplam	63	35,97	7,637

ANOVA					
	Kareler Toplamı	Df	Ortalama Kare	F	P
Gruplar arası	266,509	3	88,836	1,565	0,207
Gruplar içi	3349,427	59	56,770		
Toplam	3615,937	62			

Kadın girişimcilerin işletmelerinin faaliyetleri sırasında karşılaştıkları sorunların mesleki bilgi ve becerilerini: “aileden”, “iş hayatından”, “örgün ve yaygın eğitimden” ve “meslek edindirme programlarından” kazanan girişimciler arasında farklılaşıp farklılaşmadığını incelemek amacıyla Tek Yönlü Varyans Analizi uygulanmıştır (Tablo 54). Uygulanan testin analiz sonuçlarına göre farklı yollardan mesleki bilgi ve becerilerini kazanan girişimciler arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır ($F(3,59) = 1,565, p>0,05$). Mesleki bilgi ve becerilerini: aileden kazanan girişimcilerin (ort=37,73, ss=10,160), iş hayatından kazanan girişimcilerin (ort=36,90, ss=5,857), örgün ve yaygın eğitimden kazanan girişimcilerin (ort=31,64, ss=9,179) ve meslek edindirme programlarından kazanan girişimcilerin (ort=36,00 ss=6,928) işletmelerinin faaliyetleri sırasında karşılaştıkları sorunlar açısından aralarında farklılıklar olmasına rağmen görülen bu farklılıklar anlamlı bir düzeyde değildir.

Tablo 55: Kadın Girişimcilerin İşletmelerinin Faaliyet Gösterdiği Sektörler ile İşletmelerini Kurarken Karşılaştıkları Sorunların Karşılaştırılması

Betimsel İstatistikler			
	N	Ortalama	S. Sapma
Hizmet	37	28,62	6,071
Konaklama ve Yiyecek	9	28,56	6,146
Toptan veya Perakende Ticaret	12	27,50	9,644
İmalat	5	19,60	2,302
Toplam	63	27,68	7,002

ANOVA					
	Kareler Toplamı	Df	Ortalama Kare	F	P
Gruplar arası	366,526	3	122,175	2,697	0,054
Gruplar içi	2673,125	59	45,307		
Toplam	3039,651	62			

Kadın girişimcilerin işletmelerini kurarken karşılaştıkları sorunların girişimcilerin faaliyet gösterdikleri: “hizmet”, “konaklama ve yiyecek”, “toptan veya perakende ticaret” ve “imalat” sektörler bakımından farklılaşıp farklılaşmadığını incelemek amacıyla Tek Yönlü Varyans Analizi uygulanmıştır (Tablo 55). Uygulanan testin analiz sonuçlarına göre farklı sektörlerde faaliyet gösteren girişimciler arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır ($F(3,59) = 2,697$, $p>0,05$). Hizmet sektöründe faaliyet gösteren girişimcilerin (ort=28,62, ss=6,071), konaklama ve yiyecek sektöründe faaliyet gösteren girişimcilerin (ort=28,56, ss=6,146), toptan veya perakende ticaret sektöründe faaliyet gösteren girişimcilerin (ort=27,50, ss=9,644) ve imalat sektöründe faaliyet gösteren girişimcilerin (ort=19,60, ss=2,302) işletmelerini kurmadan önce karşılaştıkları sorunlar açısından aralarında farklılıklar olmasına rağmen görülen bu farklılıklar anlamlı bir düzeyde değildir.

TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırma girişimcilik alanında kadın girişimcilerin yeri ve kadın girişimcilerin karşılaştıkları zorlukları Şanlıurfa ili bağlamında incelemek amacıyla yapılmıştır.

Uygulanan Ki-kare testi sonucuna göre kadın girişimcilerin iş kurma nedenlerinden olan ekonomik bağımsızlıklarını kazanmak için girişimci olmaları ile yaş düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Buna göre: kadın girişimciler '20-29' yaş grubunda %91,6 oranında, '30-39' yaş grubunda %90,6 oranında, '40-49' yaş grubunda %42,9 oranında ve '50 ve üzeri' yaş grubunda ise %60 oranında ekonomik bağımsızlıklarını kazanmak amacıyla iş kurduklarını belirtmektedir. Ortaya çıkan bu sonuç genç yaştaki kadın girişimcilerin ekonomik bağımsızlıklarını kazanmak amacıyla iş kurmalarının ileri yaştaki kadın girişimcilere göre daha yüksek düzeyde olduğunu göstermektedir. Tek(2008)'in yapmış olduğu çalışmasında kadın girişimcilerin girişimci olmaları ile yaş düzeyleri arasındaki ilişkinin anlamlı bir şekilde farklılaşmadığı görülmüştür. Bu durum araştırmanın sonucunda ortaya çıkan bulgularla örtüşmemektedir.

Uygulanan Ki-kare testi sonucuna göre kadın girişimcilerin kendilerini hırslı ve kararlı olarak nitelendirmeleri ile eğitim düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Buna göre: kadın girişimciler ilköğretim mezunu grubunda %54,6 oranında, ortaöğretim mezunu grubunda %83,4 oranında, üniversite mezunu grubunda %96,6 oranında ve yüksek lisans mezunu grubunda %100 oranında kendilerini hırslı ve kararlı olarak nitelendirmektedir. Ortaya çıkan bu sonuç eğitim düzeyleri yüksek seviyede olan kadın girişimcilerin eğitim düzeyleri daha düşük seviyede olan kadın girişimcilere göre kendilerini daha hırslı ve kararlı olarak nitelendirdiklerini göstermektedir. Hırslı ve kararlı bir yapıya sahip olması kadın girişimciyi iş kurmaya çeken bir faktördür. Çelik(2018)'in yapmış olduğu çalışmasında eğitim durumuna göre iş kurma nedenlerine iten ve çeken faktörlerin farklılaştığı görülmüştür. Diğer bir ifade ile eğitim seviyesi yüksek kişilerin iş kurmasına çeken faktörler sebep olurken, eğitim seviyesi düşük kişilerin iş kurmasına iten faktörler sebep olmaktadır. Bu durum araştırmanın sonucunda ortaya çıkan bulgularla örtüşmektedir.

Uygulanan Tek Yönlü Varyans Analizi sonucuna göre kadın girişimcilerin işletmelerini kurarken karşılaştıkları sorunların farklı medeni duruma sahip olan kadın girişimciler arasında anlamlı olarak farklılaşmadığı görülmüştür. Açıl (2018)'ın yapmış olduğu çalışmasında kadın girişimcilerin işletmelerini kurarken karşılaştıkları sorunların farklı medeni duruma sahip olan kadın girişimciler arasında anlamlı olarak farklılaştığı görülmüştür. Bu durum araştırmanın sonucunda ortaya çıkan bulgularla örtüşmemektedir.

Uygulanan Tek Yönlü Varyans Analizi sonucuna göre kadın girişimcilerin işletmelerinin faaliyetleri sırasında karşılaştıkları sorunların farklı aylık kazanca sahip olan kadın girişimciler arasında anlamlı olarak farklılaşmadığı görülmüştür. Emer (2019)'ın yapmış olduğu çalışmasında da kadın girişimcilerin işletmelerinin faaliyetleri sırasında karşılaştıkları sorunların gelir düzeyine göre anlamlı olarak farklılaşmadığı görülmüştür. Bu durum araştırmanın sonucunda ortaya çıkan bulgularla örtüşmektedir.

Uygulanan Tek Yönlü Varyans Analizi sonucuna göre kadın girişimcilerin aile yaşamlarında karşılaştıkları sorunların farklı çocuk sayısına sahip olan kadın girişimciler arasında anlamlı olarak farklılaşmadığı görülmüştür. Özyılmaz(2016)'ın yapmış olduğu çalışmasında kadın girişimcilerin aile yaşamlarında karşılaştıkları sorunların farklı çocuk sayısına sahip olan kadın girişimciler arasında anlamlı olarak farklılaşmadığı görülmüştür. Bu durum araştırmanın sonucunda ortaya çıkan bulgularla örtüşmektedir.

Uygulanan Bağımsız Örneklem T-Testi sonucuna göre kadın girişimcilerin işletmelerini kurarken karşılaştıkları sorunların işletmelerini kurmadan önce ailelerini ikna etmek zorunda kalan ile ailelerini ikna etmek zorunda kalmayan kadın girişimciler arasında anlamlı olarak farklılaştığı görülmüştür. Buna göre: ailelerini ikna etmek zorunda kalan kadın girişimcilerin işletmelerini kurarken karşılaştıkları sorunlar ailelerini ikna etmek zorunda kalmayan kadın girişimcilerin işletmelerini kurarken karşılaştıkları sorunlardan anlamlı olarak daha düşük bir düzeydedir. Ortaya çıkan bu sonuç kadın girişimcilerin işletmelerini kurarken ailelerini ikna etmek durumunda kalmalarının kendilerine daha düşük bir seviyede sorun yarattığını göstermektedir. Literatürde bu şekilde bir çalışmaya rastlanılmamıştır.

Uygulanan Bağımsız Örneklem T-Testi sonucuna göre kadın girişimcilerin işletmelerinin faaliyetleri sırasında karşılaştıkları sorunların herhangi bir sivil toplum örgütüne üye olan kadın girişimciler ile herhangi bir sivil toplum örgütüne üye olmayan kadın girişimciler arasında anlamlı olarak farklılaştığı görülmüştür. Buna göre: herhangi bir sivil toplum örgütüne üye olan kadın girişimcilerin işletmelerinin faaliyetleri sırasında karşılaştıkları sorunlar herhangi bir sivil toplum örgütüne üye olmayan kadın girişimcilerin işletmelerinin faaliyetleri sırasında karşılaştıkları sorunlardan anlamlı olarak daha düşük bir düzeydedir. Ortaya çıkan bu sonuç kadın girişimcilerin herhangi bir sivil toplum örgütüne üye olmalarının işletmelerinin faaliyetleri sırasında kendilerine daha düşük bir seviyede sorun yarattığını göstermektedir. İlter(2008)'in yapmış olduğu çalışmada işletmelerinin faaliyetleri sırasında karşılaştıkları sorunların açısında bir sivil toplum örgütüne üye olan kadın girişimciler ile herhangi bir sivil toplum örgütüne üye olmayan kadın girişimciler arasında anlamlı olarak farklılaştığı görülmüştür. Bu durum araştırmanın sonucunda ortaya çıkan bulgularla örtüşmektedir.

Uygulanan Bağımsız Örneklem T-Testi sonucuna göre kadın girişimcilerin aile yaşamlarında karşılaştıkları sorunların ailelerinde herhangi bir girişimci olan kadın girişimciler ile ailelerinde herhangi bir girişimci olmayan kadın girişimciler arasında anlamlı olarak farklılaşmadığı görülmüştür. Açıl (2018)'in yapmış olduğu çalışmada aile yaşamlarında karşılaştıkları sorunların ailelerinde herhangi bir girişimci olan kadın girişimciler ile ailelerinde herhangi bir girişimci olmayan kadın girişimciler arasında anlamlı olarak farklılaştığı görülmektedir. Bu durum araştırmanın sonucunda ortaya çıkan bulgularla örtüşmemektedir.

Uygulanan Tek Yönlü Varyans Analizi sonucuna göre kadın girişimcilerin işletmelerinin faaliyetleri sırasında karşılaştıkları sorunların farklı yollardan mesleki bilgi ve becerilerini kazanan kadın girişimciler arasında anlamlı olarak farklılaşmadığı görülmüştür. Literatürde tam olarak buna benzer bir çalışma yapılmamakla beraber Çelik(2018)'in yapmış olduğu çalışmada kendi işini kurmadan önceki deneyime göre karşılaşılan sorunların farklılaştığı görülmektedir. Bu durum araştırmanın sonucunda ortaya çıkan bulgularla örtüşmemektedir.

Uygulanan Tek Yönlü Varyans Analizi sonucuna göre kadın girişimcilerin işletmelerini kurarken karşılaştıkları sorunların farklı sektörlerde faaliyet gösteren kadın girişimciler arasında anlamlı olarak farklılaşmadığı görülmüştür. İlter (2008)'in yapmış olduğu çalışmasında kadın girişimcilerin işletmelerini kurarken karşılaştıkları sorunların farklı sektörlerde faaliyet gösteren kadın girişimciler arasında anlamlı olarak farklılaşmadığı görülmüştür. Bu durum araştırmanın sonucunda ortaya çıkan bulgularla örtüşmektedir.

“Girişimcilik Alanında Kadın Girişimcilerin Yeri ve Karşılaştıkları Zorluklar: Şanlıurfa İli Örneği” adlı çalışmamız sonucunda elde edilen verilere göre genel bir değerlendirme yapıldığında şu önerilerde bulunmak mümkündür:

- 1- Kadın girişimci adaylarına daha genç yaşlarda girişimcilik ile ilgili eğitimler verilerek kadın girişimci adaylarının ekonomik bağımsızlık kazanmak için iş kurmalarına gerekli destek sağlanabilir.
- 2- Kadın girişimcilerin eğitim seviyelerini yükseltmeleri için gerekli eğitim ve teşvik verilmesi halinde hırslı ve kararlı kadın girişimci sayısında artış sağlanabilir.
- 3- Kadın girişimcilerin sivil toplum örgütüne üye olmasının teşvik edilmesi durumunda kadın girişimciler işletmelerinin faaliyeti sırasında daha az sorunla karşı karşıya gelir.
- 4- İçinde bulunduğu toplum kadın girişimcilere karşı daha olumlu bir bakış açısı ile yaklaşabilir.
- 5- Gerekli yasal düzenlemelerin yapılması kadın girişimcilerin yaşadığı sorunların daha aza indirilmesini sağlayabilir.
- 6- Cinsiyet faktörü etkisi ile yaşanan sorunların azaltılması amacı ile cinsiyet eşitliği konusunda verilen eğitimlerin sayısının artırılabilir.
- 7- Kredi veren kuruluşların kadın girişimcilerin sermaye temininde ihtiyaç duyduğu kredilerin verilmesi işlemlerine yönelik çalışmalar yapması ve kredi verme koşullarının hafifletilmesi sağlanabilir.
- 8- Kadın girişimcilere girişimcilik konusunda gerekli eğitimlerin verilmesi için gerekli kurs, seminer panel düzenlenebilir.

- 9- Kadın girişimcilerin birbirlerine iş yaşamındaki tecrübelerini aktarmalarını sağlayacak bir iletişim ağının oluşturulabilir.
- 10- Uluslararası platformda kadın girişimciliğini destekleyen ve teşvik eden kuruluşlarla daha güçlü bir bilgi alışverişi sağlanabilir.
- 11- Kadın girişimcileri iş hayatında daha az sorun yaşamları için uygulanan vergi politikalarında kadınlar lehine pozitif bir ayrımcılık yapılabilir.
- 12- Kadın girişimcilerin çalışanlarına danışmanlık firmalarında gerekli eğitimler verilerek kalifiye çalışan sayıları artırılabilir.
- 13- Yerel yönetimlerce yapılacak çalışmalar ile Şanlıurfa ilinde bulunan kreş sayısı artırılabilir ve kadın girişimcilerin çocuklarına yönelik indirim uygulamasına gidilebilir.

KAYNAKÇA

Açıl, E. (2018). *Kadın girişimciliği ve karşılaştıkları sorunlar: Çanakkale ili örneği* (Yüksek Lisans Tezi) Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi: Çanakkale.

Akdemir, A. (1996). *Girişimcilik kültürü “Para ile mutlu olunur mu?”. Kütahya: Tevazu Yayınevi*

Aktan, O. (1996). *Türk iş adamı ve işletmesi*. Ankara: Gündoğan Yayınları.

Altunışık, R., Coşkun, R., Yıldırım E. ve Bayraktaroğlu, S. (2007). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri SPSS uygulamalı*. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.

Akmut, Ö., Aktaş, R., Aykaç, B., Doğanay, M., Durukan, T., Müftüoğlu, M. ve Yüksel, Ö. (2003). *Girişimciler için işletme yönetimi*. Ankara: Gazi Kitabevi.

Akyüz, K. C., Gedik, T., Akyüz, İ. ve Yıldırım, İ. (2006). Rize ilindeki lise ve üniversite öğrencilerinin girişimcilik yeteneklerinin incelenmesi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 20(1), 233-246.

Altınel, A. (1993). Kadını girişimciliğe özendirme ve destekleme paneli, bildiriler ve tartışmalar. *Devlet Bakanlığı Kadın ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı Kadın Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü Eğitim Serisi*, 74, 15-34.

Anafarta, N., Sarvan, F. ve Yapıcı, N. (2008). Konaklama işletmelerinde kadın yöneticilerin cam tavan algısı: Antalya ilinde bir araştırma. *Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(15), 111-137.

Arat, N. (1993). *Türkiye 'de kadın girişimcilik*. Ankara: TES-AR Yayınları.

Arıkan, C. (2016). Kadın girişimcilikte başarı ve başarıyı etkileyen faktörler: Bursa örneği. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 14(3), 138-156.

Arıkan, S. (2002). *Girişimcilik: Temel kavramlar ve bazı güncel konular*. Ankara: Siyasal Kitabevi.

Arıkan, S. (2003). Kadın yöneticilerin liderlik davranışları ve bankacılık sektöründe bir uygulama. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(1), 1-20.

Ataç, B. (1999). *1999 Maliye politikası*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Eğitim-Sağlık ve Bilimsel Araştırma Vakfı Yayınları.

Atık, S. (2002). Kültürün girişimciliğe etkileri. *Kara Harp Okulu Bilim Dergisi*, 3, 38-48.

Aydın, K. (2003). *Uluslararası ve küresel pazarlamada kültürel etkiler*. Ankara: Nobel Yayınları.

Aytaç, Ö. ve İlhan, S. (2007). Girişimcilik ve girişimci kültür: Sosyolojik bir perspektif. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18, 101-120.

Baron, R. A. ve Markman, G. D. (2000). Beyond social capital: How social skills can enhance entrepreneurs' success. *Academy of Management Perspectives*, 14(1), 106-116.

Bedük, A. (2005). Türkiye’de çalışan kadın ve kadın girişimciliği. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(12), 106-117.

Bono, E.D. (1989). *Başarı taktikleri*. Çev. Nesrin Yalçın. İstanbul: İlgi Yayınları.

Bozkurt, Ö. Ç., Kalkan, A., Koyuncu, O. ve Alparslan, A. M. (2012). Türkiye’de girişimciliğin gelişimi: Girişimciler üzerinde nitel bir araştırma. *Journal of Süleyman Demirel University Institute of Social Sciences*, 1(15), 230-247. <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/215810> adresinden edinilmiştir.

Brockhaus, R.H. (1980). Psychological and environmental factors which distinguish the successful from unsuccessful entrepreneur: A Longitudinal study. *Academy of Management Review*, 5(2), 368-372.

Büber, R. (2011). *Girişimcilik açısından kültür ve kişilik özelliklerinin analizi: OSTİM organize sanayi bölgesi’nde bir alan araştırması*. (Yüksek Lisans Tezi). Dumlupınar Üniversitesi: Kütahya.

Cabar, H. (2006). *Türkiye’de girişimcilik kültürünün oluşmasında etkili faktörler ve Denizli örneği* (Yüksek Lisans Tezi). Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Kütahya.

Casson, M. (2003). *The entrepreneur: An economic theory*. Northampton: Edward Elgar Publishing, Second Edition.

Ceylan, A. ve Demircan, N. (2002). Girişimcilerin başarı, güç ve yakın ilişki ihtiyaçlarının kişilik özellikleriyle ilişkisi üzerine Düzce bölgesi'ndeki Kobi'lerde bir araştırma. 21. Yüzyılda KOBİ'ler: Sorunlar, fırsatlar ve çözüm önerileri. *Doğu Akdeniz Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 03-04.

Churchill, N. C. (1992). *Research issuess in entrepreneurship*. Baston: PWS-KENT.

Coulter, M. (2003). *Entrepreneurship in action*, New Jersey: Prentice Hall.

Çakıcı, A. (2003). Mersindeki kadın girişimcilerin iş kurma öyküsü ve iş kuracak kadınlara önerileri. *11. Ulusal Yönetim Kongresi* içinde (s.71-90). Afyon: Kocatepe Üniversitesi

Çakmak, D. (2006). Is there a female entrepreneurship profile in Turkey, 1st Biennial International Women's Studies Conference, Izmir Universty of Economics, 22-24 Haziran.

Çelik, A. ve Akgemci, T. (1998). *Girişimcilik kültürü ve KOBİ'ler*. Ankara: Nobel Yayınları.

Çelik, C. ve Özdevecioğlu, M. (2001). Kadın girişimcilerin demografik özellikleri ve karşılaştıkları sorunlara ilişkin Nevşehir ilinde bir araştırma. *1. Orta Anadolu Kongresi* içinde, 487-498. Nevşehir: Hacı Bektaş Veli Üniversitesi.

Çelik, G. (2018). *Kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunlar ve çözüm önerileri-TR71 düzey 2 bölgesi üzerine bir uygulama* (Doktora tezi). Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Diyarbakır.

Çetin, C. (1996). *Yeniden yapılanma: girişimcilik, küçük ve orta boy işletmeler ve bunların özendirilmesi*. İstanbul: Der Yayınevi.

Çetinoğlu, T. ve Büber, R. (2012). Ostim Organize Sanayi Bölgesinde Girişimcilik Açısından Kültür ve Kişilik Özelliklerinin Analizine Yönelik Bir Alan Araştırması. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (33). <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/55800> adresinden edinilmiştir.

Çuhadar, M.T. (2013). *Kamu Girişimciliği*, H. Karadal (ed), İstanbul: Beta Yayınevi.

Damgacıoğlu, M. H. ve Uygun, R. (2011). Girişimcilik paradigmasında dönüşüm: deneyime dayalı girişimci türleri üzerine teorik bir değerlendirme. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 6(2).

DeMartino, R. ve Barbato, R. (2003). Differences between women and men MBA entrepreneurs: exploring family flexibility and wealth creation as career motivators. *Journal of business venturing*, 18(6), 815-832.

Demirel, E. T. ve Tikici, M. (2004). Kültürün girişimciliğe etkileri, *Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları*. 49-58. <http://openaccess.firat.edu.tr/xmlui/handle/11508/8377> adresinden edinilmiştir. Erişim Tarihi:17.07.2018

Denizalp, H. (2007). *Toplumsal dönüşüm için sosyal girişimcilik rehberi*. Ankara: Sivil Toplum Geliştirme Merkezi Yayını, Odak Ofset Matbaacılık.

Drucker, P. F. (2003). *Geleceğin toplumunda yönetim*, Çev. Mehmet Zaman. İstanbul: Hayat Yayıncılık.

Durukan, T. (2006). Düünden bugüne girişimcilik ve 21. yüzyılda girişimciliğin önemi. *Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi İbrahim Bodur Girişimcilik Uygulama ve Araştırma Merkezi Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi Journal Of Entrepreneurship and Development* 1(2), 33-34, <http://acikerisim.lib.comu.edu.tr> Erişim Tarihi:15.06.2018

Ecevit, Y. (1993). Kadın girişimciliğin yaygınlaşmasına yönelik bir model önerisi, kadını girişimciliğe özendirme ve destekleme paneli bildiriler ve tartışmalar. *Devlet Bakanlığı Kadın ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, Eğitim Serisi*, 74, 15-34.

Ecevit, Y. (2007). *Türkiye'de kadın girişimciliğine eleştirel bir yaklaşım*. Ankara: Uluslararası Çalışma Ofisi (ILO).

Emer, B. (2019). *Batman'da kadın girişimciliğinin sorunlarının incelenmesi*(Yüksek Lisans Tezi). Batman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Batman.

Emre, S. (2007). *Girişimcilik kültürü: Hofstede'in kültür boyutlarının Malatya uygulaması* (Yüksek Lisans Tezi). İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Malatya.

Erbatu, G. (2008). *Kültürel boyutları içerisinde girişimcilik eğilimi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: İstanbul.

Erdoğan, İ. (1999). *İşletmelerde davranış*. İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım A.Ş.

Erdoğan, N. (2000). Otobiyografilerin analizi yoluyla girişimci iş adamlarının kariyer gelişimi hakkında bir araştırma. 8. *Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi* içinde (s.95-108) Nevşehir: Hacı Bektaş Veli Üniversitesi.

Eren, İ. (2012). Girişimcilik ve din: temel kaynakları çerçevesinde İslam'ın girişimciliğe bakışına yönelik bir değerlendirme. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi Journal of Entrepreneurship and Development*, 7(1), 49-68, <http://www.acarindex.com/dosyalar/makale/acarindex-1423881618.pdf> adresinden edinilmiştir.

Eroğlu, F., İrmış, A. ve Aksel, İ. (2003). Girişimcilerin işletmelerin gelişmesinde etkili ve engelleyici olarak gördüğü faktörler Denizli örneği. 11. *Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi* içinde (s.45-57) Afyon: Kocatepe Üniversitesi.

Ersarı, P. (2015). *Kadın Girişimcilerde Girişimcilik Özellikleri ve Liderlik Tarzlarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma*. (Yüksek Lisans Tezi). Gebze Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Kocaeli.

Esas, İ. (2013). *Mentörlük ile bireysel kariyer arasındaki ilişki* (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: İstanbul.

Eyüboğlu, D. (2004). *Girişimciliğin geliştirilmesi*. Ankara: Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları.

Gerber, M. E. (1996). *Girişimcilik tutkusu*. Çev. Tayfur Keskin. İstanbul: Sistem Yayıncılık.

Geus, A.P.D. (1999). Öğrenme olarak planlama, belirsizliği yönetmek. Çev. Gündüz Bulut. İstanbul: Mess Yayınları.

Goffee, R. ve Scase, R.(1992). *Kadınlar iş başında: Kadın girişimcilerin deneyimleri*. Çev. Ahmet Fethi. İstanbul: Eti Kitapları.

Gönüllü, M. (2001). Grup ve grup yapısı. *CÜ İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 2(1), 191-201.

Gülcan, S. (2004). *İşletmelerde kadın-erkek ayrımcılığı ve cinsel taciz* (Yüksek Lisans Tezi). Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Kütahya.

Güldal, D. (2006). *Kadın yöneticileri motive ve demotive eden faktörlerin tespitine yönelik bir araştırma* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Adana.

Güleç, S. (2011). *Kadın girişimciliği-Karaman örneği* (Yüksek Lisans Tezi). Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Konya.

Gürol, M. A. (2000). *Türkiye'de kadın girişimci ve küçük işletmesi: fırsatlar, sorunlar, beklentiler ve öneriler*. Ankara: Atılım Üniversitesi Yayını.

Gürol, M. A. (2006). *Küresel arena'da girişimci ve girişimcilik*. Ankara: Gazi Kitabevi.

Güvenç, B. (1999). *İnsan ve kültür*, İstanbul: Remzi Kitabevi.

Halloran, J. W. (1992). *The Entrepreneur's guide to starting a successful business*. New York: McGraw-Hill.Higher Education.

Hisrich D.R. ve Öztürk, S.A. (1999). Women entrepreneurs in a developing economy. *The Journal of Management Development*, 18(2), 114-124.

Hisrich, R. D., Peters, M. P. ve Shepherd, D. A. (2002). *Entrepreneurship*. New York: McGraw-Hill.Higher Education.

Iraz, R. (2005). *Yaratıcılık ve yenilik bağlamında girişimcilik ve KOBİ'ler*. Konya: Çizgi Kitabevi.

İlter, B. (2008). *Girişimcilik sürecinde kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunların analizi: Kagider örneği* (Doktora Tezi). Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Afyon.

Jalbert S. E. (1999). *The global growth of women in business economic reform today women: The Emerging economic force number*, New Jersey.

Jalbert, S. E. (2000). *Women entrepreneurs in the global economy*, New Jersey.

Johnson, D. (2001). What is innovation and entrepreneurship? Lessons for larger organisations. *Industrial and commercial training*, 33(4), 135-140.

Kansız, N. ve Ş.A. Acuner (2008). Üretim ve istihdama katılımı kadının yeri. *Kalkınmada Anahtar Verimlilik Dergisi*, 20 (240).

Karaca, M., Özdevecioğlu, M. ve İnce, F. (2016). Kamu girişimcilerinin kişilik özelliklerini belirlemeye yönelik uygulamalı bir çalışma. *Artvin Çoruh Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 3, 94-119. <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/230109> Erişim Tarihi:21.06.2018.

Karaçor, Z. ve Alptekin, V. (2006). 1980 Sonrası İstikrar Politikaları Işığında Türkiye Ekonomisinin Trend Analizi Yardımıyla Değerlendirilmesi. *Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 6(11), 307-342. <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/289552> Erişim Tarihi: 25.06.2018.

Karagöz, M. (2009). *Girişimcilik profili araştırması: Isparta ili örneği* (Doktora Tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Isparta.

Kayar, İ. (2006). *Ticari işletme hukuku*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Kaygın, E. ve Güven, B. (2015). *Güçlü kadınlar: Türkiye'de kadının girişimciliği*. İstanbul: Veritaş Akademi.

Keskin, S. (2015). Dünyada ve Türkiye’de kadın istihdamının sektörlere ve iş statüsüne göre dağılımı. *Maltepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Ekonomik, Toplumsal ve Siyasal Analiz Dergisi*, 1, 52-70.

Kınay, H. U. (1994). *Küçük yatırımlara başlama rehberi*. Ankara: Halk Bankası Yayınları.

Kızılkaya, E. (2005). Joseph A. Schumpeter'in girişimcilik fikrine dair bir not. *Akdeniz İİBF Dergisi*, 10, 26-45.

Koç, E. (2005). *Kadın girişimciler kavramı ve serbest meslek mensubu kadın girişimcilere ilişkin Konya ilinde bir uygulama* (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Konya.

Kuratko, D.F. ve Hodgetts R.M. (1995). *Entrepreneurship*, Orlando: Harcourt College Publisher.

Kutanis, R. Ö. (2003) Girişimcilikte cinsiyet faktörü: Kadın girişimciler,11. *Ulusal Yönetim Kongresi* içinde (s.55-61) Afyon: Afyon Kocatepe Üniversitesi.

Kutanis, R. Ö. Ve Hancı, A.(2004). Kadın girişimcilerin kişisel özgürlük algılamaları. 3. *Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi* içinde. (s.457-464) Eskişehir: Osmangazi Üniversitesi.

Kutanis, R.Ö. (2006). *Girişimci kadınlar*. İstanbul: Değişim Yayınları.

Kuvan, H. (2007). *Türk girişimcilerinin yaşam ve çalışma değerleri Malatyalı girişimciler üzerine bir araştırma* (Doktora Tezi). İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Malatya.

Küçük, O. (2005). *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Kümbetoğlu, B. (1994). Kadın, çalışma ve evde üretim, Dünya’da ve Türkiye’de güncel sosyolojik gelişmeler. *Sosyoloji Derneği*. 563-572.

Marangoz, M. (2012). *Girişimcilik*. İstanbul: Beta Yayıncılık.

Mutlu, E. C. (1999). *Uluslararası işletmecilik*. İstanbul: Beta Yayıncılık.

Müftüoğlu, T. ve Durukan, T. (2004). *Girişimcilik ve KOBİ’ler*. Ankara: Gazi Kitabevi.

Müftüoğlu, T., Ürper, Y., Başar, M. ve Tosunoğlu, B. T. (2004). *Girişimcilik*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını.

Narin, M., Marşap, A. ve Gürol, M. A. (2006). Global kadın girişimciliğinin maksimizasyonunu hedefleme: Uluslararası arenada örgütlenme ve ağ oluşturma. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(1),65-78.

Nur, H. ve Erataş, F. (2013). Kültür farklılıkları ekseninde girişimcilik anlayışındaki değişimler ve yabancı girişimcilik. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1), 155-171, <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/20442>
Erişim Tarihi: 21.06.2018

Onay, Ü. G. (2013). *Kadın girişimciliğini etkileyen sosyo-kültürel faktörler: Isparta KOSGEB girişimcilik destekleri üzerine bir araştırma* (Doktora Tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Isparta.

Örücü, E., Kılıç, R. Ve Kılıç, T. (2007). Cam tavan sendromu ve kadınların üst düzey yönetici pozisyonuna yükselmelerindeki engeller: Balıkesir ili örneği. *Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 14 (2), 117-135.

Özkay, B. ve Öztürk, K. (2005). 20 soruda küçük girişimci kredileri, *Ekonomist Dergisi*, 9, 20-26.

Öztürk, İ. (2008). *2008 Girişimcilik raporu*. İstanbul: İktisadi Girişim ve İş Ahlakı Derneği Yayınları.

Öztürk, M. D. (2016). *Türkiye’de kadın girişimcilik: kadınları girişimciliğe yönelten faktörler, karşılaştıkları sorunlar ve çözüm önerileri* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Ticaret Üniversitesi: İstanbul.

Özyılmaz, A. M. (2016). *Türkiye’de kadın girişimciliği ve girişimci kadınların karşılaştıkları sorunlar üzerine bir araştırma* (Yüksek Lisans Tezi). Hacı Bektaş Veli Üniversitesi: Nevşehir.

Özyol, A. (2015). Eşitlik iş demektir. *Kalkınmada Anahtar Verimlilik Dergisi*, 315, 20-25.

Sali, A. (1998). Rekabet kurulu ikinci başkanı Prof. Dr. Tamer Müftüoğlu ile girişimcilik üzerine. *Çerçeve Dergisi*, 4, 32-42.

Sargut, S. (2001). *Kültürler arası farklılaşma ve yönetim*. Ankara: Verso Yayıncılık.

Savaşır, R. (1999). *Türkiye ve Avrupa Birliği ülkelerinde küçük ve orta boyutlu işletmeler açısından istihdam politikaları*. Ankara: Kamu-İş Eğitim Yayını.

Soyak, M., (2006). Kadın girişimciliği ve mikro finans: Türkiye deneyimi. *Uluslararası Girişimcilik Kongresi* içinde (s.168-175). Bişkek: Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi.

Soysal, A. (2010). Türkiye’de kadın girişimciler: Engeller ve fırsatlar bağlamında bir değerlendirme. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 65(01), 083-114.
<http://dergipark.gov.tr/download/article-file/35924> 29.11.2018

Şahin, E. (2006). *Kadın girişimcilik ve Konya ilinde kadın girişimcilik profili üzerine bir uygulama* (Doktora Tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Konya.

Şekerler, H. (2006). *Kadın girişimciler, karşılaştıkları sorunlar ve bu sorunlara yönelik çözüm önerileri* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Kütahya.

Şimşek, M. Ş. (1995). *İşletme bilimine giriş*. Konya: Damla Ofset.

Şimşek, M. Ş., Akgemci, T. ve Çelik, A. (2001). *Davranış bilimlerine giriş ve örgütlerde davranış*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Tek, T. (2008). *Kadınlarda girişimcilik eğilimleri ve Dumlupınar üniversitesi bayan lisansüstü öğrencilerinde bir uygulama* (Yüksek Lisans Tezi). Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Kütahya.

Tekin, M. (1999). *Girişimcilik: Kendi işini kurma ve işletme*. Konya: Damla Ofset.

Tekin, M. (2004). *Meslek yüksekokulları için girişimcilik ve küçük işletme yöneticiliği*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Tevrüz, S., Artan, İ. ve Bozkurt, T. (1999). *Davranışlarımızdan seçimeler*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.

Titiz, T. (1994). *Girişimcilik*. İstanbul: İnkılâp Kitabevi.

Toksöz, G. (2007). İşgücü piyasasının toplumsal cinsiyet perspektifinden analizi ve bölgeler arası dengesizlikler. *Çalışma ve Toplum Dergisi*, 4, 57-79.

Top, S. (2006). *Girişimcilik keşif süreci*. İstanbul: Beta Yayınları.

Tutar, H. (2003). *Girişimcilik ve küçük işletme yönetimi*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Tutar, H. ve Altınkaynak, F. (2014). *Girişimcilik: (Temel girişimcilik ve iş kurma süreci)*. Ankara: Detay Yayıncılık.

TÜGİAD, (1993). *Ekonomik kalkınmada girişimciliğin önemi ve değişen girişimci nitelikleri*. Ankara: Simge Matbaacılık.

Uslu, O. ve Ardıç, K. (2013). Güç mesafesi örgütsel güveni etkiler mi?. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(2), 313-338.

Ürper, Y. (2004). *Girişimcilik*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Weiler, S. ve Bernasek, A, (2001). Dodging the glass ceiling networks and the new wave of women entrepreneurs, *The Social Science Journal* 38, 85-103.

Wickham, P. A. (2001). *Strategic Entrepreneurship*. Harlow: Pearson Education Limited.

Yaşar, F. (2017). *Düzce ilinde kadın girişimcilik profilinin belirlenmesi* (Yüksek Lisans Tezi). Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Düzce

Yelkikalan, N., Akatay, A. ve Altın, E. (2010). Yeni girişimcilik modeli ve yeni nesil girişimci profili: İnternet girişimciliği ve Y, M, Z kuşağı girişimci. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 10(20), 489-506. <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/289132> Erişim Tarihi: 22.06.2018

Yeniçeri, Ö., İnce, M. ve Saraç, D. (2005). *Bilgi yönetim stratejileri ve girişimcilik*. İstanbul: IQ Kültür Sanat Yayıncılık.

Yıldız, G. ve Balaban, Ö. (2007). M. Kurt ve S. Bayraktaroğlu(ed), *Örgütlerde post-modern dönüşümler, Türkiye’de işletmecilikte yeni perspektifler*. Ankara: Gazi Kitabevi.

Yontar, İ. G. (2008). Sürdürülebilir çevre ve ekonomi için bir araç: Türkiye’de ISO 14001 çevre yönetim sistemi standardı. *Review of Social, Economic & Business Studies*, 9(10).

Yurtsever, G., Atış, C. ve Yurtsever, Ş. (2006). *Girişimcilik*, Ankara: Karahan Kitabevi.

<http://www.kadav.org.tr> Erişim Tarihi:14.12.2018

<http://www.kagider.org.tr> Erişim Tarihi:17.12.2018

<http://www.kedv.org.tr>Erişim Tarihi:18.12.2018

<http://www.tr.undp.org/content/dam/turkey/docs/demgovdoc/UNDP-TR-womengap.pdf> Erişim Tarihi:18.12.2018

<https://kadininstatusu.aile.gov.tr> Erişim Tarihi:17.12.2018

<https://www.angikad.org.tr/> Erişim Tarihi:18.12.2018

https://usitem.mcbu.edu.tr/db_images/site_402/file/tekmer.pdfErişim Tarihi:04.12.2019)

<https://www.tobb.org.tr/AvrupaBirligiDairesi/Sayfalar/ABIGEM.html> Erişim Tarihi:15.12.2018)

www.tüsiad.org.tr Türkiye’de Girişimcilik Özet Bulgular, Erişim Tarihi:24.02.2018

<http://kulturlimited.com/2017/04/10/kultur-alaninda-yeni-bir-is-modeli-yaratici-girisimcilik> Erişim Tarihi:21.06.2018

<http://pazarlamaonline.blogspot.com/2013/06/ic-girisimcilik-nedir> Erişim Tarihi:20.06.2018

<http://www.meksa.org.tr> Erişim tarihi:19.07.2018

<http://ytukvk.org.tr/arsiv/barisyildiz> Yıldız Teknik Üniversitesi Kalite Verimlilik Kulübü, Erişim Tarihi: 29.01.2018

<https://www.kosgeb.gov.tr> Erişim Tarihi:14.12.2018

www.girisimcim.com Erişim Tarihi: 21.01.2019).

<https://www.uplifers.com> Özgüven eksikliğinin iş yaşamındaki olumsuz yansımaları ve başa çıkma yolları, Erişim Tarihi:25.01.2019).

<http://kariyeryolculuğu.com> Erişim Tarihi:25.01.2019).





EK-1

**HARRAN ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ İŞLETME
ANABİLİM DALI YÜKSEK LİSANS TEZİ ARAŞTIRMA ANKET FORMU**

Değerli Kadın Girişimci,

Bu anket formu, Harran üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı İşletme Yüksek Lisans Programında, Dr. Öğr. Üyesi Ahmet ÇAKIR danışmanlığında yürütülmekte olan “**Girişimcilik Alanında Kadın Girişimcilerin Yeri ve Karşılaştıkları Zorluklar: Şanlıurfa İli Örneği**” konulu yüksek lisans tez çalışmasında kullanılmak üzere veri elde etmek amacıyla hazırlanmıştır.

Ankete vereceğiniz cevaplar, bilimsel veri analizinde kullanılacak olup başka hiçbir amaçla kullanılmayacaktır. Ankete katılanların kişisel bilgileri gizlilik ilkesine uygun bir biçimde saklanacaktır. Anket sorularına verilen cevapların tam ve doğru olması araştırma sonuçlarını doğrudan etkileyecektir. Sağlayacağınız bu katkı bilimsel literatürün gelişmesine yardımcı olurken, siz değerli kadın girişimciler içinde bir bilgi ortamının oluşmasına yardımcı olacaktır. Vaktinizi ayırdığınız ve sağladığınız katkı için çok teşekkür eder, çalışma hayatınızda başarılar dilerim. Saygılarımla.

İletişim Adresi: Şanlıurfa Ticaret İl Müdürlüğü

Dilek ARŞİT

Gsm:0554-254-48-43

E-mail:dilekarsit@gmail.com

A-KADIN GİRİŞİMCİLERİN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİ VE İŞLETMELERİNE İLİŞKİN BİLGİLER

1)Yaşınız	
2)Eğitim Durumunuz	☐ Bir okul bitirmedi ☐ İlköğretim(ilk-orta) ☐ Ortaöğretim(lise ve meslek lisesi) ☐ Üniversite(2 ve 4 yıllık) ☐ Yüksek Lisans ve Doktora

3)Medeni Durumunuz	☐ Hiç evlenmedi ☐ Evli ☐ Boşanmış/Eşini kaybetmiş
4)Çocuğunuz var mı, varsa kaç çocuğunuz var)	☐ Çocuğum yok ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ve üzeri
5)İşletmenizin kuruluş yılı	☐ 2018 ☐ 2017 ☐ 2016 ☐ 2015 ve öncesi
6)İşletmenizin hukuki yapısı	☐ Şahıs İşletmesi ☐ Limited İşletmesi ☐ Anonim İşletmesi ☐ Diğer
7)İşletmenizin faaliyet gösterdiği sektör	☐ Bilgi ve iletişim ☐ Hizmet ☐ İmalat ☐ İnşaat ☐ Konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyeti ☐ Madencilik ve taş ocakçılığı ☐ Toptan ve perakende ticaret ☐ Ulaştırma ve Depolama ☐ Diğer(Belirtiniz).....
8)İşletmeniz bünyesinde kaç kişi çalıştırıyorsunuz?	☐ Yalnız kendim çalışıyorum ☐ 1-4 kişi ☐ 5-9 kişi ☐ 10-49 kişi ☐ 50 ve üzeri kişi
9)Aylık ortalama kazancınız ne kadar?	☐ 5.000 TL'den az ☐ 5.0001 TL-10.000 TL arası ☐ 10.0001 TL-15.000 TL arası ☐ 15.0001 TL ve üzeri

B-KADIN GİRİŞİMCİLERİN İŞ HAYATINA BAŞLAMALARINA İLİŞKİN BİLGİLER

10)İş kurmadan önceki uğraşınız?	☐ Aynı işi evde yapıyordum ☐ Bir işte çalışıyordum (kamu-özel) ☐ Eğitim/öğretime devam ediyordum ☐ İş arıyordum ☐ Ev işleriyle meşguldüm ☐ Emekliydim ☐ Diğer
---	--

11)Ailenizde; anne, baba ve/veya, eşinizden girişimci olan varmı?	()Evet ()Hayır
12)Anneniz çalıştı mı/ çalışıyor mu ?	()Hayatı boyunca çalışmadı ()Bir yıldan az süreli çalıştı/çalışıyor ()Bir yıldan uzun süreli çalıştı/çalışıyor
13)Kurduğunuz işle ilgili mesleki deneyiminiz var mı?	() Deneyimim yok ()0-4 yıl ()5-10 yıl ()10 yıldan fazla
14)Mesleki bilgi ve becerilerinizi nasıl kazandınız?	() Aileden () İş hayatından ()Örgün ve yaygın eğitim yoluyla ()Meslek edindirme programları ile (kurs, eğitim vb.) () Diğer(Belirtiniz).....
15)Girişimciliğe başlama sebepleriniz nelerdir? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz.)	() Başarma duygusu ()Ekonomik bağımsızlık kazanmak ()Bağımsız çalışmak ()Kendini geliştirmek ()Evin bütçesine katkıda bulunmak ()Mesleği yapmak ()Yüksek kazanç elde etmek ()Yenilikçi fikirleri hayata geçirmek ()İstihdam imkânları yaratmak ()Toplumsal ilişkilerin getirisi ()Yeni bir çevre edinmek ()İş bulamamak ()Çalışma saatlerini ayarlayabilmek ()Kişisel hobi veya ilgi duymak ()Aile içinde edinilen rolün uzantısı ()İş ilişkileri ile kişisel ilişkileri ayırmak ()Zaman geçirmek ()Kişisel koşullar (evlenme, boşanma vb.)
16)Kendi işinizi kurarken eşinizi ve/veya ailenizi ikna etmek zorunda kaldınız mı?	()Evet ()Hayır
17)İşletme kurarken kimlerden destek gördünüz?(Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)	()Hiç kimseden destek görmedim ()Eşimden ()Anne ve babamdan ()Çocuklarımdan

	☐ Yakın çevre ve arkadaşlarımdan ☐ Sivil toplum kuruluşları ve kadın örgütlerinden ☐ Kamı kurumlarından (Belediye, Valilik, Kaymakamlık, KOSGEB, Kalkınma Ajansı, Sosyal Yardımlaşma ve dayanışma Vakfı vb.) ☐ Diğer(Belirtiniz).....
18)İşletmenizi kurarken sermaye teminini nasıl sağladınız? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)	☐ Kendi birikimim ☐ Ailemden borç aldım ☐ Çevremden borç aldım ☐ Ortak buldum ☐ Banka kredisi aldım ☐ Devlet desteği aldım ☐ Diğer(Belirtiniz)

19)Aşağıda başarılı bir girişimci olabilmek için bazı kişilik özellikleri verilmiştir. Bu özelliklere ne ölçüde katıldığınızı verilen ölçeği kullanarak belirtiniz.

GİRİŞİMCİLİK ÖZELLİKLERİ	Kesinlikle katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum
Risk üstlenebilme yeteneğim vardır					
Kendime güvenim ve cesaretim vardır					
Sabırlı ve hoşgörülü bir insanım					
İnsanlarla kolay ve iyi iletişim kurarım					
Yönetim becerisine sahibim					
Aldığım eğitim ve deneyimlere güvenirim					
Hırslı ve kararlı bir yapım var					
Sorunlara çözüm odaklı yaklaşırım					
Özverili ve çalışkan bir yapım var					

20) Aşağıda sizin için iş kurma nedenlerine ilişkin bazı ifadeler verilmiştir. Bu ifadelere ne ölçüde katıldığınızı verilen ölçeği kullanarak belirtiniz.

İŞ KURMA NEDENLERİ	Kesinlikle katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum
Ailemin ihtiyaçlarını karşılamak					
Ekonomik bağımsızlığımı kazanmak					
Kendi işimin patronu olmak					
Zamanımı değerlendirmek					
Yüksek kazanç elde etmek					
İdealimi gerçekleştirmek ve kendimi kanıtlamak					
Bilgi, beceri ve deneyimlerimi değerlendirmek					
Mesleğimi yapmak					
Sosyal statümü yükseltmek, toplumda bir prestij ve ün sahibi olmak					
İş bulamadığım için girişimde bulundum					
Finansal destek ve teşvik verilmesi					
Miras yoluyla devraldım veya ailemin işini devam ettirmek zorunda kaldım					

21)Kadın girişimcilerin işletmelerini kurarken karşılaştıkları sorunlara ilişkin bazı ifadeler verilmiştir. Bu ifadelere ne ölçüde katıldığınızı verilen ölçeğe kullanılarak belirtiniz.

İŞLETME KURARKEN KARŞILAŞILAN SORUNLAR	Kesinlikle katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum
İşletmemi kurarken herhangi bir sorunla karşılaşmadım					
İşletmemi kurarken ailemin karşı çıkmasından dolayı sorun yaşadım					
İşletmemi kurarken bilgi eksikliği ve tecrübesizliğimden dolayı sorun yaşadım					
İşletmemi kurarken toplumun olumsuz bakış açısı, önyargılı tutumlar nedeniyle sorun yaşadım					
İşletmemi kurarken sermaye temininde sorun yaşadım					
İşletmemi kurarken bürokratik işlerden dolayı sorun yaşadım					
İşletmemi kurarken yer temininden dolayı sorun yaşadım					
İşletmemi kurarken malzeme temininden dolayı sorun yaşadım					
İşletmemi kurarken yaşadığım sorunların kadın olmamdan kaynaklandığını düşünüyorum					

C-KADIN GİRİŞİMCİLERİN İŞLETME FAALİYETLERİ SIRASINDA KARŞILAŞTIKLARI SORUNLARA İLİŞKİN BİLGİLER

22) Kadın girişimcilerin işletmelerinin faaliyetleri sırasında karşılaştıkları sorunlara ilişkin bazı ifadeler verilmiştir. Bu ifadelere ne ölçüde katıldığınızı verilen ölçeği kullanarak belirtiniz.

FAALİYET SIRASINDA KARŞILAŞILAN SORUNLAR	Kesinlikle katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum
İşletme faaliyetleri sırasında deneyimsizliğimden dolayı sorun yaşıyorum					
İşletme faaliyetleri sırasında ailevi nedenlerden dolayı sorun yaşıyorum					
İşletme faaliyetleri sırasında tedarikçi ilişkilerinde sorun yaşıyorum.					
İşletme faaliyetleri sırasında müşteri ilişkilerinde sorun yaşıyorum					
İşletme faaliyetleri sırasında müşteri ilişkilerinde sorun yaşıyorum					
İşletme faaliyetleri sırasında borç ödemeleri nedeniyle sorun yaşıyorum					
İşletme faaliyetleri sırasında uygun krediye ulaşamamamdan dolayı sorun yaşıyorum					
İşletme faaliyetleri sırasında bürokratik işlemlerden dolayı sorun yaşıyorum					
İşletme faaliyetleri sırasında çalışanların üzerinde otorite kurmakta sorun yaşıyorum					
İşletme faaliyetleri sırasında pazarda erkek hâkimiyetinden dolayı sorun yaşıyorum					
İşletmemin faaliyeti sırasında yaşadığım sorunların kadın olmamdan kaynaklandığını düşünüyorum					

D-KADIN GİRİŞİMCİLERİN AİLE, SOSYAL YAŞAM VE GELECEK PLANLARINA İLİŞKİN BİLGİLER

23) Kadın girişimcilerin aile yaşamlarında karşılaştıkları sorunlara ilişkin aşağıdaki ifadelere ne ölçüde katıldığınızı verilen ölçeği kullanarak belirtiniz.

AİLE YAŞAMINDA KARŞILAŞILAN SORUNLAR	Kesinlikle katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum
Girişimci olmamdan dolayı ev işlerini yapmakta sorunlar yaşıyorum					
Girişimci olmamdan dolayı çocuk bakımında sorunlar yaşıyorum					
Girişimci olmamdan dolayı ailem yeteri kadar zaman ayıramıyorum					
Girişimci olmamdan dolayı kendime yeteri kadar ayıramıyorum					
Girişimci olmamdan dolayı üzerimde sosyal baskı olduğunu hissediyorum					
Girişimci olmamdan dolayı fiziksel ve zihnen kendimi yorgun hissediyorum					

24) Ev işlerini yürütmek ve/veya çocuk bakımı için destek alıyorsunuz?(Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)	() Destek almıyorum () Eşimden destek alıyorum () Ailemden destek alıyorum () Bakıcı desteği alıyorum () Temizlik personeli desteği alıyorum () Hem bakıcı, hem temiz personeli desteği alıyorum
25) Girişimci olmanızın size sağlamış olduğu avantajlar nelerdir? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)	() Herhangi bir avantajı yok () Bir işle meşgul olma () Evin bütçesine katkı sağlama () Maddi özgürlük () Özgüvenin yüksek olması () Başarma duygusu () Yaşamdan duyulan memnuniyet () Başkalarını istihdam edebilmek () Toplumdaki sosyal statü () Diğer(Belirtiniz).....

26)Girişimciliğin alternatifi sizin için nedir? Bu işi yapmasaydınız ne iş yapıyor olurdunuz?	☐ Herhangi bir işle meşgul olmazdım ☐ Farklı bir sektörde yine girişimci olurum ☐ Aynı işte ücretli olarak çalışırdım ☐ Farklı işte ücretli olarak çalışırdım ☐ Memur olurum ☐ Diğer(Belirtiniz).....
27)İşinizle ilgili gelecek planınız nedir?	☐ İş bırakmayı düşünüyorum ☐ Mevcut işime devam ederdim ☐ Ürün ve hizmet sayısını arttırarak ve çeşitlendirerek büyümeyi hedefliyorum ☐ Farklı sektöre girmeyi düşünüyorum ☐ Diğer(Belirtiniz).....
28)Ülkemizde kadın girişimciliğinin gelişmesi için devletten beklentiniz nelerdir?(Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)	☐ Vergi kolaylıklarının getirilmesi ☐ Rekabet koşullarının geliştirilmesi ☐ Eğitim olanaklarının sağlanması ☐ Teknik destek alınması ☐ Kredi olanaklarının iyileştirilmesi ☐ Bürokratik işlemleri azaltılması ☐ Diğer(Belirtiniz).....
29)Kadınlarla ilgili herhangi bir sivil toplum örgütüne üye misiniz?	☐ Evet ☐ Hayır
30)Kadın girişimci olmanın eskiye oranla (girişimci olmadan) kişisel imajınızı ve özgüveninizi iyi yönde geliştirdiğini düşünüyor musunuz ?	☐ Evet, iyi yönde gelişti. ☐ Hayır, kötü yönde değişti ☐ Herhangi bir değişiklik olmadı
31)Girişimci olmayı başka kadınlara önerir misiniz?	☐ Evet ☐ Hayır