



**T. C.
ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI
YÖNETİM VE ORGANİZASYON BİLİM DALI**

**KADIN GİRİŞİMCİLİKTE BAŞARI
VE BAŞARIYI ETKİLEYEN FAKTÖRLER:
BURSA ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Canan ARIKAN

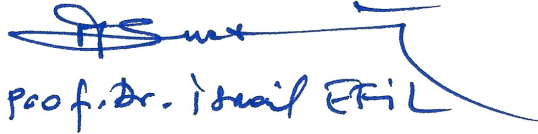
**Danışman:
Prof. Dr. İsmail EFİL**

BURSA - 2013

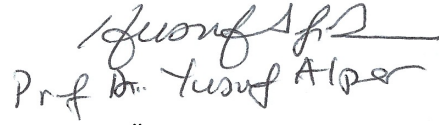
TEZ ONAY SAYFASI

T. C.
ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

İşletme Anabilim/Anasanat Dalı,
Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı'nda 700914002 numaralı
Çağrı Arıkan'nın hazırladığı
"Kadın Girişimciliğe Başarı ve Başarıyı Etkileyen Faktörleri Üzerine Örneği"
konulu Yüksek Lisans Tezi (Yüksek Lisans/Doktora/Sanatta Yeterlik
Tezi/Çalışması) ile ilgili tez savunma sınavı, 12.07/2013 günü 14.00-16.00 saatleri arasında
yapılmış, sorulara alınan cevaplar sonunda adayın tezinin/çalışmasının
başarılı (başarılı/başarısız) olduğuna oybirliği (oybirliği/oy çokluğu)
ile karar verilmiştir.


Prof. Dr. İsmail Efil

Üye (Tez Danışmanı ve Sınav Komisyonu
Başkanı)
Akademik Unvanı, Adı Soyadı
Üniversitesi


Prof. Dr. Yusuf Alper

Üye
Akademik Unvanı, Adı Soyadı
Üniversitesi


Doç. Dr. Mehmet Eryılmaz

Üye
Akademik Unvanı, Adı Soyadı
Üniversitesi

Üye
Akademik Unvanı, Adı Soyadı
Üniversitesi

Üye
Akademik Unvanı, Adı Soyadı
Üniversitesi

12.07/2013

ÖZET

Yazar Adı ve Soyadı : Canan Arıkan
Üniversite : Uludağ Üniversitesi
Enstitü : Sosyal Bilimler Enstitüsü
Anabilim Dalı : İşletme
Bilim Dalı : Yönetim ve Organizasyon
Tezin Niteliği : Yüksek Lisans Tezi
Sayfa Sayısı : XII + 173
Mezuniyet Tarihi : / / 20.....
Tez Danışman(lar)ı : Prof. Dr. İsmail EFİL

KADIN GİRİŞİMCİLİKTE BAŞARI VE BAŞARIYI ETKİLEYEN FAKTÖRLER: BURSA ÖRNEĞİ

Dünya nüfusunun ve potansiyel işgücünün yaklaşık yarısını oluşturan ve karşılaştığı cinsiyet temelli engeller nedeniyle çalışma hayatının dışında kalan kadınların kendi işlerini kurarak ekonomiye katılımlarının artması işsizliği azaltmakta ve ekonomik büyümeyi önemli ölçüde desteklemektedir. Dünyanın pek çok ülkesinde olduğu gibi ülkemizde de kadın girişimciliği, kadın istihdamı sorununun çözümünde önemli araçlardan birisi olarak görülmekte ve kadın girişimciliğini desteklemek amacıyla çeşitli proje, program ve çalışmalar yürütülmektedir.

Kadınların girişimcilik süreçlerine yoğun olarak katılarak kalkınmaya ve dolayısıyla da ülke kalkınmasına katkı sağlamaları, girişimci kadınların yaşadıkları sorunların tespit edilmesi ve bu sorunlara etkin çözümler üretilebilmesi ile mümkün olacaktır. Bu doğrultuda, bu çalışmanın amacı, Bursa ilinde yaşayan kadınların; mevcut girişimcilik faaliyetlerini tespit etmek, kadınları girişimci olmaya yönlendiren faktörleri ortaya koymak, girişimcilik önündeki engelleri incelemek, girişimcilikte başarı ve başarısızlığa etki eden faktörleri belirlemek ve elde edilen bulgular doğrultusunda tespit edilen sorunlara yönelik çözüm önerileri sunmaktır.

Araştırma Bursa ilinde firma sahibi olan 90 kadınla online anket yoluyla gerçekleştirilmiştir. Çalışma sonucunda kurumsal engeller, gerekli finansmana ulaşamamak, sermaye eksikliği başarıyı azaltan değişkenlerdir. Kurumsal destek ve girişimci özellikleri ise başarıyı arttıran anlamlı ve etkili değişkenlerdir.

Anahtar Sözcükler:

Girişimcilik, Başarı, Kadın girişimciliği, Kadın girişimciler

ABSTRACT

Name and Surname : Canan Arıkan
University : Uludağ University
Institution : Social Science Institution
Field : Business Administration
Branch : Management and Organization
Degree Awarded : Master
Page Number : XII + 173
Degree Date : / / 20.....
Supervisor (s) : Prof. Dr. İsmail EFİL

WOMEN ENTREPRENEURSHIP SUCCESS AND FACTORS AFFECTING SUCCESS: THE CASE OF BURSA

The participation of the women, who constitute half the world's population and the potential workforce and have to stay out of the working life due to gender-based obstacles, on the economy building their own business declines the unemployment and significantly supports the economical spurt. As in many countries all over the world, women entrepreneurship in our country is considered as one of the most powerful tools in solution of women employment problems and several projects, programs and studies are being conducted in order to support the women entrepreneurship.

Women's participating to the entrepreneurship processes and contributing to the development and thus to the national development will be possible only by detecting the problems entrepreneur women face and producing efficient solutions to these problems. In this direction, the purpose of this study is to detect the current entrepreneurship activities of women in Bursa, note the factors encouraging women into entrepreneurship, investigate the problems in entrepreneurship, to identify the factors affecting the success or failure in entrepreneurship, and offer solutions aimed at the problems identified in the guidance of the findings acquired.

The study was conducted through online survey with 90 women who have their companies in Bursa. This study found out that institutional barriers, not reaching the required finance, lack of capital are variables that reduce the success. Institutional support and the entrepreneurial characteristics are variables that increase the success meaningfully and effectively.

Keywords:

Entrepreneurship, Success, Woman entrepreneurship, Woman entrepreneurs

ÖNSÖZ

Yüksek Lisans eğitimim süresince beni her konuda destekleyen, bana güvenen, deneyimlerini ve görüşlerini benimle paylaşarak çalışmama büyük katkıda bulunan danışman hocam Sayın Prof. Dr. İsmail EFİL'e,

Tez çalışmama yönlendirici ve olumlu katkılar sağlayan Sayın Doç. Dr. Halil SAYLI'ya,

Tez çalışmam süresince görüş ve önerilerini aldığım, bana her konuda moral ve destek veren Sayın Yrd. Doç. Dr. Zeynep KÖSE ve Sayın Dr. Muharrem AYDIN'a,

Hayatımın her aşamasında olduğu gibi tez çalışmam sırasında da bana destek ve güç veren kıymetli anneme, babama, kardeşime,

Daima yanımda olan, beni yüreklendiren arkadaşlarım Tuba GÜMÜŞ'e ve Tuba ESMERAY'a,

Bu çalışmanın bitmesini sabırsızla bekleyen tüm dostlarıma,

Tez çalışmama katkı sağlayan tüm kadın girişimcilere,

Teşekkürlerimi sunarım...

İÇİNDEKİLER

	Sayfa No.
TEZ ONAY SAYFASI	ii
ÖZET	iii
ABSTRACT	iv
ÖNSÖZ	v
İÇİNDEKİLER	vi
KISALTMALAR	ix
TABLOLAR	x
GRAFİKLER	xii
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİMCİLİK VE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİN KAVRAMSAL DEĞERLENDİRİLMESİ

1. GİRİŞİMCİLİĞİN KAVRAMSAL DEĞERLENDİRİLMESİ	4
1. 1. GİRİŞİMCİLİĞİN TANIMI	4
1. 2. GİRİŞİMCİLİĞİN ÖNEMİ	8
1. 3. GİRİŞİMCİLİĞİN ÖZELLİKLERİ	9
1. 4. GİRİŞİMCİLİĞİN TARİHSEL GELİŞİMİ	12
1. 4. 1. Dünya’da Girişimcilik	12
1. 4. 2. Türkiye’de Girişimcilik	15
2. KADIN GİRİŞİMCİLİĞİN KAVRAMSAL DEĞERLENDİRİLMESİ	17
2. 1. KADIN GİRİŞİMCİLİĞİN TANIMI	18
2. 2. KADIN GİRİŞİMCİLİĞİN ÖNEMİ	19
2. 3. KADIN GİRİŞİMCİLİĞİN ÖZELLİKLERİ	21
2. 4. KADIN GİRİŞİMCİLİKTE TİPOLOJİLER	25
2. 5. KADIN GİRİŞİMCİLİĞİN TARİHSEL GELİŞİMİ	28
2. 5. 1. Dünya’da Kadın Girişimcilik	28
2. 5. 2. Türkiye’de Kadın Girişimcilik	30

İKİNCİ BÖLÜM

KADIN GİRİŞİMCİLİKTE BAŞARI VE BAŞARIYI ETKİLEYEN FAKTÖRLER

1. KADIN GİRİŞİMCİLİKTE BAŞARI	34
2. KADIN GİRİŞİMCİLİKTE MOTİVASYON KAYNAKLARI	38
3. KADIN GİRİŞİMCİLİKTE BAŞARIYI DESTEKLEYEN FAKTÖRLER	44
3. 1. KURUMSAL DESTEK FAKTÖRLERİ	45
3. 1. 1. Bakanlık Destekleri	46
3.1.1.1. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı - KOSGEB	47
3.1.1.2. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı - TÜBİTAK	48
3.1.1.3. Kalkınma Bakanlığı - BEBKA	49

3.1.1.4. Ekonomi Bakanlığı	50
3.1.1.5. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı - İŞKUR	51
3.1.1.6. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı - KSGM	52
3.1.2. Avrupa Birliği Destekleri	54
3.1.3. Üniversiteler	58
3.1.4. Sivil Toplum Kuruluşları	59
3.1.4.1. Kadın Dernekleri	60
3.1.4.2. Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği	61
3.1.4.3. Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu	63
3.1.5. Banka Destekleri	65
3.2. SOSYAL DESTEK FAKTÖRLERİ	68
3.2.1. Aile	68
3.2.2. Çevre	70
3.2.3. Eğitim ve Tecrübe	72
3.3. MEDYA DESTEĞİ	76
4. KADIN GİRİŞİMCİLİKTE BAŞARIYI ENGELLEYEN FAKTÖRLER.....	78
4.1. KURUMSAL ENGELLER	80
4.1.1. Finansal Engeller	80
4.1.2. Bürokratik Engeller	82
4.2. SOSYAL ENGELLER	83
4.2.1. Aile	84
4.2.2. Çevre	85
4.2.3. Eğitim ve Tecrübe	87
4.3. PSİKOLOJİK ENGELLER	89
4.3.1. Rol Çatışması ve Stress	89
4.3.2. Cinsiyete Dayalı Rol Ayrımcılığı	90
4.3.3. Zaman Darlığı	91

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KADIN GİRİŞİMCİLİKTE BAŞARIYI DESTEKLEYEN VE ENGELLEYEN FAKTÖRLERİN İSTATİSTİK ANALİZİ

1. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ VE AMACI.....	94
2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ.....	95
3. ARAŞTIRMANIN ÖRNEKLEMİ.....	95
4. ARAŞTIRMANIN VARSAYIMLARI VE SINIRLILIKLARI	96
4.1. VARSAYIMLAR	96
4.2. SINIRLILIKLAR	96
5. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ	96
6. ANKETİN GÜVENİLİRLİK ANALİZİ	97
7. VERİLERİN ANALİZİ	98
8. BULGULAR	98
8.1. DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERE İLİŞKİN BULGULAR	99
8.2. İŞLETME YAPISI VE ÖZELLİKLERİNE İLİŞKİN İLGİLİ BULGULAR	102
8.3. GİRİŞİMCİ OLMA DURUMU İLE İLGİLİ BULGULAR	106
8.4. MOTİVASYON FAKTÖRLERİNE İLİŞKİN BULGULAR	108
8.5. DESTEK FAKTÖRLERİNE İLİŞKİN BULGULAR	109
8.6. ENGELLERE İLİŞKİN BULGULAR	112

9. HİPOTEZLERİN SINANMASI VE KI-KARE İLİŞKİ ANALİZLERİ	114
10. FAKTÖR ANALİZİ SONUÇLARI.....	134
11. GRUP FARKLILIKLARININ SINANMASI.....	136
12. LOJİSTİK REGRESYON ANALİZİ SONUÇLARI.....	140
SONUÇ VE ÖNERİLER	143
EKLER	153
KAYNAKLAR.....	160
ÖZGEÇMİŞ	173

KISALTMALAR

AB	: Avrupa Birliği
ABİGEM	: Avrupa Birliği İş Geliştirme Merkezleri
ADNKS	: Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi
Ar-Ge	: Araştırma Geliştirme
BEBKA	: Bursa Eskişehir Bilecik Kalkınma Ajansı
BESOB	: Bursa Esnaf ve Sanatkârlar Odaları Birliği
BM	: Birleşmiş Milletler
BRICS	: Brezilya, Rusya, Hindistan, Çin ve Güney Afrika Cumhuriyeti
BTSO	: Bursa Ticaret ve Sanayi Odası
CIP	: Rekabet Edebilirlik ve Yenilikçilik Çerçeve Programı
EIP	: Girişimcilik ve Yenilik Programı
GAP	: Güneydoğu Anadolu Projesi
GEM	: Global Entrepreneurship Monitor - Dünya Girişimcilik Platformu
İŞKUR	: Türkiye İş Kurumu
KAGİDER	: Türkiye Kadın Girişimciler Derneği
KEDV	: Kadın Emegini Değerlendirme Vakfı
KGF	: Kredi Garanti Fonu
KGK	: Kadın Girişimciler Kurulu
KİŞGEM	: Kadın Girişimci İş Geliştirme Merkezi
KMO	: Kaiser-Meyer-Olkin Değerli
KOBİ	: Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler
KOSGEB	: Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
KSGM	: Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü
OECD	: Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü
SGK	: Sosyal Güvenlik Kurumu
STK	: Sivil Toplum Kuruluşu
Teknopark	: Teknoloji Geliştirme Bölgeleri
TESK	: Türkiye Esnaf ve Sanatkârları Konfederasyonu
TGMP	: Türkiye Grameen Mikrokredi Projesi
TİSK	: Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu
TOBB	: Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
TÜBİTAK	: Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
TÜSİAD	: Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği
ULUTEK	: Uludağ Üniversitesi Teknoloji Geliştirme Bölgesi
b.	: Baskı
C.	: Cilt
No	: Numara
pp.	: Pages
ss.	: Sayfadan sayfaya
vb.	: Ve benzeri
vd.	: Ve diğerleri
Vol.	: Volume

TABLULAR

Tablo 1. 1: Kadın ve Erkek Girişimciler Arasındaki Farklılıklar.....	24
Tablo 2. 1: Bitirilen Eğitim Düzeyi ve Cinsiyete Göre Nüfus (6+yaş) 2011 Türkiye.....	73
Tablo 2. 2: Eğitim Durumuna Göre Erkek ve Kadınların İşgücüne Katılım Oranları	74
Tablo 3. 1: Anketin Güvenilirlik Test Sonuçları.....	98
Tablo 3. 2: İşletmenin Faaliyet Gösterdiği Sektör.....	102
Tablo 3. 3: İstihdam Edilen Personel Sayısı.....	102
Tablo 3. 4: İşletme Yaşı.....	103
Tablo 3. 5: Katılımcıların Başarısız Girişimciye Verdiği Tavsiyeler.....	107
Tablo 3. 6: Motivasyon Faktörleri.....	108
Tablo 3. 7: Destek Alınan Kişi/Kurumlar ve Destek Konuları	109
Tablo 3. 8: Başarıyı Desteleyen Faktörler	111
Tablo 3. 9: Devlet Destekleri.....	112
Tablo 3. 10: Engeller	113
Tablo 3. 11: Devlet Destekleri ile Başarı Arasındaki Ki-Kare İlişki Analizi.....	114
Tablo 3. 12: Devlet Desteği ve Kârlılık Değişkenleri Kontenjans Tablosu	115
Tablo 3. 13: Kadın Dernekleri Katkısı ile Başarı Arasındaki Ki-Kare İlişki Analizi	115
Tablo 3. 14: Kadın Dernekleri Katkısı ve Kârlılık Değişkenleri Kontenjans Tablosu.....	116
Tablo 3. 15: Odalar Katkısı ile Başarı Arasındaki Ki-Kare İlişki Analizi	116
Tablo 3. 16: Odalar Katkısı ve Kârlılık Değişkenleri Kontenjans Tablosu.....	116
Tablo 3. 17: Bankalar Katkısı ile Başarı Arasındaki Ki-Kare İlişki Analizi.....	117
Tablo 3. 18: Bankalar Katkısı ve Kârlılık Değişkenleri Kontenjans Tablosu	117
Tablo 3. 19: Aile Desteği ile Başarı Arasındaki Ki-Kare İlişki Analizi.....	118
Tablo 3. 20: Aile Desteği ve Kârlılık Değişkenleri Kontenjans Tablosu.....	118
Tablo 3. 21: Arkadaş Desteği ile Başarı Arasındaki Ki-Kare İlişki Analizi	118
Tablo 3. 22: Arkadaş Desteği ve Kârlılık Değişkenleri Kontenjans Tablosu	119
Tablo 3. 23: Diğer Kadın Girişimciler Desteği ile Başarı Arasındaki Ki-Kare İlişki Analizi	119
Tablo 3. 24: Diğer Kadın Girişimciler Desteği ve Kârlılık Değişkenleri Kontenjans Tablosu	119
Tablo 3. 25: Alınan Eğitimin Katkısı ile Başarı Arasındaki Ki-Kare İlişki Analizi	120
Tablo 3. 26: Alınan Eğitimin Katkısı ve Kârlılık Değişkenleri Kontenjans Tablosu.....	120
Tablo 3. 27: Sahip Olunan Tecrübenin Katkısı ile Başarı Arasındaki Ki-Kare İlişki Analizi	121
Tablo 3. 28: Sahip Olunan Tecrübenin Katkısı ve Kârlılık Değişkenleri Kontenjans Tablosu	121
Tablo 3. 29: Yasalar ile Başarı Arasındaki Ki-Kare İlişki Analizi.....	122
Tablo 3. 30: Yasalar ve Kârlılık Değişkenleri Kontenjans Tablosu.....	122
Tablo 3. 31: Bürokrasi ile Başarı Arasındaki Ki-Kare İlişki Analizi	122
Tablo 3. 32: Bürokrasi ve Kârlılık Değişkenleri Kontenjans Tablosu	123
Tablo 3. 33: Sermaye Eksikliği ile Başarı Arasındaki Ki-Kare İlişki Analizi	123
Tablo 3. 34: Sermaye Eksikliği ve Kârlılık Değişkenleri Kontenjans Tablosu.....	123
Tablo 3. 35: Gerekli Finansman Kaynağına Ulaşamamak ile Başarı Arasındaki Ki-Kare İlişki Analizi	124
Tablo 3. 36: Gerekli Finansman Kaynağına Ulaşamamak ve Kârlılık Değişkenleri Kontenjans Tablosu	124

Tablo 3. 37: Kredi Maliyetleri ile Başarı Arasındaki Ki-Kare İlişki Analizi.....	124
Tablo 3. 38: Kredi Maliyetleri ve Kârlılık Değişkenleri Kontenjans Tablosu	125
Tablo 3. 39: Kültürel Değerler ile Başarı Arasındaki Ki-Kare İlişki Analizi.....	125
Tablo 3. 40: Kültürel Değerler ve Kârlılık Değişkenleri Kontenjans Tablosu.....	126
Tablo 3. 41: Sosyal Çevre ile Başarı Arasındaki Ki-Kare İlişki Analizi.....	126
Tablo 3. 42: Sosyal Çevre ve Kârlılık Değişkenleri Kontenjans Tablosu.....	126
Tablo 3. 43: İş Ve Özel Yaşam Dengesi ile Başarı Arasındaki Ki-Kare İlişki Analizi....	127
Tablo 3. 44: İş Ve Özel Yaşam Dengesi ve Kârlılık Değişkenleri Kontenjans Tablosu...	127
Tablo 3. 45: Ailem Seçeneği ile Başarı Arasındaki Ki-Kare İlişki Analizi	127
Tablo 3. 46: Ailem Seçeneği ve Kârlılık Değişkenleri Kontenjans Tablosu.....	128
Tablo 3. 47: Çocuklarım Seçeneği ile Başarı Arasındaki Ki-Kare İlişki Analizi.....	128
Tablo 3. 48: Çocuklarım Seçeneği ve Kârlılık Değişkenleri Kontenjans Tablosu.....	128
Tablo 3. 49: Örnek Alabileceği Kadın Girişimcilerin Olmaması ve Başarı Arasındaki Ki-Kare İlişki Analizi	129
Tablo 3. 50: Örnek Alabileceği Kadın Girişimcilerin Olmaması ve Kârlılık Değişkenleri Kontenjans Tablosu	129
Tablo 3. 51: Eğitim Ve Bilgi Eksikliğinin Olması ve Başarı Arasındaki Ki-Kare İlişki Analizi	130
Tablo 3. 52: Eğitim Ve Bilgi Eksikliği Olması ve Kârlılık Değişkenleri Kontenjans Tablosu	130
Tablo 3. 53: Yeterli Tecrübenin Olmaması ve Başarı Arasındaki Ki-Kare İlişki Analizi	131
Tablo 3. 54: Yeterli Tecrübenin Olmaması ve Kârlılık Değişkenleri Kontenjans Tablosu	131
Tablo 3. 55: Uygun Kalifiye Personel Bulma Zorluğu ve Başarı Arasındaki Ki-Kare İlişki Analizi	132
Tablo 3. 56: Uygun Kalifiye Personel Bulma Zorluğu ve Kârlılık Değişkenleri Kontenjans Tablosu	132
Tablo 3. 57: Yeterli Motivasyonun Olmaması ve Başarı Arasındaki Ki-Kare İlişki Analizi	133
Tablo 3. 58: Yeterli Motivasyonun Olmaması ve Kârlılık Değişkenleri Kontenjans Tablosu	133
Tablo 3. 59: Stres ve Başarı Arasındaki Ki-Kare İlişki Analizi	134
Tablo 3. 60: Stres ve Kârlılık Değişkenleri Kontenjans Tablosu	134
Tablo 3. 61: Faktörlerin Kavramsal Anlamlılık Sıralanışı	135
Tablo 3. 62: Soru Setinin Cronbach Alpha Değerleri	136
Tablo 3. 63: Girişimciliğe 26-30 Yaşında Başlayanlar ile 36-40 Yaşında Başlayan Kadınlar Arasında Grup Farklılıklarının Sınanması.....	138
Tablo 3. 64: Personel Sayısı 5 Ve 5'ten Fazla Olan ile 5'ten Az Olan Kadın Girişimcilerin Arasında Grup Farklılıklarının Sınanması.....	139
Tablo 3. 65: Ailesinde Girişimci Olan ve Olmayan Kadınlar Arasında Grup Farklılıklarının Sınanması	139
Tablo 3. 66: Eğitim Durumu Açısından Grup Farklılıklarının Kruskal Wallis Test Sonuçları.....	140
Tablo 3. 67: Erkek Kardeş Sahipliği Açısından Grup Farklılıklarının Kruskal Wallis Test Sonuçları.....	140
Tablo 3. 68: Lojistik Regresyon Tahmin Sonuçları	141

GRAFİKLER

Grafik 3. 1: Yaş Aralığı	99
Grafik 3. 2: Eğitim Durumu	99
Grafik 3. 3: Kaçınıcı Çocuk Olduğu, Kaç Kız ve Erkek Kardeşe Sahip Olduğu	100
Grafik 3. 4: Medeni Durum	100
Grafik 3. 5: Çocuk Sayısı	100
Grafik 3. 6: Üye Olunan Kuruluşlar	101
Grafik 3. 7: Kendi İşini Kurma Yaşı	101
Grafik 3. 8: İşletmenin Kurulma Şekli	103
Grafik 3. 9: İşletmenin Ortaklık Yapısı	104
Grafik 3. 10: İşletmenin Başlangıç Sermayesi Kaynakları	104
Grafik 3. 11: İşletmenin Kârlılık/Üretim Miktarı/Satış Miktarı/İhracat Değişim Durumu	105
Grafik 3. 12: Yıllık Plan	105
Grafik 3. 13: Stratejik Plan	106
Grafik 3. 14: Ailede Girişimci Olma Durumu	106
Grafik 3. 15: Ailedeki Girişimcilerin Başarıya Etkisi	106
Grafik 3. 16: Başarısız Girişimcilik Deneyimi	107
Grafik 3. 17: Kurumsal Destek Faktörleri Jarque_Bera Normallik Testi Sonuçları	136
Grafik 3. 18: Sosyal Ağ Yapısı Desteği Faktörü Jarque_Bera Normallik Testi Sonuçları	137
Grafik 3. 19: Sosyal Engeller Faktörü Jarque_Bera Normallik Testi Sonuçları	137
Grafik 3. 20: Kurumsal Engeller Faktörü Jarque_Bera Normallik Testi Sonuçları	137
Grafik 3. 21: Motivasyon Faktörü Jarque_Bera Normallik Testi Sonuçları	138

GİRİŞ

Ekonomik ve toplumsal gelişmede daima anahtar rol oynamış bir olgu olan girişimcilik konusu son yıllarda daha da önemli hale gelmiştir. Birçok ülkede girişimci sayısını arttırmaya yönelik yeni politikalar ve teşvikler uygulanmaya başlanmıştır. Sürdürülebilir ekonomik ve sosyal kalkınmanın kaynağı olarak görülen girişimcilik, işsizlik sorununa çözüm olarak yeni fırsatlar oluşturmaktadır. Bir ülkede gayri safi yurtiçi hâsıla, toplumsal yaşam kalitesinin artması ile girişimci sayısının yüksek olması arasında doğrudan ilişki bulunmaktadır.

1980'lerden itibaren hızlı bir gelişme gösteren girişimcilik kavramı erkekler kadar kadınların da ilgi alanı içerisine girmeye başlamıştır. Kadınların çalışma hayatına katılımlarının hızlandığı ve kadın işgücünün toplam işgücü içerisindeki oranının giderek arttığı günümüzde, ekonomik, sosyal ve teknolojik gelişmeler bütün dünyada olduğu gibi Türkiye'de de kadının toplumdaki rolünü değiştirmiş ve onları iş yaşamının vazgeçilmez aktörleri haline getirmiştir. Gittikçe daha fazla ve aktif olarak çalışma hayatına katılan kadınlar, girişimci olarak ekonomiye sağladıkları katkı ve sahip oldukları potansiyel güç ile önemli bir kaldıraç görevini üstlenmektedirler.

Kadın girişimcilerin ekonomik birimler olarak görülmesinin ardından, araştırmacılar kadın girişimciliğini hem ekonomik hem de sosyolojik açıdan önemli bir olgu olarak kabul etmişlerdir. Bir grup araştırmacı, kadın girişimcilerin kendine özgü ve erkeklerden farklı özellikler taşıdığını, diğer bir grup araştırmacı ise cinsiyet faktörünün belirleyici olmadığını savunmaktadır. Kadın girişimciliği araştırmaları farklı boyutlarda olmakla birlikte, her zaman güncelliğini korumuştur. Kadının sosyal rollerine odaklanıldığında onların erkeklerden farklı ekonomik birimler olduğunu görmek mümkündür.

Dünyanın pek çok ülkesinde olduğu gibi ülkemizde de kadın girişimciliğini desteklemek amacıyla kamu kurumları ve sivil toplum kuruluşları tarafından çeşitli proje ve programlar gerçekleştirilmektedir. Ancak kadın girişimciler gerek işlerini kurarken gerekse işlerini yürütürken toplumun kadınlara yüklediği rollerden oluşan ön yargılar, bürokratik engeller, sermaye eksikliği ve rol çatışması gibi birçok engel ile karşılaşmaktadırlar.

Kadınların iş hayatında yer alması ve başarısının sağlanması için onları girişimci olmaya yönelten motivasyon kaynaklarının, iş hayatlarında başarılarını olumlu veya olumsuz etkileyen faktörlerin tespitine yönelik kapsamlı araştırmalara ihtiyaç vardır. Bu tez çalışmasının amacı; kadın girişimcilerin motivasyon kaynaklarını araştırmak, kadın girişimcilerin başarısını destekleyen ve engelleyen faktörleri belirlemek, bunlar arasında nasıl bir ilişkinin olduğunu incelemek ve elde edilen bulgular doğrultusunda tespit edilen engellere yönelik çözüm önerileri sunmaktır.

Üç bölümden oluşan çalışmanın ilk bölümünde kavramsal çerçeve çizilmeye çalışılmıştır. Girişimciliğin ve kadın girişimciliğin kavramsal değerlendirilmesi yapılmıştır. Girişimciliğin ve kadın girişimciliğin tanımı, önemi, özellikleri ve tarihsel gelişimi incelenmiştir.

İkinci bölümde, kadın girişimcilikte başarı ve başarıyı etkileyen faktörler konusuna ilişkin bilgiler bulunmaktadır. Öncelikle kadın girişimcilikte başarı ve kadınları girişimci olmaya yönelten motivasyon kaynakları üzerinde durulmuştur. Daha sonra kadın girişimcilikte başarıyı destekleyen faktörler irdelenmiş, Türkiye’de kadın girişimcilerin desteklenmesi için kamu kurumları ve sivil toplum kuruluşları tarafından yürütülen çalışmalara yer verilmiştir. Daha sonra ise kadınların karşılaştıkları engeller detaylı olarak ele alınarak bu konulardaki araştırma bulgularına yer verilmiştir.

Üçüncü bölümde, kadın girişimcilikte motivasyon kaynaklarının, başarıyı destekleyen ve engelleyen faktörlerin ölçüldüğü bir uygulamanın sonuçları yer almaktadır. Bu bölümde araştırmanın önemi ve amacı belirtilmiş olup, örneklemin seçimi, araştırmanın yöntemi, kısıtları, Bursa ilinde 90 kadın girişimci ile gerçekleştirilen araştırma bulgularının sonuçları bulunmaktadır. Son bölümde kadın girişimcilerin karşılaştığı engellerin kaldırılmasına, kadın girişimciliğinin teşvik edilmesine ve desteklenmesine yönelik kapsamlı önerilere yer verilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİMCİLİK VE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİN

KAVRAMSAL DEĞERLENDİRİLMESİ

Girişimcilik kavramı ve faaliyetleri son yıllarda gündemde en çok yer alan konulardan biri haline gelmiştir. Tüm dünya ülkeleri girişimciliğin önemini kavramış, bu amaçla yasalar, teşvik politikaları ve birimler oluşturmuştur. Ekonomik ve toplumsal gelişmede daima anahtar rol oynamış bir olgu olan girişimcilik, sürdürülebilir ekonomik ve sosyal kalkınmanın kaynağı olarak görülmektedir. Bir ülkenin kalkınması ve gelişmesi; hızla değişen şartlara uyum sağlayabilme yeteneğine sahip ve ekonomik büyümeye katkı sağlayabilecek girişimciler yetiştirebilmesine bağlıdır.

Kadınlar, hem dünya hem de Türkiye nüfusunun yaklaşık yarısını oluşturmaktadır. Potansiyel bir sosyal ve ekonomik güç olan bu nüfusun bilgi, yetenek ve tecrübelerinden faydalanmak, onları ekonomik gelişmeye önemli katkılar sağlayan potansiyel güç haline dönüştürmek girişimcilik ile mümkün olabilmektedir. Kadınların iş hayatında yer alması ve başarısının sağlanması, her şeyden çok ülke ve toplumların ekonomik ve sosyal gelişimi açısından önem taşımaktadır.

Bu bölümde girişimcilik ve kadın girişimciliği kavramları açıklanarak, girişimciliğin ve kadın girişimciliğin önemi ifade edilmiştir. Girişimciliğin ve kadın girişimciliğin tanımlarına yer verilerek özellikleri anlatılmıştır. Dünyada ve Türkiye’de girişimciliğin ve kadın girişimciliğin tarihsel gelişimi incelenmiştir.

1. GİRİŞİMCİLİĞİN KAVRAMSAL DEĞERLENDİRİLMESİ

1990'lı yıllardan itibaren etkinliğini tüm dünyada arttıran küreselleşme, beraberinde rekabet yoğun bir ortamı oluşturmuştur. Ülkelerin ekonomik güçlerini arttıran rekabet, küreselleşme süreciyle birlikte giderek yoğunlaşan bir kavram haline gelmiştir. Rekabet üstünlüğüne dayalı günümüz piyasalarında girişimcilerin daha etkin olup rekabet güçlerini arttırmaları ve daha büyük işlere girişmeleri gerekmektedir. Bu yoğun rekabet ortamındaki işletmeler, rekabet güçlerini arttırmak için bir yandan yenilik yaparak ürünlerinde farklılaşmaya giderken, diğer taraftan yeni faaliyet alanlarına yatırım yapmak zorunda kalmışlardır (Küçükaltan, 2009: 21). Bunlar, girişimciliği zorlaştırmakta, önemini ve işlevini arttırmaktadır.

Günümüzde sıkça yaşadığımız krizler çoğunlukla ulusal boyutta kalmayıp tüm dünya ekonomilerini etkilemektedir. Krizlerin etkisini aza indirebilmek veya fırsata dönüştürebilmek girişimciliğin işlevsel kılınması ile olabilir (Küçükaltan, 2009: 21). Bilginin ve bilgiye dayalı teknolojinin hızla geliştiği, ancak rekabetin de giderek yoğunlaştığı günümüzde girişimcilik kavramı da kuşkusuz tüm bu gelişmelerin etkisiyle sürekli olarak değişmektedir.

1. 1. GİRİŞİMCİLİĞİN TANIMI

Girişimcilik kavramı aşağıda geniş bir bakış açısı ile değerlendirilecek ve tanımlamalar iki döneme ayrılarak ele alınacaktır.

1. Klasik Dönem Tanımları

Ekonomik hareketliliğin temelini oluşturan girişimcilik kavramının tanımları birçok yazar tarafından çok eski dönemlerden beri incelenmektedir. Tarihsel olarak bakıldığında girişimci diye Türkçe'ye çevrilen "entrepreneur" kavramı Fransızca köken olarak "entreprenre" den gelmektedir (Sobel, 2012). Girişimciliğin günümüzdeki yaygın olarak kullanılan tanımı ilk kez 18. yüzyıl başlarında ekonomist Richard Cantillon tarafından yapılmıştır. Bu tanımda girişimci, "*henüz belirginleşmemiş bir bedelle satmak üzere üretimin girdilerini ve hizmetlerini satın alan ve üreten kişi*" olarak ifade edilmiştir. Bu tanım, girişimcinin risk üstlenme özelliğini vurgulamakta ve bunu ortaya çıkarmaktadır (Tosunoğlu, 2003: 4-5).

Ekonomist Baudeau girişimciyi, çeşitli yenilikler yaparak maliyetlerini azaltmaya

ve kârlarını arttırmaya çalışan yenilikçi bir kişi olarak tanımlamıştır (Döm, 2008: 7). İktisatçı Jean Baptiste Say ise girişimcinin belli başlı katkısının üretim faktörlerini koordine etmesi ve birleştirmesi olduğunu ileri sürmüştür. Girişimci, ekonomik sistemin merkezindedir, değişik üretim faktörlerini faydalı hale getirir, yönetir ve kâr gibi arta kalanları alır. Say'a göre girişimciler; sağduyulu, azimli ve başarılı, deneyim eksikliğini zaman zaman bertaraf edebilerek yüksek kazanç sağlayan kişilerdir (Casson, 2003: 58).

Girişimciliği tanımlayan diğer ekonomistler A. Marshall ve Frank H. Knight'dır. Marshall'a göre girişimci, yeni fikirler bulan ve sonuç olarak bunları geliştiren kişidir. Ona göre girişimci, etkinlikten ziyade verimlilik için yenilik yapan kişidir (Sciascia, 2004: 5). Knight'a göre ise, girişimci belirsizlik ortamı içinde neyin, ne zaman ve nasıl üretileceğine ilişkin karar verici konumda olan ve kâr elde etme amacı ile sorumluluk alan kişidir (Dinç, 2001: 1).

2. Modern Dönem Tanımları

Daha sonraki yüzyıllarda birçok ekonomist, girişimcinin değişik tanımlarını yapmıştır. 20. yüzyılda Joseph Alois Schumpeter girişimciliğin ekonomik teorisinin temellerini oluşturmuştur. Schumpeter ekonomik gelişme sürecine bağlı olarak, girişimcinin ekonomide potansiyel bir değişimin temelini oluşturduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca yeni ürünler veya yeni üretim teknikleri sunarak ekonomide değişime yol açan girişimciliğin, yenilikçi rolünün üzerinde durmuştur (Sobel, 2013). Schumpeter'in bakış açısıyla girişimci, "toplumda değişimi gerçekleştirecek kişi ve kurumlar" olarak tanımlanmaktadır (Scarborough, 2011: 22).

Schumpeter girişimciyi; "yeni ürünler, yeni süreçler geliştirme, yeni ihracat pazarları bulma, yeni hammadde, yarı mamul arz kaynakları oluşturma veya yeni bir organizasyon yapısı kurma gibi, işletme açısından yeni kombinasyonlar ortaya çıkartarak mevcut ekonomik düzeni yıkan kişi" olarak tanımlamıştır (Müftüoğlu, 2004: 4). Schumpeter'in bu tanımlaması girişimcilerin keşifçi, yenilikçi, dönüştürücü ve organizasyoncu özelliklerini öne çıkarmış ve toplumda üstlendikleri rolü vurgulamıştır.

Schumpeter'in fikirlerinden yola çıkan Israel M. Kirzner, girişimciyi "başkalarının algılayamadığını algılayan ve bu sezgiye göre hareket eden kişi" olarak tanımlamıştır (Foss ve Klein, 2002: 5). Albro Martin ise konuya farklı bir açıdan yaklaşarak, kimlerin girişimci olmadığına değinmektedir. Martin'e göre; sadece işletme sahibi olmak, sermayedar olmak,

sanat boyutunda yaratıcılık sergilemek girişimci olarak kabul edilmemektedir (İraz, 2005: 156). Girişimcinin ayırt edici özelliği, farklı fikirlerin değerini bilen ve onları kullanan kişi olmasıdır.

Jennifer James ise, girişimciyi bilgi toplumu perspektifinden tanımlamıştır. James'e göre bilgi toplumunun girişimcileri dünyaya, alışılmışın dışında farklı bir perspektifle bakan, sorgulayıcı, mit ve semboller kullanan, geleceği iyi tahmin eden, daha hızlı cevap veren ve uyum sağlayan, kaynakları rasyonel kullanan, çeşitliliği avantaj olarak görüp kullanabilen bireylerdir (Durukan, 2006: 32).

Girişimcilik teorisine önemli katkılarda bulunan Hisrich ve Peters'a göre girişimci; "emek, hammadde ve diğer varlıkları daha büyük değer/imkan yaratacak şekilde bir araya getiren kişi" olarak ifade edilmiştir. Girişimci, aynı zamanda, değişiklik, yenilik ve yeni bir düzenin kurucusudur. Bu çerçevede girişimcilik ise, yeterli emek ve zaman ayırarak, mali, fiziksel ve sosyal riskleri göze alarak, ekonomik ödüller, kişisel tatmin ve bağımsızlık elde ederek yeni bir değer meydana getirme süreci olarak görülmektedir (Aytaç, 2006: 141).

Girişimci, "etkin bir rekabet ortamında risk üstlenebilen, ekonomik değerler oluşturan ve oluşturduğu ekonomik değerlerin sonucunda işletmesini de kâr edebilir duruma getirebilen kişidir" (Durukan, 2006: 35). Durukan'a göre girişimcilik kavramı, hızla küreselleşen dünyamızda bilgi toplumuna girerken çok önem kazanan, fakat aynı zamanda da popülerleşen bir kavramdır. Bu kavram son yıllarda ülkemiz için de oldukça önem arz etmektedir. Zira bilgi toplumunda insanın fiziki gücünün ekonomik değeri hızla azalırken, zihinsel emeğin ekonomik değeri daha büyük bir hızla artmaya başlamıştır. Girişimcilik de yönetim ve araştırma-geliştirme faaliyetleri ile birlikte zihinsel emeğin en önemli boyutunu oluşturmaktadır.

Zaman zaman girişimcilik ile "işveren" ve "patron" kavramları birbirleri ile karıştırılabilmektedir. Patron, girişimci olabileceği gibi sermaye sahipliği, işveren ya da yöneticilik kavramlarının yerine de kullanılabilir. Bir diğer kavram olan "sermayedar", aslında para sahipliği anlamına gelmez. Mal ve hizmet üretimi için kullanılan üretim araçlarını ifade etmede kullanılan bir kavramdır. Girişimcilik ise, tüm bunları içermekle birlikte, farklı olarak devamlı risk almak suretiyle diğerlerinin göremediği ya da cesaret edemediği iş fırsatlarını değerlendiren kişi olarak değerlendirilmektedir (Müftüoğlu, 2004: 10-11).

Girişimcilik; birey ve toplum için değer üreten, ekonomik fırsatlara cevap veren veya ekonomik fırsatlar üreten bireyler tarafından ortaya konan, getirdiği yeniliklerle ekonomik sistemde değişikliklere neden olan bir süreçtir (Çevik, 2006: 7). Görüldüğü gibi girişimciliğin temelinde yenilik vardır. Bu yenilik mevcut kaynakların yeni bir bileşimini ifade ettiği gibi, eskiden beri yapılan bir işi daha kaliteli, daha hızlı veya daha ucuza yapmak anlamına da gelmektedir (Paksoy vd., 2010: 120)

Teknolojik gelişmelerden faydalanılarak inovasyon yoluyla, daha önceden hiç üretilmemiş ürünler ortaya çıkarmak bilinen en klasik girişimcilik yollarından biridir. Buna ek olarak, ürünlerin pazarlama ve dağıtım süreçlerinde rutin dışına çıkmak, tüketicilerin sürekli değişen beklentilerini mümkün olduğunca erken algılayıp, bu beklentilere uygun hızlı ve akılcı davranışsal yaklaşımlarda bulunmak da girişimcilik kapsamına girmektedir. Yeni pazarlara yönelme, kimsenin göremediği fırsatları görüp pazarda rekabetçi olma bakımından girişimcilere büyük avantajlar sağlamaktadır. Bu nedenle girişimcilik; üretim, pazarlama, yönetim ve finansman arasındaki koordinasyonu etkin bir şekilde uygulayabilme becerisi olarak ortaya çıkmaktadır. Bunun yanında ideal bir girişimci; kaynaklar ile öncelikleri iyi belirleyen ve bunu stratejik bir planlamayla ivedi olarak yaşama geçiren kişi olarak da değerlendirilebilir (Küçükaltan, 2009: 25).

Girişimcilik; yaşadığımız çevrede zamanla ortaya çıkan fırsatları sezme, o sezgilerden hayaller üretme ve hayalleri projelere dönüştürme, projeleri yaşama taşıma ve zenginlik üreterek insan yaşamını kolaylaştırma becerisine sahip olma anlamlarını taşımaktadır. Girişimcinin zenginlik üretirken kullandığı üç temel kaynak vardır (Bozkurt, 2006: 94):

1. Kendi enerjisi ve gücü (Kişisel özellikler)
2. Erişebildiği sermaye (Sermaye gücü)
3. İlişki kurduğu insanlar (İlişki gücü)

Girişimcilik ile ilgili yapılan bir çalışmada, 1982-1992 yılları arasında girişimcilik konusuyla ilgili yapılmış olan çeşitli akademik yayınlarda girişimci ve girişimcilikle ilgili bulunan 77 tanımda en az 5 kez tekrar eden 15 anahtar sözcük grubu tespit edilmiştir. Bu sözcük grupları şu şekilde sıralanabilir (Müftüoğlu vd., 2004: 3):

1. Başlatma/bulma
2. Yeni işletme

3. Yenilik/yeni ürünler/yeni pazarlar
4. Fırsatların peşinden koşma
5. Risk alma/risk yönetimi/belirsizlik
6. Kâr arzusu/kişisel fayda
7. Üretim yolları ve kaynaklar
8. Yönetim
9. Değer üretme
10. Büyüme arzusu
11. Girişim
12. Değişim başlatma
13. Sahiplik
14. Sorumluluk/yetki
15. Strateji oluşturma

Yukarıdaki sözcük gruplarından da anlaşılacağı gibi, girişimcilik hakkında tek bir tanım yapma imkanı yoktur. Bu da girişimciliğin sürekli değişen ve birçok bileşeni olan bir olgu olduğunu göstermektedir. Bu nedenle girişimcilik tanımları ve özellikleri arasında farklılıklar normal karşılanmaktadır.

1. 2. GİRİŞİMCİLİĞİN ÖNEMİ

Girişimcilik, toplumsal yapının başkalaşması ya da kabuk değiştirmesi açısından büyük önem taşımaktadır. Bir faaliyet, iş ya da meslek olarak girişimcilik, dinamik bir iktisadi gelişim/değişim süreci oluşturur. Girişimciler de, toplumsal hiyerarşide farklılaşma üreten bir kategori ya da sınıfı oluştururlar. Bu yüzden pek çok sosyal bilimci, girişimcileri, egemen sınıfların temsilcisi ya da üst sınıfın bir parçası olarak görür. Yapılan sınıf analizlerinde girişimciler, iktisadi olduğu kadar, toplumsal ve siyasal yönleri ile de topluma yön veren, toplumu sürükleyen, toplumsal ayrımlarda belirleyici bir taraf olarak gözükmektedir (Aytaç, 2006: 156).

Geri kalmış toplumların en önemli sorunlarından biri, girişimci niteliklerine sahip kişilerin az olması ya da mevcudun yeterince desteklenememesidir. Bir ülkenin kalkınması ve gelişmesi; hızla değişen şartlara uyum sağlayabilme yeteneğine sahip ve ekonomik büyümeye katkı sağlayabilecek girişimciler yetiştirebilmesine bağlıdır.

Girişimcilerin değeri, kazandıkları büyük miktarlardaki paralarla değil aksine oluşturdukları ekonomik değerlerle ölçülmektedir (Durukan, 2006: 29).

Girişimciliğin son dönemde kazandığı popülaritenin başlıca nedenleri arasında üç gelişme sayılmaktadır (TÜSİAD, 2002: 17):

1. Girişimciliğin işsizlik için bir çözüm olarak görülmesi,
2. Yeni ekonominin gittikçe güçlenmesiyle değişen ekonomik yapı ve girişimciliğin yeni ekonomi açısından oynadığı önemli rol,
3. Ekonomi ve işletme alanlarında yaşanan teorik gelişmeler sonucu girişimciliğin genel kabulüdür.

1. 3. GİRİŞİMCİLİĞİN ÖZELLİKLERİ

Girişimcilik, bilinmeyen gelecek karşısında riskten korunmak, belirsizliklere cevap aramak, kısaca değişim ile mücadele ederek varlığını sürdürmektir (Alada, 2001: 1). Girişimcinin en temel özelliği risk üstlenmesidir. Risk belirsizlik demektir. Belirsizlik altında risk üstlenerek karar vermek durumunda olan girişimciler, duygusal zekalarını kullanarak çok kritik olan bu koşullar altında başarı elde edebilmektedirler (Yelkikalan, 2007: 48).

Girişimci, risk alan ve sonuçlarına katlanan, mevcut kaynak ve yeteneklerin ötesindeki fırsatları hayal eden, fırsatları arayan ya da fırsatlara hazır bekleyen ve fırsat ele geçirdiğinde gerekli kaynakları bir araya getiren, sorunları yenilikçi özelliği ile fırsata dönüştürebilen kişidir (Alpşahin, 2011: 6).

Girişimci, bir projektör gibi sürekli piyasaları gözleyip talep boşlukları yakalayan ve yeni talepler oluşturan, taleplerdeki değişmeleri zamanında fark ederek gerekli uyumu sağlayan, kaynakları toplayarak yatırımları gerçekleştiren, rekabetten kaçmayan, tam tersi rekabeti; varlığının temel şartlarından biri olarak kabul eden, riske girmekten ve sorumluluk üstlenmekten çekinmeyen atak ve üretken kişiler olarak tanımlanmaktadır (Müftüoğlu, 2004: 431).

Girişimci değişimi normal ve sağlıklı görür ve o, Schumpeter'in söylediği gibi “yaratıcı yıkıcılık” (creative destruction) görevini üstlenmiştir. Değişim her zaman zordur, bu zoru başarmak için girişimci hem üretim, hem de kullanım aşamasında karşılaşabileceği dirençleri hesaplamak ve onları aşmaya yönelik çabalar göstermek zorundadır.

Girişimcinin eski uygulamaları çok iyi bilmesi ve yeninin özelliklerini çok iyi aktarabilmesi gerekmektedir. Bu ise çok yönlü düşünebilmeyi, yeninin kabul edilmesini sağlayacak ikna gücüne sahip olmayı ve iyi iletişim kurmayı gerektirir (TÜSİAD, 2002: 37-38). Bu ifadeden anlaşıldığı gibi girişimcilerin, bağımsız düşünebilen, esnek, yenilikçi, üretken, kendine güvenen, dayanıklı ve ısrarcı olmaları beklenmektedir.

Birçok çalışmada girişimci özelliklerinden bahsedilmesine rağmen genel kabul gören bir özellikler listesi bulmak zordur. Bu yüzden, girişimcilerin bazı ortak özellikleri şu şekilde sıralanabilir (Scarborough, 2011: 22-23; Tekin, 2005: 20-21; TÜSİAD, 2002: 38-39):

1. Risk Alma Eğilimi: Girişimci kişilik özelliklerinden en önemlisi risk alma eğilimi ya da risk almaya yatkınlıktır. Finansal, sosyal veya psikolojik olarak risk alma girişimcilik sürecinin bir parçasıdır.
2. Belirsizlik Toleransı: Girişimcilerin belirsizliğe karşı toleransları daha yüksektir. Girişimcilik için bu önemli bir özelliktir. Kararlar hangi seçeneğin başarılı olacağı konusunda açıklık ve belirginlik olmadan alınır. Bu özelliklere sahip bir girişimci birçok kişinin cesaret edemeyeceği belirsizlik düzeylerinde risk alarak işini sürdürmeye devam eder.
3. Başarma İhtiyacı Duyma: Yüksek seviyede başarma güdüsüne sahip bireyler bazı mükemmelliklere ulaşmak için yarışmayı sever ve kendi işlerinden kişisel olarak sorumlu olmayı tercih ederler.
4. Kontrol Odağı: Yeni fırsatlar arayan ve yenilikçi tutumlar sergileyen girişimcilerin kendi yaşamlarındaki olayları kontrol etme kabiliyetine sahip olması gerekmektedir.
5. Yenilikçilik: Yenilikçilik, girişimciliğin odak noktası ve hayati karakteristiğidir. Yenilik konusundaki kararı işletmede girişimci vermektedir.
6. Kendine Güven: Bir girişimcinin belirlemiş olduğu hedefleri başarabileceğine inanması gereklidir. Girişimci kendi işinde, kendisine saygı duyar ve işi başaracağına dair yeteneklerinin olduğuna inanmaktadır.
7. Yüksek Enerji: Girişimciler daha fazla enerji düzeyine sahiptir. Enerji kritik bir faktördür. Bu yüksek enerji ile yeni bir işe başlarlar, uzun çalışma saatleri boyunca yoğun bir tempoda çalışabilirler.

8. Geleceği Yönlerdirme: Girişimciler fırsatları görme ve yakalama duygusuna sahiptir, dün geçmişte neler yaptıklarından ziyade yarın gelecekte ne yapacaklarına yönelik düşünürler. Girişimciler sahip oldukları başarılarını yeterli bularak oturmak yerine, geleceğe odaklanırlar.
9. Çok Yönlülük: Girişimciler çok yönlü kişilik özelliğine sahiptir, işletme yönetiminin her fonksiyonunda otorite olmayı arzular ve bu konuda kendilerini yetiştirmeye çalışırlar.
10. İş bitiricilik: Girişimciler yapılması gereken işi sonuna kadar izler, gerektiğinde kişisel olarak yoğun bir tempoyla çalışıp işi bitirirler.
11. Esneklik: Girişimciler sürekli değişim içerisinde olan iş dünyasında varlıklarını sürdürebilmek için esneklik özelliğini taşırlar. Müşterinin talebi farklılaştıkça, girişimciler işletmelerini değişen müşteri isteklerine göre şekillendirirler.

Aşağıda da görüleceği gibi girişimci kişilik yapısı, girişimciyi diğer insanlardan ayırt eden temel özellikleri yansıtmaktadır. Girişimciler kişilik özellikleri açısından incelendiğinde üretken, atak, çabuk karar verebilen, analitik düşünme yeteneğine sahip kişiler oldukları görülmektedir (Bozkurt, 2006: 99-100). Kişilik yapısı diğer insanlardan farklı olan girişimcilerin, işletmelerinde başarılı olmalarını kişisel özellikleri etkilemektedir. Başarılı girişimcilerin davranış boyutlu kişilik özellikleri ve yetenekleri şu şekilde sıralanabilir (Tekin, 2005: 21):

- Sorumluluk duygusu,
- İnisiyatif kullanabilme gücü,
- Azim, sebat, kararlılık,
- Üretkenlik ve analitik düşünebilme yeteneği,
- İnsan ilişkilerinde iletişim kurma yeteneği,
- Yazılı ve sözlü haberleşme yeteneği,
- Teknik bilgiye sahip olma,
- İşini severek ve isteyerek yapma,
- Hayal kurabilme yeteneği,
- Entellektüel bakış açısı- vizyonu,
- Yeterli eğitim almış olmak ve sürekli eğitime tabi tutulmak,

- Uzman görüşlerinden yararlanma durumu,
- Özgüven,
- Çalışkanlık,
- Hedef belirleme ve hedef büyütme,
- Başkalarının göremediği fırsatları görme,
- Girişimcilik eğiliminin yüksek olması,
- Organizasyon ve yönetim yeteneği.

Yukarıda değinilen girişimciye ait özellikler ve yetenekler, yalnızca kendi işini kuran ve başlatan kişilerde değil, aynı zamanda işgörenlerde de bulunabilmektedir. Bu tür kişiler, çalıştıkları işletmenin gelişmesi ve rekabet gücünün artması için girişimci özelliklerini sergilerler. İşletme içerisinde gerçekleştirilen girişimcilik faaliyetlerine iç girişimcilik, yeni fonksiyon geliştiren veya yeni fırsatları yakalayan işgörenlere iç girişimci denilmektedir (Gürol, 2006: 30). Yıkıcı rekabet şartları içerisinde ayakta kalmak isteyen işletmeler için, işletme içerisinde iç girişimcilik ortamını geliştirmek ve çalışanların entellektüel sermayelerinden yararlanabilmek oldukça önem arz etmektedir. Bu takdirde yenilikçi girişimcilerin önü açılmış ve yeni fikirler desteklenmiş olur.

1. 4. GİRİŞİMCİLİĞİN TARİHSEL GELİŞİMİ

Girişimciliğin tarihsel gelişimi iki boyutta ele alınıp incelenecektir; 1. Dünya’da girişimcilik, 2. Türkiye’de girişimcilik.

1. 4. 1. Dünya’da Girişimcilik

Sanayi devrimine kadar girişimcilik kişilerin kendi sermayeleri ile iş kurması olarak algılanmaktaydı. 18. yüzyılda Fransa’da Richard Cantillon, işadamlarının emeğin istihdamı, sermaye sağlama işlevleri ile belirsiz gelecek karşısındaki karar alma durumunu birbirinden ayırarak ayrı ayrı değerlendirmiştir. Cantillon ekonominin insan bileşenini; bağımsız arazi sahipleri (sermayedarlar), bağımlı girişimciler ve bağımlı işçiler olmak üzere üç gruba ayırmıştır, bu üç grup aynı zamanda girişimin gerçekleşmesini sağlayan temel faktörleri oluşturmaktadır (Alpşahin, 2011: 75).

20. yüzyıla gelindiğinde ise, Joseph Schumpeter “The Theory of Economic Development” kitabı ile girişimciliğin ekonomik teorisinin temellerini atmıştır (İraz, 2005: 154). Schumpeter bu çalışmasında daha çok girişimcinin en önemli fonksiyonu olan

yenilik kavramı üzerinde durmakta ve girişimciyi ekonomik hareketin merkezi olarak görmektedir.

Liberal ekonomi politikalarının yaygınlaşması ile birlikte girişimcilik kavramının popülerliğindeki ivme 1980’lerde yükselerek devam etmiştir. 1980’lerde ABD ve İngiltere de liberal iktidarlar, serbest piyasa ekonomisinin hızlı yayılmasına neden olmuştur. Hükümetlerin uyguladıkları politikalar, devleti küçülterek, ekonomik piyasalardan çekilmesine neden olmuştur. Bu dönemde girişimcilik ile birlikte sivil toplum kuruluşları ve kâr amaçsız örgütler de teşvik edilmiştir (TÜSİAD, 2002: 45). 1980’lerdeki bu gelişmelerin ardından girişimcilik, en büyük sosyal ve ekonomik hareketlilik gücü olarak kabul edilmiştir. Fırsat eşitliği sağlayarak, insanların din, ırk, sınıf farkı gözetilmeksizin sadece performansları ölçüsünde ödüllendirilmelerinin girişimcilik sayesinde olacağı kabul edilmiştir (Alpşahin, 2011: 77). Dolayısıyla üretim faktörlerinin sahibi, yatırım ve istihdamın üreticisi olarak görülen girişimci sınıf yeni roller üstlenmekte ve toplumlarda dominant hale gelmektedir.

1990’larda Avrupa ve Sovyet Rusya’daki komünist bloğun yıkılması, Çin’in dışa açılması ve yüksek işsizlik oranlarının ortaya çıkması girişimciliğin önemini daha da artırmıştır (İraz, 2005: 156). Bu yıllarda Amerika Birleşik Devletleri (ABD) ve Avrupa Topluluğu ülkelerinde önemli teşvik araçlarının kullanılması, işletme okullarında girişimcilik eğitimleri ve araştırmalarına önem verilmesi, girişimcilik konusunda önemli bir literatürün oluşmasına, girişimciliğin daha da anlaşılır olmasına ve bilimsel özellikler kazanmasına neden olmuştur (TÜSİAD, 2002: 45).

2000 yılında, ülkelerin girişimcilik faaliyetleri incelendiğinde girişimcilik eğilimlerinin ülkelere göre farklılıklar göstermekle birlikte oranın çok yüksek olduğu görülmektedir. Örneğin, Brezilya’da her 8, ABD’nde her 10, İsveç ve Finlandiya’da her 50, Japonya’da ise her 100 yetişkinden biri şirket kurmaktadır (GEM, 2001). Ülkeler arasındaki bu farklılıklar incelendiğinde, girişimciliğin oluşmasının arkasında kurumsal yapıların etkisi görülmektedir, çünkü girişimcilik hem ekonomik, hem teknolojik, hem de sosyal ve kültürel yapıların bir bileşkesi sonucu ortaya çıkmaktadır. (TÜSİAD, 2002: 47)

Kâr amacı gütmeyen bir akademik araştırma konsorsiyumu olan Dünya Girişimcilik Platformu – Global Entrepreneurship Monitor (GEM), ülkelerde girişimcilik faaliyetinin düzeyini belirlemek, girişimciliğin ekonomik gelişmedeki rolünü ortaya

çıkarmak, ülkeler arasındaki farklılığa neden olan faktörleri belirlemek ve girişimciliği geliştirmeye yönelik politikalar önermek amacıyla nitelikli araştırma verileri oluşturmakta ve bu verileri geniş kitlelere sunmayı amaçlamaktadır.

GEM 2011 Küresel Raporunda yer alan bilgilere göre 54 ülkede 400 milyon girişimci faaliyet göstermektedir. 54 ülkedeki yeni girişimciler arasında, 163 milyon kadın girişimci, 165 milyon genç girişimci ve 69 milyon yenilikçi girişimci bulunmaktadır. Bunlar içinde 140 milyon girişimciden, önümüzdeki 5 yıl içerisinde istihdam sayısında en az 5 kişilik bir katkı beklenmektedir (GEM, 2011). Rapordan da anlaşıldığı üzere, girişimciliğin küresel düzeyde ekonominin motoru olmaya devam edeceğini ve zayıflayan dünya ekonomisini canlandırmada en önemli ümit kaynaklarından birisi olduğunu ortaya koymaktadır.

GEM tarafından, Ocak 2013 tarihinde yayınlanan, 2012 yılında 69 ülkeden 198.000 kişi ile yapılan araştırmadaki ekonomi grubu, dünya nüfusunun tahmini olarak %74'üne ve dünya gayrisafi yurtiçi hasılanın %87'sine referans etmektedir. GEM 2012 Küresel Raporu, girişimciliğin çok boyutlu ve dinamik doğasını ortaya çıkarmaktadır. Coğrafi bölgeler ve ekonomik kalkınma düzeyleri arasında benzerlikler olsa da; her ekonominin, kendi girişimcisinin farklılıklara sahip olduğu görülmektedir. Bu farklılıklar, kurumsal çevrelerin politik ve ekonomik içeriklerine göre zaman içinde gelişmeye ve değişmeye eğilimlidir.

GEM 2012 Küresel Girişimcilik Raporu'na göre, Avrupa'da krizin etkisinin en fazla hissedildiği 2012 yılında, Brezilya hariç, diğer BRICS (Brezilya, Rusya, Hindistan, Çin ve Güney Afrika Cumhuriyeti) ülkelerinde kuruluş aşamasındaki girişimcilik faaliyetlerinde düşüş olmuştur. Çin'de 2011 yılında %11 olan bu oran, 2012 yılında %5.45'e düşmüştür. Piyasada 3,5 seneden fazla süreden beri girişimcilik faaliyetinde bulunmuş kişilerin, yetişkin nüfus içindeki oranını gösteren bir indeks olan Kurumsallaşmış girişimcilik indeksi, Türkiye'de 2011'de %7.96 iken, 2012'de %8.68'e çıkmıştır. Erken dönem girişimcilik faaliyetlerinin sürekliliğinde, yani 3,5 yıldan daha fazla piyasada faaliyette bulunmayı başaran girişimci sayısında artış olmuştur. Uluslararası karşılaştırma yaptığımızda, BRICS ülkeleri arasında, Rusya'da kurumsallaşmış girişimcilik faaliyetleri 2011 yılında %4.34 iken, 2012 yılında %2.05'e düşmüştür. Diğer BRICS ülkeleri olan Çin ve Güney Afrika'da düşüşler, diğer indekslere göre az olmuştur. Buna karşılık, Brezilya'da

bu oran 2011 yılında %12.23 iken, 2012 yılında %15.19'a yükselmiştir. Küresel dünyada yaşanan krizlere ve ekonomik farklılıklara rağmen, dünyadaki girişimcilik oranları önceki yıllara göre genel olarak yükselmektedir.

1. 4. 2. Türkiye’de Girişimcilik

Ülkemizde girişimcilik tarihinin bin yıl kadar eskiye dayandığını söylemek mümkündür. Türkler Orta Asya’dan gelip Anadolu’ya yerleşmeye ve dolayısıyla göçebe toplumundan yerleşik toplum düzenine geçmeye başlamalarından itibaren, ticaret ve özellikle de sanatkârlık konularında oldukça ileri gitmişlerdir. Nitekim Selçuklular ve Osmanlı’nın kuruluş devrinde bir esnaf-sanatkâr örgütü olan Ahilik teşkilatı oldukça etkin ve başarılı olmuştur. Hatta bu örgüt Osmanlı’nın kuruluş ve yükselme devirlerinde askeri ve siyasi açıdan da rol oynamıştır. Ancak Osmanlı hükümdarlarının, imparatorluğu oluşturan toplum katmanları arasında adeta bir iş bölümüne gitmesi ve Türklerin ticaret dışında bırakılmasıyla, girişimcilikte bir duraklama dönemine girilmiştir. Ticareti Osmanlı İmparatorluğu’nda Rum, Yahudi ve Ermeni gibi azınlık gruplar üstlenirken, Türkler askerlik, ulemalık, bürokratik, tarım ve hayvancılık gibi işlere yönlendirilmiştir (Durukan, 2006: 27). Dolayısıyla, Türk toplumu yedi-sekiz nesli kapsayan çok uzun yıllar ticaretin dışında kalmış ve Türk insanında arzu edilen ölçüde bir ticaret altyapısı ve ticaret kültürü oluşturulamamıştır.

Osmanlı İmparatorluğu’nun son dönemlerinde ve özellikle de İttihat ve Terakki döneminde Türklerden iş adamı ve tüccar yapma, Müslüman ve Türk ticaret adamı yetiştirme konusunda önemli çabalar gösterilmiştir. Bu da, Osmanlı İmparatorluğu’ndan sonra yeni Türkiye Cumhuriyeti’nde özel önem kazanmış ve yeni cumhuriyetin ekonomik alandaki başlıca stratejilerinden birini oluşturmuştur. Hatta cumhuriyet ilan edilmeden dokuz ay önce, 1923 Şubat ayında İzmir’de toplanan İktisat Kongresi’nde alınan ilke kararlarından biri de, “Türk ve Müslüman ahaliden tüccar ve iş adamı insanlar oluşturma” konusundadır. Yeni cumhuriyetin bu politikası 1930’lu yıllara kadar sürdürülmüştür (Müftüoğlu ve Durukan, 2004: 11). Girişimciliğin desteklenmesi ve yaygınlaştırılması eğilimi belirli bir dönem yavaşlamış olsa da 1950’li yıllar ile birlikte yeniden hızlanmıştır.

Dünyada 1929 yılında yaşanan ekonomik krizle birlikte ekonomide bir daralma meydana gelmiş olup, bu durum Türkiye’deki girişimciliğin gelişimini de olumsuz etkilemiştir. Cumhuriyetin ilk yıllarında ülkemizde özel girişimcilikten ziyade kamu

girişimciliğinin ağırlığı görülmektedir. Özellikle 1950'li yıllardan itibaren özel girişimciliğin desteklenmesinin yaygınlaşmasıyla birlikte girişimcilikte hızlı bir gelişme yaşanmıştır. Ülkemizdeki işletmelerin %96.8'i 1950 yılından sonra kurulmuştur (Tekin, 2005: 25).

1980 Türkiye ekonomi politikasında radikal değişimlerin başlangıcı olarak kabul edilmektedir. Liberal ekonomiye geçiş süreci 24 Ocak Kararları olarak adlandırılan program çerçevesinde gerçekleştirilmiştir. Bu süreçte devletin hizmet ve ürün fiyatları üzerindeki kontrolü önemli ölçüde azaltılmıştır. Dönemin ekonomik politikası ihracatın artırılması ve teşvik edilmesi yönündedir. Türkiye'de 1980'lerde ihracat kampanyaları ile dışa açılmaya yönelik yapısal tedbirler alınmış ve bu tedbirler neticesinde 1980 – 1990 arası ihracattaki ortalama büyüme oranı %18.2 olarak kaydedilmiş olup; ihracat hacmi dört kat büyümüştür (Alpşahin, 2011: 81).

Ülkemizde 1990 yılından sonra özellikle gençler ve orta kuşak arasında girişimcilik eğilimi artmıştır. Bu dönemde başarılı girişim örneklerinin yaygınlaşması girişimciliğin gelişimini olumlu yönde etkilemiş ve geliştirmiştir. (Tekin, 2005: 26) Bu gelişmeyi dünya ve Türkiye ölçeğinde araştırma yapan GEM raporlarında da görmek mümkündür. Dünya'da girişimciliği 1999 yılından beri ölçen GEM araştırmaları, 2006 yılından beri Türkiye'de de yapılmaktadır. GEM raporlarında ülkemizde girişimciliğin gelişimi ile ilgili önemli veriler sunulmaktadır.

19 Ocak 2012'de açıklanan GEM 2011 Küresel Raporuna göre, Türkiye Girişimcilik aktivitesi; 2006 yılında %6.1 iken, bu oran 2011 yılında %11.9'lara çıkmıştır. Ülkemizdeki potansiyel girişimci oranı da; 2006 yılında %2.2 iken, 2011 yılında %6.3'e çıkmıştır. Yine, 2006 yılında %4.0 olan yeni girişimci oranı da 2011 yılında %6.0'ya çıkmıştır. Ekonomik ve mali politikalar, doğru teşvik uygulamaları, ülkemizin ticaret ve insan gücü açısından dünya ile entegrasyonunun artması gibi olumlu gelişmeler, girişimcilerimizin yurt içindeki etkinlikleri ile birlikte yurt dışı etkinliklerini de arttırmıştır. İhracat açısından AB (Avrupa Birliği) ve ABD'ye bağımlı sınırlı bir pazardan daha bağımsız ve geniş yelpazede bir pazar stratejisi uygulamasına geçiş yapılmıştır. Bu çok yerinde ve zamanında gerçekleştirilen stratejik değişim, ekonomimizin daralmasını önlemiş ve rekabet gücünü arttırmış olmakla birlikte girişimcilerimizin farklı niş pazarlar ve fırsatlar bulma yeteneklerinin de gelişmesini sağlamıştır.

GEM 2012 Küresel Raporuna göre, Avrupa'da krizin etkisinin en fazla hissedildiği 2012 yılında Türkiye'de girişimci sayısı hızla artarken, Türkiye'nin girişimcilik notu son bir yılda %11.9'dan %12.22'ye yükselmiştir. Ülkemizdeki potansiyel girişimci oranı da; 2012 yılında 7.0'a çıkmıştır. Türkiye, erken girişimcilik indeksi açısından araştırmaya katılan 30 ekonomi arasında 17. sırada yer almaktadır. GEM 2012 Raporuna göre ülkemizde fırsat değerlendirme oranı 2011'de 32.4 iken, 2012'de 40'a yükselmiştir. Kuruluş aşamasında olan girişimcilerin, 18-64 yaş arasındaki yetişkin nüfusa olan oranı, Türkiye'de 2006 yılında %2.2 iken, 2012 yılında bu oran %7.25'e çıkmıştır. Yani, 2012 yılında daha fazla kişi, son bir senedir, yapmayı düşündüğü bir iş için para biriktirmeye başlamak, yer aramak, ekip oluşturmak, iş planı üzerinde çalışmak gibi hazırlıklar yapmıştır. Bu artışla Türkiye, ekonomilerin ortalaması olan %7.82'ye yaklaşmıştır. 3,5 seneden fazla süreden beri girişimcilik faaliyetinde bulunmuş kişilerin, yetişkin nüfus içindeki oranını gösteren bir indeks olan Kurumsallaşmış girişimcilik indeksi, Türkiye'de 2011'de %7.96 iken, 2012'de %9'a çıkmıştır. Bu raporların sonucunda; Ülkemizde girişimciliğe yönelik kültürel ve toplumsal desteğin, finansal ortamın ve girişimcilikle ilgili hükümet programlarının geçtiğimiz yıllara göre önemli düzeyde ilerleme kaydettiği görülmektedir.

2. KADIN GİRİŞİMCİLİĞİN KAVRAMSAL DEĞERLENDİRİLMESİ

1990'lı yıllar iş dünyası için devrim niteliğinde olan gelişmelere tanık olmuştur. Endüstri toplumunun işletmeleri emek gücüne dayanan dolayısıyla “erkek egemen” bir yapı sergilerken, bilgi toplumu olarak nitelenen son yirmi yılda yaşanan dönüşümler iş hayatında kadının da egemen rol üstlenmesine neden olmaktadır (Yelkikalan, 2006: 45). Temelinde bilgi ve hizmet sektörlerinin olduğu bu yapıda teknolojinin yoğun olarak kullanılması iş dünyasında daha fazla sayıda kadın işgücüne ihtiyaç duyulmasına neden olmaktadır.

Dünya nüfusunun yaklaşık yarısını (Wikipedia) oluşturan kadınların istihdamı ve girişimci olarak yatırım yapmaları ve işletme sahibi olmaları, ülkelerin kalkınmaları ve refah seviyesinin yükselmesi açısından oldukça önemli ve teşvik edilmesi gereken bir konudur. Bu nedenle son yıllarda devletlerin pozitif ayrımcılık politikaları ile kadın girişimciliğinin önemsendiği ve teşvik edildiği görülmektedir. Girişimin önemli bir aktörü haline gelen kadın girişimciler aşağıda ayrıntılı olarak incelenecektir.

2. 1. KADIN GİRİŞİMCİLİĞİN TANIMI

Kadın girişimcilik lüterasürü çok eski olmamakla birlikte, tanımlamaya yönelik önemli bir çaba da bulunmamaktadır. Bu nedenle, kadın girişimciler ile ilgili yapılan tanımlar oldukça sınırlıdır. 1980 öncesinde önemli bir piyasa aktörü olarak dikkate alınmaz iken, günümüzde hükümetler kadın girişimcilere yönelik yeni ve teşvik edici politikalar üretmektedirler. Finansal kurumlar kadın girişimlerinin yapısına uygun kredi seçenekleri geliştirmekte, medya kadın girişimcilerin faaliyet ve başarı hikayelerine daha çok yer vermekte, aynı zamanda girişimci olmayı düşünen kadınlar için rol modelleri ortaya çıkarmakta, araştırmacılar ise çok yönlü araştırmalar ile kadın girişimci literatürünü ve başarısını destekleyen çalışmalar yapmaktadır (Alpşahin, 2011: 86)

Elenor Brantley Schwartz tarafından 1976 yılında yayınlanan “Entrepreneurship, A New Female Frontier” başlıklı öncü makale, kadın girişimcilerin motivasyonlarını, karakteristiklerini ve tutumlarını ele alan ilk makaledir. (Casson vd., 2006: 612). Schwartz araştırmasında, kadınların da erkeklerinkine benzer şekilde, başarı gereksinimi, iş memnuniyeti ve bağımsızlık motivasyonu ile hareket ettiğini tespit etmiştir. Schwartz’ın bu çalışmasını, Brush ve Hisrich’in çalışmaları takip etmiştir. Brush ve Hisrich (1987: 187) kadınların girişimcilik macerasını, çok çalışmak, yalnızlık ve belirsizlikle dolu bir deneyim olarak tanımlamaktadır. Brush ve Hisrich, çalışmalarında kadın girişimcilerin karakteristikleri ve başarılarının altında yatan faktörleri incelemiştir. Araştırmaları sonucunda, kadınların erkeklerle aynı motivasyon faktörlerine sahip olduklarını, fakat daha az işletme eğitimi aldıklarını, sermayeye ulaşma konusunda daha çok engellerle karşılaştıklarını ve girişimlerinin erkeklerin girişimlerinden daha yavaş büyüdüğünü tespit etmişlerdir. 1990’ların sonlarına kadar gerçekleştirilen araştırmalar tanımlayıcı niteliktedir. Bu araştırmalar kadın girişimcilerin karakteristiklerini tespit etmeye odaklanmıştır (Casson vd., 2006: 613).

“Kadın Girişimci” kavramının içine kimlerin katılıp kimlerin katılmayacağı, tanım açısından üzerinde durulması gereken bir noktadır. Kendi hesabına çalışan kadınlar, ekonomik faaliyetlerini ev içi mekanlarda sürdürüyor iseler kadın girişimci sayılırlar mı? Ya da, kendileri adına kayıtlı bir iş yeri sahibi olan ancak bu iş yerinin faaliyetlerine hiçbir şekilde katılmayan kadınlar girişimci sayılmalı mıdır? Kendi hesabına iş yeri sahibi görünen çok sayıda kadının bu iş yerlerini fiili olarak işletmediği, ailelerin erkek üyelerinin

kadınları bir paravan olarak görmeleri gibi farklı uygulamalar, “kadın girişimci” sınırları konusunda kafa karışıklığına neden olmaktadır (Bedük, 2005: 111).

Girişimci kadın tanımı genel olarak aşağıdaki sınırlandırmalar içerisinde yapılmaktadır (Ecevit, 1993: 20):

1. Ev dışı bir mekânda, kendi adına kurduğu bir veya birkaç işyeri olan;
2. Bu işyerinde tek başına veya istihdam ettiği diğer kişilerle çalışan ve/veya işin sahibi olması sıfatıyla ortaklık kuran;
3. Herhangi bir mal veya servisin üretilmesiyle ilgili faaliyetleri yürüten, bu mal veya servisin dağıtım, pazarlama ve satışını yapan/yaptıran;
4. İş ile ilgili olarak ilişkiye girmesi gereken kişi, örgüt, kurum ve kuruluşlarla kendi adına ilişki kuran;
5. İş sürecinin örgütlenmesi, mal ve hizmet üretiminin planlanması, işyerinin işletilmesi, kapatılması veya işin geliştirilmesi konusunda kendisi karar veren,
6. İşinden elde ettiği kazancın yatırım ve kullanım alanları üzerinde söz sahibi olan kadındır.

Bu sınırlamalar kadın girişimci kavramını netleştirmekte ve çerçevesinin daha kolay çizilmesini sağlamaktadır.

Piyasa ekonomisi içinde, hesaplanmış riskleri göze alarak, doğrudan doğruya pazara yönelik, nakde dönüştürülebilir mal veya hizmeti üretip satan, kendi işinin sahibi olup vergi kaydı ve Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu’na (TESK) bağlı, Esnaf ve Sanatkarlar odalarına veya Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) odalarına üye kaydı olan sosyal güvenlik kurumlarından birinin şemsiyesi altında, tek başına çalışan ya da yanında başka kişileri istihdam eden kadınlar “Kadın Girişimci” olarak tanımlanabilir (Saray, 1993: 118).

2. 2. KADIN GİRİŞİMCİLİĞİN ÖNEMİ

Günümüzde sosyal, teknolojik ve endüstriyel değişimler daha çok sayıda kadının iş yaşamında yer almaya başlamasına neden olmaktadır. Gerek bilgi teknolojilerindeki gelişmeler sayesinde bilgiye ulaşmanın kolaylaşması gerekse eğitim alanı kadın sayısındaki artışlar, kadınların çalışma yaşamının her alanında daha sık görülmesi sonucunu doğurmuştur. Bu anlamda girişimcilik, kadınlar için en cazip kariyer alanlarından birisini

oluşturmaya başlamıştır (Güney, 2006: 26).

Özellikle üretim sektörlerinin küçülmesi ve buna karşılık hizmet sektörünün hızlı büyümesi, istihdamın sanayi sektöründen hizmet sektörüne kaymasına neden olmuştur. Hizmet sektöründe kadınlara olan ihtiyacın yüksek olması, onların daha kolay rol almaları ve yatırım yapmaları “kadın çalışan” ve “kadın girişimci” etkinliğinin artmasına neden olmaktadır. Bununla birlikte kadın girişimcilerin sayı ve etkinlik açısından giderek çoğalmasının diğer nedenleri aşağıdaki gibi sıralanabilir (Gürol, 2000: 242):

1. Sosyo-kültürel altyapıdaki değişim sonucu günümüzde çok sayıda kadının çalışma hayatına girmesi ve öğretim düzeylerinin yükselmesi,
2. Yönetimin orta kadrolarında bulunan kadınların, çalıştıkları şirketlerde personel azaltma politikası izlenmesi endişesi ile bir gün işlerini kaybedebilecekleri düşüncesi ve dolayısıyla kendi kendilerinin patronu olmayı arzulamaları,
3. Başarılı kadın girişimcilerin sayısının artması ile örnek alabilecekleri kimselerin çoğalması,
4. Birçok işletmede “cam tavan” (glass ceiling) olarak adlandırılan ve kadınların işletmelerde ancak belli bir yere kadar yükselebilecekleri düşüncesinin yaygın olması ve iş dünyasında hala erkek egemen yönetimlerin olması.

Kadınların girişimciliği ekonomik ve toplumsal hayata önemli yarar ve fırsatlar sunmaktadır. Kadınlar kendi ülke ekonomilerini geliştirmede potansiyel girişimcilik faaliyetleri ile önemli bir kaldıraç kuvveti oluşturmaktadırlar (Minniti ve Arenius, 2003: 3). Yani kadın girişimciler, ekonomik gelişmenin önemli bir kaynağını temsil etmektedirler. Avrupa’da, araştırmalar göstermektedir ki, yaklaşık 16 milyon işverenden, kendi işinde çalışan kadın sayısı 10 milyondan fazladır. Amerika’da 9.2 milyon insan için istihdam sağlayanların 6.4 milyonu kendi işinde çalışan kadınlardan oluşmaktadır (Delmar, 2003: 14).

Kadınlar ailelerinde daha fazla ve farklı roller üstlenmektedirler. Dolayısıyla ailede üstlendikleri sorumluluk ve annelik rollerinin etkisiyle kadınlar genellikle kariyerlerine ara vermek zorunda kalmaktadırlar. İşte bu noktada “girişimcilik”, kadına kariyerine farklı bir boyut kazandırma ve devam etme imkanı sunarken, annelik rolünü de sağlıklı bir biçimde yerine getirmesine imkan vermektedir (Orhan ve Scott 2001: 233).

Kadınların üretim yaşamı içine katılımını arttırmak için kadın girişimcileri

destekleyen politika ve programların ön plana çıkarılması (Çakıcı, 2003: 73) ve kadınların, ekonomik ve sosyal yaşamdaki potansiyellerini harekete geçirecek gücü kendilerinde görmeleri gerekmektedir. Ancak bu program ve düşüncelerin başarılı olabilmesi için kadın girişimcilerin karşılaştıkları engelleri, çalışma koşullarını, yönetim biçimlerini, işlerini kurma ve geliştirme stratejilerini, gelecek yönelimlerini, örgütsel ve çevresel fırsatları değerlendirme potansiyellerini ortaya koyan kapsamlı araştırmalara gerek vardır (Sosyal, 2010b: 87)

2. 3. KADIN GİRİŞİMCİLİĞİN ÖZELLİKLERİ

Günümüzde insanların girişimci olabilmelerinin temel koşulu, risk alabilmeleri ve bu riski taşıyabilecek donanıma sahip olmalarıdır. Girişimci olmak, girişimcileri harekete geçiren özelliklerin yanında farklı özellikler taşımayı da gerektirmektedir. Bunlar kişilik yapısı, iş fırsatlarını görüp değerlendirebilme yetisi, iş kurmaya hevesli olma, azimli ve hırslı olma, üretken olma, yeterli motivasyona sahip olma gibi özelliklerdir (Kutunis ve Hancı, 2004: 457). Girişimcinin özellikleri içinde, cinsiyet faktörü de önemli bir değişken olarak ortaya çıkmaktadır. Kişilik özelliklerini de etkileyen cinsiyet faktörü, cinsiyet rollerinin ortaya çıkması sonucu girişimcilik kavramını da etkilemektedir. Cinsiyet rolleri, toplumun kadın ve erkek arasında sahip oldukları roller açısından bir farklılık olduğu anlayışından kaynaklanmaktadır (Can ve Karataş, 2007: 252).

Geçmişte yapılan girişimci özellikleri ile ilgili araştırmalar daha çok erkek girişimci üzerine odaklanmıştır. Kadın girişimciliği hakkında yapılan araştırmaların büyük bir kısmı yaş, medeni durum, eğitim ve kadınların yönetim becerileri ile ilgili sınırlı konulara odaklanmıştır (Hodgetts ve Kuratko, 1995: 647). Günümüzde yapılan araştırmalar ise, konu çeşitliğini arttırarak, kadın girişimciliğini daha geniş bir perspektif ile ele almaktadır. Bu çalışmalar özellikle kadın girişimcilerin karakteristik özelliklerinin neler olduğu konusuna odaklanmıştır. Yapılan bu çalışmalarda kadın girişimcileri tanımlayan kişisel özellikler; dinamik, bağımsız, özgüvenli, rekabetçi ve amaç yönelimli oldukları belirtilmiş (Zapalska ve Fogel, 1998: 141), ayrıca başka bir çalışmada ise kadınlar hırslı olma, risk alma, kendi işini kontrol etme eğilimi gibi özelliklerin de kadın girişimcilerde ağırlıklı olarak görüldüğü tespit edilmiştir (Zhao, 2005: 26).

Kutunis ve Alparlan'ın (2006: 149) "girişimci kadınların profilleri" ile ilgili yapmış oldukları araştırmada, girişimci kadınlar; kendilerine güvenen, güçlü önezelere

sahip, sabırlı ve dayanıklı olan, riski üstlenebilen, ikna kabiliyeti kuvvetli ve inisiyatif kullanan bireyler olduğu bulgularına rastlanmıştır. Aynı araştırmada girişimci kadın olmanın, kadına çalışma yaşamında diğer çalışma biçimlerine kıyasla daha fazla özerklik imkanı verdiği, kadının işine yönelik kısa ve uzun vadeli planlar yapma, kaynakları optimum kullanma, beşeri ilişkiler kurma ve sürdürme, işinde edindiği deneyimleri verimli kanallara aktarma gibi önemli kazanımlar sağladığı belirlenmiştir (Sosyal, 2010b: 108).

İngiltere’de yapılan bir araştırmada ise; “Çalışanların patronlarını tanımlamaları ve nasıl bir patron istediklerini tarif etmeleri” istenmiştir. Yapılan araştırmanın sonucuna göre çalışanların, kadın patronla çalışmak isteğinin daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Bu çalışmada çalışanların daha çok kadın patron tercih etmelerindeki sebepler ise şöyle sıralanmaktadır (Örücü vd., 2007: 121-122):

1. Kadınlar bir iş için erkekten daha fazla çaba gösterirler ve daha dikkatlidirler.
2. Kadınlar çalışanlarına gerekli eğitimi daha iyi verebilmektedirler.
3. Kadınların öğreticilik yönleri erkeklere oranla daha gelişmiştir.
4. Kadınlar yeni durumlara ve değişimlere daha rahat uyum sağlayabilirler.
5. Kadınların çalışanları iş konusunda heveslendirme ve teşvik etme yetenekleri erkeklere oranla daha yüksektir.
6. Kadınlar yeni fikirlere daha açıktır. Kadınların üretkenlikleri iş yaşamında başarılarını destekleyen önemli bir faktör olarak görülür.
7. Kadınlar gözlem yeteneklerini iş yaşamında başarılı bir biçimde kullanabilirler.
8. Çalışanlarıyla iletişim kurarken kadının sağladığı başarı, iyi bir yönetici olmasında olumlu bir etkiye sahiptir.
9. Kadınların problem çözebilmekteki yeteneği, bir yönetici olarak erkekten daha başarılı olmasını sağlamaktadır.
10. Kadınlar özel yaşamlarında olduğu gibi iş yaşamında da açık bir stratejiye sahiptirler.
11. Kadınlar iş yaşamında erkeklere oranla daha neşeli ve eğlenceli olabilirler.
12. Tahminlerin aksine kadınlar, iş yaşamında kararlarını kolay verebilir ve kararları konusunda daha ısrarcı olabilirler.

Yukarıda sıralanan araştırma sonuçları kadınların kendilerine özgü güçlü yönlerini

iş hayatında kullanabildikleri takdirde başarılı bir iş kadını ve başarılı bir girişimci olmalarının erkekler kadar mümkün olduğunu göstermektedir.

Kadınların cinsiyet rolleri esas alınarak, kadına özgü ve erkeğe özgü olarak tanımlanabilecek işler konusunda da ayrışmalar bulunmaktadır. Sektöre giriş kolaylığı, daha az sermaye ve donanım gerektirmesi gibi nedenlerle, girişimci kadınlar genellikle hizmet ve ticaret sektöründe faaliyet göstermektedir. Ayrıca bu sektörlerde yürütülen faaliyetler, kadına iş ve aile yaşamını dengeleme imkanı sunabilmektedir. Bu nedenle imalat sektöründe kadın girişimci oranı oldukça sınırlı kalmakta ve bu sektörde faaliyet gösteren kadınlar genellikle erkek ortaklarla birlikte çalışmaktadır (Yetim ve Tatlıdil, 2004). Erkek girişimciler ilk işlerini genellikle imalat sektörlerinde kurmalarına karşın kadın girişimciler ise; hizmet sektörü, eğitim, danışmanlık, halkla ilişkiler alanlarında kurdukları görülmektedir (Hisrich ve Peters, 1989: 66). Kadın girişimcilerin en fazla tercih ettikleri alanlardan birisi de pazarlama sektörüdür. Pazarlamada potansiyel müşteriye dinlemek ve onların ihtiyaçlarını doğru belirleyerek cevap vermek önemlidir. Kadınlar genellikle iyi birer dinleyicidirler ve diğer insanların ihtiyaçlarını karşılamak için daha çok çaba gösterme eğilimindedirler. Bu nedenle pek çok pazarlama şirketinin kadınların bu güçlü yönlerinden faydalanmakta oldukları görülür (Cole, 1994: 6-8).

Kadınlar katılımı cesaretlendirir, güç ve bilgiyi paylaşır, diğer insanların güvenini sağlar ve işi heyecanlı hale getirebilirler. Kadınların birçok yeni ve çağdaş yönetim tekniklerini işletmelerinde başarılı bir şekilde uygulamaları, çeşitli nedenlere bağlanmaktadır. Bu durumu; değişimi yönetme, etkin iletişim kurma, ekiplerle çalışma, stratejik düşünme, müşteri duyarlılığı, etkin çatışma yönetimi gibi sahip oldukları özelliklerle, annelik içgüdüleriyle, duygusal zekalarıyla ve aile içi yetiştirilme biçimiyle açıklamak mümkündür (Barutçugil, 2003: 3).

Yapılan birçok çalışma, kadınların pazarlama, iletişim, halkla ilişkiler gibi sektörlerde yoğunlaşmalarını ve başarılı olmalarını annelik rolüyle açıklamaktadır. Etkin iletişim kurma özellikleri, dinleme becerisi ve bilgiden doğan gücün paylaşımı, kadına atfedilen doğal özellikler kümesindedir. Yönetim bilimci Tom Peters'in 1980'lerde kadın yöneticilerin uyguladıkları yönetim stratejilerini konu aldığı kitabı "Thriving on Chaos"da, kadınların değişim karşısında işgörenlerle birlikte cesaretle karşı durabilmek için empati, işbirliği, birlikte hareket etme gibi geleneksel cinsiyet özelliklerini kullandıklarından söz

etmektedir (Cassell ve Mercado, 2000). Tarihçi James Mc Gregor Burns'un ifadesiyle, erkekler "işleme dayalı liderlerdir", kadınlar ise, kişilerin ilgilerini örgüt amaçlarına dönüştürmeye çalıştıkları için "dönüşüme dayalı liderlerdir" (Naisbitt ve Aburdene, 1992: 111).

Esasında, girişimcinin cinsiyetinin olmadığı genel kabul gören bir kanıdır. Ülkelerin refah düzeyinin artırılmasında girişimcilerin üstlendiği roller ve sağladığı katkılar dikkate alındığında, girişimci sayısının çoğaltılması gerektiği temel amaç olarak benimsenmiştir. Bu düşünceyle birlikte iş dünyasının profilinin değişmesi, kadınların sahip olduğu yeteneklerin başarıma güdüsüyle birleşerek açığa çıkmasını sağlamıştır. Bundan itibaren girişimci kişilik özellikleri içerisinde, başarıma ihtiyacı, kontrol alanı ve risk üstlenmenin yanında cinsiyet de önemli faktör olarak saptanmış ve incelenmeye tabi tutulmuştur (Yelkikalan, 2006: 50).

Hisrich ve Peters'a (2002: 76) göre kadın ve erkek girişimciler arasındaki temel farklar Tablo 1.1'de yer aldığı gibi ifade edilmektedir.

Tablo 1. 1: Kadın ve Erkek Girişimciler Arasındaki Farklılıklar

ÖZELİKLER	ERKEK GİRİŞİMCİLER	KADIN GİRİŞİMCİLER
Motivasyon	<ul style="list-style-type: none"> • İşleri bitirme sonucu elde edilen başarı • Kişisel bağımsızlık • Kontrolü elde bulundurmaktan kaynaklanan iş tatmini 	<ul style="list-style-type: none"> • Bir amacı gerçekleştirmekten dolayı elde edilen başarı • Bir işi yalnız yapmaktan • kaynaklanan bağımsızlık
Hareket Noktası	<ul style="list-style-type: none"> • Mevcut işten duyulan tatminsizlik • Okulda ve mevcut işte yeni işle ilgilenmiş olma • İşten çıkarılma ya da işi bırakma • Bir şeyler elde etme isteği 	<ul style="list-style-type: none"> • İşten kaynaklanan hayal kırıklığı • Alandaki fırsatı görme
Fon Kaynakları	<ul style="list-style-type: none"> • Kişisel varlık ve birikimler • Bankalar • Yatırımcılar • Arkadaş ve aileden alınan borçlar 	<ul style="list-style-type: none"> • Kişisel varlık ve birikimler • Kişisel borçlar
Mesleki Geçmiş	<ul style="list-style-type: none"> • Ücretli iş deneyimi • Tanınmış bir uzman veya o alanda büyük başarılar kazanmış biri olmak • Çeşitli iş alanlarında uzman olma 	<ul style="list-style-type: none"> • İş alanında deneyim • Alanda orta düzey yönetici olmak • Hizmet sektöründe iş geçmişi

Kişisel Özellikler	<ul style="list-style-type: none"> • İkna edici olmak • Amaç odaklı olmak • Yenilikçi ve idealist olmak • Yüksek düzeyde özgüven sahibi • Şevkli ve enerjik olmak • Kendi kendisinin patronu olma zorunluluğu 	<ul style="list-style-type: none"> • Esnek ve toleranslı olmak • Amaç odaklı olmak • Üretken ve gerçekçi olmak • Orta düzeyde özgüven sahibi • Şevkli ve enerjik olmak • Sosyal ve ekonomik çevre ile uğraşabilme yeteneğine sahip olma
Özgeçmiş	<ul style="list-style-type: none"> • 25-35 yaş arasında işletme kurma • İş sahibi bir babasının olması • Üniversite mezunu olmak • Ailenin ilk çocuğu olmak 	<ul style="list-style-type: none"> • 35-45 yaş arasında işletme kurma • İş sahibi bir babasının olması • Üniversite mezunu olmak • Ailenin ilk çocuğu olmak
Destek Grupları	<ul style="list-style-type: none"> • Arkadaş, avukat, muhasebeciler • İş dünyasından arkadaşlar • Eş 	<ul style="list-style-type: none"> • Yakın arkadaşlar • Eş ve aile • Profesyonel kadın grupları
Kurdukları İlk İş Türü	<ul style="list-style-type: none"> • Üretim ya da inşaat 	<ul style="list-style-type: none"> • Hizmet sektörü

Kaynak: Hisrich ve Peters, 2002: 76

2. 4. KADIN GİRİŞİMCİLİKTE TİPOLOJİLER

Kadınlardan beklenen roller, kadınların bu rollerle ilgili algıları kadın girişimciler arasında değişkenlik göstermektedir. Bu farklı algıların kadınların iş, aile ve sosyal hayatlarını etkilemesiyle birlikte kadın girişimciler ile ilgili çeşitli sınıflandırmalar yapılmıştır. Buna göre Dorothy P. Moore, kadın girişimcileri geleneksel ve modern olmak üzere iki gruba ayırmıştır (Narin vd., 2006: 71):

1. *Geleneksel kadın girişimci tipolojisi*; yaşları genelde 35-45 arasında, evli olan, ülke ortalamasının bir hayli üstünde eğitim düzeyine sahip, ilk deneyimi olan firmasının başında, muhtemelen birkaç çalışan ile perakende ticaret veya bir hizmet sektöründe yer alan, ilk işe başlama sermayesi kişisel tasarrufları ve sahip olduğu varlıklar olan kadınlar olarak sıralanmıştır.
2. *Modern kadın girişimci tipolojisi* ise; işletme yönetimi ve teknik konularda eğitilmiş olan, erkeklerin yoğun olduğu ortamlarda çalışan ve geleneksel kadın rollerinden daha az etkilenen kadınlar olarak sıralanmıştır.

Goffee ve Scase (1985) ise, iki faktöre dayalı olarak dört farklı kadın girişimci tipini tanımlamıştır (Kutanis, 2003: 61). Bu faktörlerden ilkinde göre kadın girişimciler, bireyselcilik ve kendine güven ilkelerini benimseyen geleneksel girişimcilik

eğilimindedirler. Diğer faktör ise, kadın girişimcilerin erkeklere tabi olmayı kabullendikleri geleneksel cinsiyet rolünü içermektedir. Bu iki faktöre dayalı olarak, dört farklı kadın girişimci tipi tanımlanmıştır:

1. *Geleneksel Tipoloji*; hem girişimcilik ideallerini hem de geleneksel cinsiyet rollerini üstlenen ve ikisini de aynı ölçüde yerine getirmeye çalışarak iş-aile görevlerini dengeleyen ve işini de fazla büyütmeyi düşünmeyen “geleneksel girişimci” tipidir.
2. *Yenilikçi Tipoloji*; girişimcilik ideallerini geleneksel cinsiyet rollerinin çok daha üstünde tutan ve işletmesinin büyümesini öncelikli hedefleri arasında gören “yenilikçi girişimci” tipidir.
3. *Evcimen Tipoloji*; geleneksel cinsiyet rollerini girişimcilik ideallerinin üstünde tutan ve adeta girişimciliği yan işmiş gibi gören “evcimen girişimci” tipidir.
4. *Köktenci Tipoloji*; iş-aile dengesini kurmaktan çok kadınların ikinci plana itilmelerini önlemeye çalışan ve işi de bu amaca hizmet eden bir araç olarak gören “köktenci girişimci” tipidir.

Carter ve Cannon (1988) ise, kadın girişimcileri davranışsal bazda sınıflandırmıştır. Kadın girişimcilerin, işletmelerinin farklı aşamalarında davranışsal açıdan mutlaka bu gruplardan birine dahil oldukları belirtilmektedir. Bu sınıflandırmaya göre beş tür kadın girişimci davranışı bulunmaktadır. (Carter ve Cannon 1988: 32-34)

1. *Bir girişimden diğerine keyfi geçiş yapan genç girişimciler*: Bu gruptaki kadın girişimciler, bir girişimin başlangıç safhasında iken diğer bir girişime geçiş yapan kadın girişimci tipi olarak tanımlanmaktadır. Bu girişimcilerin yaşları 25 ve altındadır, girişimci olmadan önce her hangi bir işte çalışmamaktadırlar. Bu nedenle girişimciliği herhangi bir kariyer seçeneği olarak görmektedirler. Girişimlerinde başarılı olana dek motivasyon düzeyleri ve işlerine bağlılıkları düşük düzeyde olmakla birlikte, başarılı olmaları durumunda yüksek düzeyde bağlılık ve motivasyon sergileyerek, başarılı genç girişimciler sınıfına dahil olmaktadır. Başarısızlık ise, onların iş hayatından tamamen kopmaları ile sonuçlanmaktadır.
2. *Genç başarılı girişimciler*: Genç başarılı kadın girişimciler için girişimcilik uzun vadeli düşünülen bir kariyer seçeneğidir. Bu girişimciler iyi eğitilidir, eğitim süreçlerinin ardından girişimci olmaktadır. İş deneyimleri tatillerinde yaptıkları yarı zamanlı işlerden ibarettir. Bilgi eksiklerini çeşitli eğitimlere katılarak, yararlı sosyal ve iletişim ağları kurarak tamamlamaktadırlar.

3. *Başarı odaklı girişimciler*: Genç başarılı girişimciler gibi, bu grupta yüksek kariyer odaklıdır. Yaşamlarında, kariyerlerini ve işletmelerinin başarısını etkileyebilecek değişiklikler öngörmemektedirler. Çocuk sahibi olmayı, kariyerlerini etkileyeceğini düşündüklerinden istememektedirler.
4. *Dönüş yapan girişimciler*: Bu gruba dahil olan girişimciler, annelik sürecinin sonunda ekonomik yaşama atılmaktadırlar. Bir bölümü yönetim ve iş deneyimine sahip olmakla birlikte, ailevi sorumluluklar nedeni ile kariyerlerine ara vermek durumunda kalmışlardır. Girişimciliğe yarı zamanlı kariyer olarak ve aileleri ekseninde başlamakta, daha sonra tam zamanlı çalışmaya geçmektedirler. Bu grup için de girişimciliği uzun vadeli bir kariyer ve yatırım olarak gördükleri söylenebilir.
5. *Geleneklerine bağlı girişimciler*: Geleneklerine bağlı kadın girişimciler, diğer gruplara göre daha yaşlıdırlar. İşletmeleri ile ilgili kararlarını aile üyelerinde oluşan grup ile almaktadırlar. Aile her zaman önceliği oluşturmaktadır. Ailenin iş yaşamı için engel olmadığını düşünmektedirler ve aile sorumluluklarını yerine getirebilmek için profesyonel hizmetlerden yararlanmaktadırlar. Örneğin; çocuk bakımı gibi.

Nielsen ve Kjeldsen (2000: 13-15), yeni bir girişimin sahibi olma durumunu, “yeni bir işletme kurmuş ya da var olan bir işletmeyi satın almış kişi” olarak tanımlamakta ve istatistikler temelinde yeni işletme sahiplerini aşağıda açıklanan altı kategoriye ayırmaktadır (Neergaard, Nielsen ve Kjeldsen 2006: 93):

1. *İşletme sahibi girişimci (Self employed)*: Bu sınıfta yer alan kadın girişimciler işletmelerinin her fonksiyonunu tek başına üstlenmektedirler. Personel istihdamını düşünmemekte, tek kişilik işletmelerinde hem bir muhasebeci hem de bir girişimci gibi hareket etmektedirler. Bu nedenle hem bir girişimci hem de kendi kendilerinin çalışanı durumundadırlar. Geleneksel kadın girişimci sektörlerinde faaliyet göstermektedirler.
2. *Geleneksel işletme sahibi çalışan (The traditional, self employed worker)*: Bu sınıfta yer alan kadın girişimciler hali hazırda faaliyette olan başka bir işletmenin yönetimini ele alarak iş sahibi olmaktadır. Bu sınıflandırmayı yapan Neergaard, Nielsen ve Kjeldsen (2006)’a göre, bu sınıfa giren kadın girişimciler satın alma yoluyla işletme sahibi olduklarından girişimci olarak kabul edilmemektedirler.
3. *Büyüme odaklı girişimci (Growth oriented entrepreneur)*: Bu sınıfta yer alan kadın

girişimciler, sınırlı sayıda işletme kurmaktadır. Fakat aynı zamanda ücretli çalışanlar olduklarından girişimci olarak kabul edilmemektedirler.

4. *Boş vakit ya da hobi girişimcisi (The leisure and hobby entrepreneur)*: Bu sınıfta yer alan kadın girişimciler, hem ek gelir sağlamak hem de değer yaratmak için işletme sahibi olmaktadır. Sayıları artan bu tür girişimcilerin etkinliklerinin ve performanslarının düşük olduğu görülmektedir.
5. *Aile işletmeleri (Family business)*: Bu sınıfta yer alan kadın girişimcilere, işletmeleri aileden, geleneksel olarak da babadan, miras olarak kalmıştır. Kendileri de şirketlerinin maaşlı bir çalışanı olduklarından Neergaard, Nielsen ve Kjeldsen (2006)'e göre girişimci olarak kabul edilmemektedirler.
6. *Şebekelenmiş girişimci*: Bu sınıfta yer alan kadın girişimciler, bir projeden diğerine geçerek ya da bir işten diğerine geçiş yaparak, serbest ajanlar olarak tanımlanmaktadır. En önemli özellikleri kendileri gibi çalışan diğer kadın girişimcilerle kurdukları ortak işbirlikleri olarak gösterilmektedir.

Kadınların aile-iş hayatlarını dengeleme çabası ve cinsiyet rolünün etkisi ile birbirinden farklı kadın girişimci tipolojileri ortaya çıkmaktadır. Yukarıda açıklanan kadın girişimciler ile ilgili sınıflandırmalar, kadın girişimcilerin homojen bir grup olmadıklarını ifade etmektedir.

2. 5. KADIN GİRİŞİMCİLİĞİN TARİHSEL GELİŞİMİ

Kadın girişimciliğin tarihsel gelişimi iki boyutta ele alınıp incelenecektir;

1. Dünya'da kadın girişimcilik, 2. Türkiye'de kadın girişimcilik.

2. 5. 1. Dünya'da Kadın Girişimcilik

Son yıllarda, dünyada hızla yaygınlaşan kadın girişimciliği, kadınlar için uygun bir istihdam fırsatı oluşturmakta ve aileler için gelir kaynağı olarak görülmektedir. Kadınların kendi işinin sahibi olarak çalışmaları çok eskilere uzanırken, bir ülkenin gayri safi milli ve yurtiçi hasılasına katkıları ağırlıklı olarak son otuz yılda, bazı ülkelerde ise sadece son beş yılda ön plana çıkmıştır. Dünya Bankası, son on yılda, dünyadaki ekonomik büyümenin yaklaşık yarısının kadın girişimcilerin katkısına dayandırılabilirliğini saptamıştır. Güneydoğu Asya'da kadın girişimcilerin sayısı toplam girişimcilerin %50'sinden fazlasını oluşturmaktadır. Kadın girişimciler, geçmişte ekonomik durgunluk yaşayan Macaristan, Rusya ve Polonya'nın kalkınmasına ve gelişmesine önemli katkılar sağlamıştır. Bu

ülkelerin ekonomilerindeki toparlanmalar, öncelikle kendi işinin sahibi olan ve işini yöneten kadınlar tarafından sağlanan fırsatlara bağlanabilmektedir (Mboko ve Smith-Hunter, 2009: 158-159). Kaufman Center'ın 21 ülkede yaptığı Girişimci Liderlik çalışması, küresel pazarda etkin bir biçimde faaliyette bulunmak isteyen bir ülkenin uzun dönemdeki ekonomik büyümesinin, mevcut kadın girişimcilere ve bunların sayılarındaki artışa bağlı olduğunu ortaya koymuştur (İplik, 2012: 48).

Kadın girişimciliği 1970'li yıllarda kullanılmaya başlanılan yeni bir kavramdır. 1960'lı yıllardan itibaren bağımsızlık ve kişisel özgürlük eğilimlerinin artması özel girişimciliğin çekiciliğini arttırmıştır. Bu süreç içinde girişimci kadın sayısında ise artan bir oranda yükselme olduğu görülmektedir (Hatten, 1997: 42). Avrupa Komisyonu Eşit Fırsatlar Birimi tarafından bu yükselişin nedenleri; kadınların iş kurma konusunda daha iyi eğitim almaları ve bilgi sahibi olmaları, iş kurmanın işsizliğe karşı etkin bir seçenek olarak görülmesi ve kadınların özellikle teşvik edilmeleri, cam tavan etkisi altında kalan kadınların hiyerarşinin üst basamaklarına yükselememeleri konusunda karşılaştıkları zorluklar gibi faktörlere bağlanmaktadır (Gürol, 2006: 223).

Hisrich ve ABD Temsilciler Komitesi (House of Representatives Committee) tarafından yapılan çalışmalara göre, 1990'larda kadın girişimcilerin sayısında hızlı bir artış gözlenmiştir. ABD'de kadınlara ait işletmelerin sayısı 1977'de 1.9 milyon iken, bu sayı 1985'te 3.7 milyona ulaşmıştır. 1970'lerden önce, ABD'de kadınlar küçük işletmelerin %5'den azına sahipken, 1990'larda bu rakam %28'e ulaşmıştır. (Hisrich, 1989: 184). ABD'de kadın girişimcilerin sahip olduğu işletmelerinin büyüme eğilimi erkek girişimcilerden daha yavaş olsa da, kadın girişimcilerin sahip olduğu işletmelerin hayatta kalma oranı, diğer tüm işletmelerin hayatta kalma oranından yüksektir. 2008 yılında Center for Women's Business tarafından yapılan araştırmaya göre; ABD'de faaliyet gösteren yaklaşık 10.5 milyon kadın girişimci, 12.8 milyon kişiye istihdam sağlayarak ülke ekonomisine yılda 1.9 trilyon dolar satış geliri katkısı sağlamaktadır (Scarborough, 2011: 35).

Diğer ülkelerde kadın erkek girişimciliği oranı en düşük Fransa'da ve en yüksek İspanya ve Brezilya'da olmak üzere farklılıklar göstermektedir (Binole, 2000: 91). Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) tarafından yayınlanan araştırmaya göre (2001) kadın girişimcilerin toplam girişimcilere oranı Kuzey Afrika'da (1992) %10, tarım

dışı işletme sahipliğinde Yunanistan'da %17, Almanya, İtalya ve Birleşik Krallık'ta %22-25, Japonya ve Kanada'da %34-39 olduğu açıklanmaktadır. Starcher (2001) Almanya'da 1990 yılından günümüze kadınların yeni işletmelerinin üçte birini yaşama geçirerek yaklaşık bir milyon iş ürettiklerini ve yıllık hasılaya 15 milyar dolar katkıda bulduklarını, Fas, Cezayir ve Tunus'u kapsayan Magrep çerçevesinde ise kadınların her on işten birini faaliyete geçirdikleri belirtilmektedir (Gürol, 2006: 219).

2. 5. 2. Türkiye'de Kadın Girişimcilik

Ülkemizde, ekonomik büyümede, istihdamı arttırmada ve kalıcı bir üretim ve pazarlama anlayışı ile dünya ölçeğinde faaliyet gösteren işletmeler kurmada, kadın girişimcilerin önemli bir rol oynayabileceği düşünülmektedir. Günümüzde Türk kadını üstün nitelik ve sorumluluk gerektiren birçok meslek alanında çalışabilmekte ve görev üstlenmektedir. Son yıllarda ülkemizde kadınların işgücü piyasasında giderek daha fazla yer almasında, çalışma koşullarının kadın işgücü için daha elverişli ve özendirici bir düzeye ulaşmış olması ve kadınları çalışma hayatında korumaya yönelik hukuki düzenlemelerin varlığı büyük rol oynamıştır. Türk kadınının bugün çalışma hayatında karşılaştığı sorunlar hukuki olmaktan çok ekonomik ve sosyal görünümde (Fenerci, 1999: 10). Cumhuriyetin ilanından bu yana sağlanan önemli gelişmelere rağmen, bugün kadın nüfusundan kalkınma sürecinde yeterince yararlanılabildiği pek söylenemez.

Kadın girişimciliğinin ülkemizdeki gelişimine bakıldığında Osmanlı imparatorluğu döneminden örnekler görmek mümkündür. Altındal kitabında (1994) 1589 yılında Ankara'da Fatma adında bir dükkan sahibi ve Efendibula adlı değirmen sahibi kadınların varlıklarından söz etmektedir. 1678'de Bursa'da mevcut 300 iplik eğirme atölyesinin yarısından fazlası kadınlara ait olup, evinde dokuma ve işleme yapan kadınların yanı sıra değirmen ve fırın sahibi kadınların varlığı tespit edilmiştir. 13. yüzyılda kadınların iş sahibi olmaları için Kırşehir, Kayseri, Konya gibi şehirlerde kurulan Bacıyan-ı Rum (Anadolu bacıları) isimli örgüt altında toplanan kadınların el sanatlarının yanında, kentlerdeki iş yaşamına da katıldıkları görülmektedir (Altındal, 1994: 15, 41, 50).

Cumhuriyetin ilanının ardından, gerçekleştirilen reformlar ile kadınlar eğitim, siyasi temsil ve istihdam alanlarında kamu yaşamında geniş yer bulabilmişlerdir. Ancak toplumdaki rolleri açısından geleneklerin ve kültürel değerlerin sınırlayıcılığı fazla değişmemiştir. Yerleşik değerler aile içinde belirgin şekilde cinsiyete dayalı iş bölümünü

gerektirmektedir. Bu iş bölümünde erkeklere aileyi maddi yönden destekleme; kadınlara ise ev idaresi ve çocukları yetiştirme görevi düşmektedir. Kadının işgücüne katılımına ancak ev ile ilgili sorumluluklarını yerine getirmeye devam etmesi şartıyla izin verilmektedir. Kadınların iş hayatında yer almaya başlaması, kredi veren bankaların ve diğer kamu kuruluşlarının girişimci kadınları destekleme konusunu gündeme getirmiştir (Kutunis, 2006: 67).

Cumhuriyetin ilk döneminde eğitim-öğretim ve seçme seçilme alanları dahil kadın-erkek eşitliğinin sağlanabilmesi yönünde bir dizi yasal düzenlemenin yapıldığı görülmektedir. Ancak gerçek anlamda kadınların ekonomik gücü ve rollerinin yeniden kamuoyu gündemine gelmesi Birinci ve İkinci Dünya Savaşları sırasında kadın işgücünün yeniden iş piyasasına çıkması ve 1960'lı yıllarda uluslararası göç hareketinin yoğunlaşmasıyla birlikte olmuştur. İkinci Dünya Savaşının getirmiş olduğu ekonomik ve sosyal değişimler sonucunda tüm dünya ülkelerinde, kadınların statüsüne yönelik tartışmalar ve çalışmalar başlamıştır (Arat, 1993: 200).

Türkiye'de 1990'lardan başlayarak kamu kurumları, sivil toplum kuruluşları ve uluslararası kuruluşların kadın girişimciliğini geliştirmeye yönelik ilgi ve etkinliklerinde artış gözlenmektedir. Ülkemizde kadın girişimciliği konusu ilk kez 1992 yılında kapsamlı bir şekilde ele alınmış ve kadın girişimciliğinin özendirilmesi, eğitim ve kredi verilmesi, örgütlenme ve destek hizmetlerinin sağlanması sorunları üzerine durulmaya başlanmıştır (Tütek, 1998: 255). T.C. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı Kadın Statüsü Genel Müdürlüğü (KSGM) tarafından 1995 yılında yapılan çalışma sonuçlarına göre, 1994'te kadınların sahip olduğu mikro ve küçük ölçekli işletmelerin oranı yaklaşık %28 civarındadır. Rapora göre, kadınların mikro ve küçük ölçekli işletmelere olan katkıları giderek artmaktadır. Bu artıştaki en büyük sebebin, kötüleşen ekonomik şartlar olduğu ve bu nedenle kadınların artan sayılarda çalışma yaşamına yöneldikleri belirtilmektedir (KSGM, 2000: 28-30).

Bağımsız İşyeri Sahibi Kadınların Aile ve İş İlişkileri başlıklı Türkiye genelinde 1992 yılında yapılan bir alan araştırmasının verilerine dayalı çalışmada şu veriler sunulmaktadır: Türkiye'de iş kadınlarının %56'sı ticaret, %22'si hizmet, %13'ü de ticaret ve imalat sektöründe bulunmaktadır. İşteki durumları, "işveren" ve "kendi hesabına çalışan" olarak tanımlanan kadınların iş yaşamına özellikle 1985'ten sonra geçtikleri tespit

edilmiştir. Ortalama yaşları 30-39 arası olan bu kadınların %45'i lise ve %20'si üniversite mezunu olup, %50'si de ayrıca bir kursa devam etmiştir. Çoğunluğunun kent kökenli, evli, iki çocuklu, çekirdek ailede yaşayan, baba mesleği ticaret ve anne mesleği de ev kadınlığı olan bu kadınların; yine çoğunluğu, iş kurmayı ilk kez kendilerinin düşündüklerini ve ailelerinin iş kurmalarına destek olduğunu ifade etmişlerdir. İş kadını olmaya içlerinden gelen istekle başlayanlar %42, evde oturmaktan sıkıldıkları için başlayanlar %10, aile bütçesine katkıda bulunmak için başlayanlar ise %23,4 oranlarındadır. Kadınların çoğunluğu, iş yaşamlarındaki çevrelerinin kendilerini desteklediğini belirtmişlerdir. Bu bağlamda tüketiciler, diğer iş yeri sahipleri, toptancılar ve resmi kurumlardaki görevliler iş kadınlarını desteklemektedir (Çelebi, 1997: 23).

Kadınlar kırsal alanlarda özellikle ücretsiz aile işçisi olarak tarım sektöründe istihdam edilebilme olanağına sahip iken, kentsel alanlarda sanayi ve hizmet sektöründe yeterli eğitim, tecrübe ve vasıflara sahip olamadığı için istihdam edilebilme olasılığı düşmektedir. İşteki duruma göre kadın istihdamı incelendiğinde kadınların %12,9'u kendi hesabına ve işveren konumunda çalışmakta, %51,6'sı herhangi bir ücret ya da yevmiye karşılığında çalışmakta, %35,5'u ücretsiz aile işçisi olarak çalışma yaşamında yer almaktadır (KSGM, 2012: 25). GEM Türkiye 2010 Raporuna göre 2008 yılında Türkiye'de genel olarak kadının girişimciliğe katılım oranının diğer ülkelere göre düşük olduğu ortaya çıkmıştır. Ülkemizde her 100 erkeğe karşılık 28 kadın girişimcilik faaliyeti içerisinde bulunmaktadır.

Yukarıda belirtilen araştırma ve değerlendirmeler göz önünde tutulduğunda; kadın girişimcilerin ekonomik ve sosyal anlamda ülkeye getirdiği kazanımlarının geleceğe yönelik olarak değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu bağlamda kadın girişimcilerin, hem kendileri hem de istihdam ettikleri kişiler için iş fırsatı sunmaları ve çalışma yaşamında daha etkin ve aktif olmaları; onların toplumdaki konumlarının güçlenmesine, toplumların gelişmişlik düzeyini etkilemesine ve gelir dağılımındaki adaletsizliği de önlemeye önemli katkılar sağlamaktadır (Can ve Karataş, 2007: 253). Dolayısıyla Türkiye'nin sosyal ve ekonomik gelişmesine katkıda bulunmak ve sürdürülebilir kalkınmayı gerçekleştirebilmek için ekonomik değer üreten kadın girişimci sayısını arttırmak, var olan kadın girişimcileri güçlendirmek ve onları dünya ile bütünleştirmek gerekmektedir.

İKİNCİ BÖLÜM

KADIN GİRİŞİMCİLİKTE BAŞARI VE BAŞARIYI ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Günümüzde yaşanan ekonomik, sosyal ve teknolojik gelişmeler bütün dünyada olduğu gibi Türkiye’de de kadınların gittikçe daha fazla aktif olarak çalışma hayatına katılmalarına yol açmıştır (Ayaz, 1993: 175). Kadınların kişisel çabalarıyla birlikte hükümetlerin, sivil toplum örgütlerinin, ilgili kurum ve kuruluşların da kadınların iş hayatında daha etkin hale getirilmesine yönelik plan ve programlar geliştirmesi bu süreci hızlandırmıştır.

Kadınların hem dünya hem de Türkiye nüfusunun yarısını oluşturmasına karşın, aynı oranda temsil edilmemektedir. Potansiyel bir sosyal ve ekonomik güç olan bu nüfusun bilgi, yetenek ve tecrübelerinden yeteri kadar yararlanmamak ciddi bir kayıptır (Bayrak ve Yücel, 2000: 126). Kadınların ekonomik hayatta gerek işgören, gerekse işveren olarak yer almalarının sağlanması ile onları ekonomik gelişmeye önemli katkılar sağlayan potansiyel güç haline dönüştürmek mümkündür. Kadınların iş hayatında yer alması ve başarısının sağlanması, her şeyden çok ülke ve toplumların ekonomik ve sosyal gelişimi açısından önem taşımaktadır.

Kadınların iş hayatında yer alması ve başarısının sağlanması için onları girişimci olmaya yönelten motivasyon kaynaklarının, iş hayatlarında başarılarını olumlu veya olumsuz etkileyen faktörlerin tespitine yönelik kapsamlı araştırmalara ihtiyaç vardır. Bu düşünceler ışığında gerçekleştirilen bu çalışmanın amacı; kadın girişimcilikte başarı ve başarıyı etkileyen faktörlerin araştırılmasıdır. Kadın girişimcilerin motivasyon kaynaklarını araştırmak, kadın girişimcilerin başarısını destekleyen ve engelleyen faktörleri belirlemek ve bunlar arasında nasıl bir ilişkinin olduğunu incelemek amacıyla hazırlanan bu çalışmanın ikinci bölümünde, kadın girişimcilikte başarı, kadın girişimcilikte motivasyon kaynakları, kadın girişimcilikte başarıyı destekleyen ve engelleyen faktörler detaylı olarak ele alınarak, bu konulardaki araştırma bulgularına yer verilecektir.

1. KADIN GİRİŞİMCİLİKTE BAŞARI

Geçmişte kadınların; okuma yazma ve iş yaşamına katılım oranlarının düşüklüğü, finansmana erişim olanaklarının yetersizliği gibi nedenlerle girişimci olmaları daha sınırlı düzeyde kalmaktaydı. Son yıllarda yapılan çalışmalar ise, kadınların iş yaşamına katılımlarının artmaya başladığı gözlemlenmektedir. Kadınların iş hayatına katılımlarını etkileyen faktörler aşağıdaki gibi sıralanabilir (Narin vd., 2006: 67):

- Önceden erkeklere özgü olduğuna inanılan işlerde kadınların da başarılı olmaları,
- Erkeklerle aralarındaki girişimcilik konusundaki bilgi ve deneyim farkının giderek azalması,
- Çok daha iyi örgütlenir hale gelmeleri,
- Doğaları gereği olaylara karşı daha tedbirli ve daha sakin olmaları,
- Daha yoğun insan ilişkilerine sahip olmaları,

Kadın girişimciler, genellikle başarıya ihtiyacı, risk alabilme eğilimi ve bağımsız olma arzusu ile harekete geçmektedirler. İlgi alanlarına yönelik çalışmalar yapmak, başarılı olmak, kişisel özgürlük elde etmek kadın girişimcilerin en güçlü güdülerindenidir (Kutanis ve Hancı, 2004: 460). Yüksek başarı ihtiyacına sahip kadın girişimciler, davranışlarının sonuçlarına katlanma ve sorunları çözme sorumluluğuna sahiptirler. Bunlar, durumları analiz etme, başarı olasılıklarını araştırma, zorlukları aşma ve risk alma arzularına sahiptirler. Aynı zamanda bu bireyler, olaylara daha fazla odaklanırlar ve olayları değişim potansiyeline göre değerlendirirler. McClelland'ın öğrenilmiş ihtiyaçlar teorisine göre, başarı ihtiyacı kişinin bir işi daha iyi ve daha verimli yapma, problemleri çözme ya da karmaşık görevlerde ustalaşma arzusudur. Yine McClelland, yüksek başarı ihtiyacının, bireylerin girişimci davranışlarda bulunmasına neden olan önemli bir faktör olduğunu ileri sürer. Bazı çalışmalar başarı ihtiyacı ve girişimcilik arasında ilişki olduğunu gösterirken bazıları ise, bunun aksini ortaya koymaktadır (Hisrich ve Peters, 2002: 53). Fakat genel itibari ile girişimcilerin yüksek başarı güdüsünün etkisinde oldukları kabul gören bir durumdur. Bu nedenle girişimciler, kendilerini başarı ile özdeşleştirme ve başarı ihtiyaçlarını tatmin etme eğilimindedirler. Araştırmalarında bu genel kanıyı inceleyen Stormer ve arkadaşları da yüksek başarı güdüsünün yöneticiler ve üniversite öğrencilerine kıyasla girişimcilerde daha yüksek olduğunu bu yüzden başarı güdüsünün esasen bir

girişimcilik özelliği olduğunu belirtmektedir (Stormer vd., 1999: 47).

Dhillon ve Malhotra tarafından yapılan çalışmanın sonuçları da kadın girişimcilerin yüksek başarıya ihtiyacı sahibi, bağımsız, karar alabilen, plan yapabilen ve zaman yönetiminde iyi kimseler olduklarını ortaya çıkarmıştır. Aynı çalışmaya göre kadın girişimciler, başarılı olmak için gerekli en önemli faktörün “çok çalışmak” olduğu inancını taşımaktadırlar. Bu girişimciler yüksek düzeyde kişisel risk almaya istekliken, yetki ve sorumluluk verme konusunda orta düzeyde risk alma eğilimindedirler. Genel olarak, kadın girişimcinin bağımsızlıktan hoşlandığı, büyük hayalleri ve hırsları olduğu, rekabet konusunda pozitif yaklaşımlara sahip bulunduğu -örneğin kaliteyi arttırmak gibi-, problemlerle başa çıkmada kendine güvendiği ve başarının anahtarının çok çalışma olduğunu düşündüğü görülmüştür (Dhillon, 1993: 101).

Türkiye’de yapılan (2005) araştırma sonuçlarına göre de, kadınların %99’u girişimcilikte başarılı olmak için gerekli gördükleri ön şartların başında “çok çalışma/içtenlik, kendini işine adama”yı belirtmişlerdir. Bunu sırası ile “dürüst iş ahlakı”, “kaliteli ürün”, “cesaret/riske girme, rekabet edebilme” ve “kendine güven”i belirtenler izlemektedir. Wadell (1983) yaptığı çalışmada, kadın girişimcilerin başarılı olmasının; risk alan, önderlik eden, yetki kullanan, kolayca kararlar verebilen, rekabetçi, bağımsız, kendine güvenen, azimli ve hırslı kişiler olmalarına bağlı olduğunu, Block ve MacMillan (1985) işi organize etme ve geleceği planlamak gerektiğini, Goldman (1994) ise kendini işine adama, ilham, motivasyon ve cesaretin kadın girişimciyi başarıya ulaştıran özellikler olduğunu belirtmiştir (Yağcı ve Bener, 2005: 93).

Kadınların girişimcilikte başarılı olabilmesi için; bireyci, yaratıcı, sağduyulu olması, yeni koşullara adapte olabilmesi, birçok amaca uyabilmesi, çözüm üretme ve uzlaştırma becerilerine sahip olması, kişisel sorumluluk alarak rekabet edebilmesi ve kendine güvenmesi gerekmektedir. Ayrıca, girişimci kadınların; sebat, cesaret, sabırlı ve sosyal olma, uzun çalışma saatlerini kabul etme, kendi özel hayatından fedakârlık yapmaya hazır olma, iş hususunda sezgilerin gelişmişliği, piyasa hakkında bilgi sahibi olma, çabuk ve bağımsız karar alabilme gibi özelliklere de sahip olmaları gerekmektedir. Özellikle; önderlik eden, yetki kullanan, yeterli sermaye gücüne sahip olan ve müşterilerle devam eden ilişkiler kuran girişimcilerin başarılı olabileceği görülmektedir (Yağcı ve Bener, 2005: 87). Brush ve Hisrich (1991: 15), faaliyet gösterilen alanda deneyim sahibi olmak,

finansal becerilere sahip olmak, fikir üretebilmek ve pazar fırsatlarının varlığının, kadınların iş başarısındaki anahtar unsurlar olduğunu belirtmektedirler.

Maysami ve Goby (1999: 102) kadının başarısında etkili olan faktörleri incelemiştir. Araştırmalarından elde edilen bulgulara göre, başarılı kadınların sahip olduğu özellikler aşağıda maddeler halinde verilmiştir:

- Başarılı kadınlar diğerlerine göre güçlü aile desteği almaktadırlar.
- Daha çok entelektüel birikime ve dil bilgisine sahiptirler.
- İnsan ilişkileri konusunda yeteneklidirler ve iletişim becerileri gelişmiştir.
- Kişisel yetkinlikleri, beşeri sermaye birikimleri daha güçlüdür.
- Ürün ve hizmet bilgisine sahiptirler.
- Müşteri sadakati ve çalışanların kalitesine odaklanmaktadır.
- Profesyonel hizmetlere ulaşım olanaklarına sahiptirler.
- Teknolojiyi daha yoğun kullanmak suretiyle avantaj elde etmektedirler.
- Uygun finansman olanaklarına sahiptirler.
- Faaliyet gösterdikleri pazarlarda fırsatlar bulunmaktadır.
- Güçlü başarıma arzusuna sahiptirler.

Kadınların girişimcilik alanında başarılı olma nedenlerini inceleyen Hatten'in yaptığı araştırma sonuçlarına göre, kadın girişimciler (Gürol, 2000: 243);

- Yönetim stillerinde nispeten demokratik ve hümanistik olmaları,
- İnsan ilişkilerinde daha katılımcı olmaları,
- Bir girişimci olarak mücadeleci bir karaktere sahip olunması gerekliliğine karşın, dikkatli, risk alma konusunda ihtiyatlı, mantıklı, üretken ve güçlü sezgilere sahip olmaları sebebiyle başarıya ulaşmaktadırlar.

Ayrıca kadınlar yeni bir girişim oluşturma yanında, girişimi geliştirme ve başarılı bir kuruluş haline getirme konusunda daha uzun vadeli düşünmekte, işletmenin nitelik ve standartları, hizmet kalitesi, işletmenin piyasada saygın bir kuruluş olarak yerini alması konularına daha çok önem vermektedirler (Güney, 2006: 36-37).

Kadın girişimlerinin başarısında kadınların başarı tanımlaması ve hedeflerinin önemli olduğu görülmektedir. Kadın girişimciler için başarı kriterleri erkek girişimcilerden farklılaşmakta; başarı kriterleri ağırlıklı olarak, kârlılık ve büyümeden ziyade, kendini

gerçekleştirme, aile ve iş arasında dengeyi koruyabilme ve bir işletme vücuda getirebilme olarak kabul edilmektedir. Brush ve Hisrich (2000)'e göre ise kadınlar finansal başarı göstergelerinden ziyade sosyal göstergeler ile başarıyı ölçmektedirler. Bu durum erkekler için tam tersi olarak tespit edilmiştir (Alpşahin, 2011: 149). Gundry ve Welsch (2001: 459) işlerini büyütme odaklanmış kadınların algıladıkları başarı kriterlerini; işlerinin itibarı, hizmet ve ürün kalitesine odaklanma, büyüme için kaynak ayırma ve efektif liderlik olarak sıralamaktadırlar.

Kalleberg ve Leicht da (1991: 154-157), yaptıkları çalışmada değişik endüstrilerde bulunan küçük işletmelerin başarılarını, yöneticilerinin kadın ve erkek oluşuna göre karşılaştırmışlardır. Kadın girişimcilerin sahip olduğu işletmelerin, literatürde birçok dezavantajının olduğuna - örneğin tecrübe eksikliği, aile rolleri, zayıf iş bağlantıları vb. - inancın yüksek olmasına rağmen, bu işletmelerin erkeklerin sahip olduğu işletmelere göre daha az başarılı olmadıkları ortaya çıkmıştır. Ayrıca, kadın ve erkeklerin sahip oldukları işletmelerin büyüme sırasında benzer gelir artışlarına sahip oldukları da görülmüştür. Ancak rekabetin yüksek olduğu durumlarda, kadınların sahip oldukları girişimlerin daha az ayakta kaldığı gözlenmiştir.

Greene vd. (2003: 12), kadın girişimlerinde satış hacminin ve gelirin, erkek girişimlerine oranla düşük olmasının kadınların sektör seçimlerine bağlı olduğunu belirtmektedirler. Araştırmacılara göre, kadınlar, kârlılığı düşük, başlangıç sermayesi gereksinimi az ve dolayısı ile rekabetin yoğun olduğu sektörlere eğilim göstermektedirler. Bu sektörler, perakende ve hizmet sektörleri olarak verilebilir, bu sektörlerde faaliyet gösteren işletmeler, girişimcinin cinsiyetinden bağımsız olarak ortalamanın üstünde başarısızlık oranına sahiptir. Zira sektörün etkisi kontrol altına alındığında ise kadın ve erkeklerin başarısızlık oranları arasında anlamlı bir farklılaşma olmadığı araştırmalarla tespit edilmiştir (Alpşahin, 2011: 150).

Araştırmacılar kadın girişimlerinin başarısını ölçmek üzere belirlenen kriterlerin sabit olmaması gerektiğini ve bu kriterlerin işletmenin yaşam evreleri boyunca değişkenlik gösterdiğini savunmaktadırlar. Cron vd. (200: 54)'ne göre bir işletmenin başarısını ölçmeye yarayan performans kriterleri, girişimin yaşam evresine bağlı olarak farklılaşmak durumundadır. Araştırmacılara göre, başlangıç aşamasında, performans kriterleri olarak yatırımların geri dönüşü, satışlar, istihdam ya da pazar payındaki büyüme alınabilir iken;

kurulmuş bir işletmenin performans kriterleri kârlılık ya da aktif kârlılığı olarak alınmalıdır. Brush vd. (2006: 188) de araştırmalarında büyüme oranını performans kriteri olarak kullanmışlardır, ayrıca çalışan sayısındaki artış yerine doğrudan çalışan sayısını da performans kriteri olarak kabul etmişlerdir. Araştırmalarda öncelikli olarak; satışlardaki artış, pazar payındaki büyüme, kârlılık oranındaki değişim, çalışan sayısı ya da çalışan sayısındaki değişim değerleri girişimcilerin başarı kriteri olarak kabul edilmektedir.

2. KADIN GİRİŞİMCİLİKTE MOTİVASYON KAYNAKLARI

Girişimciliğin ve özellikle günümüzde kadın girişimciliğin öneminin her geçen gün daha da iyi anlaşılması, girişimcileri iş kurmaya sevk eden nedenlerin ve motivasyon kaynaklarının araştırılmasına duyulan ihtiyacı arttırmıştır.

Genel olarak girişimcileri girişimci olmaya yönelten motive edici faktörlerle ilgili literatürde birçok çalışma yapıldığı görülür. Bunlardan biri, Scheinberg ve MacMillan (1988) tarafından 11 ülkede yapılan araştırmadır. Bu araştırmada temel belirleyici olan altı faktör belirlenmiştir. Bu faktörler aşağıdaki gibi sıralanmaktadır (Kapu, 2004: 32):

- Kabul görme ihtiyacı,
- Girişimciliğin gelir elde etme aracı olarak görülmesi,
- Girişimciliğin kendini geliştirme aracı olarak görülmesi,
- Bağımsız olma isteği,
- Toplumu geliştirme isteği,
- Girişimciliğin bir çıkış yolu olarak görülmesi.

Diğer bir önemli araştırmada ise Littunen, girişimcileri motive eden faktörleri şu şekilde ifade etmektedir (Littunen, 2000: 298):

- Kendi kendinin patronu olma isteği,
- Maddi ve manevi kazanımlar,
- Kendi geleceğini kendi karar ve çabası ile şekillendirme isteği,
- Bağımsız ya da esnek bir iş ortamına sahip olma isteği,
- İş fırsatlarını değerlendirme isteği.

Shane, Kolvered ve Westhead (1998) ise 14 ülkede yaptıkları araştırmada girişimcileri işletme kurmaya sevk eden nedenleri (Soysal, 2010b: 88);

- Bağımsız olma isteği,
- Kabul edilme,
- Öğrenme isteği,
- Aile geleneğini sürdürme olarak belirlemiştir.

Ülkemizde gerçekleştirilen girişimcilerle ilgili araştırmalar incelendiğinde ise motivasyon faktörlerinin yukarıda ifade edilenlerden çok da farklı olmadığı görülmektedir. Turan ve Kara'nın (2007) Adana, Mersin, Antakya ve İskenderun bölgesinde 161 girişimci ile yaptıkları araştırmada;

- Kendi yaklaşımlarını işe uygulayabilmek,
- Kendi kendinin patronu olmak,
- Önceki işten duyulan memnuniyetsizlik en önemli motivasyon faktörleri olarak bulunmuştur.

Bir iş kurmada kadın ve erkeği motive eden ya da harekete geçiren unsurların benzerlik göstermesiyle beraber, yapılan araştırmalar kadına ve erkeğe özgü olan bazı farklılıkların olduğunu da ortaya koymaktadır. Bu farklılar şu şekilde ifade edilmektedir:

- 1) Erkek girişimciler gibi kadınlar da bağımsız olmayı, yüksek gelir elde etmeyi, otonomi ve kendi işlerinin patronu olmayı isterler. Fakat kadın girişimciler öncelikli olarak ailelerini ve kişisel beklentilerini, erkek girişimciler ise ekonomik beklentileri ön planda tutmaktadır (Kutunis, 2003: 59).
- 2) Erkekler için bir iş kurma nedeni olarak ekonomik nedenler ön planda iken, kadınlar için aile ihtiyaçlarının daha rahat giderilmesi önceliği oluşturmaktadır (Kutunis ve Alpaslan, 2006: 144).
- 3) Girişimcilik erkekler için bir "iş kararı" iken, kadınlar için bu durum "yaşam tercihi, aile ve kariyer beklentilerinin ortak bir paydada buluşturulması" olarak kendini göstermektedir (Müftüoğlu vd., 2004: 327-328).

Kadın girişimciliğini konu alan çalışmaların birçoğunda, kadınları iş hayatında birer girişimci olmaya yönelten temel faktörlerden biri olarak "ekonomik unsurlar"ın da çok önemli olduğu görülmektedir. Ekstra bir gelir elde etmek gibi ekonomik faktörlerin harekete geçiriciliği yanında, ekonomik yönden bağımsız olma isteği, kişisel ve ailevi sorumlulukları dengeleyebileceklerini çevrelerine ispat etme güdüsü ve esneklik, kadın

girişimciliğini tetikleyen unsurlar arasında sayılabilir (Orhan ve Scott, 2001: 233).

Hisrich ve Brush (1989: 30) tarafından gerçekleştirilen araştırmada kadınları girişimciliğe özendiren motivasyon faktörlerinin başında bağımsız olma isteği gelmekte, bunu iş tatmini, kendini gerçekleştirme ve diğer nedenler izlemektedir. Walker ve Webster ise (2007: 124) kadınların girişimci olma nedenlerindeki öncelikli faktörün bağımsız olma ve kendi kendinin patronu olma isteğinin olduğunu söylemektedirler. ABD’de yapılan araştırmaların yanı sıra 2011 yılında Suudi Arabistan’da yapılan bir araştırmaya göre, Suudi kadın girişimciler için kendini gerçekleştirme isteği en önemli motivasyon faktörü iken, Bahreyn’li kadınların iş hayatına girişimci olarak atılmalarında en önemli faktör para kazanma ve kendini gerçekleştirme isteğidir (Sadi ve Al-Ghazali, 2012: 111). Bu araştırmalar, kültürel farklılıkların kadın girişimcileri motive eden faktörlerin değişiklik göstermesine neden olduğuna işaret etmektedirler.

Kadınların iş kurma nedenleri ile ilgili Çakıcı’nın (2003) Mersin ilinde 160 girişimci kadın üzerinde yapmış olduğu araştırmada; kazanç elde etmek, bağımsız çalışma ve iyi bir sosyal yaşam sürme istekleri gibi faktörlerin ön plana çıktığı belirlenmiştir. Çelik ve Özdevecioğlu’nun (2001) Nevşehir’de yaptıkları bir diğer araştırmada ise, kadınların girişimci olmalarında daha çok aileye ek gelir sağlamak, kocanın ölmesi, kendini ispat etme ve geçmiş mesleki tecrübelerin ticari hayata aktarılması gibi faktörlerin etkili olduğu tespit edilmiştir. Tan’ın (2006) Kastamonu’da yapmış olduğu araştırmada ise; üretken olma, başarı tutkusu ve bilgi birikimi, bağımsız çalışma arzusu, kazanç elde etme isteği, aile işini devam ettirme isteği ve başka seçeneğin olmaması olarak sıralanmış ve bu faktörler kadınların iş kurma nedenleri olarak belirlenmiştir (Sosyal, 2010b: 92).

Kadınların bazen hem başarıma isteği hem de aile içi yükümlülüklerini de bir arada yürütebilmek için, esnek çalışma saatlerinden dolayı kendi işlerini kurmak istedikleri de görülmektedir. Bandırma ilinde yapılan bir araştırmada (2009) kadın girişimcilerin, öncelikle güçlü bir başarıma isteği, başkalarına faydalı olabilme ve sosyalleşme arzusu gibi faktörlerin öne çıktığı görülmektedir. Bunlarla birlikte, ekonomik bağımsızlığa sahip olmak ve kendi işinin patronu olabilmek, girişimci olmada kadınları çeken faktörleri oluşturmaktadır. Ayrıca, ekonomik sıkıntılardan kaynaklanan ve kadınları iş kurmaya iten faktörlerden aile gelirine katkı sağlama ihtiyacı %72 oranında önemli bir faktör olarak ortaya çıkmaktadır (Palaz ve Turgut, 2009: 105-113).

Kadınların girişimci olmaya karar vermelerinde çok farklı sebeplerin etkisi olduğu bilinmektedir. Yapılan araştırmalarda kadınların iş kurma nedenlerine bakıldığında, kadınları girişimci olmaya iten ve çeken farklı faktörlerin olduğu görülmektedir. Çeken faktörler daha pozitif anlamı ve etkileri olan, iten faktörler ise daha negatif anlam ve etkileri olan faktörleri içermektedir. Çeken ve iten motivasyon faktörleri aşağıda açıklanmaktadır.

1. Çeken Motivasyon Faktörleri

Çeken motivasyon faktörleri, kadınların bağımsızlıklarını ve sahip olacakları fırsatları arttırarak kadınları girişimci olmaya çekmektedir. Bu faktörler kadınları kendi işlerinin sahibi olmaları konusunda zorlayan dışsal faktörler değildir, sadece kadınları girişimci olma yönünde karar vermeye yöneltten faktörlerdir. Literatüre göre çeken motivasyon faktörleri; kadınları, işgören olarak çalıştıkları organizasyonları bırakıp girişimci olmaları yönünde daha çok etkilemektedir (Orhan ve Scott, 2001).

Çeken motivasyon faktörleri şu şekilde sıralanabilir (Hisrich ve Brush, 1989: 30; Dhillon ve Malhotra, 1993: 86-87; Yetim, 2002: 90) :

- Bağımsız olma isteği,
- Kendini gerçekleştirme isteği,
- Başarma isteği,
- Kendi ilgi alanının peşinde koşma isteği,
- Özgürce çalışma isteği,
- Kendi işinin patronu olma isteği,
- Aile ve iş sorumluluğu arasındaki dengeyi kurma isteği,
- Para, statü/prestij, güç sahibi olma isteği,
- Üretken olma isteği.

2. İten Motivasyon Faktörleri

İten motivasyon faktörleri; stresli iş ortamı, iş tatminsizliği, işle ilgili hayal kırıklıkları gibi sebeplerden ortaya çıkabilmektedir (Orhan ve Scott, 2001). Literatürde en yaygın olarak ifade edilen iten faktör, kadınların terfi edilme süreçlerinde karşılaştıkları engellerdir. Buna ek olarak iten faktörler şu şekilde sıralanabilir (Hisrich ve Brush, 1989: 30; Yetim, 2002: 90):

- Ülkenin ekonomik koşullarından kaynaklanan işsizlik sorunları,
- Kadınlara uygun olmayan iş koşulları,
- Kadınların özellikle ücretli işlerde cinsiyet ayrımcılığına uğramaları,
- Ekonomik anlamda zor durumdan kurtulma isteği,
- İşletmenin kendi veya eşinin ailesinden devralınması,
- Aileye ek gelir sağlamak,
- Beklenen standartlarda ücretli çalışma olanağına sahip olamamak.

Hatten ise (1997), kadınları girişimci olmaya iten durumsal faktörleri şu şekilde sıralamıştır (Gürol ve Marşap, 2007: 100; Narin vd., 2006: 70):

- Sosyo-kültürel yapıdaki değişim sonucu öğrenim düzeyi yükselen kadının daha fazla sayıda işgücüne katılması,
- Şirketlerin orta yönetim kadrolarında yer alan kadınların, çalıştıkları işletmelerin personel azaltma politikalarından etkilenebilecekleri düşüncesiyle, kendi işlerini kurarak kendi kendilerinin patronları olmayı tercih etmeleri,
- Her geçen gün başarılı kadın girişimci sayısının artması ile kadınların kendilerine rol modeli olarak aldıkları kişi sayısının çoğalması,
- İşlerini kaybetmeyecek kadar şanslı olan kadınların bir süre sonra şirket hiyerarşisinde daha üst kademelere çıkmalarının önüne set çeken, sırf cinsiyetlerinden ötürü daha sorumlu pozisyonlara gelmelerini engelleyen “cam tavan” etkisi nedeniyle yükselme olanakları kalmayan kadınların, her şeye karşın potansiyellerini ortaya koyma, kendilerini gerçekleştirmek ve başarılarını kanıtlamak için kendi işletmelerini kurma ve geliştirme çabaları.

Önceki iş deneyiminde yaşanan ayrımcılık, terfi edilmeme, iş ve aile sorumluluklarını dengeleme ihtiyacı, ekonomik kısıtlılıklar gibi iten faktörler, erkeklere kıyasla, kadınların girişimci olma istekleri üzerinde daha fazla bir etkiye sahiptir (Özdemir, 2010: 121). ABD’de 1997 yılında gerçekleştirilen araştırma sonuçlarına göre girişimci olma fikri daha çok kadınları iş hayatına atılmaları için motive etmektedir, çünkü kadınlar girişimci olduklarında işgören olarak sahip oldukları tüm şartlardan daha iyi bir konumda olacaklarını düşünmektedirler. İten motivasyon faktörleri, son on yılda girişimci olan kadınların girişimci olma kararlarında, son yirmi yılda girişimci olan kadınlara oranla daha çok etkili olmuştur (Mattis, 2004: 157).

Kadınları girişimci olmaya iten bir diğer neden, son yıllarda devletlerin pozitif ayrımcılık politikaları ile kadın girişimciliğini önemsemesi ve teşvik etmesidir. Hükümetler tarafından kadınların yerel ekonomiyi kalkındırmada önemli bir aktör olarak görülmesi, özellikle yerel aktörler içerisinde yer alan potansiyel kadın girişimcilerin pozitif ayrımcılık politikaları ile yönlendirilmesi, teşvik edilmesi ve güçlendirilmesi kadınları girişimci olmaya yöneltmektedir (Soysal, 2010b: 90-91).

Motivasyon, girişimcilikle ilişkilendirildiğinde, iten ve çeken motivasyon faktörlerinin girişimcilik başarısında farklı bir etki yapıp yapmadığı temel sorulardan birini oluşturmaktadır. Yapılan çalışmalarda çeken faktörlere sahip girişimcilerin, iten faktörlere sahip girişimcilere göre daha başarılı oldukları saptanmıştır. Gatewood ve arkadaşlarının çalışmasında (1995), henüz girişimci olmamış, fakat bu yönde somut adımlar atan kadın ve erkeklerle ilgili çalışmasında, bağımsız olma gibi içsel nedenlerle motive olan kadınların ve pazardaki bir fırsatın algılanması gibi dışsal nedenlerle motive olan erkeklerin, girişimci olmadan önceki aşamada başarılı olma şanslarının daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Kolvereid ise (1996), bir örgütte iyi koşullarla, yüksek bir ücretle ve iş güvencesine sahip olarak çalışanların girişimcilik isteklerinin azaldığını bulmuştur. Bu noktada da çeken motivasyon faktörlerinin başarı üzerinde oluşturduğu olumlu etki daha anlaşılır kılınmaktadır; çeken faktörler iten faktörlere kıyasla, zorluklarla dolu uzun bir süreci daha kolaylaştırıcı etki yapmaktadır (Palaz ve Turgut, 2009: 105).

Büyüme eğilimi ile kadınların girişimci olmaya itilmiş olması ya da çekilmiş olması arasındaki ilişki de araştırmalara konu olmuştur. Bu konuda yapılan araştırmalarda çeşitli fırsatlardan ötürü çeken motivasyon faktörlerinin etkisi ile girişimci olan kadınların; işten çıkarılma, ekonomik zorluklar, boşanma gibi iten faktörlerden dolayı girişimci olan kadınlara oranla daha çok büyüme eğilimine sahip oldukları ortaya çıkmıştır. Bu sonuç Mitra'nın (2002) araştırmaları ile de desteklenmektedir. İten motivasyon faktörleri ile iş hayatına atılan kadınlar, girişimci olurken işlerini ortaklık ile kurmayı ya da girişimlerine yatırımcı bulmayı daha az tercih etmektedirler. Bir başka araştırmacı Buttner'a göre (1997) çeken faktörlerin etkisi ile girişimci olan kadınlar içsel başarıdan (kişisel gelişim, becerilerin geliştirilmesi vb.) dışsal başarıya (finansal ödüller, kâr vb.) oranla daha çok motive olmaktadır (Morris vd., 2006: 239).

Kadın ve erkek girişimcileri motive eden nedenleri karşılaştırma amacıyla Goffee

ve Scase tarafından yapılan çalışmada, kadınların ev ve iş yaşamında ikinci planda kalmamak için girişimciliğe yöneldikleri vurgulanmıştır. Araştırma sonuçları, kadınların işle beraber annelik rollerini daha iyi gerçekleştirmek için girişimci olduklarını gösterirken, buna karşılık erkekler para kazanma arzusu nedeniyle girişimci olmaktadır. Bu sonuçların ortaya çıkması kadın ve erkeklerin toplumdaki farklı sosyal sorumluluklarına, kadınların çocuklara bakmak, erkeklerinse para kazanmakla yükümlü olmasına bağlanmıştır (Cromie, 1987: 259).

Parboteeach (2000), kadınları motive eden faktörleri “girişimcinin geçmişi, girişimcinin kişiliği ve girişimcinin çevresi” şeklinde kategorize etmektedir. Bird (1988) ve Jones (2000) ise motivasyon faktörlerini kişisel ve durumsal olarak sınıflandırmaktadırlar. Kişisel faktörler girişimcinin tecrübesi, becerileri, karakteri olarak ifade edilirken, durumsal faktörler ise sosyal, politik ve ekonomik değişkenler olarak ifade edilmektedir (Okaför ve Amalu, 2010: 65-69).

Kadın girişimcileri, girişimciliğe motive eden faktörlerin araştırmalarda farklılaştığı görülmektedir. Bu farklılaşma temelde; kültürel farklılaşma, durumsal faktörler ve kişisel özelliklerden kaynaklanmaktadır. Kaynağında hangi faktörler yer alırsa alsın girişimcilik hem kadınları hem de ekonomiyi güçlendirici bir süreç olarak değerlendirilmektedir. Bu nedenle, özellikle 1980 sonrasında birçok ülkede olduğu gibi Türkiye’de de kendi işini kurmak isteyen kadınlar teşvik edilmektedir. Özellikle ülkemizde kadın girişimci oranlarının düşüklüğü göz önüne alındığında, potansiyel girişimci olan kadınların girişimcilik sürecini başarıyla tamamlamaları oldukça önemlidir. Bu sürecin başarıyla tamamlanabilmesi için kadınların mücadele gücünü şekillendiren motivasyon faktörlerinin belirlenmesi ve yönetilmesi gerekmektedir.

3. KADIN GİRİŞİMCİLİKTE BAŞARIYI DESTEKLEYEN FAKTÖRLER

Dünyadaki değişimin hızına uyum sağlamak ve toplumun refah düzeyini arttırmak, potansiyel bir güce sahip olan kadın girişimciliğini desteklemekle ve onu üretici hale getirmekle doğrudan ilgilidir. Bu açıdan, özellikle kadın girişimciliği konusuna daha fazla ilgi göstererek girişimciliği desteklemek önemlidir. Potansiyel kadın girişimcilere fırsat ve kaynak oluşturulması, kadınlarda girişimcilik ruhunun geliştirilmeye çalışılması, onlar için uygun ortamların hazırlanması, hükümetlerin pozitif ayrımcılık politikaları, çeşitli kurum ve kuruluşların kadınlara özel maddi ve manevi destek sunmaları, kadın girişimciliğini

desteklemek adına atılan önemli adımlardır.

Kadınlar tarih boyunca hemen hemen her dönemde içinde yaşadıkları toplumun özelliklerine göre değişen şartlarda ekonomik faaliyetlere katılmışlardır. Özellikle sanayileşme ile bu sürecin hızlandığı bilinmektedir (Ayaz, 1993: 175). Her alanda kendini gösteren değişim ve gelişmeler çerçevesinde, kadınların çoğunlukla erkeklerin yer aldığı iş dünyasına girdikleri ve bu dünyada güç, yetki, mevki elde etmek için yoğun bir mücadele verdikleri gözlenmektedir. Çalışma yaşamında gerçekleşen kültürel ve yapısal değişimler ve yeni gelişmeler, iş dünyasında kadınların da güçlenmesine neden olmuştur. Günümüzde, iş hayatında katılımı yetersiz olan, bilgi, beceri ve yeteneğinden yeteri kadar yararlanılmayan kadınların, iş hayatına büyük oranda katılması ve daha etkin rol alması gelişen ekonomiler için bir stratejik zorunluluk halini almıştır (Bayrak ve Yücel, 2000: 125). Özellikle Batılı ülkelerde ve gelişen Uzak Doğu'da, kadınların ekonomiye katılımlarını arttırmak için hükümetlerin yasal düzenlemeler yapma, teşvik programları hazırlama ve kurumsal değişiklikleri gerçekleştirme konusunda büyük adımlar atmaları bu gelişmeleri yansıtan önemli göstergelerdir (Soysal, 2010b: 107).

Ülkemizde kadının ekonomiye katılımını arttırmak için bir çok teşvik politikası geliştirilmiştir. Örneğin; yasal düzenlemeler, destek programları, hibe veya kredi fırsatları, girişimciliği özendirici proje ve etkinlikler, çeşitli faktörler aracılığı ile gerçekleştirilmektedir. Bu yönde başta bakanlıkların ve bakanlıklara bağlı çeşitli kurumların, sivil toplum kuruluşlarının, uluslararası kuruluşların, bankaların, toplumun ve medyanın büyük rolleri ve çeşitli destekleri bulunmaktadır.

Yukarıda kısaca bahsi geçen konular bu bölümde kadın girişimcilikte başarıyı destekleyen faktörler ana başlığı altında; kurumsal faktörler, sosyal faktörler ve medya faktörü olmak üzere üç alt başlık altında incelenecektir.

3.1. KURUMSAL DESTEK FAKTÖRLERİ

Türkiye'de 1990'lardan başlayarak kamu kurumları, sivil toplum kuruluşları ve uluslararası kuruluşların kadın girişimciliğini geliştirmeye yönelik ilgi ve etkinliklerinde artış gözlenmektedir. Bu gelişme, Türkiye'de kadınların ekonomik etkinliklere katılımını geliştirmek açısından kadın girişimciliğine yönelik artan bir ilginin sonucu olarak değerlendirilmektedir. Kadınlar arasında girişimciliğin geliştirilmesi, kadının üretime katılması, kadın işsizliğine karşı bir çözüm ve kadınların kendi kazançlarını elde ederek

ekonomik bağımsızlık kazanmalarında da bir araç olarak görülmektedir. Bu alandaki politika, program ve etkinlikler hızla yaygınlaşmaktadır.

Kadının ekonomiye daha aktif olarak katılımının sağlanması ve kadın girişimciliğinin gelişimi için, kadınların kendi işlerini kurmalarının desteklenmesinin oldukça önemli olduğu görülmektedir. Kadın girişimciliğinin gelişebilmesi öncelikle uygun girişim ortamının oluşturulabilmesine bağlıdır. Dünyada kadın girişimciliği; uygun çalışma mekanı oluşturulmasını sağlayacak finansal kaynaklarla birlikte danışmanlık ve eğitim desteği ile geliştirilmektedir. Türkiye’de kadın girişimcilere bu tür destekler bakanlık destekleri, sivil toplum kuruluşlarının etkinlik ve programları, uluslararası kuruluşlar ile ortak yürütülen projeler, bankaların finansman imkanları ile sağlanmaktadır. Bu desteklerin yeterli olup olmadıkları tartışma konusu olmakla birlikte; kadın girişimcilerin var olan destek sistemlerinden ne ölçüde yararlandıklarının araştırılması, kadın girişimcilik sisteminin geliştirilmesi açısından önemlidir. Bu amaçla bazı kurum ve kuruluşlar ülkemizde kadın girişimci sayısının artırılması, mevcut potansiyelin daha iyi değerlendirilerek kadın girişimcilerin ülke ekonomisine katkılarının sağlanması ve kadın girişimcilerin desteklenmesi konularında çalışmalar yapmaktadır. Ayrıca bu kurum ve kuruluşlar kadın girişimciliğinin teşvik edilmesi, özellikle kadınların kendi işlerini kurarak ekonomiye daha fazla katılmaları için de çalışmalar yapmaktadır (Tekin, 2005: 322).

Devletin kadın girişimciliğine yönelik politikaları, sivil toplum kuruluşlarının düzenlediği etkinlikler, son yıllarda gerçekleşen projeler, uluslararası kuruluşların bu süreçteki rolleri kadın girişimcilikte başarıyı destekleyen kurumsal faktörlere örnek olarak verilebilir. Aşağıda ülkemizde kadın girişimciliğinin geliştirilmesi konusunda çalışmalar yapan bakanlıklar, kurum ve kuruluşlar ele alınacak, kadın girişimciliğini teşvik için yapılan doğrudan ve dolaylı faaliyetler hakkında bilgiler verilecektir. Kurumsal destek faktörleri ile ilgili yazılı kaynakların sınırlı olması ve güncel bilgilerin çok hızlı yenilenmesi nedeni ile veriler web sayfalarından temin edilmiştir. Güncel verilere ulaşmak için tanımlamalar ve örnekler kendi web sayfalarından alınmıştır.

3.1.1. Bakanlık Destekleri

Günümüzde Devletler, gerek Araştırma – Geliştirme’ye (Ar-Ge) yönelik destekleri, gerek girişimcilik eğitiminin yaygınlaştırılması ve gerekse girişimcilere verdiği finansal desteklerle girişimciliği teşvik etmektedir. Devlet tarafından sektörel anlamda verilen

teşvikler yeni girişimlere ve iş fikirlerine olanak sağlamaktadır (Özdaşlı ve Özkara: 2010: 126). Kadınların girişimci olabilmek ve potansiyellerini kullanmalarına olanak sağlamak amacıyla, ihtiyaç duydukları sermaye, bilgi ve eğitim imkânlarına ulaşmaları konusunda devletin daha fazla çaba sarf etmesi beklenmektedir. Kadınlara pozitif ayrımcılık yapılarak uygulanacak teşviklere, kadın girişimciliğin özendirilmesine ve desteklenmesine devletin sağlayacağı katkı çok büyük önem arz etmektedir. Ülkemizde kadın girişimciliğin desteklenmesi konusunda doğrudan ya da dolaylı çalışmalar yürüten Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Kalkınma Bakanlığı, Ekonomi Bakanlığı, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı çalışmaları hakkında bilgilere aşağıda yer verilmektedir.

3.1.1.1. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı - KOSGEB

Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB), 20 Nisan 1990 tarihinde Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'na bağlı bir kamu kurumu olarak kurulmuştur. KOSGEB'in görevi, küçük ve orta boy işletmelerin verimliliğini ve rekabet güçlerini artırmak, bu işletmelerin teknolojik gelişmelere uyumunu kolaylaştırmak ve ülke ekonomisine daha fazla katkıda bulunmalarını sağlayacak önlemleri almaktır. Haziran 2010'da KOSGEB Destekleri Yönetmeliği'nde yapılan revizyonla, imalat sanayinin yanı sıra kadın girişimcilerin ağırlıklı olarak yer aldığı hizmet ve ticaret sektörlerinin de desteklerinden faydalanmasına imkan sağlanmıştır.

KOSGEB yeni dönemde işletmelere, girişimcilere, Küçük ve orta büyüklükte işletmelere (KOBİ) yönelik projeleri olan meslek kuruluşlarına ve işletici kuruluşlara, geri ödemeli ve geri ödemesiz olmak üzere 6 farklı program kapsamında destekler sunmaktadır.

KOSGEB'in Destek Programları içerisinde yer alan Girişimcilik Destek Programı etkin bir şekilde uygulanmaktadır. Söz konusu program, destek oranında uyguladığı pozitif ayrımcılıkla da kadın girişimcileri ülke ekonomisine kazandırmada son derece önem teşkil etmektedir. Program kapsamında yeni girişimciler için uygulanan destek oranı %60 iken, kadın girişimciler için bu oran %70'tir. Bu uygulama ile kadın girişimciler için %10'luk bir destek artışı sağlanmıştır. Girişimcilik Destek Programından yararlanmanın ön koşulu, Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi aldıktan sonra yeni işletmeler kurmaktır. Girişimcilik Destek programında 30.000 TL hibe ve 70.000 TL geri ödemeli makine ve teçhizat kredisi yer almaktadır.

KOSGEB'in belirlediği standartlara uygun olarak, belediyelerin, Türkiye İş Kurumu'nun (İŞKUR), Sivil Toplum Kuruluşlarının (STK) ve üniversitelerin düzenlediği Uygulamalı Girişimcilik Eğitimlerinden, 2010 yılından bugüne kadar toplam yararlanan sayısının 115 binin üzerinde olduğu ifade edilmektedir. Girişimcilik Destek Programı ile 2010'dan bugüne kadar, 6 bine yakın kişinin kendi işini kurduğu ve bunların %43'ünün kadın girişimci olduğu söylenmektedir. KOSGEB Bursa Müdürlüğü, Uygulamalı Girişimcilik Eğitimleri kapsamında eğitim alan kişilerin yaklaşık %53'ünün kadın girişimci adayı olduğunu, Uygulamalı Girişimcilik Eğitimini aldıktan sonra KOSGEB Bursa Müdürlüğü'ne başvurarak Girişimcilik Desteği ile işini kuran 296 kişiden 157'sinin, bir başka deyişle yaklaşık %53'ünün kadın girişimci olduğunu belirtmektedir (www.kosgeb.gov.tr).

KOSGEB tarafından, girişimcilik konusundaki duyarlılığın ve bilincin artması kapsamında, KOBİ'lerin ve girişimcilerin motivasyonunu artıracakı düşünülen, "KOBİ ve Girişimcilik Ödülleri" Halkbank desteği ile 2012 yılında verilmeye başlanmıştır. 8 kategoriden oluşan ödüllerden biri "Yılın Kadın Girişimcisi Ödülü"dür (www.turkiyegirisimcileri.org). Bu faaliyetler ile KOSGEB tarafından kadınlara yönelik öncelikli avantajlar ve faydalar sağlandığı görülmektedir.

3.1.1.2. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı - TÜBİTAK

Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK); Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'na bağlı, bilimsel ve teknolojik alanlarda araştırma ve teknolojik gelişmeyi, ulusal ekonomik kalkınma hedeflerine göre düzenlemek, koordine etmek ve özendirmekle görevli, idari ve mali özerkliğe sahip bir kuruluştur. Toplumumuzun yaşam kalitesini arttırma, ülkemizin sürdürülebilir gelişmesine hizmet etme, bilim ve teknoloji alanlarında yenilikçi, yönlendirici, katılımcı ve paylaşımcı bir kurum olma vizyonunu benimsemiştir. TÜBİTAK, akademik ve endüstriyel araştırma geliştirme çalışmalarını ve yenilikleri desteklemek, ülkemizin Bilim ve Teknoloji politikalarını belirlemek ve toplumun her kesiminde bu farkındalığı arttırmak üzere kitaplar ve dergiler yayınlamaktadır. Bilim insanlarının yurt içi ve yurt dışı akademik faaliyetleri burs ve ödüller ile desteklenmekte, özendirilmekte, üniversitelerin, kamu kurumlarının ve sanayinin projeleri fonlanarak, ülkemizin rekabet gücünün artırılması hedeflenmektedir.

TÜBİTAK Sanayi Destek Programları kapsamında aşağıdaki gibi çeşitli destekler

sunmaktadır:

- Patent Başvurusu Teşvik ve Destekleme Programı
- TÜBİTAK Sanayi Ar-Ge Projeleri Destekleme Programı
- Proje Pazarları Destekleme Programı
- TÜBİTAK KOBİ Ar-Ge Başlangıç Destek Programı
- Üniversite-Sanayi İşbirliği Destek Programı

Yeni bir ürün geliştirme veya üretimle ilgili bir teknik geliştirme amacıyla planlanan projelerle, Ar-Ge yardımına başvuru yapılabilen ve desteklenmeye değer görülen projelerin Ar-Ge giderlerinin önemli bir bölümü hibe şeklinde karşılanabilmektedir.

TÜBİTAK Girişimcilik Aşamalı Destek Programı kapsamında, herhangi bir konu ayrımı gözetilmeksizin, tüm teknoloji alanlarında yenilik odaklı, ticari değeri yüksek ürün ve hizmetlere dönüşebilecek iş fikri başvuruları kabul edilmektedir. Programın 2. aşamasında desteklenmesi uygun bulunan iş planları için geri ödemesiz sermaye desteği sağlanmaktadır. TÜBİTAK tarafından düzenlenen Girişimcilik ve Yenilikçilik Yarışma Programları, lise ve üniversite düzeyinde girişimcilik ve yenilikçilik alanlarında iş fikri ve iş planı yarışmaları düzenleyerek, öğrencilerinin yenilikçilik temelli düşünme yeteneğine sahip olmalarını sağlamaktadır. Böylece yenilikçiliği, girişimcilik sürecinin merkezine yerleştiren bir nesil yetişmesine katkıda bulunmak, girişimcilik ve yenilikçilik konularına yönelik farkındalığı arttırmak amaçlanmaktadır (www.tubitak.gov.tr).

3.1.1.3. Kalkınma Bakanlığı - BEBKA

Kalkınma Bakanlığı, ülkede beş yıllık kalkınma planları, yıllık programlar, ekonominin farklı sektörleri için gelişme planları ve hükümet yatırım programları hazırlamak, bu plan ve programlarda belirtilen hedefler doğrultusunda araştırma yapmak, proje geliştirmekten ve bu alanlardaki gelişmeleri izlemek gibi görevlerden sorumludur. 2007-2013 yıllarını kapsayan Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı yürürlükte. Kalkınma planlarında, Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı'ndan başlanarak, kadınların sosyo-ekonomik anlamda güçlenmesi konusuna yer verilmiştir. Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'ndan önce hazırlanan, kadınlar, çocuklar ve gençlerle ilgili olan Devlet Planlama Teşkilatı, Çalışma Yaşamı, Gelir, Yoksulluk ve Kadın Özel Komisyonu Raporu (2000) kadın girişimciliği konusunu ilk kez ele almıştır. Kadınların işgücü piyasasına

yetersiz katılımların ve çalışma yaşamındaki dezavantajlı konumlarının nedenlerini özetleyen bölümün ardından gelen çözüm önerileri ve politikalara yer veren bölümde, girişimciliğin özendirilmesinden söz edilmektedir. İlgili politikalar arasında özellikle vurgu yapılanlar; mesleki eğitim ve öğretimin girişimcilik alternatifini canlandıracak biçimde yeniden yapılandırılması ve kadınların ulaşabilecekleri kredi sistemlerinin oluşturulmasıdır (www.dpt.gov.tr).

Kalkınma Bakanlığı'na bağlı, Türkiye genelinde 26 adet Kalkınma Ajansı mevcuttur. Kalkınma ajansları bölgesel gelişmeyi hızlandırmak, bölgeler arası ve bölge içi gelişmişlik farklarını azaltmak üzere kurulmuştur. Bursa Eskişehir Bilecik Kalkınma Ajansı (BEBKA); Bursa, Eskişehir ve Bilecik illerinde kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşları arasında koordinasyon ve işbirliğini geliştirerek kalkınmaya yön veren, yerel sorunlara yine yerel odaklı çözümler sunan, kaynakların yerinde ve etkin kullanımıyla sürdürülebilir kalkınmaya hizmet eden bir kurumdur.

Kalkınma Ajanslarının destekleri, mali ve teknik destekler olmak üzere iki kısımdan oluşmaktadır. Mali destekler kapsamında doğrudan finansman destekleri, faizli ve faizsiz kredi desteği bulunmaktadır. BEBKA tarafından verilen doğrudan finansman destekleri; proje teklif çağrısı yöntemiyle desteklenen projeleri, doğrudan faaliyet desteği yöntemiyle desteklenen kritik öneme sahip araştırma ve planlama çalışmalarını ve güdümlü proje desteğiyle desteklenen, bölgesel kalkınmaya hız kazandıracak büyük ölçekli projeleri kapsamaktadır. Öte yandan, teknik destekler kapsamında ise, bölgede sivil toplumu güçlendirmek, yerel ve kırsal kapasiteyi geliştirmek amacıyla teknik destek sağlanabilmektedir (www.bebka.org.tr).

3.1.1.4. Ekonomi Bakanlığı

Dış ticaret politikalarının tespitine yardımcı olmak, tespit edilen bu politikalar çerçevesinde ihracat, ihracatı teşvik, ithalat, yurtdışı müteahhitlik hizmetleri ve ikili ticari ve ekonomik ilişkileri düzenlemek, uygulamak, uygulamaları izlemek ve geliştirmek görevlerini üstlenen Dış Ticaret Müsteşarlığı 2011 yılına kadar 17 yıl görevini sürdürmüştür.

Dünya ticareti, ekonomik bütünleşme süreçlerinin derinleştiği, küresel ölçekte pazara giriş stratejilerinin yoğun şekilde uygulandığı ve ihracat pazarlarında rakip ülkelerin aktif stratejiler geliştirerek, ihracatta pazar paylarını artırmaya çalıştığı bir dönemden

geçmektedir. Bu yeni durum ve Türkiye'nin 2023 vizyonu; ekonomi ve dış ticaret politikalarının yeni bir anlayış ve yapıyla yürütülmesini zorunlu kılmıştır. Bu kapsamda, mal ve hizmet sektörlerinde yatırım-üretim-ihracat zincirine ilişkin politikaların bir bütün olarak ele alınarak, 8 Haziran 2011 tarihli 637 Sayılı Kanun Hükmünde Kararname ile Dış Ticaret Müsteşarlığı'nın tüm hizmet birimleri ile Hazine Müsteşarlığı'nın Teşvik Uygulama ve Yabancı Sermaye Genel Müdürlükleri birleştirilerek Ekonomi Bakanlığı kurulmuştur.

Ekonomi Bakanlığı, ana hizmet birimleri aracılığı ile aşağıdaki başlıklar altında ülkemizdeki girişimcilerin ihracat pazar paylarının artması için destek ve yardımlar sunmaktadır (www.ekonomi.gov.tr):

- Döviz Kazandırıcı Hizmet Ticaretinin Desteklenmesi
- Teknik Müşavirlik Hizmetlerine Sağlanacak Devlet Yardımları
- Pazar Araştırması ve Pazara Giriş Desteği
- Yurt Dışı Birim, Marka ve Tanıtım Faaliyetlerinin Desteklenmesi
- Yurt Dışında Gerçekleştirilen Fuar Katılımlarının Desteklenmesi
- Tasarım Desteği
- İstihdam Yardımı
- Yurt İçi İhtisas Fuarlarının Desteklenmesi

3.1.1.5. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı - İŞKUR

Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı'na bağlı olan Türkiye İş Kurumu (İŞKUR); işgücü piyasasındaki gelişmeleri izlemekten, gerekli önlemleri almaktan ve piyasalarda işgücü arzı ile talebini denkleştirmekten sorumlu kuruluştur. Kuruluş bu amaçla iş bulma ve işe yerleştirme, yaygın mesleki eğitim, iş üzerinde eğitim gibi hizmetlerin yanı sıra diğer aktif işgücü piyasası politikalarını uygulamaktadır. İşsiz olup iş arayan herkesin yasa gereği İŞKUR kaydının olması zorunludur. Bununla birlikte İŞKUR, iş arama ve işe yerleştirme gibi hizmetler söz konusu olduğunda, tek kuruluş durumunda değildir. Çünkü İş Yasası'nda 2004 yılında yapılan bir değişiklikle özel istihdam bürolarının çalışması da yasal hale getirilmiştir.

İŞKUR tarafından girişimciler için istihdam teşvik imkanı sunulmaktadır. 31 Aralık 2015 tarihine kadar; girişimcilerin yeni işe alacakları işgörenlerin sigorta primlerinin

işveren hisselerini İŞKUR ödemektedir. Yeni işe alınan işgöreni sahip olduğu nitelik ve mesleki belgeye uygun işte çalıştırmak koşuluyla aşağıdaki imkanlar sunulmaktadır:

- 18 yaşından büyük ve 29 yaşından küçük erkekler ile 18 yaşından büyük kadınlardan; mesleki yeterlik belgesine sahip olanların 48 ay, mesleki ve teknik eğitimi tamamlayanlar veya mesleki eğitim kurslarını bitirenlerin 36 ay Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK) işveren primleri İŞKUR tarafından ödenmektedir.
- Hiçbir belge veya niteliğe sahip olmayanların 24 ay, 29 yaşından büyük erkeklerden; mesleki belge veya niteliğe sahip olanların 24 ay SGK işveren primleri İŞKUR tarafından ödenmektedir.
- Bu işgörenlerin İŞKUR'a kayıtlı işsizler arasından işe alınmaları halinde ilave olarak 6 ay SGK işveren primleri İŞKUR tarafından ödenmektedir.

Bu teşviklerden yararlanabilmek için; işe alınan kişinin son 6 ay içinde SGK'ya bildirilmemiş olması, işe girdiği işyerindeki son 6 aylık personel ortalamasına ilave olarak işe alınması gerekmektedir. İŞKUR 81 ilde bulunan Çalışma ve İş Kurumu İl Müdürlükleri ve hizmet merkezleri aracılığı ile hizmet vermektedir (www.iskur.gov.tr).

3.1.1.6. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı - KSGM

Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü (KSGM), Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı bünyesinde kadınlara yönelik politikalar özelinde eşgüdüm ve yürütme işlevleri olan bir kurumdur. KSGM, kadınların sosyal yaşamın her alanında güçlendirilmesine yönelik politikalar geliştirilmesinden ve uygulanmasından sorumludur. Bu yönüyle, Türkiye'de toplumsal cinsiyet eşitliğini sağlamanın ulusal kurumsal mekanizması konumundadır.

KSGM'nin görevleri şöyle tanımlanmaktadır:

- Türkiye'de kadınların genel eğitim düzeyinin yükseltilmesi,
- Kadınların tarım, sanayi ve hizmetler alanındaki faaliyetlere katılımının arttırılması,
- Kadınların sağlık, sosyal güvenlik ve hukuk alanlarındaki güvenliğinin sağlanması,
- Kadınların toplumsal, ekonomik, kültürel ve siyasal açılardan eşit statü kazanmalarına yönelik politikalar geliştirilmesi ve uygulanması.

KSGM'nin, kadın istihdamı ve özel olarak kadın girişimciliği ile ilgili çalışmalarını

incelemek açısından, 1999 yılında hazırlanan ve Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı üzerinde çalışan alt komisyonları bilgilendirme amacını taşıyan politika tavsiyeleri belgesi önem taşımaktadır. Bu belgede, kadınların eğitimi ve istihdamı ile ilgili bir dizi tavsiyeye yer verilmiştir.

Belgenin istihdamla ilgili bölümünde beş hedef öne çıkmaktadır:

- Kadın istihdamını geliştirici, çalışma koşullarını ve terfi sistemlerini iyileştirici ve genel olarak sosyal ve ekonomik haklarla ilgili bütün politikalar ve uygulamalarda toplumsal cinsiyet eşitliğini geliştirici önlemler alınmalıdır.
- Kadınların çalışma yaşamına aktif biçimde katılmaları desteklenmelidir.
- Çalışan kadınlara hizmet sunan kurum ve kuruluşların sayısı artırılmalı, çeşitlendirilmeli ve yerel düzeyde örgütlenmeleri yaygınlaştırılmalıdır. Bu bağlamda, belgede, kadın girişimciliğinin özendirilmesinden ve girişimci kadınlara piyasa eğilimleri, yasal yükümlülükler, ihracat ve benzeri konularda danışmanlık hizmetleri verecek kurumsal mekanizmaların oluşturulmasından söz edilmektedir.
- Tarım kesimindeki dezavantajlı kadınların ekonomik katkıları Gayrı Safi Milli Hasılaya dâhil edilmeli ve bu kadınlara iş güvencesi ve sosyal güvenlik imkânı sağlanmalıdır. Bu tavsiye çerçevesinde atılması gereken adımlar da; tarım temelli sektörlerde kadın girişimciliğinin teşvik edilmesi, kadınların kooperatiflerde örgütlenmeleri ve liderlik özelliği taşıyan kadınların ortaya çıkartılması olarak sayılmaktadır.
- Çalışan kadınların üye olacağı sendikalar oluşturulmalı ve mevcut işçi kuruluşları kadınları daha iyi temsil edip haklarını savunacak biçimde yeniden düzenlenmelidir.

KSGM, kadın girişimciliği açısından doğrudan ve dolaylı etkileri olan çalışmalar yürütmüştür. Küçük Girişimcilik Projesi, 1995-1996 yıllarında finansmanı Dünya Bankası aracılığıyla aktarılan, Japon Hibe Fonu tarafından destek sağlanmış bir araştırma projesidir. Bu proje ile Türkiye'deki bankacılık sektörü ve kredi politikaları, kadın girişimcilerle ilgili yönleri açısından değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Kadın kuruluşlarının ve kadın girişimciliğini desteklemeyi öngören diğer kuruluşların çalışmaları, bu yöndeki ekonomik katkı ve hizmetleri açısından değerlendirilmiştir. Kadınların tasarruf ve kredi talepleri

dikkate alınarak ve girişimciliği desteklemede en iyi stratejiler, en iyi finansman modelleri gözetilerek, tavsiyeler geliştirilmiştir. Yaklaşık dokuz ay süren projede Ankara, İstanbul, Çorum, Denizli, Muğla, Urfa ve Gaziantep illerinde saha araştırmaları gerçekleştirilmiştir.

Mikrokredi Projesi kapsamında sağlanan destek, dar gelirli kadınların kendi kendilerine gelir getirici faaliyetlerde bulunmasına imkan sağlayan, teminat ve kefalet gerektirmeden verilen küçük bir sermayedir. Gelir getirici bir faaliyete başlamak isteyen 5 ihtiyaç sahibi kadının bir araya gelmesiyle süreç başlamaktadır. İlk kez başvuranlar ilk yıl için düşük bir miktarda kredi alsalar da, 1 yıl vadeli verilen kredisini düzenli ödeyenlerin limiti sonraki yıllarda katlanarak artmaktadır. Mikro kredi olarak verilen para, borç olarak verilir ve haftalık taksitlerle geri toplanmaktadır. Başvurular, Valilik İl Özel İdaresine bağlı Proje Uygulama Merkezlerine yapılabilmektedir (www.kadininstatusu.gov.tr).

3.1.2. Avrupa Birliği Destekleri

Avrupa Birliği (AB), insan hakları ve pazar ekonomisi konusunda ortak değerleri paylaşan 27 ülkeden oluşmaktadır. Gerek bu ülkelerin iç ekonomik ve sosyal gelişmelerine destek olmak gerekse ülkelerarası gelişmişlik düzeyini dengelemek amacıyla hibe ya da kredi şeklindeki çeşitli mali araçlar halinde önemli miktarlarda kaynak kullanılmaktadır. AB, aynı zaman da gerekli gördüğü hallerde üçüncü ülkelere de mali yardımlarda bulunmaktadır. AB'ye üye olmak için başvuran ve resmi olarak adaylığı tanınmış ülkelere de özel mali destekler verilmektedir. 1999 yılı Helsinki Zirvesinde adaylık statüsü kazanan Türkiye ile birlikte mevcut beş aday (İzlanda, Makedonya, Karadağ, Sırbistan, Türkiye) ve 1 katılımcı (Hırvatistan) ülke, katılım öncesi yardım adı verilen arttırılmış bir mali yardımdan faydalanmaktadır. Söz konusu yardımlar, ülkelere AB üyeliği sürecinde AB müktesebatına uyum ve uygulama yönünde ülke tarafından alınması gereken siyasi, ekonomik, yasal ve idari tedbirler için mali kaynak sunmaktadır (www.abgs.gov.tr). Aday ülke Türkiye'ye AB tarafından sağlanan girişimcilere yönelik destekler aşağıda açıklanmaktadır.

1) AB Çerçeve Programları:

Çok uluslu araştırma ve teknoloji geliştirme projelerinin desteklendiği başlıca Topluluk Programıdır. Çerçeve Programları'nın başlıca amaçları arasında, Avrupa'nın bilimsel ve teknolojik temelini güçlendirilmesi, endüstriyel rekabetin desteklenmesi ve ülkeler arası işbirliğinin teşvik edilmesi sayılabilir. 7. Çerçeve Programı'nın KOBİ'ler için

önemli bir özelliği Dünya Ticaret Örgütü'nün izin verdiği en yüksek hibe destek oranlarının KOBİ'ler tarafından kullanılabilmesidir. Büyük sanayi kuruluşları 7. Çerçeve Programı'nda Ar-Ge harcamalarının %50'sini talep edebilirken, KOBİ'ler %75'ini ve toplam harcamalarında %80'i aşkın oranlarda finanse edebilmektedirler (www.fp7.org.tr).

2) Girişimcilik ve Yenilik Programı (EIP)

AB ve Dış İlişkiler Müdürlüğü koordinasyonunda olan Rekabet Edebilirlik ve Yenilikçilik Çerçeve Programı'nın (CIP) birinci alt bileşeni olan Girişimcilik ve Yenilik Programı (EIP) AB genelinde yenilikçiliğe ve KOBİ'lere destek vermeyi amaçlamaktadır. Programın başlıca öncelik alanları; başlangıç aşamasındaki ve büyümeyi hedefleyen KOBİ'lerin finansmana erişimini kolaylaştırmak ve inovasyon faaliyetlerine yatırım yapmayı teşvik etmek, başta sınır ötesi olmak üzere KOBİ'lerin işbirlikleri oluşturabilmeleri için uygun ortam oluşturmak, işletmelerde her tür yenilikçiliği desteklemek, girişimcilik ve yenilikçilik kültürünün oluşturulmasını desteklemek, girişimcilik ve yenilikçiliğe ilişkin ekonomik ve idari reformların gerçekleştirilmesini teşvik etmektir.

EIP'in KOBİ'lere yönelik 3 adet mali aracı bulunmaktadır. Mali araçlardan birincisi, Yüksek Büyüme Potansiyelli ve Yenilikçi KOBİ'lere Finansman Desteği (GIF)'dir, kuruluş aşamalarında veya KOBİ'lerin büyüme ve genişleme dönemlerinde risk sermayesi kuruluşları aracılığı ile KOBİ'lere destek sağlamaktadır. EIP'in ikinci mali aracı ise KOBİ Teminat Desteği (SME Guarantee Facility-SMEG)'dir. Söz konusu teminat desteği aracı finansal kuruluşlarla dört şekilde kullanılmaktadır. Bunlar;

- Kredi ve Finansal Kiralama (Debt Financing via Loans or Leasing): Sermaye yetersizliği bulunan KOBİ'lerin özellikle inovasyon ve teknoloji transferi gibi alanlardaki yatırımlarındaki yüksek riskin finansmanında karşılaştıkları zorlukların azaltılması hedeflenmektedir.
- Mikro-Kredi Finansman Desteği (Micro Credit Financing): Genellikle başlangıç aşamasındaki mikro ölçekli işletmelerin finansmana ulaşımının kolaylaştırılması hedeflenmektedir.
- KOBİ'lere yönelik Özsermaye veya Benzeri Yatırımlar için Teminat Desteği (Guarantees for Equity or Quasi-equity Investments in SMEs): Çekirdek sermaye ve kuruluş sermayesinin yanı sıra ara finansman olarak yeni

KOBİ'lerin finansman kullanımına destek olmaktadır.

- KOBİ'lerin Borç Finansmanı Portföylerinin Menkul Kıymetleştirilmesi (Securitisation of SME Debt Finance Portfolios): KOBİ borç finansmanı portföylerinin menkul değere çevrilmesinde destek sağlanmaktadır.

2007-2013 dönemi boyunca 2,17 milyar Euro bütçe ile uygulanacak olan EIP programı küresel gelişmeler dikkate alınarak ülkemiz ekonomisinde KOBİ'lerin yüksek katma değer yaratmasını temin edebilecek araçları bünyesinde barındırmaktadır (www.ab.sanayi.gov.tr).

3) Merkezi Finans İhale Birimi Proje Çağruları – KOBİ Hibe Programı

AB bölgesel kalkınma programlarının her bir öncelik alanı için farklı tarihlerde Merkezi Finans ve İhale Birimi tarafından Proje Teklif Çağruları yapılmaktadır. Teklif çağrısı, program kapsamında hibe desteği almak üzere kişilere veya kurumlara, proje tekliflerini hazırlamalarına ve teslim etmelerine yönelik olarak yapılan çağrıdır. Teklif çağruları, Başvuru Rehberleri ile birlikte yayımlanmaktadır. Bu rehberler; teklif çağrısının amaçları ve öncelikleri, faydalanıcıların uygunluğu ile ilgili kurallar, uygun maliyetler, değerlendirme kriterleri ve süreci, değerlendirme prosedürleri ve başarılı başvuru sahipleri için sözleşme şartlarını içermektedir.

KOBİ Hibe Programında başarılı bulunan projelere verilebilecek hibe miktarı; en fazla 100.000 Euro'dur. Başvuruda bulunacak KOBİ'lerin genelde %50 nakdi yerli katkıda (eş finansman) bulunmaları gerekmektedir. AB Mali İşbirliği kapsamında yürütülen bölgesel kalkınma programlarının hedeflerine ve belirlenen öncelik alanlarına uygun olan ve her program için özel olarak hazırlanan başvuru rehberlerinde belirtilen şartları taşıyan projeler hibe ile desteklenmektedir. Tarım, imalat sanayi ve hizmetler sektörlerindeki KOBİ'lerin ihtiyaçlarına hitap edecek ve programın uygulandığı bölgenin ekonomisinin güçlendirilmesine; rekabet gücünün artırılmasına yönelik yenilikçi, gelir ve istihdam artırıcı projeler desteklenebilmektedir.

- Örnek proje faaliyetleri aşağıda belirtilmektedir (www.cfcu.gov.tr):
- KOBİ'lerin geliştirilmesine yönelik danışmanlık ve eğitim faaliyetleri
- Pazarlama girişimleri, fuar ve tanıtım faaliyetleri
- Tarımsal ürünlerin pazarlanmasına yönelik faaliyetler

- Turizmde gelir getirici, marka yaratıcı yenilikçi girişimler
- Teknoloji transferi ve yenilik yaratma faaliyetleri
- İnsan kaynaklarını geliştirmeye yönelik faaliyetler

4) Avrupa Birliği İş Geliştirme Merkezleri (ABİGEM)

TOBB öncülüğünde ilgili Ticaret ve/veya Sanayi Odalarının ev sahipliğinde AB fonları ile 2002 yılında Gaziantep, Kocaeli ve İzmir’de kurulmuştur. İlk kurulan üç Avrupa Birliği İş Geliştirme Merkezi (ABİGEM) proje bitiminden itibaren birer Anonim Şirket olarak faaliyetlerine devam etmektedir. İlk üç ABİGEM’in başarısı üzerine, Mayıs 2008’de “Avrupa Birliği Türkiye İş Geliştirme Merkezleri Ağının Yaygınlaştırılması Projesi” başlatılmış ve Türkiye genelinde AB fonlarıyla 16 ABİGEM daha kurulmuş olup ABİGEM sayısı 19’a çıkmıştır. ABİGEM’lerin faaliyet alanları buldukları illerle sınırlı değildir, tüm Türkiye’ye hizmet vermeye çalışılmaktadır. ABİGEM Ağı için AB’nin sağlamış olduğu mali yardım 50 milyon Euro’yu geçmiş bulunmaktadır.

ABİGEM KOBİ Dünyası, KOBİ’lere finanstan teknolojiye, üretimden pazarlamaya, dış ticaretten insan kaynaklarına, birçok konuda temel bilgiler vermek amacıyla faaliyete geçirilmiştir. Profesyonel eğitim ve danışmanlık hizmetleri sunarak KOBİ’lerin rekabet seviyelerini ulusal ve uluslararası piyasalarda artırmalarına ve potansiyellerini geliştirilmelerine yardımcı olan ABİGEM’ler, KOBİ’lerin iş geliştirme hizmetlerini alabilecekleri bir numaralı temas noktası olmayı amaçlamaktadır. ABİGEM’ler tarafından verilecek eğitim, danışmanlık hizmetleri ve sektörel projeler bölgenin özelliklerine ve bölgedeki KOBİ’lerin ihtiyaçlarına göre hazırlanmaktadır (www.abigem.org).

5) Kadın Girişimci İş Geliştirme Merkezi (KİŞGEM)

AB ve KOSGEB’in katkılarıyla Türkiye de sadece dört bölgede faaliyet gösteren Kadın Girişimci İş Geliştirme Merkezi (KİŞGEM) ise kadın girişimciler için oluşturulmuş bir iş geliştirme modelidir. Kadın Girişimcilere, işletmelerinin kuruluş ve gelişim aşamasında destek vererek ekonomik fırsatlar oluşturmak, zenginlik ve istihdam geliştirmeyi hedeflemektedir (Beba, 2008: 38).

Merkezlerde kadın girişimcilere sağlanabilen destekler şu şekilde sırlanabilir;

- Etkin bir iş planı hazırlanması,
- Yönetim danışmanlığı,

- Düşük maliyetli ofis ve üretim alanı,
- Ortak ofis araç ve gereçlerinin kullanılması,
- İhtiyaç odaklı eğitim programları,
- Girişimci tanıtım desteği,
- Satış ve pazarlama desteği.

Bir iş fikri olup kendi işini kurmak isteyen kadın girişimciler, işletmesini yeni kurmuş olan kadın girişimciler, sermayesinin asgari %51'inin kadın girişimcilere ait olduğu ve üç yaşını aşmamış olan işletmeler KİŞGEM desteklerinden yararlanabilir (www.pendikkisgem.org).

3.1.3. Üniversiteler

Girişimciliğin yaygınlaşması ve geliştirilmesi, yeni teknolojilerin ortaya çıkması için önemli olan faktörlerden biri de girişimciler ile üniversiteler arasındaki etkin iletişim ve iş birliğidir. Türkiye'de girişimciler, üniversiteler ile iletişim ve iş birliği konusunda bazı zorluklar ile karşı karşıya kalmaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından 2008-2010 yıllarında gerçekleştirilen yenilik anketi sonuçlarına göre; şirketlerin sadece %4'ü üniversite ya da yükseköğrenim kurumlarını bilgi kaynağı olarak görmekte iken, %2,9'u ise kamuya ait araştırma enstitülerini bilgi kaynağı olarak değerlendirmektedir (TÜİK, 2011). Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği (TÜSİAD) tarafından 2002 yılında gerçekleştirilen çalışmada ise, girişimcilerin sadece %7,5'i yeni teknolojiler konusunda üniversiteler ile yeni kurulan şirketler arasında yeterli bilgi akışının olduğunu söylemektedir. Bu oranlar, şirketler ve araştırma kurumları arasındaki ilişkide ciddi sorunlar olduğunu ortaya koymaktadır. Üniversiteler ile iş dünyası arasındaki teknoloji transferinin yeterliliği konusunda 2002 yılında yapılan başka bir araştırmaya göre ise, Türkiye 49 ülke arasında 38. olmuştur. Teknoloji transferinin yeterli düzeyde yapıldığı ülkelerin başında Finlandiya, ABD, İsrail ve Singapur gelmektedir (TÜSİAD, 2002: 107).

Günümüzde şirketler ile üniversitelerin araştırma merkezleri arasında köprü görevini gören teknoparklar teknoloji transferi, yenilik üretilmesi ve geliştirilmesi için çeşitli faaliyetler yürütmektedir. Teknoloji Geliştirme Bölgeleri (Teknopark); ileri teknoloji kullanan firmaların, belirli bir üniversitenin olanaklarından yararlanarak teknoloji veya yazılım ürettikleri, geliştirdikleri, ileri bir buluşu ticari bir ürün, yöntem veya hizmet haline dönüştürmek için faaliyet gösterdikleri bölgeleri ifade etmektedir. Teknoparklar

Dünyada 1950'li yıllarda faaliyete başlasa da daha çok 1980'li yılların ikinci yarısından itibaren yaygınlaşmaya başladığı bilinmektedir. Ülkemizde 2001 yılında kurulmaya başlayan teknoparklardan ilki ODTÜ-Teknokent'tir. 2012 tarihi itibari ile Türkiye'de toplam 32 Teknopark teknoloji geliştirme faaliyetinde bulunmaktadır (www.metutech.metu.edu.tr).

Bursa ilinde yer alan Uludağ Üniversitesi Teknoloji Geliştirme Bölgesi (ULUTEK), Uludağ Üniversitesi öncülüğünde, Bursa Ticaret ve Sanayi Odası, Bursa Büyükşehir Belediyesi, Bursa İl Özel İdaresi, T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı Uludağ İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği ortaklığı ile kurulmuştur. Uludağ Üniversitesi Görükle Kampüsü alanında hizmet veren ULUTEK Teknoparkı 2006 yılında faaliyete başlamıştır. ULUTEK Teknopark'ın amacı; üniversiteler, araştırma kurum ve kuruluşları ile üretim sektörlerinin işbirliğinin sağlanarak katma değer üreten, yeni ve ileri teknolojilerin geliştirilmesi, üretilmesinin desteklenmesi, ülkemizin uluslararası rekabet edebilir ve ihracata yönelik bir yapıya kavuşturulmasıdır. Ar-Ge faaliyetlerini yürütmek üzere yer almak isteyen girişimciler ve öğretim elemanları başta olmak üzere, ilgili diğer kurum ve kuruluşlar da ULUTEK Teknopark'ta yer alabilmektedir. ULUTEK Teknopark'ta 2012 yılı başı itibari ile 53 firma bulunmaktadır. Teknopark'ta yer alan girişimci firmalar ülkemizde yürütülen araştırma geliştirme faaliyetlerini ve Üniversite-Sanayi İşbirliği'ni teşvik etmek amacıyla 2001 yılında yürürlüğe giren Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Kanunu kapsamında uygulanan destek ve muafiyetlerden faydalanabilmektedirler. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından gerçekleştirilen 2011 yılı Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Performans Endeksi sonuçlarına göre ULUTEK Teknoloji Geliştirme Bölgesi 32 Teknopark arasında 6. sırada yer almaktadır (www.ulutek.com.tr).

3.1.4. Sivil Toplum Kuruluşları

Sivil Toplum Kuruluşları (STK), kadın girişimcilerin kendi aralarında işbirliği, ilişki ve iletişim ağları oluşturmalarını sağlamaktadır. STK'lar aracılığı ile birbirlerini tanıyan, deneyimlerini paylaşan, dayanışma içerisinde birlikte hareket etme fırsatı yakalayan kadın girişimciler, ayrıca STK'lar tarafından gerçekleştirilen programlardan, proje ve eğitim desteklerden de faydalanabilmektedir. Kadın girişimciler ile ilgili çalışmalar yürüten öncü STK'lar olan kadın dernekleri, odalar ve birlikler hakkında özet bilgilere aşağıda yer verilmektedir.

3.1.4.1. Kadın Dernekleri

Rol modelleri, girişimcilerin kariyerlerine etki eden önemli unsurlardandır. Çevredeki başarılı girişimciler, girişimci adayları ve yeni girişimciler için önemli rol modelleridir. Rol modelleri, hem işe başlama sürecinde hem de işe başladıktan sonra sosyal ve psikolojik destek oluşturmaktadırlar (Hisrich, 1995: 55-58). Kadınları girişimci olma yönünde özendiren rol modelleri öncelikli olarak başarılı kadın girişimcilerdir. Kadın girişimcilerin bir arada olduğu kadın dernekleri, kadın girişimciliğin vurgulanması, teşvik edilmesi ve desteklenmesi açısından büyük bir etkiye sahiptir. Ülkemizde, Türk kadınının toplumdaki statüsünü geliştirmeyi amaçlayan, kadın girişimciliğini teşvik eden ve geliştiren, bu yönde önemli ve anlamlı çabalar sergileyen Türkiye Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER) ve Kadın Emegini Değerlendirme Vakfı (KEDV) gibi dernekler bulunmaktadır. Özellikle çalışmalarını ile öncü olan kadın derneklerine aşağıda yer verilmektedir.

1) Türkiye Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER)

KAGİDER, üyeleri kadın girişimcilerden oluşan Türkiye düzeyinde örgütlenmiş bir dernektir. 2002 yılında 38 kadın girişimci tarafından kurulan bu derneğin 2013 yılında üye sayısı 278'e çıkmıştır. Amacı ülkede kadın girişimciliğini desteklemek olan dernek, üyelerine eğitim, danışmanlık, kredi güvencesi ve iletişim ağı sağlama hizmetleri vermektedir. KAGİDER, kurulduğu günden bu yana yürüttüğü çalışmalarını yaygınlaştırmakta sivil toplum kuruluşları, siyasi aktörler ve her yaşta kadınlarla iletişim ağları kurmaktadır. Her yıl gerçekleştirdiği farklı projeler ile kadın girişimciliğini geliştirmek; ekonomik ve sosyal yaşamda kadının konumunu güçlendirmeye çalışmaktadır. KAGİDER tarafından yürütülen bazı proje örnekleri aşağıda verilmektedir (www.kagider.org):

- Avrupa Kadın Girişimcileri Mentor Ağı Projesi
- Fırsat Eşitliği Modeli
- Geleceğe Yatırım Yapın: Ekonomik Büyüme Yürüten Kadınlar Konferansı
- Kars'taki Kızlar İlerliyor
- Kadın Girişimcilik ve Liderlik Zirvesi
- Kadın Girişimci Geliştirme Programı
- Girişimcilerin Yolunu Aydınlatıyoruz

- Geleceğin Kadın Liderleri Eğitim Programı

2) Kadın Emegini Değerlendirme Vakfı (KEDV)

KEDV, 1986 yılında kadınların ekonomik durumlarını ve yaşam kalitelerini iyileştirmek amacıyla kurulmuştur. Kâr amacı gütmeyen bir sivil toplum kuruluşu olan KEDV, dar gelirli bölgelerde kadınlara ve çocuklara yönelik çalışmalar yapmaktadır. Kadınların bireysel ve toplumsal yaşamlarını iyileştirme çabalarını desteklemek, temel ihtiyaçları etrafında organize olarak kapasitelerini geliştirebilecekleri platformlar oluşturmak ve çocukların erken çocuk eğitimi olanaklarından yararlanabilmelerini sağlamak üzere faaliyetlerini yürütmektedir. Yerel kadın gruplarına yönelik bireysel ve kolektif kapasite geliştirme ve ekonomik güçlendirme programları uygulayıp, bu gruplara Kadın ve Çocuk Merkezleri kurarak erken çocukluk eğitim hizmetleri sunulması için destek vermektedir. KEDV, bu faaliyetleriyle her yıl yaklaşık 3000 çocuk ve kadına eğitim ve diğer kapasite geliştirme olanakları sunmaktadır (www.kedv.org.tr).

Kadın Emegini Değerlendirme Vakfı'nın (KEDV) iktisadi işletmesi olan Nahıl, 2003 yılında dar gelirli üretici kadınların ürünlerini pazarlayarak bu kadınlara sürdürülebilir gelir kaynakları kazandırmak amacıyla kurulmuştur. Vakfa bağlı kâr amacı gütmeyen bir girişim olarak kadınların ürünlerini pazarlamalarına yardımcı olacak bir şirket kurulmuştur. Bu şirket, kadınların üretecekleri ürünler için siparişler almakta ve pazarlama kanalı olarak işlev görmektedir. Kadınların ürünleri ayrıca internet sitesinde de sergilenmektedir. Şirketin satışlarından elde edilen gelir ile KEDV desteğiyle açılan 23 Kadın ve Çocuk Merkezi'nde okul öncesi eğitim hizmetlerinin verilmesi desteklenmekte, dar gelirli bölgelerde yeni çocuk yuvalarının açılması için çalışılmakta ve girişimci kadınlara pazarlama ve ürün geliştirme desteği verilmektedir. Nahıl, kadın üreticilere destekle kadınların iş hayatında varlıklarını sürdürmelerine yardımcı olmakla birlikte onların kendilerine güvenen, üretken bireyler olarak toplumda yer almalarını amaçlamaktadır (www.nahil.com.tr).

3.1.4.2. Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB), odalar ve borsalar arasında işbirliği ve dayanışmayı, ticari ve sanayi faaliyetlerin genel çıkarlar doğrultusunda düzgün işlenmesini, üyelerinin kamuoyu ile ilişkilerinin bütünlük, etik anlayış ve disiplin içinde gerçekleşmesini sağlamayı amaçlamaktadır. Ülkemizdeki kadın girişimci potansiyelinin

nicelik ve nitelik bakımından geliştirilmesine yönelik politikalar belirlemek ve bu politikalar doğrultusunda girişimcilik kültürünün kadınlar arasında gelişmesine öncülük etmek amacıyla, Türk özel sektörünün alt meslek örgütü olan TOBB bünyesinde "Kadın Girişimciler Kurulu" (KGK) oluşturulmuştur. Kadın girişimcilik konusunda genel politikalar geliştiren ve görüş oluşturulmasına katkıda bulunan TOBB KGK, her ilde kendi ilinde faaliyet gösteren iş kadınlarından ve ilgili akademisyenlerden oluşan İl KGK'larını kurmuştur. Kurullar, kadın girişimcilere eğitim, kapasite geliştirme desteği ile girişimci fikirlerini hayata geçirmelerinde destek sağlamak amacıyla çeşitli çalışmalar yürütmektedir (www.tobb.org.tr/TOBBKadinGirisimcilerKurulu).

TOBB İl KGK'nın Görevleri:

1. Kurulduğu ildeki kadın girişimci potansiyelinin nicelik ve nitelik bakımından geliştirilmesi ve daha donanımlı hale getirilmesi amacıyla politika belirlemek ve girişimcilik kültürünün kadınlar arasında gelişmesine öncülük etmek.
2. Kadınlara kişisel gelişim yollarını öğreterek kariyer geliştirme fırsatları oluşturmak.

Bu kapsamda:

- a) Girişimcilik veya gelir yaratma gibi becerilerini gerçekleştirmek isteyen kadınlara, bunu nasıl yapacaklarını öğrenmeleri için öğrenme ortamlarını hazırlamak.
Girişimci ruhlu kişilere, bu özelliklerini daha etkili ve verimli kullanabilmelerini sağlayacak ve iş kurmayı düşünenlere kuruluş ve devamındaki işi sürdürme süreçlerinde ihtiyaçları olacak temel bilgileri vermek ve yol göstermek amacıyla girişimcilik eğitimleri düzenlemek.
 - b) Kadın girişimcilere yenilikler ve iş yaşamı ile ilgili konular hakkında bilgi vermek amacıyla seminer, panel ve bunun gibi eğitim etkinliklerinde bulunmak.
 - c) Lise ve üniversitelerde girişimcilik dersleri, seminerleri, panelleri düzenlemek.
 - d) Kadın girişimcilerin bilgi ve deneyimlerini birbirleri ile paylaşmalarını sağlayarak, varsa sorunlarına çözüm bulmaya çalışmak.
3. Eğitimlerin ve kapasite geliştirmenin yanı sıra kadın girişimcileri iş kurma ve işlerini başarılı bir şekilde sürdürme sırasında da desteklemek. Bu kapsamda:
 - a) Kadın girişimcilerin deneyimli girişimciler yanında staj yapmalarını sağlamak.
Yurt dışında, özellikle AB ülkelerinde yabancı girişimciler yanında kısa süreli

staj imkânları sunmak.

- b) Koçluk sistemi geliştirerek yeni iş kuran girişimcilere deneyimli girişimciler tarafından belli sürelerde destek sağlamak.
4. Kadın girişimcilerde sosyal sorumluluk bilinci oluşturulması amacıyla eğitim programları ve çeşitli sosyal etkinlikler düzenlemek.
5. İl ekonomisinin gelişmesine katkıda bulunacak sektörlerde girişimde bulunulmasına yardımcı olacak tedbirleri belirlemek ve bu sektörlerde kadın girişimcileri yönlendirmek ve teşvik etmek.
6. Kadın girişimcilerin sivil toplum kuruluşlarında, yerel yönetimlerde görev almalarını teşvik etmek.
7. Konuların özelliklerine göre çalışma grupları oluşturmak.

BTSO çatısı altında çalışmalarını yürüten Bursa KGK'nın 303 üyesi bulunmaktadır. Çalışma grupları ile proje ve programlar yürüten Bursa KGK, Türkiye'nin tüm illerinden kadın girişimcilerin davet edildiği, "Birlikte Büyüyoruz" temalı I. Ulusal Kadın Girişimcilik Zirvesi'ni Nisan 2013 tarihinde düzenlemiştir. Girişimcilik zirvesinde iş kadınları başarı öykülerini anlatarak, deneyimlerini paylaşarak diğer kadın girişimcilere ve girişimci adaylarına rol model olmuştur. Zirve dâhilinde kadın girişimcilerin ürünlerini sergileyebileceği, tanıtımlarını yapabileceği, müşteri ve ilişki ağlarını genişletebileceği stantlar kurulmuştur. Fuar merkezinde kurulan stantlar her il için ayrı ayrı hazırlanmıştır, böylelikle iller arasında kadın girişimcilerin ağ oluşturması hedeflenmiştir. Bursa KGK, kadın girişimci havuzunun genişlemesi, girişimcilik kültürünün kadınlar arasında yaygınlaşması ve daha fazla kadının girişimci olması, var olan kadın girişimcilerin güçlenmesi adına kişisel ve mesleki eğitimler, seminerler düzenlenmekte, çeşitli projeler ve programlar yürütmektedir (www.bursakgk.org).

3.1.4.3. Türkiye Esnaf ve Sanatçılarını Konfederasyonu

Türkiye Esnaf ve Sanatçılarını Konfederasyonu (TESK), esnaf ve sanatçılarını örgütlemek üzere kurulan üyelik temelli bir kuruluştur. TESK'in görevi, esnaf ve sanatçılarını odaları ve federasyonları arasında işbirliği sağlamak, kamu politikaları ve uygulamalarında üyelerinin çıkarlarını temsil etmek, esnaf ve sanatçılarını uluslararası platformlarda temsil etmek ve bu kesimin hizmet kalitesini ve verimliliğini artıracak eğitim, merkez kurma ve örgütlenme gibi etkinlikleri ve projeleri yürütmektir.

TESK tarafından yürütülen projelerden biri AB tarafından fonlanan AB/TESK Kadın Girişimcilerin Desteklenmesi projesidir. 2002-2004 yıllarından yürütülen proje faaliyetlerinin odak noktası eğitimidir. Proje genel olarak girişimciliği, özellikle; eğitim ve danışmanlık yoluyla küçük aile işletmelerinin kurulmasında ve devam ettirilmesinde aktif rol oynayan kadınlar arasında girişimciliği desteklemeyi hedeflemiştir. Proje uygulama süresi sonunda aşağıdaki somut sonuçlar elde edilmiştir:

- Kadın girişimcilere yönelik olarak, eğitim programı düzenleme ve danışmanlık hizmeti verme konusunda gerekli altyapıya sahip 5 eğitim merkezi kurulmuştur.
- Gelecekte kadın girişimcilere yönelik olarak geliştirilecek eğitim programlarına da model oluşturacak eğitim araç, gereç ve ekipmanları sağlanmıştır.
- Kadınlar, yeni bir işe başlama ve bu konudaki olanaklar hakkında bilgilendirilmiştir.
- Nihai aşamada bu projede yer almayan diğer bölgelerdeki kadın girişimcilere yönelik geliştirme merkezlerinin kurulmasını sağlamak amacıyla altyapı oluşturulmuştur.
- Proje tamamlandığında toplam 1630 kadın 186 erkek olmak üzere 1816 kişi eğitilmiş, bunlardan 359'u ya kendi iş yerlerini kurmuş ya da çeşitli ortaklıklar kurarak girişimcilik hayatına başlamışlardır.

AB/TESK Kadın Girişimcilerin Desteklenmesi projesinin başarılı sonuçlarının ardından, 2007-2009 yılları arasında Kadın Girişimciliğinin Desteklenmesi Projesi AB mali desteği ile toplam 24 ilde; Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birlikleri bünyesinde oluşturulmuş olan Merkezler ile yürütülmüştür. 6291 kadına eğitim, 2755 kadına danışmanlık hizmeti verilmiştir. Toplam 10684 girişimci kadın sertifika almayı başarmıştır, 255 kadın işyeri açmıştır (www.tesk.org.tr).

TESK bünyesinde, Bursa ilinde faaliyetlerini yürüten Bursa Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliği (BESOB) birçok çalışma yürütmektedir. 2003 yılından günümüze, İŞKUR ve AB mali destekleri alınarak birçok eğitim gerçekleştirilmiştir. BESOB İşletmelerüstü Eğitim Merkezi esnaf ve sanatkarların güçlenmesi için çeşitli mesleki eğitim projeleri yürütmeye devam etmektedir (www.besob.org.tr).

3.1.5. Banka Destekleri

Ülkemizde, kadınların ticari ve sosyal girişimci ruhunu ortaya çıkartarak, Türkiye'deki kadın girişimci sayısının gelişmiş ülkelerin seviyesine yükselmesi için katkıda bulunmak amacıyla finansal destekler sunan, çeşitli proje ve etkinlikler yürüten bankalar bulunmaktadır. Kadın girişimcilere yönelik özel destekler ve uygulamalar sunan öncü bankaların kadın girişimciliğini destekleme faaliyetlerine ve bazı proje örneklerine aşağıda yer verilmektedir.

1) Halk Bankası Destekleri

Halk Bankası, ülkemizde gerek küçük ve orta ölçekli işletmeleri desteklemek gerekse de yeni girişimlerin finansmanına yardımcı olmak amacıyla önemli bir görevi üstlenmiş durumdadır. Halkbank, kadınların ekonomik hayata katılımını daha da güçlendirmek, iş sahibi olan kadın girişimcilere ve ilk defa işini kuracak kadın girişimci adaylarına destek olmak amacıyla 1994'ten beri sunduğu kadın girişimci kredisine benzersiz özellikler ekleyerek yeni bir ürün hazırlamıştır. Kadın girişimciliğinin karşılaştıkları temel sorun alanlarından biri olan finansal kaynak sorununun çözümü amacıyla 10 Aralık 2012 tarihinde Kredi Garanti Fonu (KGF) ve Halkbank arasında kadın girişimciliğini desteklemek amacıyla "İlk Adım Kredisi Kefalet Desteği Protokolü" imzalanmıştır. "İlk Adım Protokolü" kapsamında, projenin %95'i oranında kredi imkânı sunulmaktadır. Kefalet oranı ise kredi tutarının %90'ına kadar yükseltilebilmektedir. Protokol ile KGF'nin, diğer KGF kefaletli kredilerine kıyasla daha düşük bir komisyon ve masraf uygulaması getirilmiştir. Banka, İlk Adım paketi ile 1000 yeni girişimciye ulaşmayı hedeflemektedir. Kredinin en önemli özelliği, girişimcilere ve girişimci adaylarına, mali evrak ve maddi teminat şartı aranmadan, evi iş yeri gibi kullanabilme kolaylığı olan, kolay başvuru yapılabilen, düşük faiz ve yüksek KGF kefalet oranına sahip kredilerle destek sunulmasıdır. Krediyeye, kurmak istediği işle ilgili hiç bir tecrübesi ya da eğitimi olmayan ev kadınlarından, üniversiteden yeni mezun olmuş kadınlara kadar geniş bir yelpazedeki girişimci adayları ve ticari faaliyeti devam eden kadın girişimciler başvurabilmektedir (www.halkbank.com.tr).

Halkbank, kadın girişimciliğini desteklemeyi Sosyal Sorumluluk Projesi olarak görmektedir. Ülkemizde kadının sosyal statü gelişimi kapsamında kadınların ekonomideki yerinin güçlendirilmesine yönelik kadın girişimcilere eğitim verilmesine, çeşitli

etkinliklerin düzenlenmesine önem vermektedir. Bu bilinç ile, dünyanın dört bir yanından kadın girişimcilerin davet edildiği Uluslararası Kadın Girişimciler Forumu (IWEF), Türkiye ve yurt dışından kadın girişimcileri bir araya getirmek amacıyla Mayıs 2013 tarihlerinde İstanbul'da Halkbank sponsorluğunda gerçekleştirilmiştir. Üç gün süren forum programında; küresel anlamda başarılarla imza atmış, ticari ve sosyal alanda faaliyet gösteren kadın girişimcilerin bilgi ve birikimleri paylaşılmış, ayrıca ticari sergiler, ikili iş görüşmeleri, sosyal ve kültürel etkinlikler gerçekleştirilmiştir (www.iweforum.org).

2) Ziraat Bankası Destekleri

Ziraat Bankası, Avrupa Yatırım Fonu işbirliği ile AB'nin rekabetçilik ve yenilikçilik çerçeve programı altında sağlanan destek kapsamında, KOBİ'lere yeni finansman imkanları sunmaktadır. KOBİ'ler, ek maddi teminat vermeden cazip faiz oranları ile maddi duran varlık finansmanı ve işletme sermayesi ihtiyacını karşılama imkanı bulmaktadır. Söz konusu destek kapsamında, özellikle kadın girişimcilere yönelik daha düşük faiz oranları ve esnek vade seçenekleri ile ilk kez işini kuran veya işini büyütmek isteyen girişimcilere nakdi kredi imkanı sunulmaktadır (www.ziraat.com.tr).

3) Garanti Bankası Destekleri

Garanti Bankası, kadın girişimcilerin işlerini büyütebilmeleri için ihtiyaç duydukları cesaret, iletişim ağı, eğitim ve finansman desteğini, her sektör için hizmete sunduğu Kadın Girişimci Destek Paketi'yle karşılamaktadır. Paketten, belirli bir yatırım projesine sahip olan veya mevcut firmasını genişleterek yerel ve uluslararası piyasalarda rekabet etmek isteyen kadın girişimciler yararlanabilmektedir. Garanti Bankası, birikimlerini altın olarak değerlendiren ve fiziki olarak muhafaza eden kadın girişimcilere ticari amaçlı finansmana ulaşmalarını kolaylaştıracak "Altın Teminatlı Kredi" fırsatı sunmaktadır. Fiziki altınlar Garanti Bankası Altın Salısı kapsamında hizmet veren şubelere teslim edildiğinde, burada uzman eksperler tarafından değerlendirilip gram cinsinden Garanti altın hesabına yatmakta ve başvuru kredilere teminat sayılmaktadır (www.garantikadingirisimci.com).

Garanti Bankası, 2007 yılından bu yana Türkiye ekonomisinde aktif olarak yer alması gerektiğine inandığı kadın girişimcileri, "Türkiye'nin Kadın Girişimcisi" yarışmasıyla desteklemektedir. Ekonomist Dergisi ve KAGİDER'nin işbirliği ile gerçekleştirilen yarışmada, Türkiye'nin Kadın Girişimcisi'nin yanı sıra, Türkiye'nin

Gelecek Vaat Eden Kadın Girişimcisi, Türkiye'nin Yöresinde Fark Yaratan Kadın Girişimcisi ve Türkiye'nin Kadın Sosyal Girişimcisi de ödüllendirilmektedir. Yarışmada, gerçek başarı hikayelerini kendileri yazan, Türkiye'nin dört bir yanında faaliyetlerini sürdüren kadın girişimcilerin projeleri değerlendirilmektedir. Kadın girişimcilerin, ekonomik ve sosyal girişimci ruhunu ortaya çıkartarak, tüm kadınlara örnek olan başarı hikayelerinin duyurulması hedeflenmektedir (www.kadingirisimciyarismasi.com).

4) Kredi Garanti Fonu (KGF)

Kadın girişimcilere özel banka finansman destekleri bulunmasına rağmen yeterli sayıda değildir. Birçok kadın girişimci ve özellikle KOBİ'lerin banka kredisine ulaşması çok güçlü bir teminatı gerekli kılmaktadır. KOBİ'lerin uzun vadeli kredi kullanmalarında, banka tarafından talep edilen yüksek teminatlar önemli bir engel olarak ortaya çıkmaktadır. Bunun dışında KOBİ'lerin işlerini büyütürken mevcut kredi limitlerinin artırılmasında bankaca talep edilen ek teminatlar çoğu kez işletme ve banka arasında bir sorun oluşturmaktadır. KOBİ'lerin banka kredilerine ulaşmada karşılaştıkları teminat sorununu çözmek amacıyla 1991 yılında Kredi Garanti Fonu İşletme ve Araştırma A.Ş. kurulmuştur. TOBB, KOSGEB, TESK, Türkiye Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler Serbest Meslek Mensupları ve Yöneticiler Vakfı (TOSYÖV), Mesleki Eğitim ve Küçük Sanayii Destekleme Vakfı (MEKSA) ve 19 bankanın ortak olduğu KGF, KOBİ'lere sağladığı kefaletle bu işletmelere destek vermekte, yatırımlarının ve işletmelerinin finansmanında banka kredisini kullanmalarını mümkün hale getirmektedir.

KGF, KOBİ'lere verdiği kefalet ve üstlendiği risk ile bu işletmelerin daha çok banka kredisini kullanabilmelerini sağlamakta, uzun vadeli ve uygun maliyetli kredilerden küçük işletmelerin de yararlanmasını mümkün hale getirmektedir. Bu sayede girişimcilik teşvik edilmekte, KOBİ'ler lehine ek bir kredilendirme yapılarak ekonomik büyüme ve kalkınmaya katkı sağlanmaktadır. KGF kefaletlerinde genç ve kadın girişimciliğin geliştirilmesi temel amaçtır. Yenilikçi yatırımların gerçekleştirilmesi, ileri teknoloji içeren küçük girişimler, ihracatın desteklenmesi, istihdam artışı sağlayacak yatırımlar ve bölgesel kalkınma amaçlı yatırımlar KGF kefaletlerinde öncelikli olarak değerlendirilen konulardır (www.kgf.com.tr).

3.2. SOSYAL DESTEK FAKTÖRLERİ

Girişimcilik bireyin içinde bulunduğu sosyo-ekonomik ve kültürel yapının bir ürünüdür. Aile, akrabalar, arkadaşlar, sosyal ağlar, toplum, iş tecrübesi, alınan eğitim bireyin girişimcilik ruhunun gelişmesini ve sahip olduğu girişimci nitelikleri olumlu ya da olumsuz etkileyebilmektedir (KSGM, 2000: 10). Türk toplumunda kadına biçilen en önemli iş “iyi bir ev hanımı” olmasıdır, evin idaresi erkeğe aittir. Toplumsal kültürün bu yöndeki beklentisine karşı girişimci olmayı tercih eden kadınların ailelerine karşı sorumluluklarını yerine getirerek, aile ve iş dengesini kurarak başarılı bir girişimci olmalarında ailelerinin, çevrelerinin, almış oldukları eğitimin ve sahip oldukları iş tecrübesinin katkısı oldukça büyüktür. Sosyal faktörler olarak gruplanan; aile, çevre, eğitim ve tecrübe kadın girişimcilikte başarıyı bazen destekleyen nitelikte iken, bazen de engelleyici nitelikte olabilmektedir. Sosyal faktörlerin kadın girişimcilikte başarıyı engelleyen boyutları daha sonra ayrıca incelenecektir. Bu bölümde sosyal faktörlerin kadın girişimcilikte başarıyı destekleyen boyutları üç alt başlık ile açıklanacaktır.

3.2.1. Aile

Aile; evlilik, kan ve hukuki bağlarla birbirine bağlı insanlardan meydana gelen bir topluluk olarak tanımlanmaktadır ve bireyin sosyal kişiliğinin ilk oluştuğu kurumdur (Öztürk, 2002: 88). Kişi, aileden öğrendiği biçimiyle hayatını sürdürmekte ve meslek seçiminde ailenin değer yönelimleri önemli ölçüde kendini göstermektedir. Max Weber başta olmak üzere pek çok sosyal bilimci; din, siyasal koşullar, eğitim, yaş, cinsiyet ve aile kökeni gibi etkenlerin iktisadi davranışın oluşmasına, girişimci aktivitelerin artmasına imkan sağladığını vurgulamaktadır (Aytaç ve İlhan, 2007: 105). Tarihsel süreç incelendiğinde, girişimci ailelerden gelenlerin, yine benzer bir iş kurdukları ya da aile işletmelerini büyütme anlamında katkı sağladıkları bilinmektedir. Bir başka deyişle ailenin sahip olduğu kültür, işletmeye ve topluma yansımakta, bu durumda işletmenin bütün fonksiyonları etkilenebilmektedir (Bektaş ve Köseoğlu, 2007: 298).

Aile, girişimci güdülerin oluşmasında önemli bir rol oynamaktadır. Çünkü aile, çocuğun karakteri ve davranışı üzerinde birinci derecede belirleyici bir role sahip bulunmaktadır. Aile kendi değerlerini doğal olarak çocuğa yansıtmaktadır. Çocuğun aile

içinde tanık olduğu yaşantı örnekleri, onun bilinçaltında derin izler bırakmaktadır. Bu nedenle iktisadi ve sosyal beceriler aile ortamında kazanılmaktadır. Ailenin dışa dönük, başarı odaklı, atak, üretken, tutumlu yaşantısı, çocuk üzerinde erken girişimci eğiliminin yerleşmesine sebep olmaktadır. (Aytaç ve İlhan, 2007: 107).

Geçmişten günümüze kadar yapılan birçok çalışma girişimcilerin ailesi, doğum sırası, ailenin işi, sosyal statü ve akrabalık ilişkileriyle ilgilenmiştir. Ailenin girişimci olması, özellikle de babanın kendi işine sahip olması, girişimciliği etkileyen önemli bir unsurdur. Erkek girişimcilerde de kadın girişimcilerde de kendi işine sahip babalar girişimci için güçlü bir tetikleyici olarak ortaya çıkmaktadır (Hisrich, 1995: 55-58). Araştırmacılar tarafından yapılan çalışma sonucuna göre aileleri tarafından girişimcilik doğrultusunda teşvik edilen çocuklar diğerlerine göre girişimci özelliklere daha fazla sahip durumdadırlar (İbicioğlu vd., 2009: 531). Benzer şekilde, anne ya da babası işletme sahibi olan bireyler, çocuk yaştan itibaren onların iş kurdukları alanlara aşina ve o alanlarda tecrübe sahibi olmaktadır. Anne ve baba, çocuklarını kendi iş alanlarında girişimci olma yönünde etkileyebilmektedir (Özdaşlı ve Özkara, 2010: 124).

Aileden veya yakın akraba çevresinden başarılı girişimcilerin çıkmış olması kadınların bu kişileri kendisi için model almasına imkan sağlamaktadır. Bu yapının, kadını girişimcilik konusunda cesaretlendirici bir rol oynadığı söylenmektedir. Bu durumun kadını erkeklerden daha çok motive ettiği yapılan çalışmalarla ortaya konmuştur (Orhan & Scott, 2001: 236). Aile, kadın girişimci için bir model olma yanında gerekli iş gücünün temin edilmesi açısından diğer bir fonksiyonu da yerine getirmektedir.

Carter ve Cannon (1988: 48), kadının girişimci olma kararında ailenin etkisinin kritik öneme sahip olduğunu belirtmektedir. Aile içi sorumlulukları daha fazla olan kadınların, ailelerinden destek alarak girişimci olmaları kadınlara hem maddi hem de manevi olarak güçlendirmektedir. Yapılan araştırma sonucunda kadın girişimciler iş kurma aşamasında maddi ve manevi en büyük desteği eş ve ailelerinden gördüklerini belirtmişlerdir (Palaz ve Turgut, 2009: 113). Bu araştırma sonuçlarına ek olarak kadın-erkek karşılaştırmalı yapılan analizler, kadınların erkeklere göre çok daha destekleyici eşler olduklarını ortaya koymuştur (Alpşahin, 2011: 146).

3.2.2. Çevre

Girişimcilik kültürünün varlığından söz edebilmek için ailenin kişiye verdiği ilk deneyimlerin önemi oldukça büyüktür. Ailedeki girişimcilik eğilimi ve desteğinin ardından, bireyin toplumsal çevresinin, yani toplumsal kültürün desteği aileyi tamamlayıcı niteliktedir. Başarı için toplumsal çevrenin, girişimciyi motive edici nitelikte olması gerekmektedir (İlter, 2006: 33). Sosyal, kültürel ve politik altyapının girişimciliği destekler nitelikte olması, toplumun girişimciliğe yüklediği rolün yüksek bir anlam taşıması ve girişimcilerin desteklenmesi için sosyal destek mekanizmasının iyi bir şekilde çalışması gerekmektedir.

Toplumsal kültürler aynı zamanda yaptırım sistemleri olduğundan spesifik tutum ve davranış kalıpları üretmektedir. Girişimci güdüler ve davranış kalıpları da bu ortamda canlanmaktadır. Başarı, risk üstlenme, cesaret, birikim yapma gibi girişimci niteliklere ilişkin ilk telkinler ve uyarımlar kültür tarafından sunulmaktadır. Girişimcilikle toplumsal kültür arasında yakın bir ilişki olduğunu ileri süren Morrison, kültürün girişimciliğe dönük tutumları önemli ölçüde belirlediğini ileri sürmektedir. Bu şekilde toplum içinde girişimcilik üstün bir anlam kazanmaktadır (Aytaç ve İlhan, 2007: 107). Türk toplumunda, genel olarak evi geçindirecek olan, bir diğer ifade ile ekonomik görevleri üstlenen esas birey erkektir, kadına en uygun yer ev ve en uygun iş de çocuklarına bakmak ve kendi evinin işlerini yapmaktır. Her ne kadar bu düşünce, kültürel olarak kabul görmüş bir unsur olsa da, günümüzde Türk Kadını üstün nitelik ve sorumluluk gerektiren birçok meslek alanında çalışabilmekte ve görev üstlenmektedir. Ülkemizde, ekonomik büyümede, istihdamı arttırmada ve kalıcı bir üretim ve pazarlama anlayışı ile dünya ölçeğinde faaliyet gösteren işletmeler kurmada, kadın girişimcilerin önemli bir rol oynayacağı düşünülmektedir. Başarılı kadın girişimci sayısı arttıkça, toplumun, nüfusun yarısını oluşturan kadınların girişimci olmasını destekleme yönünde eğilim göstermesi beklenmektedir.

Toplumsal çevrenin kapsadığı sosyal ağlar, girişimcilerin başarısını etkileyen faktörlerden biridir. Sosyal ağlar; genellikle formal organizasyonlara üyelik, diğer işletme sahipleriyle görüşmek ya da işletme amaçları için kurulan bağlantılar ile oluşmaktadır. Sosyal ağlarla iletişimi sağlamanın en yaygın yolu -özellikle erkek girişimciler için- ticaret odaları üyelikleri ya da sivil toplum kuruluşu üyelikleri olarak görülmektedir. Sosyal ağlar,

girişimcinin kaynaklara ve fırsatlara ulaşmasını kolaylaştıran bir faktördür. Sosyal ağlar gerekli işletme bilgilerine, deneyim ve bağlantılarına ulaşmak açısından da kritik öneme sahiptir. Bu nedenle, sosyal ağların girişimcinin performansı üzerinde doğrudan etkili olduğu bilinmektedir (Alpşahin, 2011: 129).

Sosyal ağlar, informal ve formal olmak üzere iki grup olarak ifade edilmektedir. Jayawarna ve Jones'a göre informal ağlar aile yakınları ve arkadaşlardan oluşmaktadır, kadın girişimcilerin baskın ağları informal ağlardır. Kadınların zayıf ağ ilişkileri ise, bankalar, avukatlar, danışmanlar ve ticari birliklerden oluşmaktadır, kadınların bu formal ağlarla bağlantı geliştirme olasılıklarının düşük olduğu belirtilmektedir (Jayawarna ve Jones, 2010: 7). Greene vd. tarafından yapılan araştırmada, kadın girişimcilerin formal ağ ilişkileri yerine informal ilişkileri tercih ettiğini tespit edilmiştir. Kadın girişimciler, diğer kadınları bilgi kaynağı olarak kullanmayı amaçlamakta ve bu nedenle ağlarında yer vermeyi uygun bulmaktadırlar (Greene vd., 2003: 8).

Casson vd. tarafından (2006) yapılan araştırma, kadın girişimcilerin kurdukları ağların, aile, iş ve sosyal yaşam üçgeninden oluştuğunu, erkeklerin sosyal ağlarında oldukça az kadın yer almasına karşın, kadın girişimcilerin ağlarının erkeklere daha fazla yer verdiklerini ortaya koymaktadır. Araştırmacılar, kadınların kurulu ağlara girebilmelerinin zor olduğunu; formal sosyal ağlardan dışlanmakta olduklarını savunmaktadırlar. Araştırmacılara göre bu nedenlerden ötürü kadınlar, genellikle kadınlardan oluşan sivil toplum kuruluşları kurmakta ve bu kuruluşlardan öncelikle moral ve motivasyon desteği almayı hedeflemektedirler (Alpşahin, 2011: 132).

Kadınların sosyal ağ yapılanmalarında girişimlerinin bulunduğu aşamanın da önemli olduğu görülmektedir. Yeni girişimciler daha homojen ağlar ararken, faaliyetlerine devam eden girişimciler ise daha heterojen ağlarla iletişime geçmektedirler. Homojen grupların özelliği kimlik duygusu oluşturması iken heterojen gruplar üyeleri için, işletme amaçları doğrultusunda daha fazla değer üretmektedirler. Üretilen bu değer kadın girişimcileri daha özgür ve daha fırsatçı hale dönüştürmektedir (Welter, 2006: 141-145).

Potansiyel girişimci kadınların sosyal ağları, özellikle girişimciliğin ilk basamağında olmaları nedeniyle çok önemlidir. Sosyal ağlardan gelecek olan bilgi, destek, tavsiye,

fırsatların değerlendirilmesi ve kontrol edilmesi gibi faydalar, nereden işe başlayacaklarını bilemediklerini belirten ve başarısız olmaktan korktuklarını ifade eden girişimci adayları için önemli bir avantaj sağlamaktadır (Özdemir, 2010: 133).

Kadın girişimciliğin desteklenmesinde önemli faktörlerden biri olan çevre, kadının içinde bulunduğu toplum ve bu toplumda kadının iletişim içerisinde olduğu sosyal ağlardan oluşmaktadır. Toplumun ve sosyal ağların; motivasyon, iş bilgisi, tecrübe, kaynaklara ulaşım gibi maddi ve manevi destekler sunarak kadın girişimcilerin başarısını doğrudan etkilediği bilinmektedir.

3.2.3. Eğitim Ve Tecrübe

Modern toplumun en önemli gereklerinden biri olan eğitim, üretken ve kaliteli bir yaşamın önkoşulu olmaktadır. Günümüzde dünyada yaşanan hızlı değişim ve gelişme süreci, toplumsal değişim ve dönüşümlere duyulan ihtiyacı artırmakta, dünyadaki bu değişim ve gelişmeleri izleyerek uyum sağlamak ve yönlendirmek toplumların geleceğe yönelik önemli hedefleri arasında yer almaktadır. Belirlenen hedeflere ulaşmada anahtar kavram eğitimidir. Bu nedenle günümüzde bir toplumun bireylerine vereceği eğitimin niteliğinin artırılması, toplumun tüm kesimlerini içine alması büyük önem taşımaktadır (KSGM, 2012: 11)

Eğitim süreci sonunda birey kültürel değerleri ve düşünsel değerlerin temellerini öğrenmektedir. Eğitim ve öğrenim süreçleriyle kazanılan rasyonel düşüncenin temelini ise; hayatın her alanında karşılaşılabilecek olaylara ve durumlara, hangi alternatif tepki ile yaklaşılması gerektiğini belirleyerek bunların her birinden doğabilecek sonuçları hesaplamak ve bunlar arasından en uygun olanını seçebilmek oluşturmaktadır. Bu tercih, bireyin yaşam tarzını da belirlemektedir. Eğitim, özellikle bireyin, mesleği ile ilgili işlerin en akıllıca bir biçimde gerçekleştirilmesi aşamasında ortaya çıkabilecek rol davranışlarının isabetli seçiminde ön hazırlık anlamını taşımaktadır (Doğan, 2002: 217).

Günümüzün dünyası bilgi altyapılı bir topluluktur ve rekabetin yoğunlaşmasıyla, eğitim hiçbir zaman olmadığı kadar önem kazanmıştır. Bireylerin eğitim düzeyinin güçlendirilmesi, bireylerin öz-gelişimine ve refahına katkıda bulunmakla beraber, Türkiye'nin ekonomik potansiyelini de arttırmakta ve aynı zamanda, kadınların küreselleşme sürecine

katılmasını da kolaylaştırmaktadır. Bunların yanı sıra, eğitim sistemi toplumsal cinsiyet kalıplarının aşılmasında ve eşit kadın statüsünün kabul görmesinde önemli bir role sahip olmaktadır. (KSGM, 2008a: 27).

Ülkemizde toplumun yarısını oluşturan kadınların eğitim düzeyi gün geçtikçe artmaktadır. TÜİK tarafından hazırlanan “Ulusal Eğitim İstatistikleri”ne göre 6 ve yukarı yaş grubunda bitirilen eğitim düzeyine ilişkin bilgiler Tablo 2.1’de yer almaktadır.

Tablo 2. 1: Bitirilen Eğitim Düzeyi ve Cinsiyete Göre Nüfus (6+yaş) 2011 Türkiye

Bitirilen eğitim düzeyi	Toplam	Erkek	Kadın
Okuma yazma bilmeyen	3.171.270	553.704	2.617.566
Okuma yazma bilen fakat bir okul bitirmeyen	13.810.315	6.467.434	7.342.881
İlkokul mezunu	15.333.800	6.706.059	8.627.741
İlköğretim mezunu	11.986.436	6.729.630	5.256.806
Ortaokul veya dengi okul mezunu	2.856.407	1.740.795	1.115.612
Lise veya dengi okul mezunu	11.883.336	6.859.021	5.024.315
Yüksekokul veya fakülte mezunu	5.495.749	3.196.262	2.299.487
Yüksek lisans mezunu	401.773	238.359	163.414
Doktora mezunu	121.923	75.473	46.450
Bilinmeyen	1.984.626	1.035.890	948.736
Toplam	67.045.635	33.602.627	33.443.008

Kaynak: TÜİK ADNKS Eğitim, Kültür ve Spor Veritabanı 2011 Sonuçları

* Yabancılar kapsama alınmamıştır.

Yukarıdaki tabloya göre, (okuma-yazma durumu bilinmeyenler göz ardı edildiğinde) okuma-yazma bilmeyen her 10 kişiden 8’ini kadınlar oluşturmaktadır. Kadınların %7,83’ü okuma yazma bilmeyen, %21,95’i okuma yazma bilen fakat bir okul bitirmeyen, %44,85’i lise ve altı okul mezunu, %15’i lise veya dengi okul mezunu, %7,5’i yükseköğretim mezunudur. Erkeklerin ise %1,65’i okuma yazma bilmeyen, %19,25’i okuma yazma bilen fakat bir okul bitirmeyen, %45,16’sı lise ve altı okul mezunu, %20,41’i lise veya dengi okul mezunu, %10,45’i yükseköğretim mezunudur. Erkeklerle oranla eğitim düzeyi düşük olan kadınların eğitim düzeyinin artırılması için çeşitli politika ve programlar yürütülmektedir (KSGM, 2012:

16).

Kadının yaşam düzeyini ve statüsünü yükseltip onu ikincil konumdan kurtaran, eşit bir birey olmasını sağlayan ve bireysel özgürlüğünü koruma altına alan en önemli unsurun eğitim olduğunu söylemek mümkündür (İlter 2008: 95). Eğitim aynı zamanda, kadınların işgücüne katılmalarını sağlayan önemli unsurlardan biri olmaktadır ve Türkiye’de yüksek öğretim eğitimi alan kadın sayısı hızlı bir artış içerisinde (KSGM, 2008b: 20). TÜİK tarafından Temmuz 2012 itibari ile hazırlanan “Eğitim Durumuna Göre Erkek ve Kadınların İşgücüne Katılım Oranları” ile ilgili bilgiler Tablo 2.2’de yer almaktadır.

Tablo 2. 2: Eğitim Durumuna Göre Erkek ve Kadınların İşgücüne Katılım Oranları

Eğitim Durumu	Erkek (%)	Kadın (%)
Okur Yazar Olmayan	34,4	18,3
Lise Altı	70,4	26,7
Lise	70,3	30,9
Mesleki veya teknik lise	80,9	36,9
Yükseköğretim	83,4	68,8

Kaynak: TÜİK, 2012 Temmuz

Yukarıdaki tabloya göre; işgücüne katılım oranının en düşük olduğu grup okuma yazma bilmeyenler olurken, işgücüne katılım oranının en yüksek olduğu grup yükseköğretim düzeyinde eğitim alanlar olmaktadır. Buna göre; okuma yazma bilmeyen kadınların işgücüne katılım oranı %18,3 olurken; yükseköğretim düzeyinde eğitim sahibi olan kadınların işgücüne katılım oranının %68,8 olduğu görülmektedir.

Dünyanın her yerinde olduğu gibi Türkiye’de de kadınlar, ancak eğitim düzeylerini yükseltmeleri, bilgi ve becerilerini artırabilmeleri sayesinde ağırlıklı olarak erkeklerin yer aldıkları iş dünyasında kendilerine yer açabilmektedirler. İş dünyasına eğitim avantajına sahip olmadan girdiklerinde, az bilgi ve beceri gerektiren işlere yoğunlaşmak zorunda kalmaktadırlar. Bu sebeple, yeterli eğitim ve bilgisi olmayan kadınların girişimcilik deneyimi elde etme şansları azalmaktadır. Alınan iyi eğitim, kadının ekonomik yaşama katılımını, hâkimiyet kazanmasını, bireyselliğini ifade etmesini ve yaşam beklentilerinin artmasını sağlamaktadır. Bu sebeple eğitim, kadınlar için, daha önce kullanılmayan bir potansiyelin, üretken güce dönüştürülmesini sağlayan bir araç rolünde bulunmaktadır (İlter 2008: 97).

Eğitim, hem girişimci olurken hem de girişimci olduktan sonraki süreçte başarılı olmak için önemli ve gerekli bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Girişimcilerin, rgn eğitim ile birlikte, finans, stratejik planlama, pazarlama, yönetim, iletişim gibi işletme eğitimi alanlarında eğitime ihtiyaçları vardır. Eğitimle birlikte iş tecrübesi, bazı alanlarda uzmanlığa sahip olmak da çok önemlidir. Finans (zellikle risk sermayesi), dağıtım kanallarının geliştirilmesi, yeni ürün ya da hizmet geliştirme, pazar planı hazırlama gibi alanlarda kişinin sahip olduğu iş tecrübesi, onun yeni bir işe başlamasında önemli bir kolaylaştırıcı unsurdur (Hisrich, 1995: 55-58).

Araştırmacılara göre kadınların geçmişte herhangi bir iş kurma deneyimleri olmaksızın iş hayatına atılmaları onlar için dezavantaj teşkil etmektedir. Hızlı büyüyen işletmeleri yavaş büyüyen işletmelerden ayıran faktörlerin başında girişiminin sektörel tecrübesi gelmektedir (Brush vd., 2006: 189). Foss ve Ljunggren (2006: 163) teknik ve sektörel tecrübenin iş kurma olasılığını pozitif etkilediği sonucuna varmıştır. Boden ve Nucci (2000: 348), işletmelerinin ömrü uzun olan girişimcilerin en az 10 yıllık işveren tecrübesine sahip olduklarını tespit etmiştir. Ayrıca, kadın girişimcilerin iş kuracakları faaliyet alanlarını seçerken eğitimi yerine, geçmiş iş tecrübeleri doğrultusunda, bilgi sahibi oldukları sektörlere eğilim gösterdikleri de görülmektedir (Barret, 2006: 35). Kadınlarda girişimcilik kültür ve birikiminin oluşumunda, eğitimin büyük bir etki oluşturacağı bilinmektedir. Buna bağlı olarak, girişimcilik niteliklerini geliştirmeyi hedefleyen bir eğitim anlayışının kurumsallaşmasıyla, kadınların potansiyel birikiminin değerlendirilmesi mümkün görünmektedir. Girişimcilik ruhunun yaygınlaşması için finans, stratejik planlama, pazarlama, yönetim, iletişim, iş planı gibi konuların tamamını kapsayan girişimcilik eğitiminin, işletme eğitimi veren yükseköğretim kurumlarında bir program şeklinde bağımsız olarak gerçekleştirilmesi; öğrencilerdeki girişimcilik potansiyelinin ortaya çıkartılması açısından oldukça önemlidir. Girişimcilik merkezleri oluşturma, potansiyel öğrencilerdeki nitelikleri geliştirme, mevcut potansiyeli kullanılabilir hale dönüştürme ve birikimleri değerlendirme açısından girişimcilik programlarının uygulanmasının gerekli olduğu ifade edilmektedir (McMullan ve Gillin, 1998: 23).

ABD’de 1960’larda girişimcilik dersi işletme okullarında çok az sayıda yer alırken,

günümüzde hemen hemen tüm işletme okullarında girişimcilik dersi verilmektedir. 2002 yılında ABD’de çeşitli üniversite, enstitü, sivil toplum kuruluşu, vakıf ve kamusal kuruluşun desteklediği 123 staj ve eğitim programı ve 111 Girişimcilik Merkezi bulunmaktadır. Bu okullar ve merkezler birçok konferanslar düzenlemekte, araştırmalar yapmakta ve girişimcilik konularına yönelik çok sayıda hem akademik hem de profesyonel dergi yayınlamaktadırlar. Türkiye’de ise üniversitelerde girişimcilik derslerinin verilmesi son dönemlerde yaygınlaşmaktadır (TÜSİAD, 2002: 111-112). Üniversiteler ile birlikte birçok sivil toplum kuruluşunun başarılı çalışmaları ile girişimcilik eğitimleri verilmektedir. Özellikle, KOSGEB kurumunun Girişimcilik Desteği kapsamında çok sayıda “Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi”nin verilmekte olduğu ve katılımcıların yarısını kadınların oluşturduğu, daha önce yer verilen Kurumsal Destekler alt başlığında açıklanmıştır.

Kadınların işgücüne katılmalarını sağlayan önemli unsurlardan biri eğitimidir. Ülkemizde kadınların eğitim seviyesinin artırılması için yürütülen çeşitli program ve politikalar, kadınların iş hayatına girmesini desteklemektedir. Eğitim seviyesi artan kadının işgücüne katılarak kazandığı iş tecrübesi, ileride girişimci olan kadınların başarısını arttırmaktadır. Günümüzde artan girişimcilik eğitimlerine gün geçtikçe daha çok kadın katılmaktadır, böylece girişimcilik eğitimleri sayesinde daha bilinçli ve planlı adımlar atan kadın girişimcilerin daha başarılı olması hedeflenmektedir. Kadın girişimcilikte başarıyı destekleyen faktörlerden eğitim ve tecrübe, kadınlar için oldukça büyük önem taşımaktadır.

3.3. MEDYA DESTEĞİ

Medya (basın-yayın, kitle iletişim araçları); radyo, televizyon, gazete, dergi gibi elektronik veya yazılı basın organlarını anlatmak için kullanılan bir terimdir. Medyanın insan ve toplum hayatındaki etkisi önemli boyutlara ulaşmaktadır. Artık medya, hayatın her alanında bilgilendirici ve yönlendirici bir güç olarak yer almaktadır. Özellikle teknolojik gelişmelerin bu alanda kullanılmasıyla birlikte, medya her yerde ve her zaman insana ulaşabilmektedir (Melek, 2009: 25).

Kadın girişimciliğinin özendirilmesi ve teşvik edilmesi için toplumun bilinçlenmesi oldukça önemlidir, bu konuda hayatın her alanını ve her anını kaplayan medya çok etkili bir faktördür. Kadın girişimciliğinin gelişmesine katkı sağlamak amacıyla düzenlenen;

cesaretlendirici, özendirici, toplumdaki ön yargıların ortadan kaldırılması için mesajlar içeren, rol model kadınların başarı hikâyelerinin anlatıldığı televizyon ve radyo programları büyük etkilere sahiptir.

Günümüzde medya kuruluşları artan bir oranda, kadın girişimciliğini özendirmek adına başarılı iş kadınlarını halka tanıtarak, kadınların ekonomiye ve ülke kalkınmasına verdikleri katkıları açık bir biçimde ortaya koymaktadır. Bu alanda faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşlarının etkinlik ve projeleri, basın ve yayın organları tarafından sıklıkla ele alınmaktadır. Böylelikle bu kuruluşların kadın girişimciler ile ilgili yürüttükleri faaliyetlerinin toplum tarafından bilinirliğinin artması hedeflenmektedir (Güney, 2006: 41).

GEM 2009 yılında 43 OECD ülkesinde “18-64 yaş aralığındaki bireyler tarafından algılanan medyanın girişimciliğe olan ilgisi” adlı bir çalışma yürütmüştür. Bu çalışmaya göre, Türkiye’de medyanın girişimciliğe olan ilgisi %63 oranındadır. Tabloya göre, faktör temelli ülkelerden (endüstrileşmenin gerçekleşmediği, daha çok tarım ağırlıklı ekonomiler) en az Angola (%46) ve en çok Hindistan (%81) medyasının girişimciliğe ilgi gösterdiği kanaati halkta oluşmuştur. Türkiye’nin de içinde bulunduğu verimlilik temelli ülkeler arasında (sanayileşmenin daha iyi olduğu, endüstrileşmek için politikaların mevcut olduğu ekonomiler) en az Macaristan (%19) ve en çok Arjantin (%80), ve yenilik temelli ekonomilerde (endüstrileşmenin yoğun olarak görüldüğü, AR-GE faaliyetlerinin ve bilgi yayılımının son derece yoğun olduğu ekonomiler) ise en az Danimarka (%32) ve en çok İzlanda (%81) halkı medyanın girişimciliğe ilgisinin var olduğu kanaatindedirler. Diğer ülkelerde karşılaştırıldığında, gelişmiş ülkeler de dâhil olmak üzere en yüksek oran %81 düzeyindedir ve Türkiye %63 oranıyla iyi bir durumda bulunmaktadır. Bu sonuçlara göre Türkiye medyasında girişimcilik kültürü yoğun olarak işlenmekte olup bireyler bir kariyer seçimi olarak girişimciliğe önemli ölçüde özendirilmektedir (Aslan, 2009: 56).

Toplumu bilinçlendirmede büyük ve etkili bir araç olan medya, kadınları girişimci olma yönünde motive edici televizyon ve radyo programları, gazete ve dergilerde yayınlanan rol model kadın girişimcilerin başarı hikayelerinin anlatıldığı haberler ve röportajlar ile kadın girişimciliğini ön plana çıkarmaktadır. Günümüzde teknolojik gelişmelerin kullanılmasıyla birlikte her an her yere ulaşabilen medya, toplumu bilinçlendirerek, kadınları girişimci olma

yönünde cesaretlendirip motive ederek kadın girişimcilikte başarıyı desteklemektedir.

4. KADIN GİRİŞİMCİLİKTE BAŞARIYI ENGELLEYEN FAKTÖRLER

Girişimcilik gelişmiş ya da gelişmekte olan tüm ekonomilerin temel yapı taşı oluşturulan önemli unsurlardan biridir. Toplumların kadınları girişimciliğe teşvik etmesi, kadın girişimcilerin desteklenmesi ekonomik değer oluşturma ve istihdamın artması açısından oldukça önemlidir. Ülkemizde kadınların çalışma hayatına katılımları gün geçtikçe artmaktadır. Bu süreçte, iş hayatında yer almak isteyen kadınların başarılı birer girişimci olmalarını engelleyen bazı faktörler bulunmaktadır. Kadınların iş hayatında yaşadıkları zorluklar, karşılaştıkları engeller iş başarılarını azaltarak ülke ekonomisine sağlayacakları önemli katkıyı zayıflatmaktadır. Potansiyel bir sosyal ve ekonomik güç olan kadınların girişimci olma ve başarılı bir şekilde işlerini yürütme süreçlerinde karşılaşılabilecekleri engelleri belirlemek ve bu engelleri ortadan kaldırmaya yönelik çalışmalar yürütmek oldukça önemlidir.

1980’li yıllardan itibaren birçok gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde olduğu gibi Türkiye’de de, kadın girişimcilerinin karşılaştıkları engelleri konu alan pek çok araştırma ve çalışma yapılmıştır. Bu araştırmaların ortak sonucu kadınlar, genel olarak girişimcilerin karşılaştıkları engellerin yanı sıra bir de kadın olmaktan dolayı erkeklerden farklı olarak bir takım engellerle karşı karşıya kalmaktadırlar (Narin vd., 2006: 71).

Kadınların girişimcilik faaliyetinde bulunmasını engelleyen yasal düzenlemeler bulunmamasına rağmen, kadın girişimciler uygulamada özellikle sosyokültürel açıdan bir takım engellerle karşılaşmaktadırlar. Bu doğrultuda kendi işini kurmak isteyen kadınların karşılaştıkları engellerden bazıları şu şekilde sıralanabilir (Tekin, 2005: 330):

- Kadınların aile hayatı ile iş hayatını dengeli bir şekilde yürütebilmelerini sağlayacak desteklerden yoksun olmaları ve bu konuda sağlanan teşvik ve desteklerin yeterince geliştirilmemiş olması,
- İş hayatında işverenlerin istihdamda öncelikle erkekleri tercih etmeleri ve kadınların iş hayatında verimli olamayacağı şeklindeki düşüncelerin var olması,
- Kadının ev dışında çalışmasına olumlu bakılmaması,

- Evde aile reisinin erkek olduğu ve öncelikle erkeğin iş sahibi olması gerektiği şeklindeki düşüncelerin varlığıdır.

Türkiye’de kadın girişimciler üzerine yapılan araştırmalar sonucunda kadın girişimcilerle ilgili ortaya çıkan engellerin başında, sosyal ve kültürel ortamda kadın rollerinin kalıplaşmış olması, eğitimlerinin yetersizliği, ailelerin olumsuz tepkileri, iş yükünün fazla oluşu, finans kaynağı bulma güçlüğü, güvenilirlik sağlamak için kadınların erkeklerden daha fazla çaba gösterme gerekliliği gelmektedir (Kutunis ve Hancı, 2004: 458).

Çelik ve Özdevecioğlu’nun (2001) Nevşehir’de yaptıkları araştırmada, kadın girişimcilerin genel olarak yaşadıkları engeller; rol çatışması, güvensizlik, cinsel beklentiler, tecrübe yetersizliği, geleneksel baskı, başarısızlık beklentisi, ayrımcılık ve ortak bulmada güçlük çekme olarak belirlenmiştir. Kalaycıoğlu ve Toprak (2004) tarafından yapılan araştırmada ise; ev işleri ve çocuk bakımı konularının kadınların iş hayatına girmesinde engel olduğu belirtilmektedir (Sosyal, 2010b: 97). Bandırma’da yapılan bir araştırmada kadın girişimciler yaşadıkları sorunları önem derecesine göre; pazarın durgun oluşu, vergi ödemeleri, borç ödemeleri, elemanlarla ilgili sorunlar, aşırı yorgunluk, bürokratik engeller ve aile ile ilgili sorunlar şeklinde belirtmektedirler (Palaz ve Turgut, 2009: 108). Bir başka araştırmada ise kadınların girişimcilik faaliyetlerinde karşılarına çıkan engeller; toplumun kadınlar hakkındaki değer yargıları ve inanışları, bilgi eksikliği, rakiplerin engellemeleri, sermaye bulma güçlüğü ve yasal-bürokratik engeller şeklinde sıralanmaktadır (Tan, 2006: 530).

Hisrich ve Öztürk’ün gerçekleştirdiği araştırmada, kadın girişimcilikte başarıyı engelleyen faktörler; dış finansman sağlayamama, uygun eleman bulamama, yol gösterecek bir mercinin olmaması, teminat yetersizliği, finans, pazarlama ve personel gibi operasyonel konularında tecrübe eksikliği, meslektaşları ile zayıf sosyal ağlarının olması, kredi almada bilgi eksikliği, müşteri ve tedarikçi ile ilişkilerde deneyimsizlik olarak belirtilmiştir (Hisrich ve Öztürk, 1999: 123). Kutunis ve Hancı ise, kadınların yaşadıkları engelleri; sosyal baskılar, operasyonel engeller ve ayrımcılık olarak belirlemişlerdir (Kutunis ve Hancı, 2004: 462). Ülkemizde iş yaşamına erkek girişimcilere oranla daha geç giren kadınlar, örgütleme ve yönetim konularında güçlüklerle karşı karşıya kalmakta, iş yeri arama, kiralama, mal,

donanım, araç-gereç, personel temini, ödemeler gibi konularda erkeklere oranla daha fazla problem yaşamaktadırlar (Gürol, 2006: 244).

Kadın girişimcilikte başarıyı engelleyen faktörlerin tespiti, engellerin kaldırılarak kadın girişimcilikte başarının desteklenmesi ülke ekonomisinin güçlenmesi açısından büyük önem taşımaktadır. Araştırma sonuçlarına göre kadın girişimcilikte başarıyı engelleyen faktörler yukarıda kısaca genel olarak ifade edilmiştir. Bu bölümde kadın girişimcilikte başarıyı engelleyen faktörler; kurumsal engeller, sosyal engeller ve psikolojik engeller olmak üzere üç alt başlık altında incelenecektir.

4.1. KURUMSAL ENGELLER

Ülkemizde toplumun yarısını oluşturan kadınların girişimcilik yoluyla iş hayatına kazandırılması, ekonomik değer oluşturacakları anlamına gelmektedir. Günümüzde kadın girişimci sayısı artmış olsa da, kadın girişimciliğinin yeteri kadar finansman ile desteklenmemesi ve bürokratik engellerden dolayı kadın girişimciler yeterli ekonomik değeri oluşturamamaktadır. Kurumsal faktörler olarak gruplanan finansal ve bürokratik engeller aşağıda iki başlık altında ele alınacaktır.

4.1.1. Finansal Engeller

Girişimciliğin ekonomiye kayda değer ölçüde katkıda bulunabilmesi için işletmelerin kredilere ulaşabilmesi ve finansal çevrelerden destek görmesi gerekmektedir. Türkiye'deki durum incelendiğinde özellikle kadın girişimciler için yeterli kredi fırsatının bulunmadığı, aile ve kişisel birikimlerin finansman kaynağı olarak kullanıldığı ve kredi sağlama koşullarının oldukça zor olduğu ifade edilmektedir (Eğrican ve Karadeniz, 2008: 33). Kendi işini kurmak isteyen kadınların öncelikle bir finansman kaynağı bulmaları gerekmektedir ve bunun yolu genellikle krediden geçmektedir. Kadınların krediye ulaşmaları zor olmakla birlikte kredi olanaklarının yeteri kadar bilinmemesi, kredi almayı önemli ölçüde zorlaştırmaktadır. Ancak kadınların kredi alamamalarının en büyük nedeni, teminat gösterecek varlıkların tümünün erkekler üzerine olması dolayısıyla kadınların kredi için sunacakları teminat varlıklarının olmamasıdır (Şekerler, 2006: 122).

2001 yılında ABD'de yapılan işyeri sayımına göre; 9,1 milyon kadın

girişimcinin işletme sahibi olduğu, bu işletmelerin 27,5 milyon kişiye istihdam sağladığı ve satışlarının toplamının 3,6 trilyon dolara ulaştığı belirtilmektedir (DeMartino ve Barbato 2002: 817). Bu gelişme kadın girişimcilere sağlanan kredi imkanları ve krediler hakkında yapılan dzenli bilgilendirmeler ile sağlanmıştır. Dolayısıyla kadınların girişimci olmaya başlamasının en çok desteklendiği ya da engellendiği nokta, işletmenin kurulması için finansal kaynak temin etme durumu olmaktadır. Yapılan bir araştırma, Türkiye’de kadınların kurduğu işletmelerde başlangıç sermayesinin, erkeklerin kurduğu işletmelerdeki başlangıç sermayesi rakamının yarısından az olduğunu göstermektedir (Gürol, 2000: 232).

Finansal engeller bütün girişimcilerin sorunu olmakla beraber, kadın girişimciler için daha büyük sorun oluşturmaktadır. Bunun temel sebepleri aşağıdaki gibi açıklanmaktadır:

1. Kadınlar finansal güvenilirliklerini belgeleyecek finansal kayıtlara sahip olmadıklarından, genellikle borç veren kuruluşlarla zorluklar yaşamaktadırlar. Borç veren kuruluşlar iş tecrübesi, pazar şartları, üretilecek ürün veya servisin yapısı gibi konularla ilgilenmekte; birçok kadın girişimci ise, bu tür bilgilere sahip olmamaları nedeniyle, çoğunlukla kocalarının ve iş ortaklarının desteğini almak veya kendi kişisel birikimlerini kullanmak zorunda kalmaktadırlar (Güney, 2006: 39).
2. Çoğunlukla kadın girişimcilerin finans konusunda -özellikle finansal planlama, muhasebe, operasyon ve parasal konularla ilgili anlaşmaların yapılması alanlarında-yeterli tecrübelerinin olmamasıdır (Palaz ve Turgut, 2009: 107).
3. Kadın girişimcilerin sermaye edinebilmek için sınırlı sosyal ağ iletişimlerinin olmasıdır. Kadınların iletişim halinde olmayı seçtikleri sosyal ağlar incelendiğinde, bunların iş dünyası ile ilgili profesyonel ağlar olmasından ziyade, yakın arkadaş, eş ve aile fertlerinden oluşan gruplar oldukları görülmektedir (Borzi, 1994: 28).
4. Kadınların bankacılarla ilişkilerinde cinsiyet temelli önyargı ve ayrımcılığa maruz kalmalarıdır (Carter ve Rosa, 1998: 225). Güvensizlik yönünden kadınların durumu ile ilgili yapılan bir araştırmada, finansman kuruluşlarının kredi amacı ile başvuran girişimci kadınlara, erkeklere olduğu kadar sıcak bakmadıkları belirlenmiştir (Sosyal, 2010b: 101).

Can ve Karataş’ın Mersin’de kadın girişimciler üzerinde yaptıkları araştırmada,

kadınların kuruluş aşamasında güvensizlik, prosedürlerin zorluğu gibi nedenlerle banka kredisine başvurmadıkları ve işletmelerinde sermaye sıkıntısı çektikleri belirlenmiştir (Can ve Karataş, 2007: 253). Neergaard, Nielsen ve Kjeldsen (2006), kadın girişimcilerin iş kurmak için öncelikle kendi birikimlerini kullandıklarını tespit etmiştir. Kadın girişimciler, biriktirmiş oldukları küçük kişisel servetlerini, bunun yetersiz kalması durumunda ise aile ve yakın çevreden alacakları destekleri işletmelerinin kuruluş sermayesi olarak kullanmakta, başlangıçtaki sermaye eksikliği sorununu bu şekilde çözme yoluna gitmektedirler. Ayrıca, araştırma sonuçlarına göre kadınların banka kredileri kullanmaktan kaçınırken kullandıkları alternatif fon kaynaklarının orta ve uzun vadede daha maliyetli olduğu ortaya çıkmaktadır (Constantinidis vd., 2006: 135-142).

Kadın girişimciler; sermaye eksikliği, gerekli finansman kaynağına ulaşamama, kredi maliyetleri gibi finansal engellerle karşı karşıya kalmaktadır (Ecevit, 1993; 24). Finansal sermayenin mevcut olması, girişimcilik süreci için oldukça önemlidir. Bu anlamda kadın girişimcilerin önündeki en önemli engellerden biri finansal güçlerinin yeterli olmamasıdır.

4.1.2. Bürokratik Engeller

Kadınlar, özellikle işlerini kurma sürecinde sermaye eksikliği ile birlikte bürokratik engellerle karşı karşıya kalmaktadır. Ülkemiz içinde yapılan araştırmalar, kadınları girişimcilikten en çok uzaklaştıran faktörlerden birinin bürokratik engeller olduğunu ortaya çıkarmaktadır. Türk toplumu topluluklara bağlılığı yüksek, bireyciliği gelişmemiş bir toplum olarak bilinmektedir. Bunun bir sonucu olarak da, kişisel inisiyatifin ve girişimci faaliyetlerin yeterince güçlü olmadığı söylenebilmektedir. Dolayısıyla bu durum beraberinde bürokratik kurumların daha baskın olarak geliştiği sonucunu beraberinde getirmektedir (Aytaç ve İlhan, 2007: 114). Kadın girişimciliğini engelleyen faktörlerden biri olarak bürokratik engeller incelendiğinde, kurumsallaşmaya karşı tutum bunun önemli örneklerinden biri olmaktadır. Bir çok girişimci kurumsallaşma işlevini; karar alma sürecinin uzaması olarak görmektedir. Ülkedeki bürokratik yapının kurumsallaşmayı teşvik edememesinin en belirgin nedeni; kadın ve erkek girişimcilerin hantal–bürokratik yapıya gidileceğine ve tekrarların yaşanacağına olan inancı oluşturmaktadır (Baraz, 2006: 126).

Bürokrasi hem kadın hem de erkek girişimciler için başarıyı engelleyen bir faktördür.

Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu (TİSK) tarafından 2001 yılında derlenen Uluslararası Finans Kuruluşu (IFC) ve Yabancı Yatırım Danışmanlık Servisi (FIAS) tarafından yapılmış çalışmaya göre Türkiye’de işletme faaliyetine ilişkin zamanın %20’si bürokratik engeller nedeniyle harcanmaktadır. Bu oran Orta ve Doğu Avrupa ülkelerinde %8, Latin Amerika ülkelerinde %4’tür (TÜSİAD, 2002: 96).

TÜSİAD tarafından yapılan anket çalışmasında bürokratik engeller oldukça önemli bir sorun olarak ortaya çıkmaktadır. Ankete katılan girişimcilerin %90’ı bürokratların yeni kurulan şirketlere destek sağlamak konusunda etkili ve yeterli olmadığını, %66’sı karmaşık idari süreçler nedeniyle kendi işini kurmanın zor olduğunu ve %78’i yeni kurulan şirketlerin gerekli izin ve lisansları kısa sürede alamadıklarını söylemektedirler. Bürokratik engeller ile karşılaşılın kurumların başında devletin resmi kuruluşları gelmektedir, bunu gümrükler, belediyeler ve devlet bankaları izlemektedir. Bürokratik engellerle karşılaşmadığını söyleyen girişimci oranı %4 olarak tespit edilmiştir (TÜSİAD, 2002: 95).

Günümüzde bürokratik işlemlerin daha az zaman alması ve daha ekonomik olması için birçok kamu kurumu tarafından çeşitli düzenlemeler yapılmaktadır. Tüm kamu hizmetlerine tek bir noktadan erişim imkanı sağlayan “e-devlet” isimli büyük bir internet sitesi oluşturulmuştur. Bu sitenin amacı kamu hizmetlerini, vatandaşlara, işletmelere, kamu kurumlarına bilgi ve iletişim teknolojileriyle etkin ve verimli bir şekilde sunmaktır (www.turkiye.gov.tr). Bu gelişmelerin olmasıyla birlikte henüz yeterli düzeyde azaltılamamış olan bürokratik engeller, hem kadın hem erkek girişimcilerin başarısını engellemektedir.

4.2. SOSYAL ENGELLER

Kadınlar, girişimci olma süreçlerinde ve girişimcilik faaliyetinde bulunurken özellikle sosyal açıdan bir takım engellerle karşılaşmaktadırlar. Yapılan araştırmalar sonucunda kadın girişimcilerle ilgili ortaya çıkan sosyal engeller; sosyal ve kültürel ortamda kadın rollerinin kalıplaşmış olması, eğitimlerinin yetersizliği, ailelerin olumsuz tepkileri, iş yükünün fazla oluşu gelmektedir (Can ve Karataş, 2007: 253). Aile, akrabalar, arkadaşlar, sosyal ağlar, toplum, iş tecrübesi, alınan eğitim bireyin girişimcilik ruhunun gelişmesini ve sahip olduğu girişimci nitelikleri olumlu ya da olumsuz etkileyebilmektedir (KSGM, 2000: 10). Sosyal faktörler olarak gruplanan; aile, çevre, eğitim ve tecrübe kadınların girişimci olmasını bazen

destekler nitelikte iken, bazen de engelleyici nitelikte olabilmektedir. Sosyal faktörlerin kadın girişimciliğini destekleyen boyutları daha önce incelenmiştir. Bu bölümde sosyal faktörlerin kadın girişimciliğini engelleyen boyutları üç alt başlık ile açıklanacaktır.

4.2.1. Aile

Türk toplumunun aile yapısında kadına en uygun yer ev ve en uygun iş de çocuklarına bakmak ve kendi evinin işlerini yapmaktır düşüncesi, kültürel olarak kabul görmüş unsurlardan biridir. Buna göre evi geçindirecek olan, bir diğer ifade ile ekonomik görevleri üstlenen esas birey erkektir. Kadınların geleneksel olarak kendilerine atfedilen “kadınlık ve annelik” rollerinden çıkıp; ev kadınlığı dışında bir meslek edinme çabaları hem kadınlar için hem de toplumun geri kalanı için çözülmesi gereken bir sorun olarak gündeme gelmektedir. En gelişmiş ülkelerde ve gelişme yolundaki birçok ülkede kadının yerinin ev olduğuna inanılmakta, birçok erkek egemen ataerkil toplumda onun evin erkeğinin izni olmaksızın herhangi bir girişimi engelenmiş bulunmaktadır (Çelik ve Özdevecioğlu, 2001: 493).

Aile içerisinde üstlendiği sorumluluklara ve toplumsal beklentilere rağmen çalışma yaşamına girebilen kadınların iş hayatlarını kısa bir sürede sonlandırması veya iş hayatında yükselme doğrultusunda tüm potansiyelini ortaya koyamamasının temel nedeni ev ve iş yaşamını dengeleme konusunda yaşadıkları sorunlardır (KSGM, 2009: 24). Türkiye’de çocuk, yaşlı ve hasta bakımına ilişkin hizmetler daha çok aileye, aile içerisinde de kadına havale edilmiş bulunmaktadır. Kadınları girişimcilik konusunda engelleyen en önemli sorunlardan biri çocuk bakımındır. Özellikle okul öncesi dönemde olan çocuklar için kreş ve benzeri yerlerin yetersiz oluşu kadınların iş hayatı ile aile hayatı arasında denge kurmalarını zorlaştırmaktadır. Bu açıdan çocuklarını bırakabileceği bir takım kuruluşların olması gerekmektedir. Sosyal hizmetlerin çok az bir kısmı devlet tarafından karşılanıyorsa da yeni politikaların uygulanması ile birlikte bu hizmetlerin piyasadan satın alınabilirliğini sağlayıcı düzenlemeler hayata geçirilmektedir (Güler Müftüoğlu, 2006: 44).

Çocukların bakımı ve eğitimi, yaşlı bakımı, geleneksel yapı içinde kadının çalışmasına yönelik eğilimin az olması kadın girişimcinin iş hayatına girmesini olumsuz etkileyen sebepler arasında sayılmaktadır (Ayaz, 1993; 179). Özellikle kadınların aile ve iş hayatlarının uyumlaştırılmasına yardımcı olacak destekleyici mekanizmaların zayıf olması çalışan

kadınların dışarıda çalışmayı ikinci bir yük şeklinde hissetmelerine neden olabilmektedir. Bu da pek çok kadının ev dışında iş hayatına katılmamasına ve girişimcilik faaliyetlerden yoksun kalmasına yol açan önemli engellerden birini oluşturmaktadır (Kansız ve Acuner, 2008: 14). Günümüzde kadınların bir çoğu (özellikle evli olanlar) ailelerine karşı sorumlulukları olduğundan işleri gereği de olsa kolayca seyahat edememektedirler. Bu durumdan dolayı kadınların yurt dışı seyahatlerini gerektirmeyen işlere ve alanlara yönelmeleri istenebilmektedir (Bedük, 2005; 114).

Kadınların aile içinde sahip olduğu ev işleri, çocuk bakımı, yaşlı bakımı gibi sorumluluklar iş hayatındaki başarılarını engellemektedir. Günümüzde birçok kadın girişimciye aileleri tarafından maddi ve manevi destek sağlanmaktadır. Fakat, aile ve iş hayatını dengelemeye çalışan kadın girişimciler daha fazla aile desteğine ihtiyaç duymaktadır.

4.2.2. Çevre

Kadın girişimcilerin başlangıç aşamasında ve faaliyete geçtikten sonraki aşamalarda karşılaştıkları sorunların büyük bir bölümünün, erkek egemen çevrede, çevre ile ilişkiler kurma konusunda yaşandığı belirtilmektedir (Brush, 1997: 22). Yüzyıllar boyunca her toplumda kadın ve erkek arasında ayırım yapıldığı gibi, yine her toplumda ataerkil aile ve toplum yapısının egemen olduğu bir gerçektir. Kadın ve erkek arasında cinsiyet ayırımının bütün toplumlarda bir rol ayırımına yol açtığı, bu rol bölüşümü nedeniyle kadının ev ve özel yaşamla sınırlandığı, erkeğin ise toplumda evin ekmeğini kazanan, aile gelirini temin eden, kararlarda söz sahibi olan bir güç olarak etkin bir rol oynadığı görülmektedir. Özetle, üretim işlevi erkeğe, üreme ve ev işleri kadına aittir. Kadının eğitim, çalışma ve çalışmasının karşılığını alması toplumsal etkinliklere katılması hep “kadın” olduğu için engellenmiş ve sınırlanmıştır (Koray, 2000: 211). Toplumda sınırlandırılan kadın girişimci kültürün de etkisiyle erkek girişimcilere oranla daha çok sorun ve olumsuzluklarla karşılaşmaktadır. Burada toplumun “iş kadını”na alışık olmaması büyük rol oynamaktadır (Gürol, 2006: 244). Kutanis’in (2003) yapmış olduğu bir araştırmada, iş dünyasına genellikle erkeklerin hakim olmalarından dolayı kadın girişimciler, özellikle müşterilerinin ve erkek meslektaşlarının gözünde meşruiyet kazanmalarının zor olduğunu ve piyasada kendilerini kabul ettirebilmelerinin erkeklere göre daha fazla zaman aldığını belirtmişlerdir (Soysal, 2010b:

100).

Kadınların, toplum tarafından kendisine yüklenen olumsuz algı nedeniyle başarıları engellenmektedir. Buna ek olarak toplum içerisinde kadınların iletişim içerisinde oldukları sosyal ağların zayıf ve eksik olması da, kadın girişimcilerin başarısını olumsuz olarak etkileyebilmektedir. Yetim'in çalışmasında (2002) kadınların sosyal ağları içinde ilk sırada aileler, sonra arkadaşlar ve daha sonra diğer sosyal ağlar gelmektedir. Burt'un (1998) araştırma sonucuna göre, iş yaşamında kadınların erkekler kadar çeşitli ve geniş sosyal ağlara sahip olmadığı ortaya çıkmaktadır. Bunun en önemli sebeplerinden biri ise erkek yoğun ağlarda kadınlar değerli ve önemli olarak algılanmadığı için erkeklerin kadınları mevcut ağlarına almak istememeleridir (Özdemir, 2010: 131).

Cai ve Klenier (1999) kadınların örgüt içinde ve dışında iletişim ağı eksikliği hissettiklerini belirtmişlerdir. Örneğin, patronlarla golf oynamaya, erkek kulüplerine ve spor faaliyetlerine erkekler kadar sıklıkla katılmayan veya davet edilmeyen kadınların önemli iş bağlantılarının dışında kaldıklarına dikkat çekilmektedir (Anafartalar vd., 2008: 120). Genelde erkek girişimciler kendi aralarında güçlü bir iletişim barındırmaktadır. Ancak kadın girişimciler incelendiğinde böylesine kuvvetli bir bağın oluşmadığı görülmektedir. Birlikte hareket edebilmek, ortak karar almak ve sivil toplum kültürünü geliştirmek için, kadın girişimcilerin iş tecrübelerini paylaşmaları, bilgilerini diğerlerine aktarmaları, potansiyel güçlerini ve kapasitelerini keşfederek birbirlerine yardım edebilmeleri için çok iyi bir iletişim ağı kurmaları gerekmektedir (İlter, 2008: 119). Zayıf ve eksik sosyal ağlar kadın girişimcileri edinebilecekleri bilgi ve tecrübeden yoksun bırakmaktadır.

Sosyal ağlar ile iletişim sayesinde potansiyel güçlerini birleştirebilen kadın girişimciler, özellikle diğer başarılı kadın girişimcileri kendilerine örnek alarak motive olabilmektedir. Geçmişte girişimci kadınların olması, kadınların girişimcilik faaliyetlerine yönelmelerine önemli bir destek sağlamaktadır. Rol modeli olarak algılanan bu durum, onları kendisine rol modeli olarak alan kişiler açısından önemli olmaktadır (OECD, 2004). Çünkü rol modeli olarak alınan kişilerin ilgileri, yaklaşımları, davranışları ve faaliyetleri girişimci olmak isteyenlerin arzularını ve güvenilirliklerini etkilemektedir. Rol modellerinin etkisi, cinsiyetle doğrudan ilişkilidir. Yani, bir kişi aynı cinsiyete sahip diğer bir kişiden daha fazla

etkilenmektedir. Araştırma sonuçlarına göre; kendi işinde çalışan anne ve babaların çocukları da bir kariyer seçeneği olarak girişimciliği merkezi önemde görebilmektedirler. Üstelik kendi işinde çalışan anne ve babaların etkisi cinsiyet temelinde daha da etkili olabilmektedir. Örneğin erkek çocuğunun annesinden çok, kendi işinde çalışan babasından etkilenmesi daha olasıdır (Soysal, 2010b: 104). Yapılan bir araştırmada kadın girişimcilerin önemli bir bölümü ailelerinde kendilerine örnek aldıkları bir kişinin olmadığını ve bu durumun çalışma yaşamında kendilerini oldukça zorladığını belirtmişlerdir (Gökakın, 2000: 112). İş yaşamında kadınlardan çok erkeklerin daha etkin olduğu bilinmektedir. Bunun bir sonucu olarak kadınların öteden beri kendilerine rol modeli olarak alabilecekleri yeterli kadın girişimci bulunmamıştır. Kadın girişimcilikte rol modellerin eksik olması, kadınların rol modelleri örnek alarak girişimciliğe yönelmelerinde oldukça büyük bir eksiklik oluşturmuştur.

Toplumun kadının yerini evi olarak görmesi, iş kadınına alışık olmaması, rol model kadın girişimci sayısının az olması, kadınların zayıf ve eksik sosyal ağ bağlantıları, kadın girişimcilikte başarıyı engellemektedir.

4.2.3. Eğitim Ve Tecrübe

Potansiyel ve mevcut kadın girişimciler, aile içi sorumluluklarından ve sosyal kültürden kaynaklanan engellerin yanısıra, iş kurma ve devam ettirme konusunda yeterli eğitim, bilgi ve beceri eksikliği gibi sorunlarla da karşılaşmaktadırlar. Bu nedenle daha çok, eğitilmiş kadınlar kayıtlı ekonomide başarılı olabilmektedirler. Eğitim düzeyi düşük olan kadınlar ise daha çok kayıtdışı ekonomide çalışmakta; genel işletme yönetimi, kredi olanaklarına erişim, ürün pazarlama konularında sorunlarla karşılaşmaktadırlar. Kadınlar, niteliklerini arttıracak olan eğitim fırsatlarından daha kolay faydalanabildikleri takdirde, daha başarılı bir girişimci olabileceklerdir (Tekin, 2005: 324).

Eğitim düzeyi kadınların çalışma kararlığını yönlendiren bir etkendir. Kadınların eğitim düzeyi arttıkça, işgücüne katılım olanakları artmaktadır. Ancak, ülkemizde eğitimin her kademesinde kadınlar için bir eşitsizlik söz konusu olmaktadır (KSGM, 2009: 24). Türkiye, kadın okuryazarlığı ve kız çocuklarının okula devamı bakımından benzer gelişmişlik düzeyindeki ülkelere göre çok daha gerilerdedir. Okullaşma oranı yıllar itibarıyla artış eğilimi içerisinde olsa da, hala düşüktür. Bununla beraber kadınların eğitim düzeyleri de bir kuşaktan

diğerine artış göstermesine rağmen, yeterli düzeyde değildir. İlkokul ve lise eğitimi düzeylerinde belirgin bir katmanlaşma bulunmakta, kadınların büyük bir bölümünün bu iki aşamada eğitime son verdikleri ve bir üst düzey eğitime geçemedikleri görülmektedir (Toksöz, 2007: 14). Ülkemizde eğitim eksikliği kadınlar için büyük ve önemli bir sorundur. Bu sorunun çözümü, her şeyden önce eğitim ve bilinçlenme sürecini gerekli kılmaktadır. Eğitim olanağına kavuşan ve ailesinden tam destek alan kadınların iş yaşamındaki başarıları göz önüne alındığında, ailelerin kız çocuklarının da eğitime duyarlılık göstermeleri ve kız çocuklarına erkek çocukların eğitim imkânlarıyla eşit fırsatlar sunmaları beklenmektedir (Güney, 2006: 41).

Eğitim ile birlikte kadın girişimcileri iş hayatında zorlayan bir diğer önemli engel ise tecrübe eksikliği olarak ifade edilmektedir. Girişimcilikte, fırsatların tanımlanmasından işin performansına kadar tüm aşamalar tecrübe ile ilgilidir. Gelişmiş ekonomilerdeki araştırmalar, kadınların girişimcilik faaliyetlerinde tecrübe eksikliği yaşadıklarını göstermiştir (OECD, 2004: 43). Özellikle kadın girişimcilerin yeterli düzeyde olmayan eğitim ve tecrübesi, yakın çevreleri tarafından “başarısız olacak” düşüncesini oluşturmaktadır, bu düşünce kadın girişimcinin başarısına engel olan bir diğer faktör olarak görülebilmektedir (Soysal, 2010b: 102)

Kadınların 20. yüzyılın başlarında iş hayatına girmesiyle birlikte temel haklarını elde etmeye başladığı görülmektedir. Günümüzde hem işgören hem de girişimci kadın sayısı artmaktadır. 20. yüzyıla kadar sosyal ve ekonomik haklardan mahrum kalan kadınların iş hayatına geç girmelerinden dolayı, kadınlarda tecrübe eksikliğinin erkeklere oranla daha fazla olduğu bilinmektedir. İş hayatında geç yer alan kadınların işgören konumunda iken karşılaştıkları problemler (cam tavan, cinsel taciz, eşit olmayan ücret politikaları, esnek olmayan çalışma saatleri) kadınları kendi işlerinde çalışmaya eğilimli hale getirmektedir. Ancak erkek girişimcilerin daha uzun süredir iş hayatında bulunması, eğitim alma konusunda daha avantajlı olması ve toplum tarafından girişimcilik kavramının erkeklere yüklenmesi, kadın girişimcileri erkek girişimciler karşısında daha tecrübesiz konumda bırakmaktadır (İlter 2008: 63).

Önceki iş tecrübesi ile girişimci olunan sektör arasında yakın bir ilişki vardır. Fakat bu

konuda, erkek ve kadın girişimciler arasındaki önemli bir farklılık bulunmaktadır. Erkek girişimcilerde, daha önce çalışmış oldukları işler ile girişimci olarak yeni başladıkları işler arasındaki benzerlik %84 civarında iken bu oran kadınlarda %40 civarında kalmaktadır (Catley & Hamilton, 1998: 76). Bu tercihten dolayı kadınların girişimci olarak yeni işlerinde deneyim ve tecrübe eksikliği nedeniyle önemli sıkıntılar yaşayabilecekleri tahmin edilmektedir.

Kadın girişimciler, iş kurma ve devam ettirme süreçlerinde eğitim ve tecrübe eksikliği gibi sorunlarla karşılaşmaktadır. Erkeklerle eşit fırsatlara sahip olamayan kadınların eğitim ve tecrübe eksikliği girişimcilikte başarılı olmalarını engellemektedir.

4.3. PSİKOLOJİK ENGELLER

Kadın ve erkek arasında cinsiyet farkının yol açtığı rol ayrımı nedeniyle kadının ev ve aile yaşamı ile sınırlandırıldığı, erkeğin ise toplumda aile gelirini temin eden, kararlarda söz sahibi olan bir güç olarak kabul edildiği görülmektedir. Toplumun kadına yüklediği roller ve sorumluluklarla birlikte girişimci olan kadınlar; rol çatışması ve stres, cinsiyete dayalı rol ayrımcılığı, zaman darlığı gibi psikolojik engellerle karşı karşıya kalmaktadır. Bu bölümde psikolojik engeller üç alt başlık ile açıklanacaktır.

4.3.1. Rol Çatışması Ve Stress

Kadın girişimcilerin, özel hayatlarıyla iş hayatları arasındaki rol ikilemi “rol çatışması” olarak tanımlanmaktadır. Bu anlamda rol çatışması, girişimci kadınların alanlardan birine daha fazla zaman ayırdığında diğer tarafı ihmal ile sonuçlanan bir durum olarak ifade edilmektedir (Narin vd., 2006: 71). Kararsızlık, endişe, zorlama, bunalım, gerilim gibi unsurlar içeren rol çatışmalarının ortaya çıktığı durumlarda çeşitli sebeplerle rollerden birisi ihmal edilmektedir (Kansız ve Acuner, 2008: 14).

Yapılan bir çalışmada işteki çalışma süresi, katı iş programları ve işte stres yapan durumlar ile rol çatışması arasında pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir (Özdevecioğlu ve Aktaş, 2007: 6). Böylece kadınlar ailelerinden, erkeklere göre daha fazla sorumlu olduklarından, rol çatışmasını çözemeyen kadın, duygusal açıdan acı çekebilme, yaşam tatmini azalabilme, toplum tarafından eleştirilme ve daha fazla yıpranabilmektedir

(Anafarta vd., 2008: 116). Örucü vd. yaptıkları bir araştırmada; kadının hem aile içindeki rollerini yerine getirmesi, hem de iş yaşamında yoğun çalışma temposuna ayak uydurmasının zorluğu, kadın girişimcilerin başarılı olmalarında engel oluşturduğu ortaya çıkmaktadır (Örucü vd., 2007: 121).

Yapılan başka bir araştırmada kadın girişimciler, işleri ile birlikte ev işleri ve çocuk bakımı hususunda kendilerini birinci derecede sorumlu hissettikleri söylemişlerdir. Bu nedenle, toplumun kendilerine yüklemiş olduğu annelik rollerinin altında ezildiklerini ve bunun sonucu olarak fiziksel ve zihinsel yorgunluk ve yıpranma yaşadıklarını, kendilerine zaman ayıramadıklarını, iş ve aile yaşamından dolayı stres yaşadıklarını belirtmişlerdir (Palaz ve Turgut, 2009: 109). Kadınların kendilerini hem aile hem de iş hayatını birlikte başarılı bir şekilde yürütmek konusunda zorunlu gibi hissetmeleri üzerlerinde baskı oluşturmaktadır. Kadınlar ailesine ilişkin sorumlulukları ile işine ilişkin sorumluluğu arasında kalmakta birine yönelik rolünü öne aldığımda diğerini ihmal ettiğini düşünerek rol çatışması yaşamakta bu da strese yol açmaktadır.

4.3.2. Cinsiyete Dayalı Rol Ayrımcılığı

Kadınların iş hayatlarını etkileyen en önemli faktörlerden birisi de erkeklerden farklı olarak toplum içerisinde benimsedikleri cinsiyet rolüdür. Cinsiyet rolü, hangi meslek ya da pozisyonun kadın işi, hangilerinin erkek işi olduğunun belirlenmesini sağlamaktadır (Örucü vd., 2007: 120). Böylece kadının toplumdaki cinsiyet rolünden dolayı onun ev hayatı ve iş hayatı arasında denge kurmak zorunda olması, anne ve eş olma rolünün bir uzantısı gibi değerlendirilen öğretmenlik, hemşirelik, sekreterlik gibi daha çok kadınların çalıştığı mesleklere yönelmesine yol açmaktadır (Narin vd., 2006: 71). Özellikle kadınların sanayi sektöründeki varlıkları erkeklere kıyasla çok düşüktür ve emek yoğun hafif sanayi dallarında göreceli olarak dar bir alanda faaliyet göstermektedirler. Sheppard (1992) geleneksel olarak erkek egemen olan sektörlerde kadınların kendilerine yer bulmalarının başarı düzeyleri yüksek dahi olsa güç olduğunu ifade etmektedir (Gökakın, 2000: 114). Dolayısıyla toplumda “erkeksi” ve “kadınsı” meslek ayrımı ortaya çıkmıştır. Böylece cinsiyet rolüne dayalı rol ayrımcılığı ve önyargılar oluşmaktadır.

Kadınların çalışma yaşamına girmesi veya girdikten sonra işte devamlılıkları

konusunda yasalarda cinsiyete dayalı ayrımcılık söz konusu değildir. 2003 yılında yürürlüğe giren 4857 Sayılı İş Kanunu'na göre aynı veya eşit değerde bir iş için cinsiyet nedeniyle daha düşük ücret kararlaştırılmayacağı hükmedilmektedir. Ancak belli iş ve mesleklerin kadınlara uygun işler olarak toplumsal kabul görmemesi, görev dağılımında adil davranılmaması, ekonomik kriz dönemlerinde önce kadınların işten çıkarılması, özellikle enformel sektörde ücretlerin düşük tutulması gibi ayrımcılık örnekleriyle karşılaşmaktadır (KSGM, 2009: 24). Erkeğin aile reisi ve evin asıl geçindiricisi olduğu, oysa kadının kendisine bakmakla yükümlü bir erkeğe (koca veya baba) sahip ve ona bağımlı olduğu görüşü kadına düşük ücret ödenmesini meşru kılmaktadır. Kadınların kazançlarının aile bütçesine katkı veya ekstra harcamalar için ek gelir olarak nitelendirilmesi de bu anlayış içerisinde yerini almaktadır (TÜSİAD, 2000: 170).

Cinsiyet rollerinin kadınlara ve erkeklere yükledikleri farklı yükümlülükler yaşamın her alanında kendini göstermektedir. Girişimci özelliklere sahip olan kişiler iyi birer “iş adamı” olurken, kadınların yüklendiği rol ise “ev kadını” olarak gerçekleşmektedir. Ev kadını rolü ile birlikte girişimci olan kadınlar, cinsiyetleri nedeniyle iş hayatlarında birçok farklı konuda ayrımcılık ile karşılaşarak psikolojik olarak engellenmektedir.

4.3.3. Zaman Darlığı

Girişimci olan kadınların karşılaştıkları bir diğer engel zaman darlığıdır. Toplumumuzda genel olarak kadının bir işte çalışması ancak anne rolünü yerine getirdiği durumda mümkün olarak algılanmaktadır. Dolayısıyla bu algı, kadına zaman ve hareket açısından büyük bir kısıtlama getirmektedir (İlter 2008: 90-91) Zaman darlığı nedeni ile kadın girişimciler öncelikle psikolojik olarak olumsuz etkilenmektedir. Bununla birlikte, kadın o kadar farklı ev işlerinden ve çocukların yetiştirilmesinden sorumlu olduğu için, var olan bir işi geliştirmeye veya girişimci olmada girişimsel yetenekleri geliştirmeye yeterince zaman ayıramabilmektedir. Böylece kadın girişimciler, kredi için destek kuruluşlarına, bankalara ve diğer finans kuruluşlarına gitmeye, yetenek kazanmak için eğitim programlarına katılmaya veya daha iyi müşteriler veya tedarikçiler araştırmaya yeterli zaman bulamayabilmektedir (OECD, 2004). Araştırmalar göstermektedir ki, zaman darlığı iş hayatındaki birçok kadın için önemli bir engeldir.

Rol çatışması ve stres, cinsiyete dayalı rol ayrımcılığı, zaman darlığı gibi engeller kadın girişimciler üzerinde öncelikle psikolojik olarak olumsuz etkide bulunmaktadır. Psikolojik engeller kadınların meslek seçimini etkilemekte, iş hayatlarını zorlaştırmakta, kadın girişimcilikte başarıyı engellemektedir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KADIN GİRİŞİMCİLİKTE BAŞARIYI DESTEKLEYEN VE ENGELLEYEN FAKTÖRLERİN İSTATİSTİK ANALİZİ

Son yıllarda, kadınların çalışma hayatına büyük oranda katılması ve daha aktif rol olarak girişimcilik faaliyetlerinde bulunmaları, gelişen ekonomiler için “stratejik” bir öneme sahiptir. Günümüzde yaşanan ekonomik, sosyal ve teknolojik gelişmeler bütün dünyada olduğu gibi Türkiye’de de kadınların gittikçe daha fazla aktif olarak çalışma hayatına katılmalarına yol açmıştır. Kadınların kişisel çabalarıyla birlikte hükümetlerin ve diğer sivil toplum kuruluşlarının da kadınların iş hayatında daha etkin hale gelmesine yönelik karar ve uygulamalar içerine girmesi gerekmektedir.

Kadınlar dünya ve Türkiye nüfusunun yarısını oluşturmasına karşın aynı oranda temsil edilmemektedir. İnsan kaynakları kullanımı açısından potansiyel işgücünü oluşturan bu nüfusun bilgi, yetenek ve tecrübelerinden yeteri kadar yararlanmamak ciddi bir kayıptır. Kadınların ekonomik hayatta erkeklerin yanında gerek işgören statüsünde ve gerekse girişimci olarak yer almalarının sağlanması ile onları ekonomik gelişmeye önemli katkılar sağlayan potansiyel güç haline getirmek mümkündür. Böylece kadınların iş hayatında temsili ve başarısının sağlanması her şeyden çok ülke ve toplumların ekonomik ve sosyal gelişimi açısından önem taşımaktadır.

Kadınların iş hayatında yer alması ve başarısının sağlanması için onları girişimci olmaya yönelten motivasyon kaynaklarının, iş hayatlarında başarılarını olumlu veya olumsuz etkileyen faktörlerin tespitine yönelik kapsamlı araştırmalara ihtiyaç vardır. Bu çalışmada kadın girişimcilerin başarılarını olumlu ya da olumsuz etkileyen faktörler belirlenerek, başarıyı etkileyen bir risk modeli geliştirilecektir.

1. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ VE AMACI

Girişimcilik ülkelerin ekonomik performanslarını ve istihdam seviyelerini artırıcı bir unsurdur. Girişimciliğin ve bugün kazanmış olduğu yeni boyutu ile kadın girişimciliğin önemi her geçen gün daha da artmaktadır. Özellikle kırılğan bir ekonomiye sahip olan ülkemizde ekonomiyi büyütmede, istihdamı arttırmada ve dünya ölçeğinde faaliyet gösteren işletmeler kurmada, kadın girişimcilerin önemli bir rol oynayabileceği dikkate alınmalıdır.

Ülkemizde kadınların ekonomik faaliyetlere katılımı yeterli düzeyde değildir. Kadınların ekonomik ve sosyal yaşamdaki potansiyellerini harekete geçirecek gücü kendilerinde görmeleri gerekmektedir. Bu sebeple, kadınların iş hayatına girişimci olarak adım atmalarını sağlayan motivasyon faktörlerinin belirlenmesi büyük önem taşımaktadır. Kadınların iş hayatına katılımını arttırmak ve iş hayatında yer alan kadınları güçlendirmek için kadın girişimcilikte başarıyı destekleyen politika ve programların ön plana çıkması gerekmektedir. Kadın girişimciliğinin desteklenmesi yönünde hükümetler, sivil toplum kuruluşları, çeşitli kurumlar tarafından sunulan bazı uygulamalar bulunmaktadır. Ancak, bu uygulamaların artması ve etkin olabilmesi için kadın girişimcilikte başarıyı destekleyen ve engelleyen faktörleri ortaya koyan kapsamlı araştırmalara gerek vardır.

Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde kadın girişimciliği üzerine yapılan çalışmaların oldukça sınırlı olması bu tür ülkelerde kadın girişimcilerin rolünün ve etkinliğinin hangi oranda olduğunu anlamada sorun oluşturabilmektedir. Kadın girişimciliği, özellikle ülkemizde hem ekonomik hem de sosyal katkıları açısından araştırılmaya değer bir konu olması nedeniyle önem taşımaktadır.

Araştırmanın amacı, Bursa ilinde çeşitli sektörlerde faaliyet gösteren kadın girişimcilerin başarılarını destekleyen ve engelleyen faktörlerin belirlenmesi ve analiz edilmesidir. Bunun yanı sıra kadın girişimcilerin motivasyon kaynaklarının belirlenmesi, devlet destekleri ile girişimcilik arası ilişkinin tespit edilmesi araştırmanın diğer amaçlarını oluşturmaktadır.

2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmada kullanılan ankette, demografik özelliklerin sorgulanmasına yönelik soruların yanı sıra genel olarak kadınları girişimciliğe iten ve çeken faktörleri, kadınların işlerini kurarken ve yürütürken karşılaştıkları engelleri ve kadın girişimcilere verilen desteklerle ilgili bilgi düzeylerini belirlemeye yönelik sorular yer almıştır. Anket sorularının (Soru 20, 21, 22, 23, 24) hazırlanmasında Alpşahin tarafından (2011) geçerlilik güvenirliliği yapılarak Türkçeye kazandırılmış olan “FSB Survey: Lifting Barriers To Growth In UK Small Business Businesses 2008” araştırması ve “The NES Follow-Up Survey 2006” araştırması soru formları kullanılmıştır.

Ankette 7 adet açık uçlu, 15 çoktan seçmeli, 5 adet 5’li likert ölçeği olmak üzere toplam 27 soru bulunmaktadır. Anket soru ifadelerinin anlaşılabilirliğinin testi için ilk aşamada 21 kadın girişimciye gönderilmiştir. Pilot uygulamanın ardından gelen bildirimler doğrultusunda sorular revize edilmiştir.

Kadın girişimcilerin zaman darlığından dolayı anketi uygulamaya az zaman ayırmayı isteyecekleri düşünülmüştür. Bu sebeple anket bilgisayar ortamında hazırlanmış ve Survey Monkey programı kullanılarak yanıtlayıcılara e-mail yolu ile gönderilmiştir.

3. ARAŞTIRMANIN ÖRNEKLEMİ

Araştırmanın hedef kitlesi; BTSO üyesi, işletme ömrü en az 1 yıl olan ve en az 2 personel çalıştıran kadın girişimciler olarak kasti (gayeli) örnekleme yöntemine göre belirlenmiştir. Kasti örnekleme, anket formlarının ön testi, çerçevenin belirlenmesi veya tüm birimlerden bilgi alınamaması gibi durumlarda kullanılmaktadır. BTSO üyesi kadınlar hizmet ve sanayi sektöründe faaliyet gösteren işletme sahibi girişimcilerdir.

Araştırmada 340 kişiye sanal ortamda anket gönderilmiştir, anket geri dönüşleri değerlendirilerek yanıtlamayan kişilere anket tekrar gönderilmiştir. Bu işlem tekrarlanmış, ayrıca telefonlar anketlerin uygulanma aşaması takip edilmiştir. Toplam 99 anket geri dönüşü olmuştur. Anket kabul oranı %29 olarak gerçekleşmiştir. 9 anket değerlendirilmeye uygun olmaması nedeniyle değerlendirilme dışı bırakılmıştır. Böylece 90 kadın girişimcinin ankete verdiği yanıtlar değerlendirmeye alınmıştır.

4. ARAŞTIRMANIN VARSAYIMLARI VE SINIRLILIKLARI

4. 1. VARSAYIMLAR

Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin ölçme araçlarındaki soruları cevaplandırırken gerçek duygu ve düşüncelerini yansıttıkları kabul edilmiştir. Araştırmaya katılan kişiler anketlere istekle cevap vermişlerdir. Kadın girişimcilerin anketi doğru ve eksiksiz cevapladıkları, soruları cevaplarken kelimelerin gerçek manasıyla anladıkları kabul edilmiştir. Oluşabilecek kavram yanılgıları göz ardı edilmiştir.

Anket soruları ön araştırmalarla geliştirilmiş, uzmanların görüşleri ışığında geçerli ve güvenilir bulunmuştur. Araştırma yöntemine uygun olarak elde edilen verileri test etmek için seçilen istatistikî teknikler araştırmaya uygun olarak seçilmiştir. Bu konuda yapılan literatür taraması araştırmanın geçerliği ve güvenilirliği açısından yeterlidir.

4. 2. SINIRLILIKLAR

Araştırma sırasında, anket uygulaması içeren bilimsel çalışmaların temel zorlukları ile karşı karşıya kalınmıştır. Uzun olan anket formları her ne kadar kısaltılmış dahi olsa, bazı girişimcilerin zaman kısıtlarından dolayı sıkıntı oluşmuştur. Ankete katılan girişimcilerin yoğun iş programları, yurtiçi ve yurtdışı seyahatleri, zaman kısıtları ve anket çalışmasına sıcak bakmadıkları da bilinmektedir. Anketin online uygulanması online anketlerdeki geri bildirim oranının yüksek olmaması nedeni ile bir kısıt oluşturmaktadır. Girişimcilik modelinde mikro faktörler üzerinden değerlendirmeler yapılmıştır, makro faktörler değerlendirilmemiştir.

5. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ

Araştırmanın amacı kadın girişimcilikte başarıyı destekleyen ve engelleyen faktörlerin belirlenmesi ve analiz edilmesidir. Bu temel amaca ulaşabilmek için aşağıdaki hipotezler test edilmiş, ilişkiler belirlenmeye çalışılmıştır. İlk dört hipotez başarıyı destekleyen faktörlere yönelik iken, diğer hipotezler başarıyı engelleyen faktörlerin etkisini belirlemek üzere kurgulanmıştır. Temel amaca yönelik bu hipotezler, önceki yapılan çalışmalar ve literatür doğrultusunda oluşturulmuş, genel kapsamda tutulmuş, spesifik etkiler kapsam dışında bırakılmıştır.

H1: Kadın girişimcilerin kurumsal destek faktörlerden yararlanma durumları ile başarıları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H2: Kadın girişimcilerin sosyal ağ yapıları (aile, arkadaşlar, sosyal çevre) ile başarıları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H3: Kadın girişimcilerin eğitim durumları ile başarısı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H4: Kadın girişimcilerin iş tecrübeleri ile başarısı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H5: Kadın girişimcilerde kurumsal engeller ile başarıları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H6: Kadın girişimcilerin sosyal engeller (aile, arkadaşlar, sosyal çevre) ile başarıları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H7: Kadın girişimcilerin eğitim engelleri ile başarısı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H8: Kadın girişimcilerin tecrübe engelleri ile başarısı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H9: Kadın girişimcilerin personel bulma engelleri ile başarısı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H10: Kadın girişimcilerin psikolojik engelleri ile başarıları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

6. ANKETİN GÜVENİLİRLİK ANALİZİ

Güvenilirlik testlerinden en çok kullanılan testler, Cronbach Alpha, İkiye Bölme (split), Paralel, Mutlak Kesin Paralel (strict) olarak sayılabilir. Cronbach Alpha değerinin %60'ı geçmesi anketin başarılı olduğunun göstergesidir. Bazı araştırmacılar, %70'i geçmesini temel alırlar. Diğer kriterlerin de %70'i geçmesi anketin iç tutarlılığının sağlandığını ve çıkarımlara güvenilebileceğini ortaya koymaktadır. Tablo 3.1'de görüleceği gibi her dört testte de belirtilen ve olması istenen yüzde değerlerinin güven kriterini geçmiştir. Örneklemin tutarlı ve oldukça güvenilir olduğu elde edilmiştir. Her bir güvenilirlik kriteri %70 değerini aştığı için, kişilerle yapılan anketin başarılı olduğu, anketin kendi içinde tutarlı olduğu, elde edilecek sonuçların gerçekleri yansıtacağı ortaya konulmuştur.

Tablo 3. 1: Anketin Güvenilirlik Test Sonuçları

	Anketin Güvenirlilik Sonuçları
Cronbach_Alpha	0.7840
Split	0.7547-0.7965
Parelel	0.7888
Strict	0.7342

7. VERİLERİN ANALİZİ

Çalışmada ilk olarak her bir soru için sıklık (frekans) tabloları oluşturularak yüzde değerleri yorumlanmıştır. İkinci aşamada, her bir hipotezin sınanmasına yönelik kategorik verilerin ilişki analizinde kullanılan ki-kare ilişki analizi sonuçları değerlendirilmiştir. Ayrıca kontenjans (çapraz) tablolar verilerle detaylandırılmıştır. Üçüncü olarak, çalışmanın amacına yönelik bazı gruplar oluşturularak, açıklayıcı (explanatory) faktör analizi ile indirgenen başarıyı destekleyen ve engelleyen sorular temel başlıklarda elde edilmiş, her bir faktöre Kolmogorov-Smirnov ve Jarque-Bera normallik testi yapılmış, normal dağılımın sağlanmadığı belirlendiği için non-parametrik grup farklılığı testi olan Mann-Whitney U testi ve Kruskal Wallis testi uygulanmıştır. Son aşamada, başarı kavramını temsilen kârlılık değişkenine (başarılı-başarısız olarak binary) etki eden unsurların tanımlanması amaçlı lojistik regresyon modeli kurularak, bir model içinde ilişkiler yorumlanmıştır.

Verilerin analizi SPSS 18.00 paket programı ile bilgisayar ortamında gerçekleştirilmiş olup, bütün istatistiksel testlerde anlam düzeyi 0,05 olarak alınmıştır.

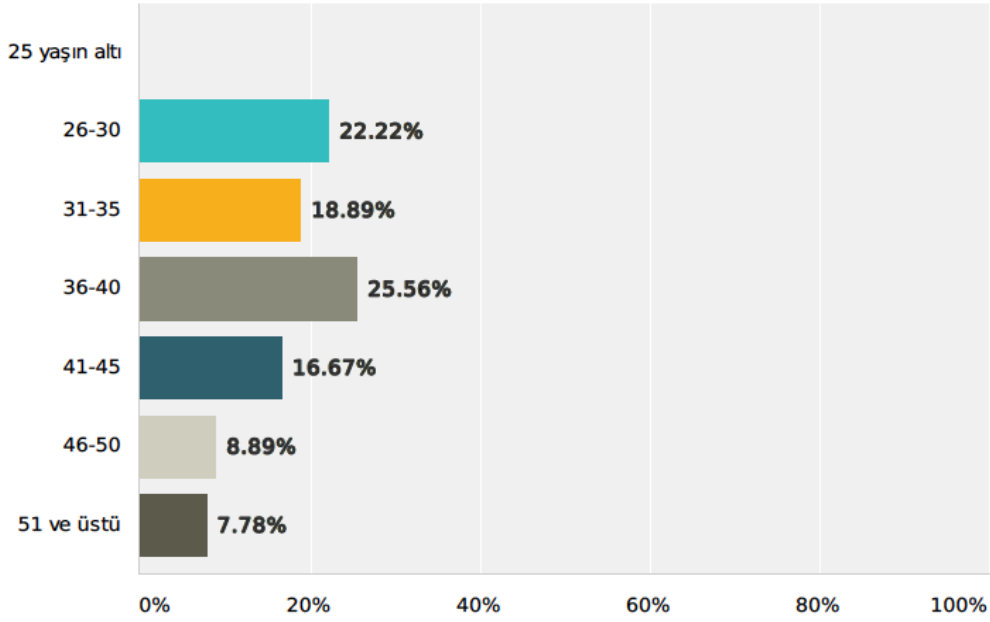
8. BULGULAR

Bu bölümde araştırma sorularına verilen yanıtlar değerlendirilerek, genel durum açıklanacaktır. Elde edilen bulgular; Demografik özelliklere ilişkin bulgular, İşletme yapısı ve özelliklerine ilişkin bulgular, Girişimci olma durumu ile ilgili bulgular, Motivasyon faktörlerine ilişkin bulgular, Destek faktörlerine ilişkin bulgular, Engellere ilişkin bulgular olmak üzere 6 alt başlık ile açıklanacaktır.

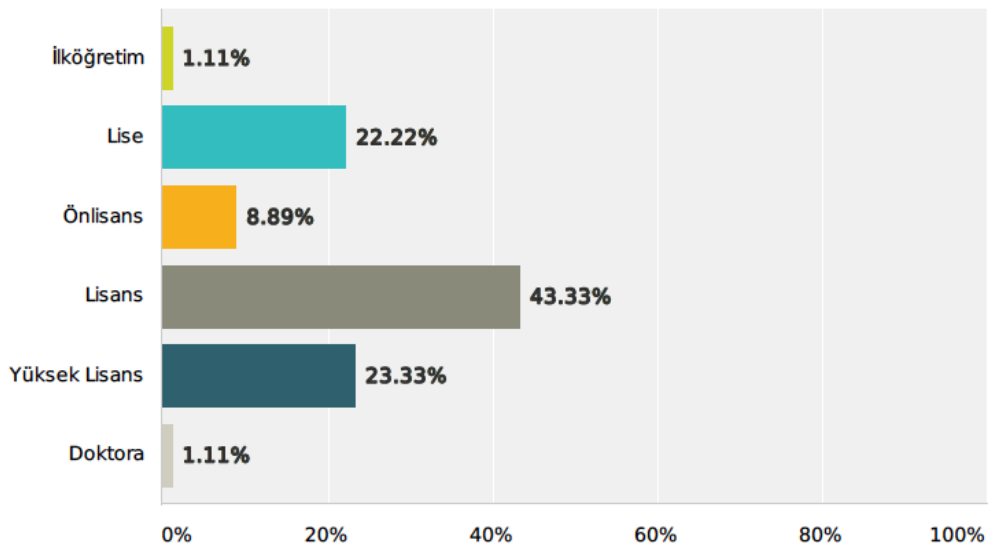
8. 1. DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERE İLİŞKİN BULGULAR

Katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik 7 adet soru hazırlanmıştır. Bu sorular katılımcıların yaşını, eğitim durumunu, kaçınıcı çocuk olduğu, kaç kız ve/veya erkek kardeşin olduğu, medeni durumu, çocuk sayısını, üyesi olduğu kuruluşları, kendi işini kurma yaşını tanımlamak üzere tasarlanmıştır.

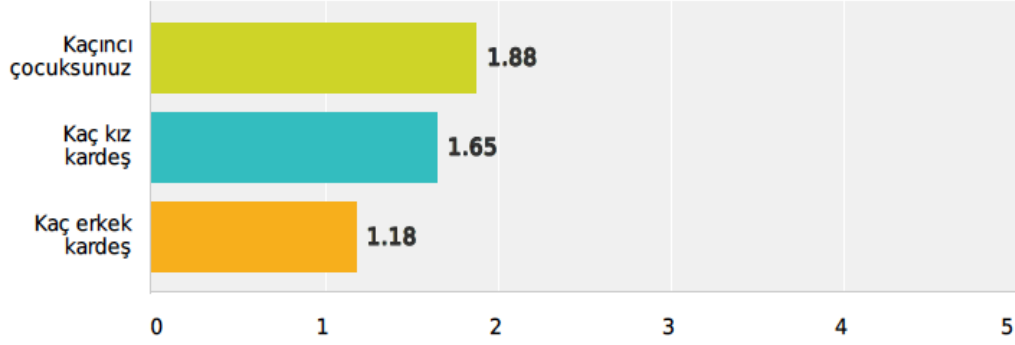
Grafik 3. 1: Yaş Aralığı



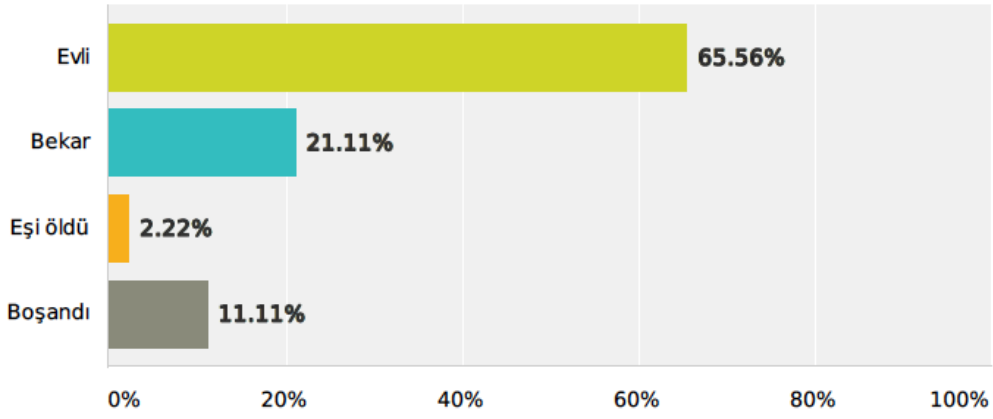
Grafik 3. 2: Eğitim Durumu



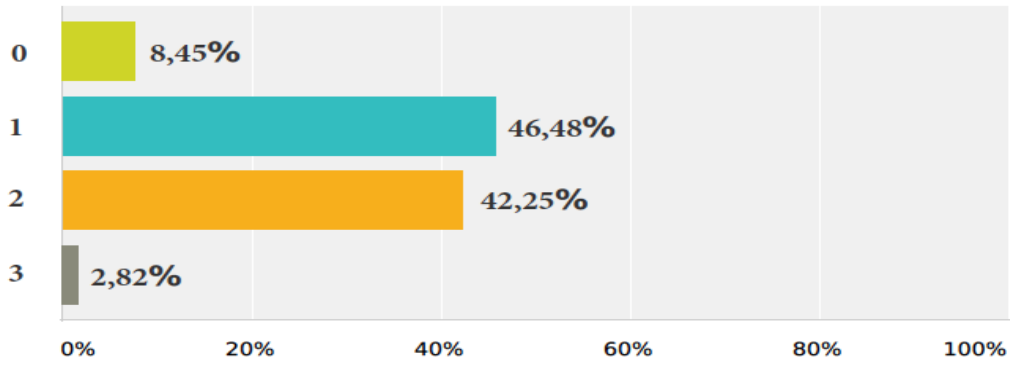
Grafik 3. 3: Kaçınıcı Çocuk Olduğu, Kaç Kız ve Erkek Kardeşe Sahip Olduğu



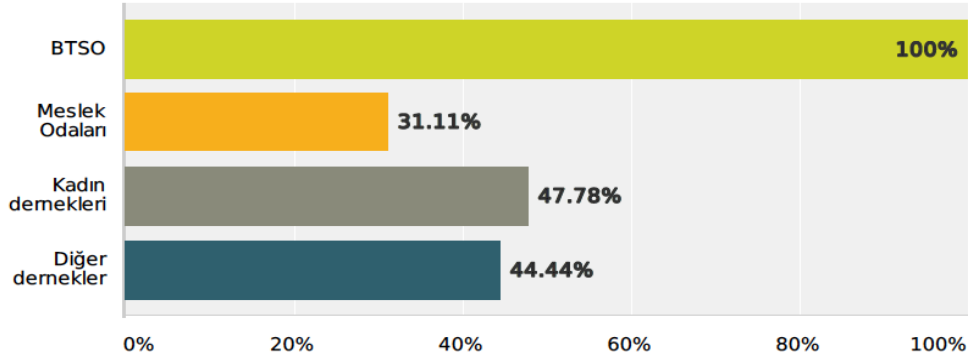
Grafik 3. 4: Medeni Durum



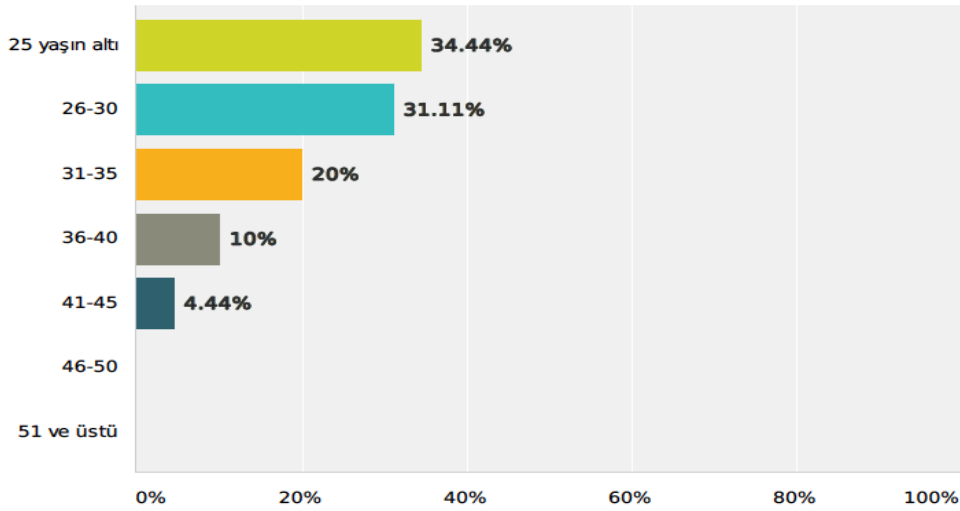
Grafik 3. 5: Çocuk Sayısı



Grafik 3. 6: Üye Olunan Kuruluşlar



Grafik 3. 7: Kendi İşini Kurma Yaşı



Yukarıdaki tablolarda görüleceği üzere katılımcıların %83'ü 26-45 yaş aralığında olup, %65,46'sı evli ve %91,55'i çocuk sahibidir. Kadın girişimcilerin evli olmalarının girişimciliğe etkisi, aile desteği almaları açısından önem taşımaktadır. Katılımcıların %67,77'si en az lisans mezunudur. Kadın girişimcilerin eğitim durumunun bu denli yüksek olmasının bir sonucu olarak, günümüzde kadın girişimcilerin dünya ile rekabet içinde ve yeni fırsatların farkında olarak girişimlerini başarılı bir şekilde devam ettirdikleri söylenebilir. Katılımcıların %47,78'i ilk çocuktur, %71,11'i kız kardeşe ve %65,55'i erkek kardeşe sahiptir. Katılımcıların %34,44'ü 25 yaşın altında, %51,11'i 26-35 yaş aralığında kendi işlerine başlamıştır. Kadınların girişimci olma yaşının çoğunlukla 35 yaş ve altında olduğu bilinmektedir. Katılımcıların tamamı BTSO üyesidir, %47,78'i kadın derneklerine %44,44'ü diğer derneklere üyedir. Kadın girişimciler Türkiye ortalamasının üzerinde dikkate değer düzeyde yüksek bir

oranla sivil toplum kuruluşlarına üyedir.

8. 2. İŞLETME YAPISI VE ÖZELLİKLERİNE İLİŞKİN İLGİLİ BULGULAR

Katılımcıların işletme yapısını belirlemeye yönelik 7 adet soru hazırlanmıştır. Bu sorular işletmenin faaliyet gösterdiği sektör, istihdam edilen personel sayısı, işletmenin yaşı, işletmenin kurulma şekli, işletmenin ortaklık yapısı, işletmenin başlangıç sermayesi kaynakları, işletmenin kârlılık/üretim miktarı/satış miktarı/ihracat miktarı değişimleri, işletmenin yıllık plan ve yazılı stratejik plan durumunu tanımlamak üzere tasarlanmıştır.

Tablo 3. 2: İşletmenin Faaliyet Gösterdiği Sektör

Sektör	Sayı	Yüzdesi
Hizmet	36	%40,00
Tekstil	22	%24,44
Gıda	8	%8,89
Yapı ve İnşaat	8	%8,89
Metal ve Makina	4	%4,44
Mobilya	4	%4,44
Tarım ve Hayvancılık	3	%3,33
Diğer	5	%5,56

Kişilerin buldukları sektörlerin öğrenilmesi için tasarlanan soru açık uçludur ve katılımcılardan tam olarak hangi işi yapıyorlarsa onu yazmaları talep edilmiştir. Uygun sınıflama yapıldıktan sonra elde edilen sonuçlara göre katılımcıların %40'ı hizmet sektöründe faaliyet göstermektedir. Sermaye yetersizliği engeli ile karşılaşan kadınların, düşük başlangıç sermayesi ile iş kurma olanağı veren hizmet sektöründe yer alması beklenmektedir. Diğer katılımcıların %24,44'ü anketin yapıldığı Bursa ilinde yoğunlukta olan tekstil sektöründe faaliyet göstermektedir.

Tablo 3. 3: İstihdam Edilen Personel Sayısı

Personel Sayısı	İşletme Sayısı	Yüzdesi
1	2	%2,22
2	18	%20,00
3	10	%11,11
4	6	%6,67
5	9	%10,00
5'ten çok olan	45	%50,00

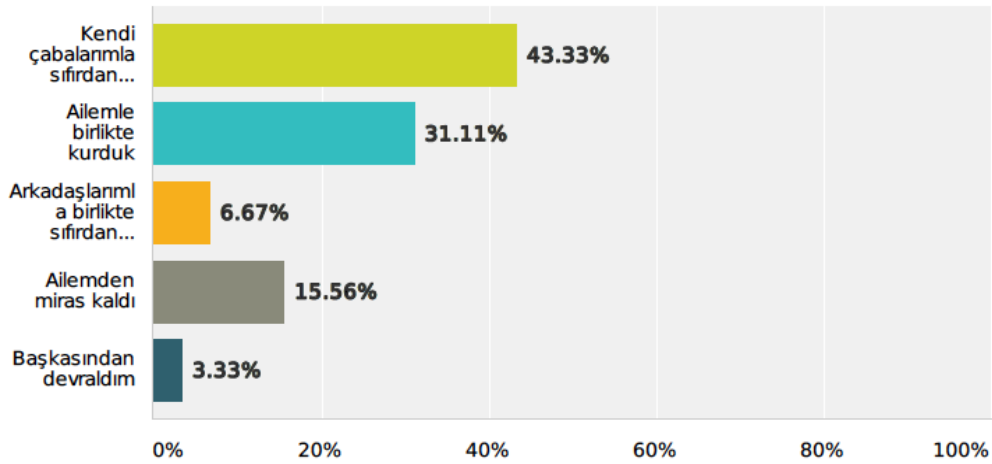
Katılımcıların personel sayıları 1 – 680 arasında değişmektedir, ortalaması 37’dir. Katılımcıların %50’sinin personel sayısı 5’ten fazladır. İstihdama katkı sağlama açısından kadınların girişimci olmasının önemi ve işsizliğe katkısı görülmektedir.

Tablo 3. 4: İşletme Yaşı

İşletme Yaşı	İşletme Sayısı	Yüzdesi
1	3	%3,33
2	11	%12,22
3	7	%7,78
4	4	%4,44
5	6	%6,67
5'ten fazla olan	59	%65,56

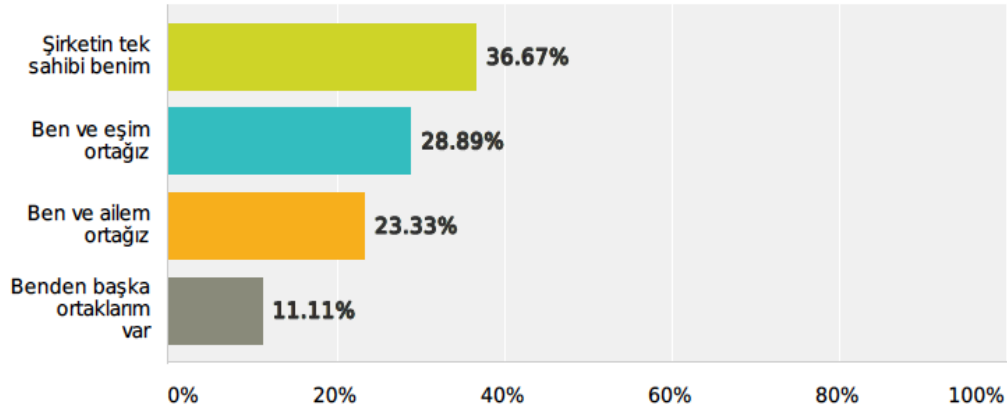
Katılımcıların sahip oldukları işletmelerin kurulma süresi 1 – 77 yıl arasında değişmektedir. Katılımcıların %84,45’inin işletme yaşı 2 yıldan fazladır. İşletme ömrü uzun olan kadın girişimcilerin faaliyetlerini uzun yıllar devam ettirmeleri büyük bir başarı sayılabilir.

Grafik 3. 8: İşletmenin Kurulma Şekli



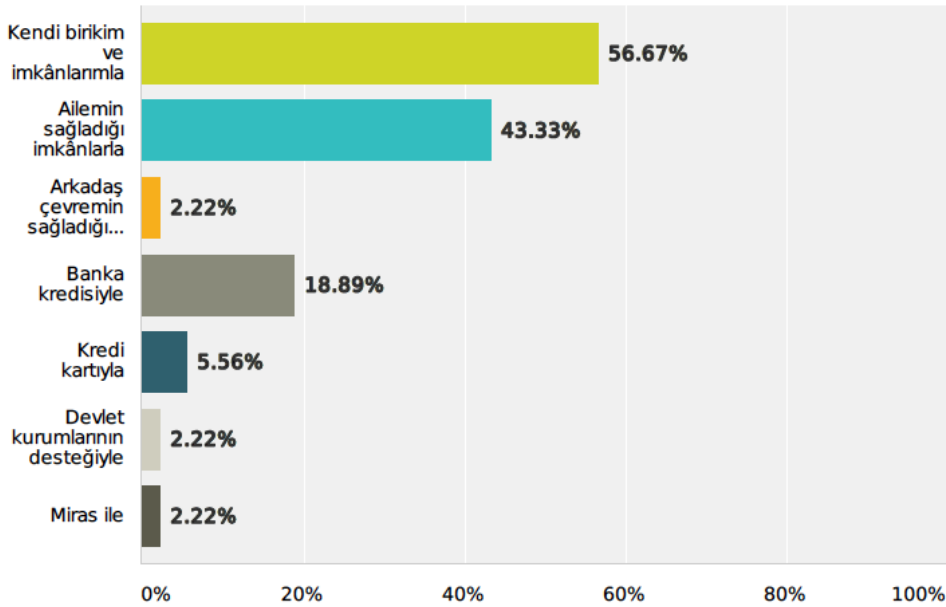
Katılımcıların %43,33’ü işletmelerini kendi çabaları ile kurmuştur. %31,11’i ailesi ile birlikte %15’56’si ise ailesinden miras alarak girişimci olmuştur. Kendi çabası ile işletmesini kuran girişimci sayısı oldukça fazladır. Bununla birlikte kadınların girişimci olmasında aile desteğinin var olduğu da görülmektedir.

Grafik 3. 9: İşletmenin Ortaklık Yapısı



Katılımcıların %36,67'si tek başına işletmenin sahibidir, tek başına varlık sürdürmeye çalışmaktadır. Katılımcıların %52,22'si ise eşi veya ailesi ile ortakdır. Ortaklık yapısı kadınların girişimci olmasında aile desteğinin yer aldığını göstermektedir.

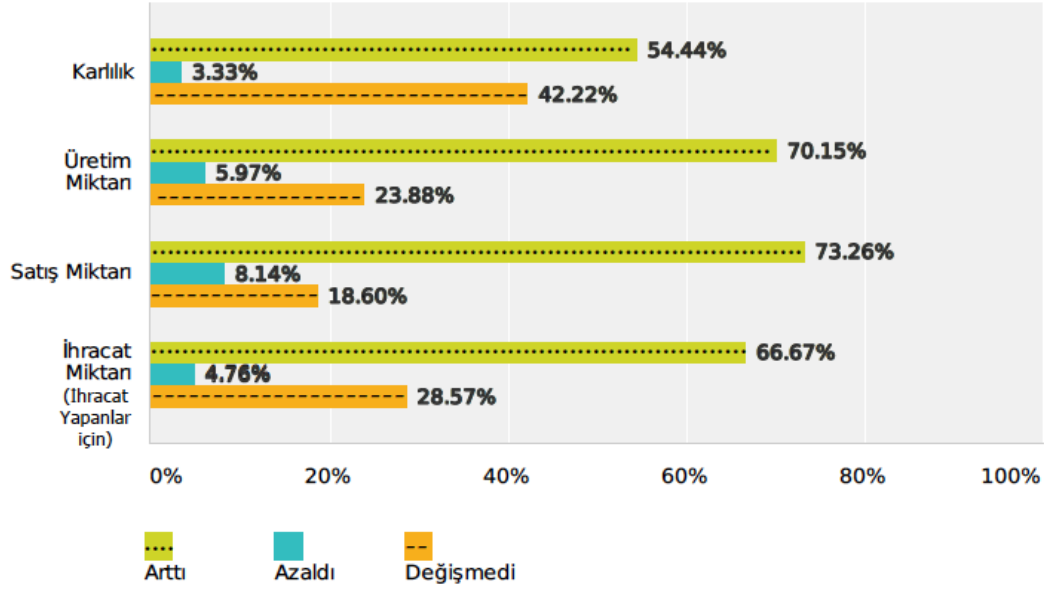
Grafik 3. 10: İşletmenin Başlangıç Sermayesi Kaynakları



Katılımcıların %56,57'si kendi birikim ve imkanlarıyla, %43,33'ü ailesinin sağladığı imkanlarla işletmelerini kurmuştur. Kadın girişimcilerin öncelikle kendi birikimleri, daha sonra yakınlarından elde ettikleri fonlar sermayelerini oluşturmaktadır. Finansman kaynağına ulaşmakta zorlanan kadın girişimcilerin sadece %18,89'u banka kredisi ile %2,22'si devlet desteği ile sermayelerini oluşturmuştur. Kadınların %5,56'sı ise düşük sermaye gerektiren

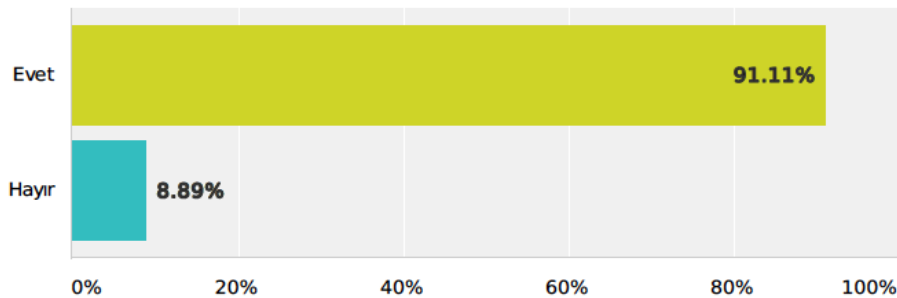
işlerde kredi kartı kullanarak başlangıç sermayelerini temin etmiştir.

Grafik 3. 11: İşletmenin Kârlılık/Üretim Miktarı/Satış Miktarı/İhracat Değişim Durumu

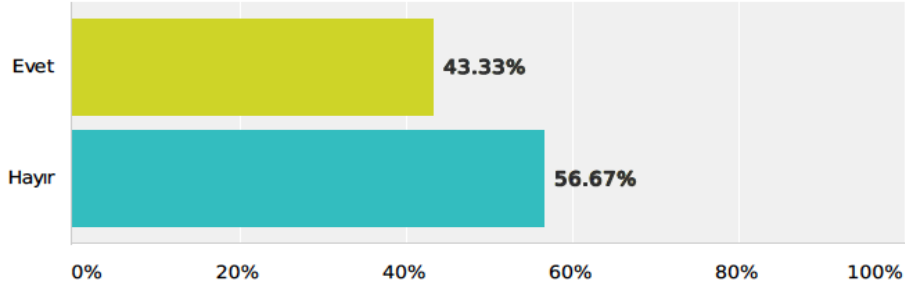


Son bir yılda katılımcıların %54,44'ünün kârlılığı artmış, %42,22'sinin kârlılığı değişmemiştir. Katılımcıların %70,15'inin üretim miktarı artmış, %73,26'sının satış miktarı artmıştır. Üretim ve satış miktarının artmasına rağmen kârlılık aynı oranda artmamıştır. İşletmelere bağlı olmaksızın dış etkenlerden dolayı dönemsel olarak bu oranlarda iniş ve çıkışlar görülebilmektedir. İhracat yapan katılımcıların %66,67'sinin ihracat miktarının arttığı, sadece %4,76'sının ihracat miktarının azaldığı görülmektedir. Bu duruma son yıllarda devletin artan ihracat politikalarının ve desteklerinin etkisinin olduğu söylenebilir.

Grafik 3. 12: Yıllık Plan



Grafik 3. 13: Stratejik Plan

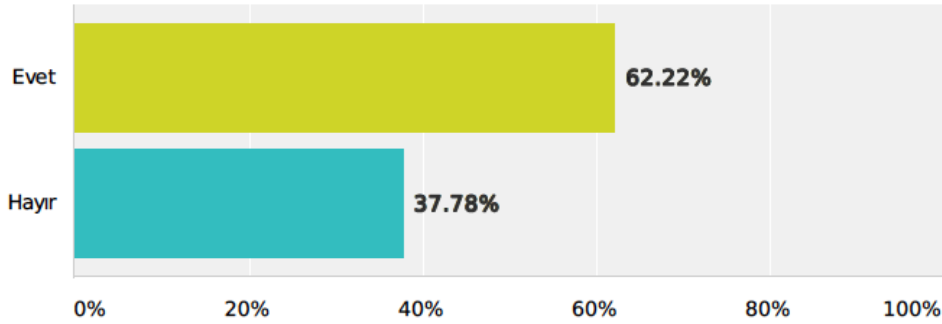


Katılımcıların %91.11'i yıllık plana sahip iken, %56,67'si uzun dönemli stratejik plana sahip değildir. İşletmelerin başarısında özellikle yazılı uzun dönemli stratejik plana sahip olmaları, bu plana göre hareket etmeleri önem taşımaktadır.

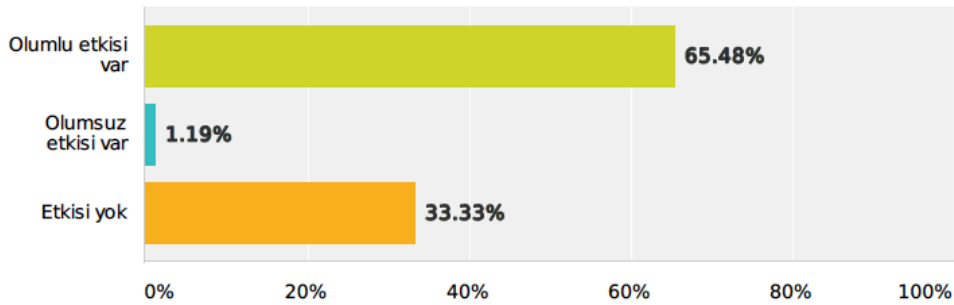
8. 3. GİRİŞİMCİ OLMA DURUMU İLE İLGİLİ BULGULAR

Katılımcıların ailelerinde girişimci olma durumunu ve kendilerinin girişimcilik tutumunu belirlemeye yönelik 4 adet soru hazırlanmıştır. Bu sorular ailede girişimci olma durumu, ailedeki girişimcilerin girişimci olmaya etkisi, başarısız girişimcilik deneyimi, başarısız girişimciye verilen tavsiyeleri tanımlamak üzere tasarlanmıştır.

Grafik 3. 14: Ailede Girişimci Olma Durumu

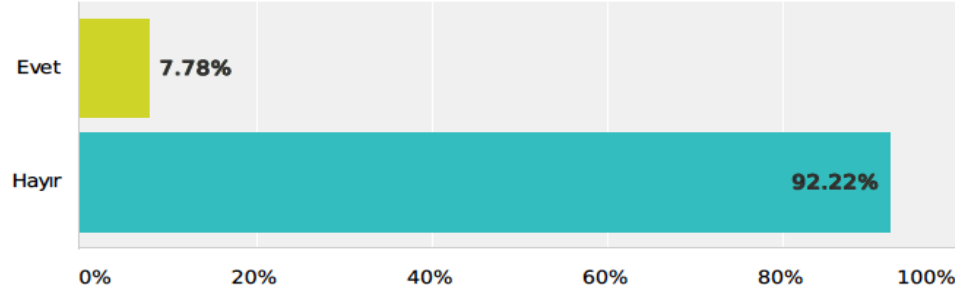


Grafik 3. 15: Ailedeki Girişimcilerin Başarıya Etkisi



Katılımcıların %62,22'sinin ailesinde girişimci bulunmaktadır. Katılımcıların %65,48'i ailelerindeki girişimcilerden olumlu etkilenmekte iken sadece %1,19'u olumsuz etkilenmektedir. Ailede girişimci olması kadınlara rol model olması açısından oldukça önemlidir ve bu durum olumlu etkilere sahiptir.

Grafik 3. 16: Başarısız Girişimcilik Deneyimi



Katılımcıların sadece %7,78'i daha önce başarısızlıkla sonuçlanan bir girişimcilik deneyimine sahiptir ve bu başarısızlık kadınları tekrar girişimci olmaları yönünde olumsuz etkilememiştir.

Tablo 3. 5: Katılımcıların Başarısız Girişimciye Verdiği Tavsiyeler

	Hiç katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Çok katılıyorum	Toplam	Ortalama Derece
Yeniden FARKLI alanda iş kurmasını tavsiye ederim	4.44% 4	16.67% 15	26.67% 24	44.44% 40	7.78% 7	90	3.34
Yeniden AYNI alanda iş kurmasını tavsiye ederim	11.11% 10	27.78% 25	31.11% 28	27.78% 25	2.22% 2	90	2.82
Ücretli bir iş aramasını tavsiye ederim	22.22% 20	38.89% 35	11.11% 10	23.33% 21	4.44% 4	90	2.49
Ev hanımı olmasını tavsiye ederim	66.67% 60	28.89% 26	2.22% 2	1.11% 1	1.11% 1	90	1.41

Başarısız olan bir girişimciye tavsiye olarak katılımcıların %52,22'si farklı alanda iş kurmasını tavsiye ederken, %30'u aynı alanda iş kurmasını tavsiye etmektedir. Katılımcıların %61,11'i ücretli bir iş aramasını tavsiye etmezken, %95,56'sı ev hanımı olmalarını tavsiye etmemektedir. Burada kadın girişimcilerin mücadele ruhunun, girişimci özelliklerinin ön

planda olduğu görülmektedir.

8. 4. MOTİVASYON FAKTÖRLERİNE İLİŞKİN BULGULAR

Katılımcıların motivasyon faktörlerini belirlemek amacıyla 1 adet soru hazırlanmıştır.

Tablo 3. 6: Motivasyon Faktörleri

	Hiç etkili değil	Etkili değil	Kararsızım	Etkili	Çok etkili	Toplam	Ortalama Derece
Kişisel başarı elde etme isteği	1.11% 1	2.22% 2	2.22% 2	51.11% 46	43.33% 39	90	4.33
Hayallerimi gerçekleştirme isteği	0% 0	5.56% 5	6.67% 6	38.89% 35	48.89% 44	90	4.31
Kendi işimin patronu olmak	3.33% 3	4.44% 4	2.22% 2	51.11% 46	38.89% 35	90	4.18
Yeteneklerimi daha çok kullanmak	1.11% 1	8.89% 8	6.67% 6	51.11% 46	32.22% 29	90	4.04
Daha iyi bir yaşam standardına kavuşma isteği	3.33% 3	3.33% 3	7.78% 7	58.89% 53	26.67% 24	90	4.02
Daha yüksek gelir elde etme isteği	4.44% 4	7.78% 7	14.44% 13	45.56% 41	27.78% 25	90	3.84
Statü / prestij sağlama isteği	3.33% 3	14.44% 13	4.44% 4	51.11% 46	26.67% 24	90	3.83
Para kazanma isteği	7.78% 7	11.11% 10	8.89% 8	48.89% 44	23.33% 21	90	3.69
Pazar fırsatlarını değerlendirmek	10% 9	15.56% 14	13.33% 12	47.78% 43	13.33% 12	90	3.39
İş ve özel yaşamımı dengeleme isteği	8.89% 8	24.44% 22	12.22% 11	38.89% 35	15.56% 14	90	3.28
Esnek çalışma saatlerine kavuşma isteği	15.56% 14	18.89% 17	10% 9	33.33% 30	22.22% 20	90	3.28
Çocuklarımın miras bırakma isteği	21.11% 19	25.56% 23	8.89% 8	22.22% 20	22.22% 20	90	2.99
İş hayatında üstlerimle yaşadığım zorluklar	31.11% 28	31.11% 28	10% 9	15.56% 14	12.22% 11	90	2.47
Aile şirketine miras yoluyla devraldım	58.89% 53	20% 18	1.11% 1	11.11% 10	8.89% 8	90	1.91

Araştırmalarda, erkeklerin finansal kazanç ile motive olurken, kadınların kişisel başarı, bağımsızlık, hayallerini gerçekleştirmek için girişimci olduğu belirtilmektedir. Katılımcıların girişimci olmasında etkili olan motivasyon faktörlerine bakıldığında; kişisel başarı elde etme isteği katılımcıların %94,44'ünü, hayallerini gerçekleştirme isteği %87,78'ini, kendi işinin patronu olmak %90'ını, yeteneklerini daha çok kullanmak %83,33'ünü öncelikli olarak etkilemiştir. Kadınları motive eden ilk dört faktörün finansal kazançtan farklı olduğu görülmektedir.

8. 5. DESTEK FAKTÖRLERİNE İLİŞKİN BULGULAR

Katılımcıların başarılarını destekleyen faktörleri belirlemek amacıyla 3 adet soru hazırlanmıştır. Bu sorular hangi kişi/kurumlardan hangi konularda destek alındığını, başarıyı destekleyen faktörleri, devlet desteklerini tanımlamak üzere tasarlanmıştır.

Tablo 3. 7: Destek Alınan Kişi/Kurumlar ve Destek Konuları

	İş kurarken	Ekonomik destek	Manevi destek	İş bilgisi (Knowundefinedhow)	Kişisel gelişim	Toplam Katılımcı Sayısı
Alle	30.14% 22	28.77% 21	90.41% 66	13.70% 10	9.59% 7	73
Arkadaşlar	4.55% 2	0% 0	86.36% 38	27.27% 12	15.91% 7	44
Bankalar	20.51% 8	87.18% 34	0% 0	5.13% 2	0% 0	39
Diğer kadın girişimciler	3.23% 1	3.23% 1	74.19% 23	35.48% 11	32.26% 10	31
Kadın Dernekleri	3.23% 1	0% 0	54.84% 17	35.48% 11	58.06% 18	31
Bakanlık (KOSGEB, TÜBİTAK, BEBKA, Ekonomi Bakanlığı) Destekleri	29.63% 8	77.78% 21	3.70% 1	11.11% 3	11.11% 3	27
Odalar (BTSO, BESOB)	18.18% 4	0% 0	13.64% 3	59.09% 13	40.91% 9	22
Danışmanlık Şirketleri	0% 0	0% 0	7.69% 1	61.54% 8	38.46% 5	13
İŞ-KUR destekleri	37.50% 3	50% 4	25% 2	0% 0	0% 0	8
Üniversiteler	14.29% 1	0% 0	28.57% 2	42.86% 3	71.43% 5	7
Vergi muafiyet destekleri	40% 2	80% 4	0% 0	0% 0	0% 0	5
Dış Ticaret Müsteşarlığı destekleri	0% 0	75% 3	0% 0	25% 1	0% 0	4
Hazine destekleri	33.33% 1	33.33% 1	0% 0	0% 0	33.33% 1	3
Avrupa Birliği destekleri	33.33% 1	66.67% 2	0% 0	33.33% 1	33.33% 1	3

Kadın girişimcilerin sosyal ağ yapılarının zayıf olduğu, sosyal ağlarından faydalanamayan kadın girişimcilerin başarılarının olumsuz yönde etkilendiği bilinmektedir. Katılımcıların sadece %34'ü kadın derneklerinden, %24'ü ilgili odalardan, %14'ü danışmanlık şirketlerinden destek almaktadır, katılımcıların sosyal ağ yapılarının zayıf olduğu görülmektedir.

Kurumsal destek faktörleri başarıyı olumlu yönde etkilemektedir. Bürokrasi, cinsiyete bağlı ayrımcılık gibi nedenlerden dolayı kadınlar kurumsal desteklerden yeterince faydalanamamaktadır. Katılımcıların %43'ü bankalardan, %30'u bakanlık desteklerinden düşük oranlarda faydalanmaktadır. Katılımcıların sadece %3,33'ü Avrupa Birliği'nden, %7,77'si üniversitelerden destek almaktadır, kadın girişimcilerin bu konuda bilgilendirilmeye ihtiyacı bulunmaktadır. Ayrıca, kadın girişimcilere özel kurumsal desteklerin geliştirilmesi gerekmektedir.

Tablo 3. 8: Başarıyı Desteleyen Faktörler

	Hiç katkısı olmadı	Katkısı olmadı	Kararsızım	Katkısı oldu	Çok katkısı oldu	Toplam	Ortalama Derece
Girişimci özelliklerim	0% 0	3.33% 3	2.22% 2	51.11% 46	43.33% 39	90	4.34
Yöneticilik özelliklerim	0% 0	2.22% 2	4.44% 4	53.33% 48	40% 36	90	4.31
Sahip olduğum tecrübe	2.22% 2	5.56% 5	6.67% 6	47.78% 43	37.78% 34	90	4.13
Ailem	4.44% 4	7.78% 7	3.33% 3	58.89% 53	25.56% 23	90	3.93
Aldığım eğitim	1.11% 1	14.44% 13	14.44% 13	41.11% 37	28.89% 26	90	3.82
Sermayemin olması	11.11% 10	31.11% 28	6.67% 6	34.44% 31	16.67% 15	90	3.14
Girişimci aileden gelmem	22.22% 20	23.33% 21	5.56% 5	32.22% 29	16.67% 15	90	2.98
Arkadaşlarım	12.22% 11	27.78% 25	16.67% 15	40% 36	3.33% 3	90	2.94
Bankalar	16.67% 15	38.89% 35	5.56% 5	33.33% 30	5.56% 5	90	2.72
Diğer kadın girişimciler	20% 18	36.67% 33	11.11% 10	32.22% 29	0% 0	90	2.56
Ülkemizin güçlü ve istikrarlı ekonomisi	23.33% 21	41.11% 37	8.89% 8	20% 18	6.67% 6	90	2.46
Kadın Dernekleri	22.22% 20	42.22% 38	7.78% 7	25.56% 23	2.22% 2	90	2.43
Kadınlara yapılan pozitif ayrımcılık	28.89% 26	47.78% 43	12.22% 11	6.67% 6	4.44% 4	90	2.10
Odalar (BTSO, BESOB)	26.67% 24	53.33% 48	5.56% 5	13.33% 12	1.11% 1	90	2.09
Devlet destekleri	32.22% 29	45.56% 41	6.67% 6	15.56% 14	0% 0	90	2.06

Katılımcıların %94,44'ü girişimci özelliklerinin, %93,33'ü yöneticilik özelliklerinin, %85,56'sı sahip olduğu tecrübenin, %70'i aldığı eğitimin başarılarına katkısı olduğunu ifade etmiştir. Katılımcıların %84,45'i ailesinin, %43,33'ü arkadaşlarının başarılarına katkı sağladığını söylemiştir. Katılımcıların %80'i odaların, %64,44'ü kadın derneklerinin, %76,67'si kadınlara yapılan pozitif ayrımcılığın, %55,56'sı bankaların başarılarına katkı sağlamadığını ifade etmiştir. Kadın girişimcilerin kişilik özellikleri, iş tecrübeleri, aldıkları eğitim, aile ve arkadaş desteği başarılı olmalarına fayda sağlamaktadır. Kadın girişimcilerin yeterli düzeyde faydalanamadıkları odalar, kadın dernekleri, bankalar hakkında daha fazla bilgilendirilmeye ihtiyaçları bulunmaktadır. Bu kurumların kadın girişimcilere destek olmak

için daha fazla program yürütmeleri beklenmektedir. Bankaların kadın girişimcilere olan güvensizliği ve teminat konusunda kadınların dezavantajlı konumları nedeni ile kadınlar banka desteklerinden yeterli düzeyde faydalanamamaktadırlar.

Tablo 3. 9: Devlet Destekleri

	HİÇ destek olmadı	Destek olmadı	Kararsızım	Az destek oldu	Çok destek oldu	Toplam	Ortalama Derece
Çeşitli teşvikler vererek	27.78% 25	24.44% 22	11.11% 10	28.89% 26	7.78% 7	90	2.64
Düşük faizli kredi vererek	30% 27	28.89% 26	12.22% 11	18.89% 17	10% 9	90	2.50
Mesleki eğitim ve rehberlik desteği vererek	31.11% 28	26.67% 24	17.78% 16	12.22% 11	12.22% 11	90	2.48
Ar-Ge destekleri sağlayarak	32.22% 29	25.56% 23	16.67% 15	21.11% 19	4.44% 4	90	2.40
Finansal hibe sağlayarak	34.44% 31	26.67% 24	12.22% 11	20% 18	6.67% 6	90	2.38
Bürokrasiyi azaltarak	36.67% 33	32.22% 29	16.67% 15	11.11% 10	3.33% 3	90	2.12
Vergi indirimini yaparak	37.78% 34	32.22% 29	13.33% 12	13.33% 12	3.33% 3	90	2.12
Girdi maliyetlerini düşürerek	35.56% 32	34.44% 31	18.89% 17	8.89% 8	2.22% 2	90	2.08

Katılımcıların devlet desteklerinden faydalanma durumu oldukça düşüktür. Katılımcıların %36,67'si çeşitli devlet teşviklerinden, %28,89'u düşük faizli kredilerden, %24,44'ü mesleki eğitim ve rehberlik hizmetlerinden faydalanmıştır. Bu sonuçlar göstermektedir ki, devlet desteği girişimciler tarafından ya yeteri kadar bilinmemektedir ya da bu desteklere ihtiyaç duyulması halinde kolay ve hızlı erişim mümkün olmamaktadır.

8. 6. ENGELLERE İLİŞKİN BULGULAR

Katılımcıların başarılarını engelleyen faktörleri belirlemek amacıyla 1 adet soru hazırlanmıştır.

Tablo 3. 10: Engeller

	Hiç engel olmadı	Engel olmadı	Kararsızım	Engel oldu	Çok engel oldu	Toplam	Ortalama Derece
Yüksek rekabet ortamı	2.22% 2	14.44% 13	11.11% 10	55.56% 50	16.67% 15	90	3.70
Uygun kalifiye personel bulma zorluğu	1.11% 1	18.89% 17	11.11% 10	48.89% 44	20% 18	90	3.68
Piyananın belirsizliği	3.33% 3	20% 18	15.56% 14	46.67% 42	14.44% 13	90	3.49
Sermaye eksikliği	4.44% 4	32.22% 29	10% 9	40% 36	13.33% 12	90	3.26
Gerekli finansman kaynağına ulaşamamak	5.56% 5	32.22% 29	6.67% 6	44.44% 40	11.11% 10	90	3.23
Kredi maliyetleri	7.78% 7	27.78% 25	6.67% 6	50% 45	7.78% 7	90	3.22
Uygun bina ve alt yapı bulma zorlukları	4.44% 4	37.78% 34	15.56% 14	26.67% 24	15.56% 14	90	3.11
Bürokrasi	8.89% 8	28.89% 26	23.33% 21	35.56% 32	3.33% 3	90	2.96
Stress	16.67% 15	36.67% 33	15.56% 14	25.56% 23	5.56% 5	90	2.67
İş ve özel yaşam dengesi	15.56% 14	44.44% 40	12.22% 11	24.44% 22	3.33% 3	90	2.56
Kültürel değerler	17.78% 16	42.22% 38	8.89% 8	30% 27	1.11% 1	90	2.54
Kadınlara uygulanan ayrımcılık	16.67% 15	40% 36	20% 18	22.22% 20	1.11% 1	90	2.51
Sosyal çevre	21.11% 19	43.33% 39	5.56% 5	28.89% 26	1.11% 1	90	2.46
Yasalar	15.56% 14	42.22% 38	25.56% 23	14.44% 13	2.22% 2	90	2.46
Örnek alabileceğim kadın girişimcilerin olmaması	10% 9	55.56% 50	17.78% 16	13.33% 12	3.33% 3	90	2.44
Yeterli zamanımın olmaması	23.33% 21	48.89% 44	4.44% 4	16.67% 15	6.67% 6	90	2.34
Yeterli tecrübemin olmaması	25.56% 23	50% 45	4.44% 4	18.89% 17	1.11% 1	90	2.20
Eğitim ve bilgi eksikliğimin olması	26.67% 24	48.89% 44	7.78% 7	14.44% 13	2.22% 2	90	2.17
Girişim özelliklerimin eksik olması	26.67% 24	47.78% 43	10% 9	13.33% 12	2.22% 2	90	2.17
Yeterli motivasyonumun olmaması	26.67% 24	51.11% 46	7.78% 7	12.22% 11	2.22% 2	90	2.12
Yöneticilik vasıflarımın yeterli olmaması	27.78% 25	50% 45	8.89% 8	12.22% 11	1.11% 1	90	2.09
Çocuklarım	31.11% 28	50% 45	5.56% 5	8.89% 8	4.44% 4	90	2.06
Ailem	32.22% 29	55.56% 50	7.78% 7	3.33% 3	1.11% 1	90	1.86

Kadın girişimcilerin önündeki en büyük engellerin başında yetersiz finansal kaynakların geldiği bilinmektedir. Bununla birlikte günümüzde kadın girişimciler, var oldukları sektörlerdeki rekabet yoğun ortam, pazar yapısı ve piyasanın belirsizliğinden kaynaklanan engellerle karşı karşıya kalmaktadırlar. Katılımcılar %72,23'ü yüksek rekabet ortamı, %68,89'u uygun kalifiye personel bulamama, %61,11'i piyasanın belirsizliği, %53,33'ü sermaye eksikliği, %55,55'i, gerekli finansman kaynağına ulaşamama, %57,78'i kredi maliyetleri engelleri ile karşılaşmıştır.

Erkeklerden farklı olarak kadın girişimciler iş ve özel yaşamı dengeleme sorunu yaşamaktadırlar. Katılımcıların %27,77'si iş ve özel yaşamı dengelemenin kendilerine engel olduğunu belirtmişlerdir. Aile içi sorumluluklarını yerine getirirken yaşadığı rol çatışması nedeni ile oluşan stres katılımcıların %56,68'i için engel teşkil etmektedir.

9. HİPOTEZLERİN SINANMASI VE Kİ-KARE İLİŞKİ ANALİZLERİ

H0: Kadın girişimcilerin kurumsal faktörlerden yararlanma durumları ile başarıları arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H1: Kadın girişimcilerin kurumsal faktörlerden yararlanma durumları ile başarıları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Kurumsal faktörlerden devlet destekleri, kadın dernekleri, odalar, bankalar tek tek ele alınarak detaylı biçimde test edilmiştir.

Tablo 3. 11: Devlet Destekleri İle Başarı Arasındaki Ki-Kare İlişki Analizi

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	.211	3	.976
Likelihood Ratio	.210	3	.976
Linear-by-Linear Association	.130	1	.718
N of Valid Cases	90		

Asimtotok anlamlılık (Asymp. Sig) yani p değeri $p>0.05$ olduğundan ilişkinin olmadığı H_0 hipotezi kabul edilmiştir. Yani bu örneklem grubu için devlet desteği başarılarında bir etken değildir.

Tablo 3. 12: Devlet Desteği Ve Kârlılık Değişkenleri Kontenjans Tablosu

	Devlet desteği				Toplam
	Hiç katkısı olmadı	Katkısı olmadı	Kararsızım	Katkısı oldu	
Karlılık değişmedi	13	18	3	7	41
arttı	16	23	3	7	49
Toplam	29	41	6	14	90

Tablodan görüleceği üzere başarısı artan girişimcilerin sadece 7 tanesi katkısı oldu demiştir. Çoğunluk devlet desteği almamıştır. Dolayısıyla başarıyla ilişkili çıkmaması doğal bir sonuç olmuştur.

Tablo 3. 13: Kadın Dernekleri Katkısı İle Başarı Arasındaki Ki-Kare İlişki Analizi

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	2.977	4	.562
Likelihood Ratio	3.049	4	.550
Linear-by-Linear Association	1.520	1	.218
N of Valid Cases	90		

Tablodan görüleceği üzere $p>0.05$ olduğundan kadın dernekleri ile başarı arasında ilişki olmadığı belirlenmiştir. Böylece H_0 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 3. 14: Kadın Dernekleri Katkısı Ve Kârlılık Değişkenleri Kontenjans Tablosu

	Kadın dernekleri katkısı					Toplam
	Hiç katkısı olmadı	Katkısı olmadı	Kararsızım	Katkısı oldu	Çok katkısı oldu	
Karlılık değişmedi	10	19	4	7	1	41
arttı	10	19	3	16	1	49
Toplam	20	38	7	23	2	90

Başarısı artan 49 kişiden 16 kişi katkısı oldu, 1 kişi çok katkısı oldu demiştir. Katkısı olmadı yönünde beyan daha fazladır. O halde kadın derneklerinden katkı sağlayanların sayısı da devlet desteği alanlar gibi az sayıda sınırlıdır.

Tablo 3. 15: Odalar Katkısı İle Başarı Arasındaki Ki-Kare İlişki Analizi

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1.165	4	.884
Likelihood Ratio	1.544	4	.819
Linear-by-Linear Association	.621	1	.431
N of Valid Cases	90		

Tablodan görüleceği üzere odaların katkısı ile başarı arasında bir ilişki yoktur. H0 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 3. 16: Odalar Katkısı Ve Kârlılık Değişkenleri Kontenjans Tablosu

	Odalar katkısı					Toplam
	Hiç katkısı olmadı	Katkısı olmadı	Karar sızım	Katkısı oldu	Çok katkısı oldu	
Karlılık değişmedi	12	22	2	5	0	41
arttı	12	26	3	7	1	49
Toplam	24	48	5	12	1	90

Tablodan görüleceği üzere başarılı girişimlerin sadece 8 tanesi katkı sağladı-çok katkı sağladı demıştır. Katkı sağlamadı diyenlerin sayısı oldukça fazladır.

Tablo 3. 17: Bankalar Katkısı İle Başarı Arasındaki Ki-Kare İlişki Analizi

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	3.910	4	.418
Likelihood Ratio	3.950	4	.413
Linear-by-Linear Association	.377	1	.539
N of Valid Cases	90		

Bankalar katkısı ile başarı arasında ilişki yoktur. H0 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 3. 18: Bankalar Katkısı Ve Kârlılık Değişkenleri Kontenjans Tablosu

	Bankalar katkısı					Toplam
	Hiç katkısı olmadı	Katkısı olmadı	Kararsızım	Katkısı oldu	Çok katkısı oldu	
Karlılık değişmedi	6	19	3	10	3	41
arttı	9	16	2	20	2	49
Toplam	15	35	5	30	5	90

Tablodan görüleceği üzere banka katkısı diğer desteklere göre çok daha fazla kişiye ulaşmış görünmektedir. Buna rağmen başarıda payı olmadığını belirten H0 hipotezi kabul edilmiştir. Bankalardan yararlanma koşullarının kadınlar için zor olduğu düşünülmektedir.

H0: Kadın girişimcilerin sosyal ağ yapıları (aile, arkadaşlar, sosyal çevre) ile başarıları arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H2: Kadın girişimcilerin sosyal ağ yapıları (aile, arkadaşlar, sosyal çevre) ile başarıları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Sosyal faktörlerden aile, arkadaş, diğer kadın girişimciler tek tek ele alınarak detaylı biçimde test edilmiştir.

Tablo 3. 19: Aile Desteği İle Başarı Arasındaki Ki-Kare İlişki Analizi

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1.329	4	.857
Likelihood Ratio	1.367	4	.850
Linear-by-Linear Association	.134	1	.715
N of Valid Cases	90		

Aile desteği ve başarı arasında anlamlı bir ilişki yoktur. H0 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 3. 20: Aile Desteği Ve Kârlılık Değişkenleri Kontenjans Tablosu

	Aile desteği					Toplam
	Hiç katkısı olmadı	Katkısı olmadı	Kararsızım	Katkısı oldu	Çok katkısı oldu	
Karlılık değişmedi	2	2	1	26	10	41
arttı	2	5	2	27	13	49
Toplam	4	7	3	53	23	90

Anketi yanıtlayan kişilerin çoğunluğunun aile desteği almış olmasına rağmen ailenin başarıda etkisi bulunamamıştır.

Tablo 3. 21: Arkadaş Desteği İle Başarı Arasındaki Ki-Kare İlişki Analizi

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	2.202	4	.699
Likelihood Ratio	2.224	4	.695
Linear-by-Linear Association	.473	1	.491
N of Valid Cases	90		

Arkadaş desteği ile başarı arasında anlamlı bir ilişki yoktur. H0 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 3. 22: Arkadaş Desteği Ve Kârlılık Değişkenleri Kontenjans Tablosu

	Arkadaş desteği					Toplam
	Hiç katkısı olmadı	Katkısı olmadı	Kararsızım	Katkısı oldu	Çok katkısı oldu	
Karlılık değişmedi	5	14	5	16	1	41
arttı	6	11	10	20	2	49
Toplam	11	25	15	36	3	90

Başarılı olan girişimcilerin 22 tanesi arkadaşlarının başarılarına katkı sağladığı yönünde bildirimde bulunmuştur. Buna rağmen başarısının artışı bu desteğe bağlı gelişmemiştir.

Tablo 3. 23: Diğer Kadın Girişimciler Desteği İle Başarı Arasındaki Ki-Kare İlişki Analizi

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1.664	3	.645
Likelihood Ratio	1.670	3	.644
Linear-by-Linear Association	.490	1	.484
N of Valid Cases	90		

Diğer kadın girişimcilerin desteği ile başarı arasında bir ilişki yoktur. H0 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 3. 24: Diğer Kadın Girişimciler Desteği Ve Kârlılık Değişkenleri Kontenjans Tablosu

	Diğer kadın girişimciler desteği				Toplam
	Hiç katkısı olmadı	Katkısı olmadı	Karar sızım	Katkısı oldu	
Karlılık değişmedi	9	15	6	11	41
arttı	9	18	4	18	49
Toplam	18	33	10	29	90

Tablodan görüleceği üzere diğer kadın girişimcilerin başarıya katkısı olmadığını belirten kişi sayısı daha fazladır.

H0: Kadın girişimcilerin eğitim durumları ile başarıları arasında anlamlı bir ilişki yoktur

H3: Kadın girişimcilerin eğitim durumları ile başarıları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 3. 25: Alınan Eğitimin Katkısı İle Başarı Arasındaki Ki-Kare İlişki Analizi

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1.869	4	.760
Likelihood Ratio	2.252	4	.689
Linear-by-Linear Association	.120	1	.729
N of Valid Cases	90		

Alınan eğitim ve başarı arasında bir ilişki yoktur. H0 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 3. 26: Alınan Eğitimin Katkısı Ve Kârlılık Değişkenleri Kontenjans Tablosu

	Alınan eğitim katkısı					Toplam
	Hiç katkısı olmadı	Katkısı olmadı	Karar sızım	Katkısı oldu	Çok katkısı oldu	
Karlılık değişmedi	0	6	7	18	10	41
arttı	1	7	6	19	16	49
Toplam	1	13	13	37	26	90

Alınan eğitimin katkısı oldu diyenlerin sayısı fazla olmasına rağmen başarıda etkili bir faktör olmamıştır.

H0: Kadın girişimcilerin iş tecrübeleri ile başarıları arasında anlamlı bir ilişki yoktur

H4: Kadın girişimcilerin iş tecrübeleri ile başarıları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 3. 27: Sahip Olunan Tecrübenin Katkısı İle Başarı Arasındaki Ki-Kare İlişki Analizi

	Value	df	Asymp. Sig. (2-Sided)
Pearson Chi-Square	2.188	4	.701
Likelihood Ratio	2.303	4	.680
Linear-by-Linear Association	.015	1	.903
N of Valid Cases	90		

Başarı ile sahip olunan tecrübe arasında ilişki yoktur. H0 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 3. 28: Sahip Olunan Tecrübenin Katkısı Ve Kârlılık Değişkenleri Kontenjans Tablosu

	Sahip olunan tecrübe					Toplam
	Hiç katkısı olmadı	Katkısı olmadı	Karar sızım	Katkısı oldu	Çok katkısı oldu	
Karlılık değişmedi	1	1	3	22	14	41
arttı	1	4	3	21	20	49
Toplam	2	5	6	43	34	90

Görülebileceği üzere tecrübenin katkısı oldu diyenlerin sayısı fazladır. Fakat başarı ile ilişkili bulunmamıştır.

H0: Kadın girişimcilerde kurumsal engeller ile başarıları arasında anlamlı bir ilişki yoktur

H5: Kadın girişimcilerde kurumsal engeller ile başarıları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Kurumsal engeller; yasalar, bürokrasi, sermaye eksikliği, gerekli finansman kaynağına ulaşamamak, kredi maliyetleri tek tek ele alınarak detaylı biçimde test edilmiştir.

Tablo 3. 29: Yasalar İle Başarı Arasındaki Ki-Kare İlişki Analizi

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	4.344	4	.361
Likelihood Ratio	5.135	4	.274
Linear-by-Linear Association	.324	1	.569
N of Valid Cases	90		

Yasalar ve başarı arasında anlamlı bir ilişki yoktur. H0 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 3. 30: Yasalar Ve Kârlılık Değişkenleri Kontenjans Tablosu

	Yasalar					Total
	Çok engel oldu	Engel oldu	Kararsızım	Engel olmadı	Hiç engel olmadı	
Karlılık değişmedi	2	4	10	17	8	41
arttı	0	9	13	21	6	49
Toplam	2	13	23	38	14	90

Kadın girişimcilerin çoğu yasaların engel olmadığı yönünde cevap vermiştir.

Tablo 3. 31: Bürokrasi İle Başarı Arasındaki Ki-Kare İlişki Analizi

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	3.494	4	.479
Likelihood Ratio	3.510	4	.476
Linear-by-Linear Association	1.494	1	.222
N of Valid Cases	90		

Bürokrasi ve başarı arasında anlamlı bir ilişki yoktur. H0 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 3. 32: Bürokrasi Ve Kârlılık Değişkenleri Kontenjans Tablosu

	Bürokrasi					Total
	Çok engel oldu	Engel oldu	Kararsızım	Engel olmadı	Hiç engel olmadı	
Karlılık değişmedi	2	12	8	14	5	41
arttı	1	20	13	12	3	49
Toplam	3	32	21	26	8	90

Bürokrasinin engel olduğu yönünde cevap veren kadın girişimcilerin sayısı daha fazla olmasına rağmen başarı üzerinde anlamlı bir etkisi yoktur.

Tablo 3. 33: Sermaye Eksikliği İle Başarı Arasındaki Ki-Kare İlişki Analizi

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	11.665	4	.020
Likelihood Ratio	13.367	4	.010
Linear-by-Linear Association	.988	1	.320
N of Valid Cases	90		

Asimtotok anlamlılık (Asymp. Sig) yani p değeri $p < 0.05$ olduğundan ilişkinin olduğu H5 hipotezi kabul edilmiştir. Sermaye eksikliği kadın girişimcilerin başarılarında bir etkidir.

Tablo 3. 34: Sermaye Eksikliği Ve Kârlılık Değişkenleri Kontenjans Tablosu

	Sermaye eksikliği					Total
	Çok engel oldu	Engel oldu	Kararsızım	Engel olmadı	Hiç engel olmadı	
Karlılık değişmedi	9	15	4	9	4	41
arttı	3	21	5	20	0	49
Toplam	12	36	9	29	4	90

Sermaye eksikliğinin engel olduğu yönünde cevap veren kadın girişimcilerin sayısı daha fazladır.

Tablo 3. 35: Gerekli Finansman Kaynağına Ulaşamamak İle Başarı Arasındaki Ki-Kare İlişki Analizi

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	9.839	4	.043
Likelihood Ratio	10.252	4	.036
Linear-by-Linear Association	1.330	1	.249
N of Valid Cases	90		

Gerekli finansman kaynağına ulaşamamak ve başarı arasında ilişki vardır. H5 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 3. 36: Gerekli Finansman Kaynağına Ulaşamamak Ve Kârlılık Değişkenleri Kontenjans Tablosu

	Gerekli finansman kaynağına ulaşamamak					Total
	Çok engel oldu	Engel oldu	Kararsızım	Engel olmadı	Hiç engel olmadı	
Karlılık değişmedi	8	17	3	9	4	41
arttı	2	23	3	20	1	49
Toplam	10	40	6	29	5	90

Gerekli finansman kaynağına ulaşamamanın engel olduğu yönünde cevap veren kadın girişimcilerin sayısı daha fazladır.

Tablo 3. 37: Kredi Maliyetleri İle Başarı Arasındaki Ki-Kare İlişki Analizi

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	6.337	4	.175
Likelihood Ratio	6.423	4	.170
Linear-by-Linear Association	.000	1	.984
N of Valid Cases	90		

Kredi maliyetleri ile başarı arasında ilişki yoktur. H0 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 3. 38: Kredi Maliyetleri Ve Kârlılık Değişkenleri Kontenjans Tablosu

	Kredi maliyetleri					Total
	Çok engel oldu	Engel oldu	Kararsızım	Engel olmadı	Hiç engel olmadı	
Karlılık değişmedi	5	18	4	9	5	41
arttı	2	27	2	16	2	49
Toplam	7	45	6	25	7	90

Kredi maliyetlerinin engel olduğu yönünde cevap veren kadın girişimcilerin sayısı fazla olmasına rağmen başarıları üzerinde anlamlı bir etkisi yoktur.

H0: Kadın girişimcilerin sosyal engeller ile başarıları arasında anlamlı bir ilişki yoktur

H6: Kadın girişimcilerin sosyal engeller ile başarıları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Sosyal engeller; kültürel değerler, sosyal çevre, aile, çocuklar, örnek alınabilecek kadın girişimcilerin olmaması, iş ve özel yaşam dengesi tek tek ele alınarak detaylı biçimde test edilmiştir.

Tablo 3. 39: Kültürel Değerler İle Başarı Arasındaki Ki-Kare İlişki Analizi

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1.835	4	.766
Likelihood Ratio	2.216	4	.696
Linear-by-Linear Association	.188	1	.665
N of Valid Cases	90		

Kültürel değerler ve başarı arasında ilişki yoktur. H0 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 3. 40: Kültürel Değerler Ve Kârlılık Değişkenleri Kontenjans Tablosu

	Kültürel değerler					Total
	Çok engel oldu	Engel oldu	Kararsızım	Engel olmadı	Hiç engel olmadı	
Karlılık değişmedi	1	11	3	18	8	41
arttı	0	16	5	20	8	49
Toplam	1	27	8	38	16	90

Kültürel değerlerin engel olmadığı yönünde cevap veren kadın girişimcilerin sayısı daha fazladır.

Tablo 3. 41: Sosyal Çevre İle Başarı Arasındaki Ki-Kare İlişki Analizi

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	6.331	4	.176
Likelihood Ratio	6.843	4	.144
Linear-by-Linear Association	.737	1	.391
N of Valid Cases	90		

Sosyal çevre ile başarı arasında ilişki yoktur. H0 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 3. 42: Sosyal Çevre Ve Kârlılık Değişkenleri Kontenjans Tablosu

	Sosyal çevre					Total
	Çok engel oldu	Engel oldu	Kararsızım	Engel olmadı	Hiç engel olmadı	
Karlılık değişmedi	1	9	4	16	11	41
arttı	0	17	1	23	8	49
Toplam	1	26	5	39	19	90

Sosyal çevrenin engel olmadığı yönünde cevap veren kadın girişimcilerin sayısı daha fazladır.

Tablo 3. 43: İş Ve Özel Yaşam Dengesi İle Başarı Arasındaki Ki-Kare İlişki Analizi

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	2.051	4	.726
Likelihood Ratio	2.063	4	.724
Linear-by-Linear Association	1.186	1	.276
N of Valid Cases	90		

İş ve özel yaşam dengesi ile başarı arasında ilişki yoktur. H0 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 3. 44: İş Ve Özel Yaşam Dengesi Ve Kârlılık Değişkenleri Kontenjans Tablosu

	İş ve özel yaşam dengesi					Total
	Çok engel oldu	Engel oldu	Kararsızım	Engel olmadı	Hiç engel olmadı	
Karlılık değişmedi	1	8	6	18	8	41
arttı	2	14	5	22	6	49
Toplam	3	22	11	40	14	90

İş ve özel yaşam dengesinin engel olmadığı yönünde cevap veren kadın girişimcilerin sayısı daha fazladır.

Tablo 3. 45: Ailem Seçeneği İle Başarı Arasındaki Ki-Kare İlişki Analizi

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	11.435	4	.022
Likelihood Ratio	13.027	4	.011
Linear-by-Linear Association	2.672	1	.102
N of Valid Cases	90		

Ailem seçeneği ile başarı arasında ilişki vardır. Ailem seçeneği ile başarı arasında ilişki olduğunu belirten H6 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 3. 46: Ailem Seçeneği Ve Kârlılık Değişkenleri Kontenjans Tablosu

	Ailem seçeneği					Total
	Çok engel oldu	Engel oldu	Kararsızım	Engel olmadı	Hiç engel olmadı	
Karlılık değişmedi	1	0	4	17	19	41
arttı	0	3	3	33	10	49
Toplam	1	3	7	50	29	90

Ailenin engel olmadığı yönünde cevap veren kadın girişimcilerin sayısı daha fazladır.

Tablo 3. 47: Çocuklarım Seçeneği İle Başarı Arasındaki Ki-Kare İlişki Analizi

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	11.118	4	.025
Likelihood Ratio	11.725	4	.020
Linear-by-Linear Association	1.560	1	.212
N of Valid Cases	90		

Çocuklarım seçeneği ile başarı arasında ilişki vardır. Çocuklarım seçeneği ile başarı arasında ilişki olduğunu belirten H6 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 3. 48: Çocuklarım Seçeneği Ve Kârlılık Değişkenleri Kontenjans Tablosu

	Çocuklarım seçeneği					Total
	Çok engel oldu	Engel oldu	Kararsızım	Engel olmadı	Hiç engel olmadı	
Karlılık değişmedi	3	1	3	16	18	41
arttı	1	7	2	29	10	49
Toplam	4	8	5	45	28	90

Çocukların engel olmadığı yönünde cevap veren kadın girişimcilerin sayısı daha fazladır.

Tablo 3. 49: Örnek Alabileceği Kadın Girişimcilerin Olmaması Ve Başarı Arasındaki Ki-Kare İlişki Analizi

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	5.026	4	.285
Likelihood Ratio	5.058	4	.281
Linear-by-Linear Association	.692	1	.405
N of Valid Cases	90		

Örnek alabileceği kadın girişimcilerin olmaması ile başarı arasında ilişki yoktur. H0 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 3. 50: Örnek Alabileceği Kadın Girişimcilerin Olmaması Ve Kârlılık Değişkenleri Kontenjans Tablosu

	Örnek alabileceği kadın girişimcilerin olmaması					Total
	Çok engel oldu	Engel oldu	Kararsızım	Engel olmadı	Hiç engel olmadı	
Karlılık değişmedi	1	7	10	18	5	41
arttı	2	5	6	32	4	49
Toplam	3	12	16	50	9	90

Örnek alınabilecek kadın girişimcilerin olmamasının engel olmadığı yönünde cevap veren kadın girişimcilerin sayısı daha fazladır.

H0: Kadın girişimcilerin eğitim engelleri ile başarısı arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H7: Kadın girişimcilerin eğitim engelleri ile başarısı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 3. 51: Eğitim Ve Bilgi Eksikliğinin Olması Ve Başarı Arasındaki Ki-Kare İlişki Analizi

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	3.017	4	.555
Likelihood Ratio	3.771	4	.438
Linear-by-Linear Association	1.081	1	.299
N of Valid Cases	90		

Eğitim ve bilgi eksikliğinin başarı ile ilişkisi yoktur. H0 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 3. 52: Eğitim Ve Bilgi Eksikliği Olması Ve Kârlılık Değişkenleri Kontenjans Tablosu

	Eğitim ve bilgi eksikliği olması					Total
	Çok engel oldu	Engel oldu	Kararsızım	Engel olmadı	Hiç engel olmadı	
Karlılık değişmedi	2	6	4	19	10	41
arttı	0	7	3	25	14	49
Toplam	2	13	7	44	24	90

Eğitim ve bilgi eksikliği olmasının engel olmadığı yönünde cevap veren kadın girişimcilerin sayısı daha fazladır.

H0: Kadın girişimcilerin tecrübe engelleri ile başarısı arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H8: Kadın girişimcilerin tecrübe engelleri ile başarısı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 3. 53: Yeterli Tecrübenin Olmaması Ve Başarı Arasındaki Ki-Kare İlişki Analizi

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	3.528	4	.474
Likelihood Ratio	3.966	4	.411
Linear-by-Linear Association	1.336	1	.248
N of Valid Cases	90		

Yeterli tecrübenin olmaması ve başarı arasında ilişki yoktur. H0 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 3. 54: Yeterli Tecrübenin Olmaması Ve Kârlılık Değişkenleri Kontenjans Tablosu

	Yeterli tecrübenin olmaması					Total
	Çok engel oldu	Engel oldu	Kararsızım	Engel olmadı	Hiç engel olmadı	
Karlılık değişmedi	1	9	1	22	8	41
arttı	0	8	3	23	15	49
Toplam	1	17	4	45	23	90

Eğitim ve bilgi eksikliği olmasının engel olmadığı yönünde cevap veren kadın girişimcilerin sayısı daha fazladır.

H0: Kadın girişimcilerin personel bulma engelleri ile başarısı arasında anlamlı bir ilişki yoktur

H9: Kadın girişimcilerin personel bulma engelleri ile başarısı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 3. 55: Uygun Kalifiye Personel Bulma Zorluğu Ve Başarı Arasındaki Ki-Kare İlişki Analizi

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	8.650	4	.070
Likelihood Ratio	9.192	4	.056
Linear-by-Linear Association	3.536	1	.060
N of Valid Cases	90		

Uygun kalifiye personel bulma zorluğu ve başarı arasında ilişki yoktur. H0 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 3. 56: Uygun Kalifiye Personel Bulma Zorluğu Ve Kârlılık Değişkenleri Kontenjans Tablosu

	Uygun kalifiye personel bulma zorluğu					Total
	Çok engel oldu	Engel oldu	Kararsızım	Engel olmadı	Hiç engel olmadı	
Karlılık değişmedi	13	18	4	5	1	41
arttı	5	26	6	12	0	49
Toplam	18	44	10	17	1	90

Uygun kalifiye personel bulma zorluğunun engel olduğu yönünde cevap veren kadın girişimcilerin sayısı fazla olmasına rağmen başarıları üzerinde anlamlı bir etkisi yoktur.

H0: Kadın girişimcilerin psikolojik engeller ile başarıları arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H10: Kadın girişimcilerin psikolojik engeller ile başarıları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Psikolojik engeller; yeterli motivasyonun olmaması ve stres olarak ele alınmış ve test edilmiştir.

Tablo 3. 57: Yeterli Motivasyonun Olmaması Ve Başarı Arasındaki Ki-Kare İlişki Analizi

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	2.492	4	.646
Likelihood Ratio	3.247	4	.517
Linear-by-Linear Association	.389	1	.533
N of Valid Cases	90		

Yeterli motivasyonun olmaması ve başarı arasında ilişki yoktur. H0 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 3. 58: Yeterli Motivasyonun Olmaması Ve Kârlılık Değişkenleri Kontenjans Tablosu

	Yeterli motivasyonun olmaması					Total
	Çok engel oldu	Engel oldu	Kararsızım	Engel olmadı	Hiç engel olmadı	
Karlılık değişmedi	2	5	3	20	11	41
arttı	0	6	4	26	13	49
Toplam	2	11	7	46	24	90

Yeterli motivasyonun olmaması durumunun engel olmadığı yönünde cevap veren kadın girişimcilerin sayısı daha fazladır.

Tablo 3. 59: Stres Ve Başarı Arasındaki Ki-Kare İlişki Analizi

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	5.583	4	.232
Likelihood Ratio	5.730	4	.220
Linear-by-Linear Association	4.307	1	.038
N of Valid Cases	90		

Stres ve başarı arasında ilişki yoktur. H0 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 3. 60: Stres Ve Kârlılık Değişkenleri Kontenjans Tablosu

	Stres					Total
	Çok engel oldu	Engel oldu	Kararsızım	Engel olmadı	Hiç engel olmadı	
Karlılık değişmedi	4	12	8	12	5	41
arttı	1	11	6	21	10	49
Toplam	5	23	14	33	15	90

Stresin engel olmadığı yönünde cevap veren kadın girişimcilerin sayısı daha fazladır.

10. FAKTÖR ANALİZİ SONUÇLARI

Faktör analizinin araştırma açısından en önemli aşaması, elde edilen faktörlerin adlandırılıp anlamlandırılmasıdır. Faktörler adlandırılıp anlamlandırılırken onlardan yoğun olarak etkilenen gözlemsel değişkenleri göz önünde bulundurmak ve bunları neyin böyle yoğun olarak etkileyeceğini sormak gerekir. Adlandırıp anlamlandırma tamamlandıktan sonra ilgilenilen değişkeni açıklama, artık bir regresyon denklemini yorumlama olarak kendisini ortaya koymaktadır (Büyüköztürk, 2011: 21). Analizde farklı soru blokları içinden bazı sorulara yönelik başlıklar için açıklayıcı faktör analizi uygulanmış ve çalışmanın amacı gereği tüm sorulara uygulanmamıştır.

Uygulamanın ilk aşamasında faktör analizinin uygunluğunu belirlemek için bazı ön

testler gerçekleştirilmiştir. Bartlett testi (Bartlett Test of Sphericity) “korelasyon matrisi birim matrise eşittir” hipotezini test eder. Hipotezin reddedilmesi, değişkenler arasında bir korelasyonun olduğu anlamına gelir ve faktör analizinin değişkenlere uygulanabilirliği söz konusu olur. Çalışmada, her bir açıklayıcı faktör analizine ilişkin Bartlett testine göre ana kütle korelasyon matrisinin birim matris olmadığı ve küresellik ölçütünün de sağlandığı görülmüştür ($p<0.05$). Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri ise, faktör analizinin uygun olup olmadığı hakkında bilgi verir. Küçük KMO değerleri, faktör analizi uygulamasının doğru olmayacağı sonucunu verir. KMO ölçütüne göre örneklem büyüklüğü, gözlenen korelasyon katsayıları büyüklüğü ve kısmi korelasyon katsayıları faktör analizi için uyumlu bulunmuştur (tüm açıklayıcı faktör analizi sonuçlarında %80 üzerindedir).

Elde edilen faktörlerin kavramsal anlamlılık açısından indirgenmiş başlıkları ve KMO değerleri Tablo 3.36’da verilmiştir.

Tablo 3. 61: Faktörlerin Kavramsal Anlamlılık Sıralanışı

Kurumsal Destek Faktörleri	FAKTÖR 1	KMO=0.8234 Bartlett test=0.001
Sosyal Ağ Yapısı Desteği	FAKTÖR 2	KMO=0.8289 Bartlett test=0.000
Sosyal Engeller	FAKTÖR 3	KMO=0.8101 Bartlett test=0.000
Kurumsal Engeller	FAKTÖR 4	KMO=0.8283 Bartlett test=0.002
Motivasyon faktörleri	FAKTÖR 5	KMO=0.8345 Bartlett test=0.000

Soru Setinin Güvenirliği:

Ana faktörlere denk gelen soru setlerine güveninirlik analizi yapılmıştır. Cronbach’s Alpha değerlerine bakılmıştır. Cronbach’s Alpha 0.70 ve üstü olduğu durumlarda ölçeğin güvenilir olduğu, soru setinin az olduğu durumlarda ise 0.60’ın üzeri kabul edilir (Sipahi vd., 2010: 89).

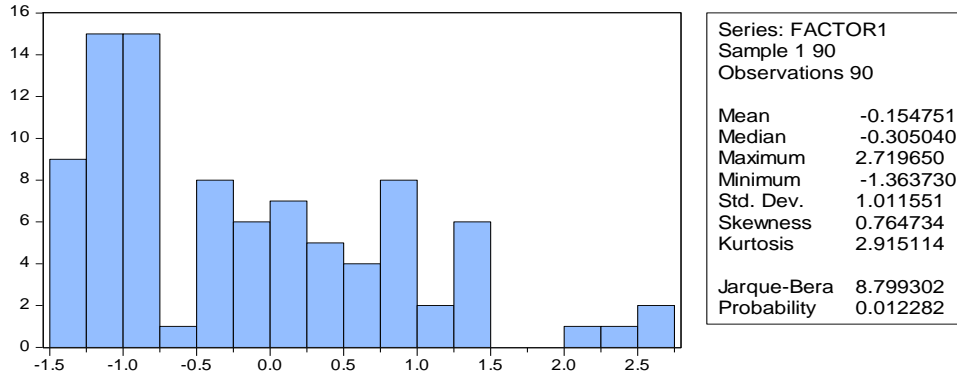
Tablo 3. 62: Soru Setinin Cronbach Alpha Değerleri

Güvenilirlik (Cronbach's Alpha)	
Kurumsal Destek Faktörleri	.746
Sosyal Ağ Yapısı Desteği	.705
Sosyal Engeller	.780
Kurumsal Engeller	.766
Motivasyon faktörleri	.773

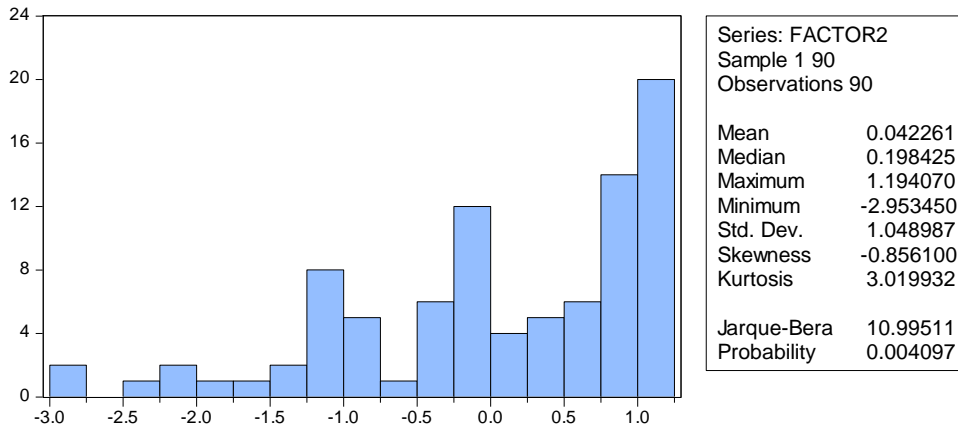
11. GRUP FARKLILIKLARININ SINANMASI

Grup farklılıklarının sınanması için ilk aşamada elde edilen 5 faktörün normallik sınanması gerçekleştirilmiştir. Faktörlerin normallik sınama sonuçlarına göre non-parametrik veya parametrik yöntemlerden hangisinin uygulanacağına karar verilecektir. Her bir faktör için Eviews 7.1 sürümü yardımıyla Jarque-Bera normallik sınanması yapılmıştır. Jarque-Bera normallik testine göre; H_0 : Normal dağılıma sahiptir, H_1 : Normal dağılıma sahip değildir. $p < 0.05$ olduğunda H_0 red edilir. Ayrıca SPSS 18.00 sürümü içinde yer alan Kolmogorov-Simirnov normallik sınanması da yapılarak her iki testin sonuçlarının birbirini çelmediği ve kararların aynı olduğu belirlendikten sonra Tablo 3.54 - Tablo 3.58 arasında verilen normallik sonuçları aşağıda yer almaktadır.

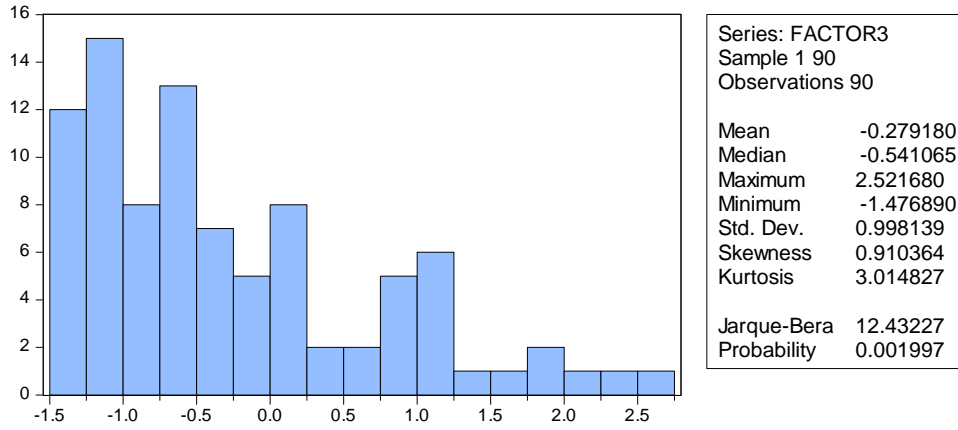
Grafik 3. 17: Kurumsal Destek Faktörleri Jarque_Bera Normallik Testi Sonuçları ($p < 0.05$ H_1 kabul, normal dağılım sağlanmıyor)



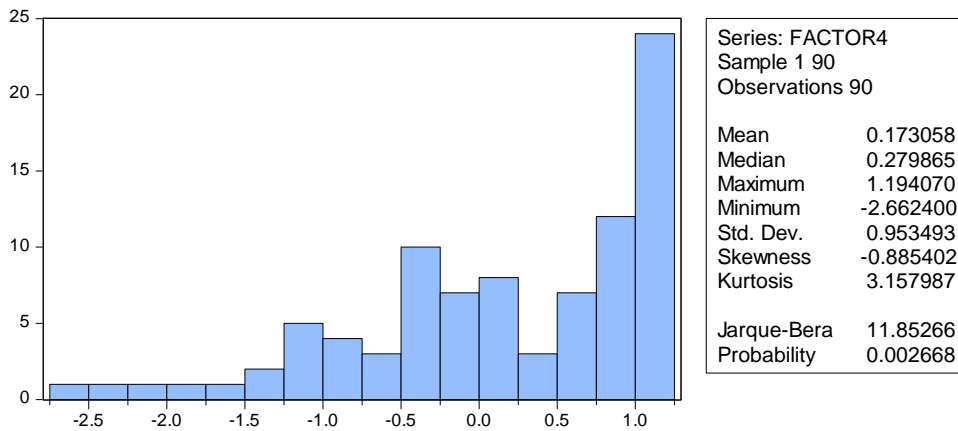
Grafik 3. 18: Sosyal Ağ Yapısı Desteği Faktörü Jarque_Bera Normallik Testi Sonuçları (p<0.05 H₁ kabul, normal dağılım sağlanmıyor)



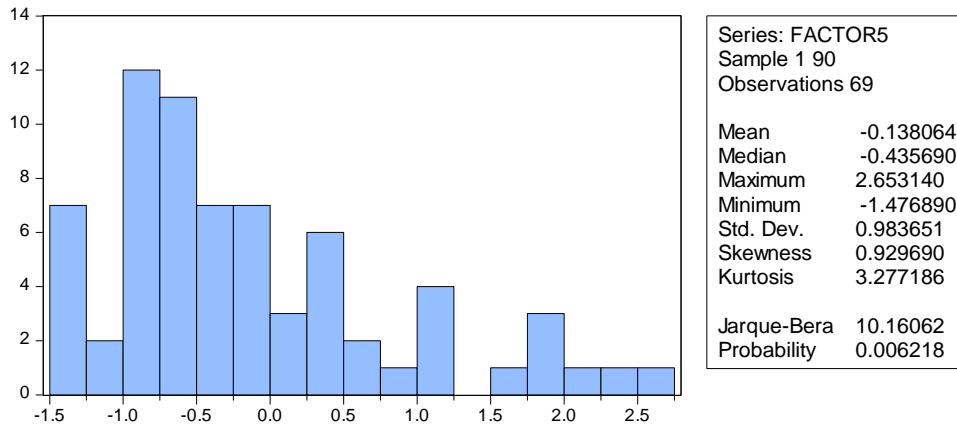
Grafik 3. 19: Sosyal Engeller Faktörü Jarque_Bera Normallik Testi Sonuçları (p<0.05 H₁ kabul, normal dağılım sağlanmıyor)



Grafik 3. 20: Kurumsal Engeller Faktörü Jarque_Bera Normallik Testi Sonuçları (p<0.05 H₁ kabul, normal dağılım sağlanmıyor)



Grafik 3. 21: Motivasyon Faktörü Jarque_Bera Normallik Testi Sonuçları ($p < 0.05$ H_1 kabul, normal dağılım sağlanmıyor)



Sonuçlardan görüleceği üzere, seriler normal dağılımı sağlamadığı için non-parametrik yöntemlerinin kullanılması uygundur. Elde edilen faktörlerin dışında grup farklılığı için kullanılacak diğer değişkenler de likert formunda olduğu için yine normal dağılım sağlanamayacaktır. Bu nedenle, çok kategoriler için (2'den fazla grup) MANOVA'nın karşılığı olan Kruskal Wallis testi ve iki kategorinin (2 grup) olması durumunda t testinin karşılığı olan Mann-Whitney U testleri kullanılmıştır. Belirlenen gruplar çalışmanın amacına uygun olarak temel bir çıkarım sağlayacak biçimde oluşturulmuştur.

Tablo 3. 63: Girişimciliğe 26-30 Yaşında Başlayanlar İle 36-40 Yaşında Başlayan Kadınlar Arasında Grup Farklılıklarının Sınanması Mann-Whitney U Test Sonuçları

	Kurumsal Destek Faktörleri	Sosyal Ağ Yapısı Desteği	Sosyal Engeller	Kurumsal Engeller	Motivasyon faktörleri	Tecrübe engeli	Psikolojik engeller
Mann-Whitney U	26014.000	25751.000	25590.500	24758.500	23587.500	11590.000	11529.500
Wilcoxon W	62060.000	45057.000	61636.500	60804.500	59633.500	28981.000	28920.500
Z	-.175	-.360	-.472	-1.065	-1.877	-.512	-.593
Asymp. Sig. (2-tailed)	.861	.719	.637	.287	.060	.608	.553

Her bir faktör için iki grup arasında anlamlı farklılık bulunamamıştır. Bu iki yaş grubu söz konusu karşılaştırılan faktörler açısından aynı bakış açısı altında cevap vermiştir, farklılık taşımamaktadır.

Tablo 3. 64: Personel Sayısı 5 Ve 5'ten Fazla Olan İle 5'ten Az Olan Kadın Girişimcilerin Arasında Grup Farklılıklarının Sınanması Mann-Whitney U Test Sonuçları

	Kurumsal Destek Faktörleri	Sosyal Ağ Yapısı Desteği	Sosyal Engeller	Kurumsal Engeller	Motivasyon faktörleri	Personel bulma engeli
Mann-Whitney U	5015.000	8745.000	9013.500	9510.500	7022.500	10975.000
Wilcoxon W	16190.000	17130.000	17398.500	20685.500	18197.500	28366.000
Z	-6.875	-1.295	-.893	-.151	-3.874	-1.286
Asymp. Sig. (2-tailed)	.000	.195	.372	.880	.000	.199

Personel sayısı 5 ve 5'ten fazla olan ile 5'ten az olan girişimciler arasında kurumsal destek faktörleri, motivasyon faktörleri açısından anlamlı fark vardır. Diğer faktörler için anlamlı bir farklılık yoktur yani aynı durumdadırlar. Farkın kaynağı için Mean Ranks tablolarına bakıldığında kurumsal desteği personel sayısı 5'ten fazla olanların daha fazla talep ettiği, personel sayısı 5'ten az olan kadın girişimcilerin motivasyon faktörlerinde olumlu cevaplarda daha çok yer aldığı görülmüştür.

Tablo 3. 65: Ailesinde Girişimci Olan Ve Olmayan Kadınlar Arasında Grup Farklılıklarının Sınanması Mann-Whitney U Test Sonuçları

	Kurumsal Destek Faktörleri	Sosyal Ağ Yapısı Desteği	Sosyal Engeller	Kurumsal Engeller	Motivasyon faktörleri	Psikolojik engeller	Tecrübe engeli
Mann-Whitney U	8150.000	11189.000	11906.000	13418.500	10699.500	629.500	964.000
Wilcoxon W	19325.000	28580.000	29297.000	20809.500	21874.500	707.500	17317.000
Z	-6.479	-3.029	-2.215	-2.503	-3.588	-.499	-1.689
Asymp. Sig. (2-tailed)	.000	.002	.027	.015	.000	.618	.091

Ailesinde girişimci olan ve olmayanlar için psikolojik engeller ve tecrübe engeli hariç diğer faktörler açısından istatistik anlamlı farklılık içindedir. Farkın kaynağına bakıldığında ailesinde kadın girişimci olanların faktör alt başlık sorularına olumlu yani katkısı var biçiminde cevaplar verdiği anlaşılmıştır.

Tablo 3. 66: Eğitim Durumu Açısından Grup Farklılıklarının Kruskal Wallis Test Sonuçları

	Kurumsal Destek Faktörleri	Sosyal Ağ Yapısı Desteği	Sosyal Engeller	Kurumsal Engeller	Motivasyon faktörleri	Psikolojik engeller	Tecrübe engeli
Chi-Square	4.161	2.148	3.370	2.244	5.363	4.233	2.101
df	3	3	3	3	3	3	3
Asymp. Sig.	.234	.542	.338	.523	.125	.112	.097

Eğitim durumu açısından hiçbir faktör için anlamlı farklılık bulunamamıştır.

Tablo 3. 67: Erkek Kardeş Sahipliği Açısından Grup Farklılıklarının Kruskal Wallis Test Sonuçları

	Kârlılık	Üretim	Satış
Chi-Square	45.129	22.358	.836
df	3	3	3
Asymp. Sig.	.113	.087	.658

Erkek kardeş sahipliği durumu açısından kârlılık, üretim ve satış ile anlamlı farklılık elde edilememiştir.

12. LOJİSTİK REGRESYON ANALİZİ SONUÇLARI

Bağımlı değişkenin iki sonuçlu (binary) olduğu durumlarda kullanılan lojistik regresyon modelinde bağımsız değişkenler yani; etkileyici değişkenler kategorik veya sürekli değişken formunda olabilirler. Çalışmanın temel amacı olan kadın girişimcilerin başarıları (kârlılık) 3 düzeyli bir cevap formunda sunulmuştur. Fakat 90 yanıtlayıcıdan sadece 3 kişi kârlılığın azaldığını belirttiği için ve toplam sayıda çok düşük bir oranı verdiği için 3 düzeyli bağımlı değişkenler için uygun olan sıralı lojistik regresyon modeli uygulanamamıştır. Bu durumda bu 3 yanıtlayıcının yanıtı 2 düzeye indirmek ve lojistik regresyon analiz etmek amaçlı “kârlılık değişmedi” grubuna dahil edilmiştir. Böylece kârlılık arttı ve değişmedi olarak 2 düzey oluşmuştur. Başarıyı olumlu veya olumsuz yönde etkileyecek farklı bir çok değişken modele dahil edilmiştir. Fakat çoklu bağlantı problemi nedeniyle modelin uyum iyiliği bozulduğundan birçok farklı deneme sonucunda uygun bir bileşim elde edilmiştir. Model “Forward Wald” algoritması altında tahmin edilmiştir.

Tablo 3. 68: Lojistik Regresyon Tahmin Sonuçları

	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
<i>Girişimci özellikleri</i>	.780	.245	10.146	1	.001	.458
<i>Yönetici özellikleri</i>	.032	.021	2.307	1	.129	1.032
<i>Gerekli fins.ulaşamamak</i>	-.925	.233	15.781	1	.000	2.523
<i>Kurumsal destek</i>	.820	.368	4.967	1	.026	.441
<i>Sosyal ağ yapısı</i>	.108	.289	.141	1	.708	1.114
<i>Kurumsal engeller</i>	-1.305	.219	35.516	1	.000	3.688
<i>Sermaye eksikliği</i>	-.621	.124	24.946	1	.000	.537
<i>Constant</i>	2.805	1.022	7.537	1	.006	16.532

Lojistik Model İçin Anlamlılık Testleri:
Model Katsayıları için Omnibus Testi: Model için Ki-Kare Değeri = 491.350, Prob = 0.000
-2 Log likelihood = 669.249 ; **Cox & Snell R Square = 0.880; Nagelkerke R Square = 0.879**
Hosmer and Lemeshow Test: Ki-Kare Değeri= 4.886 , Prob=0.558 > 0.05
* : Bağımsız Değişkenler %5 düzeyinde anlamlı

Lojistik regresyon modelinin anlamlılığı için test sonuçlarını incelediğimizde ise, model katsayıları için Omnibus Testi: Model için Ki-Kare Değeri = 491.350, Prob = 0.000 bulunmuş olup, katsayıların hepsi birlikte anlamlıdır. Lojistik regresyon tahmininde adımsal tahmin süreci izlenmiş ve her adımda -2 Log likelihood = 269,249 değeri en düşük düzeyine, Cox & Snell R Square = 0.591 ve Nagelkerke R Square = 0.789 değeri ise en yüksek değerine ulaşarak modelin anlamlılığı yükselmiştir. Modelin uygunluğu için temel bir test olan Hosmer ve Lemeshow Test: Ki-Kare Değeri = 4.886, Prob=0.558 > 0.05 sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre, testin anlamlılık seviyesi %5'ten büyük olduğu için modelin uygun olduğu şeklindeki H0 reddedilemez. Model analiz için uygundur.

Yönetici özellikleri ve sosyal ağ yapısı başarı üzerinde anlamlı ve etkili çıkmamıştır. Kurumsal engeller, gerekli finansmana ulaşamamak, sermaye eksikliği başarıyı azaltan istatistik anlamlı değişkenlerdir. Kurumsal destek ve girişimci özellikleri ise başarıyı arttıran anlamlı ve etkili değişkenlerdir. Exp (b) sütunu ele alınan etkileyici değişkenlerin risk

düzeyini vermektedir. Görüleceği üzere başarı üzerinde kurumsal engeller en büyük risk (3.688) olarak belirlenmiştir. İkinci derecede gerekli finansmana ulaşamamak (2.523) risk unsuru olarak elde edilmiştir. Anlamlı çıkan diğer değişkenler sayısal olarak az miktarda risk oluşturmaktadır. Risk modelini etkileyebilen diğer bağımsız değişkenler kontrol altına alınmıştır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Ekonomik kalkınmaya önemli katkılar sağlaması nedeniyle, dünya nüfusunun yaklaşık yarısını oluşturan kadınların girişimcilik faaliyetlerine yoğun bir biçimde katılımları bir ülkenin ilerlemesi için önemli bir faktör olarak değerlendirilmektedir. Kadın girişimciliği ile ilgili yapılan çalışmalar, kadın girişimcilerin ekonomik gelişme için çok önemli bir unsur olduğunu ortaya koymaktadır. Son yıllarda, ülkemizde yüksek işsizlik sorununa çözüm bulunması, sürdürülebilir ekonomik büyüme ve sosyal kalkınmanın sağlanması amacıyla kadın girişimcileri desteklemeye yönelik birçok çalışma ve proje yapılmaktadır. Buna rağmen kadın girişimciler genel olarak erkek girişimcilerin karşılaştıkları bir takım sorunlar yanında cinsiyetleri nedeniyle de çeşitli engellerle karşılaşmakta ve girişimcilik rollerini yeterince ortaya koyamamaktadırlar.

Son yıllarda dünyada ve ülkemizde oldukça önem kazanan kadın girişimciliği konusunda bugüne kadar çok sayıda araştırma yapılmıştır. Bu araştırma Bursa ilinde faaliyet gösteren kadın girişimciler ile ilgili çok fazla çalışmanın bulunmaması doğrultusunda gerçekleştirilmiştir. Bu tez çalışması ile Bursa ilinde faaliyet gösteren kadınları girişimci olmaya yönlendiren motivasyon faktörlerinin ortaya konulması, kadınların başarısını destekleyen ve engelleyen faktörler hakkında önemli bilgiler elde edilmesi amaçlanmıştır. Belirlenen destekler faktörlerinin geliştirilmesi ve engellere yönelik etkin çözümler üretilmesi, gelecekte daha çok sayıda kadının girişimcilik faaliyetinde bulunmasına, dolayısıyla da ülkede ekonomik kalkınmaya katkı sağlanmasına ve işsizlik oranının azaltılmasına yardımcı olabilecektir.

Bu araştırma; Bursa ilinde faaliyet gösteren, BTSO üyesi, en az 2 personel istihdam eden, işletme ömrü en az 1 yıl olan kadın girişimciler ile gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonuçları anketi yanıtlayan kadın girişimciler için geçerlidir. Bu tez çalışması ile elde edilen bulgulara göre; araştırmaya katılan kadın girişimcilerin çoğu 26-40 yaş aralığında, evli, çocuk sahibi ve lisans mezunudur. Kadın girişimcilerin çoğunun işletmelerini kurma yaşı 35 yaş ve altındadır. Katılımcıların çoğu sivil toplum kuruluşlarına üyedir. Katılımcıların çoğu hizmet veya tekstil sektörlerinde faaliyet göstermektedir. Çoğunluğu 5'ten fazla personel istihdam eden kadın girişimcilerin işletme ömürleri 2 yıldan fazladır. İşletmelerini çoğunlukla kendi çabaları veya

aileleri ile birlikte kuran kadın girişimcilerin ortağı eşi ya da ailesidir. İşletmelerini kurarken başlangıç sermayesini öncelikle kendi birikim ve imkanlarıyla ya da ailesinin sağladığı imkanlarla oluşturmaktadır. Finansman kaynağına ulaşmakta zorlanan kadın girişimcilerin çok azı başlangıçta banka kredisi ve devlet desteği ile sermayelerini oluşturmuştur. Az bir oranda da olsa kredi kartı kullanarak başlangıç sermayesini temin eden kadın girişimci bulunmaktadır. Literatürde yapılan diğer çalışmalarda da benzer sonuçlara rastlamak mümkündür. Yelkikalan (2006: 105) tarafından yapılan araştırmada kadın girişimcilerin kredi almakta zorlandığını bu yüzden katılımcıların %41'inin şahsi birikimleri ile işletme kurdukları tespit edilmiştir.

Bu araştırmada başarı göstergesi olarak kabul edilen son bir yıldaki kârlılık değişimine göre katılımcıların çoğunun kârlılığı artmış veya değişmemiş, çok azının azalmıştır. Üretim miktarı, satış miktarı ve ihracat miktarı (ihracat yapanlar için geçerli) kârlılıktan daha büyük bir oranda artmıştır. Katılımcıların hemen hemen hepsi yıllık plana sahip iken, bir çoğu uzun dönemli stratejik plana sahip değildir.

Başarısız olan bir girişimciye tavsiye olarak katılımcıların çoğu tekrar girişimci olmasını tavsiye ederken, ücretli bir iş aramasını veya ev hanımı olmasını şiddetle tavsiye etmemektedir. Girişimcilik özelliklerinin güçlü olduğu görülen kadın girişimcilerin çoğunluğu girişimci ve yöneticilik özelliklerinin başarılarına katkısı olduğunu ifade etmiştir. Katılımcıların girişimci olmasında etkili olan motivasyon faktörlerine bakıldığında; kişisel başarı elde etme isteği, hayallerini gerçekleştirme isteği, kendi işinin patronu olmak, yeteneklerini daha çok kullanmak öncelikli olarak etkilidir. Kadınları motive eden ilk dört faktörün finansal kazançtan farklı olduğu görülmektedir. Hisrich ve Brush (1989: 30), Kutanis ve Hancı (2004: 459), Kutanis ve Alpaslan (2006:146), Walker ve Webster (2007:124) tarafından yapılan çalışmalarda da benzer sonuçlara ulaşılmıştır.

Literatürde Türkiye'de kadınların orta yaş diliminde yer aldıkları, evli ve çocuk sahibi oldukları, eğitimlerinin genelde lise düzeyinde olduğu, ekonomik ihtiyaçlardan daha çok kişisel beklentilerini karşılamak amacıyla girişimcilik faaliyetinde buldukları, kuruluş sermayelerini büyük ölçüde kendi birikimleriyle karşıladıkları ve kadınların iş kurma aşamasında karşılaştıkları en önemli sorunun sermaye eksikliği olduğuna ilişkin bulgular yer almaktadır. Bu bulgularla karşılaştırıldığında, araştırmaya katılan Bursa ilinde faaliyet

gösteren kadınların girişimci olma nedenleri ve sermaye kaynakları literatürdeki çalışmalarla paralellik gösterirken, eğitim düzeyleri ve işlerini kurarken yaşadıkları engeller açısından farklılık bulunmaktadır. Bursa ilinde faaliyet gösteren kadın girişimcilerin eğitim seviyelerinin yüksek olması günümüzde kadının eğitim seviyesinin artmasından, eğitilmiş kadınların işgören olarak karşılaştıkları engeller nedeni ile girişimci olmaya yönelmelerinden kaynaklanmaktadır. Araştırma bulgularına göre sermaye eksikliği ve gerekli finansman kaynağına ulaşamamak Bursa'daki kadın girişimciler açısından başarıyı azaltan anlamlı bir değişkendir. Bununla birlikte katılımcılar öncelikli olarak yüksek rekabet ortamı, uygun kalifiye personel bulamama, piyasanın belirsizliği engelleri ile karşılaşmışlardır. Bu engeller günümüz ekonomik koşullarında, rekabet yoğun iş dünyasında tüm girişimciler için geçerlidir.

Literatürde Türkiye'de kadınların sosyal ağ yapılarının zayıf olduğu, kadınların maddi ve manevi destek için öncelikle aile ve arkadaş çevrelerinden faydalandıkları, odalar, dernekler, danışmanlık şirketleri gibi profesyonel sosyal ağlardan yeterince yararlanamadıkları bilinmektedir. Bursa ilinde kadın derneklerine üye olan girişimcilerin sayısı yüksek olsa da, katılımcıların çoğunluğu odaların, kadın derneklerinin, kadınlara yapılan pozitif ayrımcılığın, bankaların başarılarına katkı sağlamadığını ifade etmiştir. Katılımcıların çok azı Avrupa Birliği desteklerinden ve üniversitelerden yararlanmaktadır. Katılımcıların devlet desteklerinden faydalanma durumu da oldukça düşüktür. Sosyal ağ yapısı zayıf olan kadınlar, kadın olmalarından kaynaklanan engellerle birlikte sosyal ağları yeterince değerlendiremedikleri için kurumsal destek faktörlerinden yüksek oranda faydalanamamaktadır.

Araştırmacılara göre aile desteği almak kadın girişimciler için büyük önem taşımaktadır. Bu çalışmada test edilen araştırma hipotezlerinde aile ve çocuklar değişkenleri ile başarı ilişkili bulunmuştur. Bursa ilinde faaliyet gösteren kadın girişimciler ailesinin ve çocuklarının başarılarında engel olmadığını, aile desteğinin başarılarına katkısı olduğunu ifade etmiştir. Literatürde yapılan diğer çalışmalarda da benzer sonuçlara rastlamak mümkündür. Palaz ve Turgut (2009: 113) tarafından yapılan araştırma sonucunda kadın girişimciler en büyük desteği eş ve ailelerinden gördüklerini belirtmişlerdir.

Araştırma hipotezlerinde gerekli finansman kaynağına ulaşamama ve sermaye eksikliği

ile başarı arasında anlamlı bir ilişki çıkmıştır. Finansal engeller Ecevit'in (1993: 24), Şekerler'in (2006: 122), Eğrican ve Karadeniz'in (2008: 33), Palaz ve Turgutun (2009: 108) yaptığı çalışmalarda kadın girişimcilerin karşılaştığı önemli bir engel olarak tespit edilmiştir.

Başarıyı destekleyen faktörlere yönelik oluşturulan hipotezlerden kurumsal destek, sosyal ağ yapıları, eğitim, iş tecrübesi ile başarısı arasında anlamlı bir ilişki çıkmamıştır. Başarıyı engelleyen faktörlere yönelik hazırlanan hipotezlerden eğitim engeli, tecrübe engeli, personel bulma engeli, psikolojik engeller ile başarı arasında anlamlı bir ilişki çıkmamıştır.

Grup farklılıklarının sınanması için yapılan testler sonucunda “girişimciliğe 26-30 yaşında başlayanlar ile 36-40 yaşında başlayan kadınlar” arasında ve “eğitim durumu” farklı olan kadınlar arasında kurumsal destek faktörleri, sosyal ağ yapısı desteği, sosyal engeller, kurumsal engeller, motivasyon faktörleri, tecrübe engeli, psikolojik engeller açısından anlamlı farklılık bulunamamıştır.

Personel sayısı 5 ve 5'ten fazla olan ile 5'ten az olan girişimciler arasında kurumsal destek faktörleri, motivasyon faktörleri açısından anlamlı fark vardır. Diğer faktörler için anlamlı bir farklılık yoktur. Kurumsal destekleri personel sayısı 5'ten fazla olanların daha fazla talep ettiği görülmüştür. Ailesinde girişimci olan ve olmayanlar için kurumsal destek faktörleri, sosyal ağ yapısı desteği, sosyal engeller, kurumsal engeller, motivasyon faktörleri açısından farklılık bulunmaktadır. Aytaç ve İlhan (2007: 107), İbicioğlu vd. (2009: 531), Özdaşlı ve Özkara (2010: 124) tarafından yapılan araştırmalar ailede girişimci olmasının olumlu etkilerinin olduğunu ortaya çıkarmıştır.

Başarıyı etkileyen girişimcilik özellikleri, yöneticilik özellikleri, sermaye eksikliği, gerekli finansmana ulaşamamak, kurumsal destek faktörleri, sosyal ağ yapısı desteği, sosyal engeller ve kurumsal engeller bağımsız değişkenleri ile başarı bağımlı değişkeni analiz edilerek oluşturulan risk modeline göre; yöneticilik özellikleri ve sosyal ağ yapısı başarı üzerinde anlamlı ve etkili çıkmamıştır. Kurumsal engeller, gerekli finansmana ulaşamamak, sermaye eksikliği başarıyı azaltan istatistik anlamlı değişkenlerdir. Kurumsal destek ve girişimci özellikleri ise başarıyı arttıran anlamlı ve etkili değişkenlerdir. Başarı üzerinde kurumsal engeller en büyük risk olarak belirlenmiştir. Sosyal ağ yapısının başarıyı arttıran anlamlı ve etkili bir değişken olmamasının nedeni bu araştırmaya katılan kadınların sosyal ağ

yapısının zayıf olmasından kaynaklanmaktadır. Greene vd. (2003: 8), Jayawarna ve Jones (2010: 7) tarafından yapılan araştırmalar kadın girişimcilerin sosyal ađ yapılarının zayıf olduğunu, kadınların formal ağlarla bağlantı geliştirme olasılıklarının dūřuk olduğunu belirtmektedir. Alpřahin (2011: 129) tarafından yapılan araştırma sosyal ağların girişimcinin performansı üzerinde doğrudan etkili olduğu ortaya çıkmıştır. Gelecek araştırmalar kadın girişimcilerin sosyal ađ yapılarının varlığını ve bu yapıların faydalarını araştırmakla birlikte, bu yapıların nasıl daha etkin hale getirilebileceğine odaklanabilir.

Kadınlar karřılařtıkları tūm engellere rađmen her zaman bir anne, bir eř ve bir evlat olarak sorumluluklarını en iyi řekilde dengelemeye çalıřmaktadırlar. Tūm bu sorumluluklarına karřın kadın giriřimcilik mūcadelelerini bařarı ile sūrdūren kadınlar, ayakta alkıřlanmayı ve desteđi hak etmektedirler.

Yapılan bu tez çalışması sonucu elde edilen bulgular doğrultusunda ve katılımcılara yōneltilen “kadın girişimcilerin desteklenmesi iēin neler önerirsiniz” sorusuna verilen cevaplar neticesinde; genel olarak kadın girişimcilerin sorunlarının çōzūmüne ve girişimci olmayan kadınların daha aktif olarak girişimcilik faaliyetleri iēerisinde yer almalarına yōnelik olarak aşağıdaki öneriler geliştirilmiştir:

1. Őncelikle daha girişimcilik fikrinin oluşması aşamasında atılması gereken Őnemli adımlar bulunmaktadır. Kalkınmada kadın gūcūnden ve potansiyelinden yararlanabilmek, kaynakların israf edilmesini Őnlemek ve doğru kararlar alınmasını sağlamak iēin “yōnlendirme”nin ve yōnlendirme faaliyetlerinin Őnemli bir destek olduğu unutulmamalıdır. Bu amaēla, KOSGEB, Halk Bankası gibi KOBİ’leri destekleyen kurumlarda kadın girişimcileri yōnlendirecek ve bilgilendirecek ofisler oluşturulabilir. Yerel dūzeyde Ticaret ve Sanayi Odasına veya Esnaf ve Sanatkārlar Odasına bağlı bir kadın girişimcilik ofisi, kadın girişimcilerle birebir ilişkiye geēerek sorunların çōzūmüne, bilgi ve danışmanlık gereksinimine yardımcı olabilir. Daha bařlangıē aşamasında kadınlara yol gōsterebilecek “bilgilendirme ofisleri”ne ihtiyaē vardır. Bu ofisler iēin kurulması aşamasında olduğu kadar sonrasında da pazarlama, ũrūn geliştirme. gibi firma geleceğinin şekillenmesinde gerekli bilgilerin eğitimini vermeliğir.

2. Kadın girişimcilerin en önemli engellerinden biri de, finansal zorluklardır. Kadın girişimciler, çoğu zaman, işletme kurma ve daha sonraki finansman ihtiyaçları için eş ve aileden destek almaktadır. Kadının daha bağımsız hareket edebilmesi ve özgüvenini geliştirebilmesi, her şeyden önce finansman açısından güçlü ya da finans sağlama konusunda eğitilmiş olması ile ilişkilidir. Kadın girişimcilerin çoğu bankalardan ticari kredi yerine “tüketici kredisi” kullanarak fon ihtiyaçlarını karşılama yoluna gitmektedir. Bunun nedeni, ticari kredi koşullarının tüketici kredilerine göre daha ağır olmasıdır. Kredi faizlerinin yüksek, limitinin düşük olması, teminat koşullarının ağır bulunması, geri ödemeler için süre tanınmaması, prosedür hakkındaki bilgi eksikliği ve işten elde ettiği gelirin düşük düzeyde kalması, bankadan borçlanma konusunda kadının cesaretini kırabilmektedir. Kadınların yüksek girişimcilik potansiyeline sahip olmaları, hatta yapacakları işin projesi ve pazarı belli olsa bile banka kredi başvurularında teminat olarak üzerlerinde kayıtlı bir mülk gösterememeleri kadın girişimcilerin önünde önemli bir sermaye engeli olarak ifade edilebilir. Finans sağlayan kurumların kadın girişimciler lehine kanun ve mevzuat değişikliğine ihtiyaç vardır. Bankalardan kredi alma koşulları hafifletilmelidir. Gayrimenkul ipoteği ile değil, proje bazında kredi verme yolu düşünülmelidir. Ayrıca, banka kredilerinde, kadın girişimcilerin finansman gereksinimleri için uygun şartlarda “Kadın Girişimci Kotası” uygulanmalıdır. Bu finans olanakları ve koşulları, tüm odalar ve kadın dernekleri tarafından kadın girişimcilere duyurulmalı ve yararlanmak isteyenler yönlendirilmelidir.
3. Kadın girişimciler iş hayatına girdikten sonraki aşamalarda daha farklı desteklere ihtiyaç duymaktadır. Kadın girişimci sayısının yüksek olduğu ülkelerde (örneğin; Kanada %42, ABD %40, Avustralya %31, Meksika %36) devlet teşvik politikalarının yanı sıra, kadın girişimcileri destekleyen örgütlerin de bulunduğu görülür. Örneğin; 1995’de Avustralyalı İş Kadınları Konseyi (ACOB) kurulmuştur. Konseyin amacı, kadın girişimcilerle ilgili politikalar geliştirmek, lobicilik yapmak, ilgili bilgi ve araştırmaları yayınlamak ve başarılı iş kadınlarını teşvik etmektir. ABD’de Uluslararası Özel Girişim Merkezi (CIPE), kadınlar için işletme eğitimi programları düzenleyerek, iş dünyasındaki güçlerini artırmayı hedeflemektedir. Hindistan’da kurulan Karnataga

Kadın Girişimciler Birliği (AWEKA), başarılı kadın girişimcilerin gönüllü çabalarına dayalı olup eğitim ve danışmanlık desteği vermektedir. Türkiye’de KAGİDER gibi kurumların sayısının arttırılmasına ihtiyaç vardır. Var olan derneklerin sayısı nüfusa oranla yetersiz kalmakta ve özellikle yerel düzeyde kadın girişimcilerin sorunlarına eğilmede yetersiz kalmaktadır. Kadınlar, özellikle yeni iş alanları, finans olanakları konusunda yönlendirilme ihtiyacı duymaktadırlar. Yerel düzeyde kurulacak bir merkez ya da dernek, bu ihtiyaca yanıt verebileceği gibi, girişimci kadınların kendi aralarında bilgi ve fikir alışverişi yapabilmelerine de olanak sağlayabilir. Var olan kurumların birbiriyle irtibatlı ve koordineli çalışmaları amaca yönelik verimliliği düşürmekte ve karışıklık oluşturmaktadır. Aynı amaçla kurulan bu yapıların birbirlerinin faaliyetlerinden haberdar olması kadınların lehine sonuçlar ortaya çıkartacaktır. Bu amaçla ortak platformlar oluşturulmalı, bu kurumların bağlı olacağı bir üst yapı planlamalı, hiyerarşi düzenlenmelidir.

4. OECD’ye üye ülkelerde, kadınlar için geliştirilen stratejiler, özellikle kadın girişimciler üzerinde odaklanmakta ve onların işletmecilik becerilerini geliştirmeye yönelmektedir. Kadın girişimcilerin güçlenmesi, politik, ekonomik ve sosyal yeniliğin kaynağı olabilir. Türkiye’de de bu doğrultuda politikalar belirlenerek, kadınlar ekonomik hayatın içine dâhil edilmelidirler. Kadın girişimcilere, temel ekonomi ve işletmecilik kavramlarına, yönetim becerileri ve bilgi teknolojilerine aşinalık sağlayacak bir içerikte eğitim verilmelidir. Yaygın eğitimler basit, anlaşılır, ucuz, ulaşılabilir ve uygun saatlerde olmalıdır. Başta TV ve radyo programları, kolay okunan dergi ve kitaplar, sosyal medya ve internet gibi araçlardan kadınları özendirme, bilgilendirme, yüreklendirme ve yol göstermede yararlanılabilir. Aile içindeki öğrenilmiş ve yerleşmiş kültürü daha sonraki eğitimlerle değiştirmek ya zordur ya da yavaş olabilmektedir. Bu nedenle, yetişkinlerin anlayışlarını değiştirmek için devlet desteğiyle yürütülebilecek bir “yetişkin eğitimi seferberliği” gerekmektedir.
5. Kadınların işe ayırdıkları zaman, erkeklere göre daha kısadır. Bunun nedeni, işin yanında ailevi yükümlülüklerle de zaman ayırma zorunluluğudur (özellikle çocuk bakımı). Koca ve ailenin en önemli desteği, ev içi işlerin ve sorumlulukların paylaşılması olacaktır. Girişimci kadına, özellikle, kuruluş sermayesi temini, araç-

gereç-makine-mal tedariki ile işin idaresi ve yasal işlemlerin yerine getirilmesinde eş, baba, kardeş destek sağlamaktadır. Kadının bu alandaki bilgi ve deneyim eksikliğini gidermesi için, koca ve babanın öğretici olmaları, diğer en önemli destekleme yoludur. Bu kadının güçlenmesine ve bağımsız hareket edebilmesine katkıda bulunacaktır. Bu nedenle aile desteğinin kazanılması ve diğer fertlerin fedakâr olabilmesi için aile içi eğitim ve destek eğitici programlarının hayata geçirilmesi, bu konuyla ilgili kurumların oluşturulması önerilmektedir. Ayrıca, çocuk bakımı gibi önemli bir konuda devletin girişimci kadınlar için uygun imkânlarda çocuk bakım evleri desteğini hayata geçirmesi önerilir.

6. Girişimciliğe verilen teşvik ve desteklerin başarılı olması, önemli ölçüde makro gelişmelerle de ilgilidir. Politik ve ekonomik istikrarın sağlanması, faiz ve enflasyon oranlarının düşürülmesi, vergi sisteminin yeniden yapılandırılması, kayıt dışı ekonominin kayıt altına alınması, bürokrasinin etkinleştirilmesi ve sadeleştirilmesi, kamu kaynaklarının kötüye kullanımının engellenmesi, kayırmacılık, rüşvet ve yolsuzluklarla mücadele edilmesi, girişimcilik cesareti gösteren kadınların sağlam zemin üzerinde iş yapmalarını ve rekabeti sağlamalarını olanaklı hale getirecektir. KOBİ'ler üzerine yapılan bir araştırmada, başarıyı sadece girişimciye veya işletmesine özgü koşulların (sermaye eksikliği ve kalifiye eleman bulamama, haksız rekabet gibi) değil, aynı zamanda makro koşulların (Enflasyon, durgunluk, krizler, yüksek faiz, yüksek vergi ve SGK primleri gibi) da belirlediği ortaya çıkmıştır. Makro olumsuzluklar, ticari deneyimi ve bilgisi sınırlı olan kadınlar için zaten riskli olan iş kurmayı, daha da riskli hale getirmektedir. Kadını bu risklerden koruma için özellikle kriz dönemlerinde borçların ertelenmesi, ekonomik koşullarda faiz uygulanması, SGK primlerinde katkı sağlanması gibi ayrıcalıkların tanınması gerekir.
7. Rekabet yoğun ortamda, müşteri ihtiyaç ve isteklerinin sürekli değişir olmasının bir sonucu olarak girişimciler yenilikçi olmak zorundadır. Gerek iş kurma gerekse iş geliştirme konusunda “yeni fikir” çok az girişimci tarafından başlatılmaktadır. Kadın girişimcilerin inovasyon imkânlarına uzak kalmaması, kurdukları işletmelerde ulusal ve uluslararası rekabet edebilecek düzeyde üretken olabilmeleri için kendilerine yenilikçi politika, süreç ve bilginin aktarılması gerekmektedir. Bu amaçla bir kurum

oluşturulması, kadın girişimcilerin yeniliğe teşvik edilmesi, seminerler ve eğitimler düzenlenmesi önerilmektedir.

8. Girişimcilikte rol modellerinin eksik olması önemli bir problemdir. Başarılı rol modellerin ilgileri, yaklaşımları, davranışları ve faaliyetleri girişimci olmak isteyenlerin arzularını ve güvenirliliklerini etkileyecektir. Üstelik rol modellerinin etkisi, cinsiyetle doğrudan ilişkilidir. Yani, bir kişi aynı cinsiyete sahip diğer bir kişiden daha fazla etkilenecektir. Kadın girişimcilerin birbiriyle iletişimde olabileceği platformların oluşturulması önerilmektedir. Bu platformlar hem internet ortamında hem de günlük yaşamda aktif olarak çalışabilmelidir. İngiltere’de 45000’den fazla kadın girişimcinin yer aldığı en büyük kadın platformu “Enterprising Women” bir kadın girişimci tarafından sektörel bilgi vermek ve her konuda destek olmak amacıyla kurulmuştur. Üyelerine uzmanlar tarafından yüz yüze ve online destekler sunmaktadır. Pratik, kalite ve etkili eğitimler, toplantılar ile üyelerini geliştirmektedir. Platform sayesinde oluşan ağ ile kadınlar birbiri ile sürekli bilgi paylaşımı içinde olmaktadır. Tecrübe paylaşımı ile birlikte, birçok kadın işi ile ilgili arkadaş, ortak, distribütör veya müşteri bulabilmektedir. Ülkemizde de benzer platformların olması kadınlarımız için büyük bir fırsat ve avantaj olabilir.
9. Deneyimli girişimcilerin yeni girişimcilere deneyimlerini aktarmaları, onlara rehberlik etmeleri, onlar açısından eğitici ve destekleyici rol oynamaları önemlidir. Bilgi ve deneyim paylaşımının girişimciler açısından doğrudan ve dolaylı yararlar sağladığını unutmamak gerekir. Girişim kültürünün paylaşılmasını ve yeni kuşaklara aktarılmasını kalıcı kılmak için bu yönde kurumsallaşmakta yarar vardır. Başka bir deyişle, girişim alanında faaliyet gösteren, deneyimli kadın girişimcilerle yeni girişimcileri buluşturan, deneyim ve bilgi paylaşımını sağlayan, yeni girişimcilere bu anlamda rehberlik yapan kurumsal yapılara ihtiyaç vardır.
10. Kadın girişimcilerin ihracat ve dış pazarlara açılma konusunda rehberlik desteğine ihtiyaç duyduğu bilinmektedir. Kadın girişimcilerin hem ihracatla ilgili prosedürler konusunda, hem de dış pazarlara açılım süreçleri hakkında modül eğitimlerle bilgilendirilmesi ve teşvik edilmesi gerekir. Bu bağlamda dünya pazarlarında ihtiyaç hissedilen mallar, kültürel farklılıklara bağlı olarak talep edilen ürünler, tanıtım ve

pazarlama teknikleri, yabancı ortaklarla iş ortaklıkları, yatırım ve üretim imkânları konusunda kapsamlı çalışmalar yapılarak kadın girişimcilere rehberlik hizmetinin sunulması büyük önem taşımaktadır. Bu konuda devletin ve sivil toplum kuruluşlarının çeşitli program yürütmeleri önerilmektedir.

EKLER

Ek1: Anket Formu

Kadın Girişimcilerin Başarisini Destekleyen ve Engelleyen Faktörler

Değerli Girişimci,
Yüksek Lisans tez çalışmasında kullanılmak üzere hazırlanan bu araştırmaya, Bursa ilinde, Kadın Girişimcilerin başarısını destekleyen ve engelleyen faktörleri belirlemek amacı ile yapılmaktadır. Kısa zamanınızı alacak olan bu anketi doldurarak bilime sağladığınız katkıdan dolayı teşekkür ederim.

Canan ARIKAN / Uludağ Üniversitesi

1. Lütfen, yaşınızı belirtiniz.

25 yaşın altı 26-30 31-35 36-40 41-45 46-50 51 ve üstü

2. Lütfen, eğitim durumunuzu belirtiniz.

İlköğretim Lise Önlisans Lisans Yüksek Lisans Doktora

3. Lütfen, kaçınıcı çocuk olduğunuzu ve kardeş sayınızı yazınız.

Kaçınıcı çocuksunuz

Kaç kız kardeş

Kaç erkek kardeş

4. Lütfen, medeni durumunuzu belirtiniz.

Evli Bekar Eşi öldü Boşandı

5. Lütfen, varsa çocuk sayınızı yazınız.

6. Lütfen, üyesi olduğunuz kuruluşları belirtiniz.

BİSO BESOB Meslek Odaları Kadın dernekleri Diğer dernekler

7. Lütfen, kaç yaşında kendi işinize başladığınızı belirtiniz.

25 yaşın altı 26-30 31-35 36-40 41-45 46-50 51 ve üstü

8. Lütfen, işletmenizin faaliyet gösterdiği sektörü yazınız.

9. Lütfen, işletmenizde istihdam ettiğiniz personel sayısını yazınız.

10. Lütfen, işletmenizin yaşını yazınız.

11. Ailenizde girişimci olan bir kişi var mı?

Evet Hayır

Kadin Girişimcilerin Basarisini Destekleyen ve Engellenen Faktörler

12. Ailenizdeki girişimcilerin sizin girişimci olmanıza etkisi var mı?

- Olumlu etkisi var Olumsuz etkisi var Etkisi yok

13. Daha önce başarısızlıkla sonuçlanmış bir girişimcilik deneyimiz oldu mu?

- Evet Hayır

14. İşinizle ilgili yıllık planınız var mı?

- Evet Hayır

15. İşinizle ilgili yazılı stratejik planınız (uzun dönemli) var mı?

- Evet Hayır

16. Lütfen, mevcut işinize nasıl başladığınızı belirtiniz.

- Kendi çabalarımla sıfırdan kurdum
 Ailemle birlikte kurduk
 Arkadaşlarımla birlikte sıfırdan kurduk
 Ailemden miras kaldı
 Başkasından devraldım

17. Lütfen, işletmenizin ortaklık yapısını belirtiniz.

- Şirketin tek sahibi benim
 Ben ve eşim ortağız
 Ben ve ailem ortağız
 Benden başka ortaklarım var

18. Lütfen, işletmenizin kuruluş sermayesini başlangıçta nasıl sağladığınızı belirtiniz.

- Kendi birikim ve imkânlarımla
 Ailemin sağladığı imkânlarla
 Arkadaş çevremim sağladığı imkânlarla
 Banka kredisiyle
 Kredi kartıyla
 Devlet kurumlarının desteğiyle
 Miras ile

Kadin Girişimcilerin Basarisini Destekleyen ve Engellenen Faktörler

19. Lütfen, son bir yılda karlılık, üretim, satış ve ihracat miktarınızdaki değişimi belirtiniz.

	Arttı	Azaldı	Değişmedi
Karlılık	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Üretim Miktarı	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Satış Miktarı	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ihracat Miktarı (Ihracat yapanlar için)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

20. Lütfen, aşağıda verilen kişi/kurumlardan, hangi konularda destek aldığınızı belirtiniz.

	İş kurarken	Ekonomik destek	Manevi destek	İş bilgisi (Know-how)	Kişisel gelişim
Hazine destekleri	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dış Ticaret Müsteşarlığı destekleri	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vergi muafiyet destekleri	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bakanlık (KOSGEB, TÜBİTAK, BEBKA, Ekonomi Bakanlığı) Destekleri	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
İŞ-KUR destekleri	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Avrupa Birliği destekleri	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Danışmanlık Şirketleri	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Üniversiteler	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aile	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Arkadaşlar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Diğer kadın girişimciler	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kadın Demekleri	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Odalar (BTSO, BESOB)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bankalar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Kadın Girişimcilerin Başarısını Destekleyen ve Engelleyen Faktörler

21. Lütfen, aşağıdaki faktörlerin başarınıza katkısını belirtiniz.

	Hiç katkısı olmadı	Katkısı olmadı	Kararsızım	Katkısı oldu	Çok katkısı oldu
Girişimci özelliklerim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yöneticilik özelliklerim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sahip olduğum tecrübe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aldığım eğitim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Girişimci aileden gelmem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sermayemin olması	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Devlet destekleri	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ailem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Arkadaşlarım	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Diğer kadın girişimciler	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kadın Demekleri	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Odalar (BTSO, BESOB)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bankalar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ülkemizin güçlü ve istikrarlı ekonomisi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kadınlara yapılan pozitif ayrımcılık	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

22. Lütfen, Devletin aşağıdaki alanlarda kadın girişimcilere hangi oranda destek olduğunu belirtiniz.

	Hiç destek olmadı	Destek olmadı	Kararsızım	Az destek oldu	Çok destek oldu
Bürokrasiyi azaltarak	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vergi indirimini yaparak	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Finansal hibe sağlayarak	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Düşük faizli kredi vererek	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Çeşitli teşvikler vererek	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ar-Ge destekleri sağlayarak	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Girdi maliyetlerini düşürerek	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mesleki eğitim ve rehberlik desteği vererek	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Kadin Girişimcilerin Basarisini Destekleyen ve Engelleyen Faktörler

23. Lütfen, girişimci olmanızda aşağıdaki faktörler hangi oranda etkili olmuştur belirtiniz.

	Hiç etkili değil	Etkili değil	Kararsızım	Etkili	Çok etkili
Pazar fırsatlarını değerlendirmek	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aile şirketini miras yoluyla devraldım	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kendi işimin patronu olmak	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yeteneklerimi daha çok kullanmak	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hayallerimi gerçekleştirme isteği	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Daha yüksek gelir elde etme isteği	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kişisel başarı elde etme isteği	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Statü / prestij sağlama isteği	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Çocuklarıma miras bırakma isteği	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
İş ve özel yaşamımı dengeleme isteği	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Para kazanma isteği	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Daha iyi bir yaşam standardına kavuşma isteği	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
İş hayatında üstlerimle yaşadığım zorluklar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Esnek çalışma saatlerine kavuşma isteği	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Kadın Girişimcilerin Başarisini Destekleyen ve Engelleyen Faktörler

24. Lütfen, Aşağıdaki faktörler kadın girişimciliğin önünde hangi oranda engeldir belirtiniz.

	Hiç engel olmadı	Engel olmadı	Kararsızım	Engel oldu	Çok engel oldu
Kültürel değerler	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sosyal çevre	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
İş ve özel yaşam dengesi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ailem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Çocuklarım	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yasalar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bürokrasi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sermaye eksikliği	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gerekli finansman kaynağına ulaşamamak	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kredi maliyetleri	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Uygun kalifiye personel bulma zorluğu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Uygun bina ve alt yapı bulma zorlukları	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Piyasanın belirsizliği	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yüksek rekabet ortamı	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ömek alabileceğim kadın girişimcilerin olmaması	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kadınlara uygulanan ayrımcılık	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yöneticilik vasıflarının yeterli olmaması	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yeterli tecrübemin olmaması	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yeterli motivasyonumun olmaması	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yeterli zamanımın olmaması	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eğitim ve bilgi eksikliğimin olması	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Girişim özelliklerimin eksik olması	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Stress	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Kadin Girişimcilerin Basarisini Destekleyen ve Engelleyen Faktörler

25. Kendi işini kurmuş ancak başarılı olamamış bir girişimciye ne tavsiye edersiniz?

	Hiç katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Çok katılıyorum
Ücretli bir iş aramasını tavsiye ederim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yeniden AYNI alanda iş kumasını tavsiye ederim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yeniden FARKLI alanda iş kumasını tavsiye ederim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ev hanımı olmasını tavsiye ederim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

26. Kadın girişimcilerin desteklenmesi konusunda neler önerirsiniz?

27. Anket sonuçlarını sizinle paylaşmamızı ister misiniz?

Evet, mail adresim:

KAYNAKLAR

KİTAPLAR

- ARAT Necla (1993), **Türkiye’de Kadın Girişimcilik**, Tes-Ar Yayınları, No:7, Ankara.
- ARIKAN Semra (2001), **Girişimcilik, Siyasal Kitabevi**, Ankara.
- BEBA Ali (2008), **Kadın Girişimcilerin Projeleri İçin Ulusal Fonlar ve AB Destekleri**, 2. b., Garanti Bankası Yayınları, İstanbul.
- BORZİ M. Anna (1994), **The Gender Finance Gap**, Smythe Pty Ltd., Sydney.
- BÜYÜKÖZTÜRK Şener (2011), **Sosyal Bilimler İçin Veri Analiz El Kitabı**, 16. b., Pegem Yayıncılık, Ankara.
- CASSELL Kay A. ve Marina I. MERCADO (2000), **Why The Best Man For The Job is A Woman: The Unique Female Qualities of Leadership**, Harper Business (Book Reviews), Newyork.
- CASSON Mark (2003), **The Entrepreneur An Economic Theory**, Edward Elgar Publishing, 2. b. , Cheltenham, UK.
- CASSON Mark – Bernard YEUNG – Anuradha BASU – Nigel WADESON (2006), **Entrepreneurship**, Oxford University Press, Oxford.
- ÇELEBİ Nilgün (1997), **Turizm Sektöründeki Küçük İşyeri Örgütlerinde Kadın Girişimciler**, KSGM Yayınları, Ankara.
- DAFT Richard (1998), **Organization Theory and Design**, 6. b. , South- Western College Publishing, Ohio.
- DHILLON Preet K. (1993), **Women Entrepreneurs**, Blaze Publishers and Distributors Pvt. Ltd., New Delhi, India.
- DHILLON Preet K. – Pradip MALHOTRA (1993). **Motives and Charecterictics of Successful Women Entrepreneurs**, Blaze Publishers and Distributors Pvt. Ltd., New Delhi, India.
- DOĞAN İsmail (2002), **Sosyoloji: Kavramlar ve Sorunlar**, Pegem A Yayıncılık, Ankara.
- DÖM Serpil (2008), **Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği**, Detay Yayıncılık, Ankara.

- ECEVİT Yıldız (2007), **Türkiye’de Kadın Girişimciliğine Eleştirel Bir Yaklaşım**, Uluslararası Çalışma Ofisi (ILO), 1. b., Ankara
- FENERCİ Sedat (1999), **Türkiye’de Kadın İşgücü**, TİSK Yayını, Ankara.
- FOSS J. Nicolai – Peter G. KLEIN (2002), **Entrepreneurship And The Firm: Austrian Perspectives On Economic Organization**, Edward Elgar Publishing Limited, UK
- GÜROL Mehmet Ali (2000), **Türkiye’de Kadın Girişimci ve Küçük İşletmesi: Fırsatlar, Sorunlar, Beklentiler ve Öneriler**, Atılım Üniversitesi Yayını, Ankara.
- GÜROL Mehmet Ali (2006), **Girişimci ve Girişimcilik**, Gazi Kitapevi, Ankara.
- HATTEN Timothy S. (1997), **Small Business: Entrepreneurship and Beyond**, NJ: Prentice-Hall, Usa.
- HISRICH Robert D. – Candida G. BRUSH (1989), **The Women Entrepreneur: Starting, Financing and Managing a Successful Business**, Lexington Books, Usa.
- HISRICH Robert D. – Michael P. PETER (2002), **Entrepreneurship**, 5. b., Mcgraw Hill, Newyork, Usa.
- HISRICH Robert D. – Michael P. PETER (1995), **Entrepreneurship: Starting, Developing and Managing, A New Enterprise**, Donnelley and Sons Company, Usa.
- HODGETTS Richard M. – Donald F. KURATKO (1995), **Entrepreneurship A Contemporary Approach**, 3. b., The Dryden Press, Usa.
- İRİZ Rıfat (2005), **Yaratıcılık ve Yenilik Bağlamında Girişimcilik ve Kobi’ler**, Çizgi Kitapevi, Konya.
- JOHNSON Richard. C. B. (2005), **Entrepreneurship and Self-Finance**, Sweden.
- KORAY Meryem (2000), **Sosyal Politika**, Ezgi Kitapevi, Bursa.
- KSGM (2000), **Türkiye’de Kadınlara Ait Girişimlerin Desteklenmesi**, KSGM Yayınları, Ankara.
- KSGM (2008a), **Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Ulusal Eylem Planı 2008 – 2013**, KSGM Yayınları, Ankara.
- KSGM (2008b), **Politika Dokümanı: Kadın ve Eğitim**, KSGM Yayınları, Ankara.
- KSGM (2009), **Türkiye’de Kadının Durumu**, KSGM Yayınları, Ankara.
- KSGM (2012), **Türkiye’de Kadın**, KSGM Yayınları, Ankara.

- MÜFTÜOĞLU M. Tamer (2002), **Türkiye’de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler, Kobi’ler**, Turhan Kitabevi Yayınları, Ankara.
- MÜFTÜOĞLU M. Tamer – Tülin DURUKAN (2004), **Girişimcilik ve KOBİ’ler**, Gazi Kitapevi, Ankara.
- MÜFTÜOĞLU M. Tamer (2004), **Girişimcilik**, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.
- MÜFTÜOĞLU, M. Tamer - Yılmaz ÜRPER - Mehmet BAŞAR - Tuğberk TOSUNOĞLU (2004), **Girişimcilik**, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.
- NAISBITT, John – Patricia ABURDENE (1992), **Kadınların Önlenemeyen Yükselişi**, Form Yayınları, No: 20, İstanbul.
- NIELSEN Kent ve John KJELDEN (2000), **Women Entrepreneurs: Now and In The Future, Danish Agency For Trade and Indusrty**, Copenhagen.
- OECD (2001), **Drivers of Economic Growth: Information Technology, Innovation and Entrepreneurship**, OECD Publication, France.
- OECD (2004), **Small and Medium-Sized Enterprises in Turkey: Issues and Policies**, OECD Publication, France.
- ÖZEN KUTANİS Rana (2006), **Girişimci Kadınlar**, Değişim Yayınları, İstanbul.
- ÖZTÜRK Hüseyin (2002), **Sosyolojik Yansımalar**, Nobel Yayınevi, Ankara.
- SCARBOROUGH Norman M. (2011), **Essentials of Entrepreneurship**, Prentice Hall, Newyork, Usa.
- SİPAHİ Beril – Serra YURTKORU – Murat ÇİNKO (2010), **Sosyal Bilimlerde SPSS’le Veri Analizi**, 3. b., Beta Yayıncılık, İstanbul.
- TEKİN Mahmut (2005), **Girişimcilik**, Günay Yayıncılık, Konya.
- TİTİZ Tınaz (1994), **Girişimcilik**, İnkılap Kitabevi, Ankara.
- TOKSÖZ Gülay (2007), **Türkiye’de Kadın İstihdamının Durumu**, 1. b., Uluslararası Çalışma Örgütü, Ankara.
- TÜSİAD (2000), **Kadın-Erkek Eşitliğine Doğru Yürüyüş: Eğitim, Çalışma Yaşamı ve Siyaset**, TÜSİAD Yayınları, İstanbul.
- TÜSİAD (2002), **Türkiye’de Girişimcilik**, TÜSİAD Yayınları, İstanbul.

DİĞER KAYNAKLAR

- ALADA A. Dinç (2001), “İktisadi Düşünce Tarihinde Girişimcilik Kavramı Üzerine Notlar”, **İstanbul Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi**, No: 23-24.
- ALPŞAHİN Ufuk (2011), Kadın Girişimcilerin Başarı Faktörleri: Farklılık Yaratan Stratejilerin Çözümlemesi, Doktora Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Çanakkale.
- ANAFARTA Nilgün – Fulya SARVAN – Nuray YAPICI (2008), “Konaklama İşletmelerinde Kadın Yöneticilerin Cam Tavan Algısı: Antalya İlinde Bir Araştırma,” **Akdeniz Ü. İ.İ.B.F. Dergisi**, Sayı. 15, ss. 111-137.
- AYAZ Nükhet (1993), “Türkiye’de Çalışan Kadınların Sorunlarına Yönelik Bir İnceleme (Tekstil İşkolundan Örnekler),” **Süleyman Demirel Ü. İ.İ.B.F. Dergisi**, Sayı. 8, ss. 175-191.
- AYTAÇ Ömer (2006), “Girişimcilik: Sosyo Kültürel Bir Perspektif”, **Dumlupınar Ü. Sosyal Bilimler Dergisi**, Sayı. 15, ss. 139-160.
- AYTAÇ Ömer – Süleyman İLHAN (2007), “Girişimcilik ve Girişimci Kültür: Sosyolojik Bir Perspektif”, **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, sy. 18, Konya, ss. 101-120.
- BARAZ Barış (2006), “Aile İşletmelerinde Kurumsallaşma Ölçütleri”, **2. Aile İşletmeleri Kongresi Kitabı**, İstanbul Kültür Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- BARRET Mary (2006), “Women's Entrepreneurship in Australia: Present And Their Future”, **Growth Oriented Women Entrepreneurs and Their Business**, Edward Edgar Publishing Limited, Usa, pp 23-52.
- BARUTÇUGİL İsmet (2003), “21. Yüzyılda Yönetim ve Kadın Yönetici”, **Kişisel Gelişim Dergisi**, Sayı. 3.
- BAYRAK Sabahat – Atilla YÜCEL (2000), “Kadın Cinsiyeti, Yöneticilik ve Güç Bir Paradoks Mu?”, **11. Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı**, Nevşehir.
- BEDÜK Aykut (2005), “Türkiye’de Çalışan Kadın ve Kadın Girişimciliği”, **Sosyal Bilimler Dergisi**, C.3, Sayı.12, ss. 106-117.
- BEKTAŞ Çetin – Mehmet Ali KÖSEOĞLU (2007), “Aile İşletmecilik Kültürünün Girişimcilik Eğilimine Etkileri ve Bir Alan Araştırması”, **Karamanoğlu Mehmet Bey Ü. İ.İ.B.F. Dergisi**, sy. 13, ss. 297-317.

- BODEN Richard – Nucci ALFRED (2000), “On The Survival Prospects Of Men's And Women's New Business Ventures”, **Journal Of Business Venturing**, Vol. 18, No. 4, pp. 347-362.
- BOZKURT Öznur (2006), “Girişimcilik Eğiliminde Kişilik Özelliklerinin Önemi”, **Çanakkale Onsekiz Mart Ü. Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi**, C. 1, Sayı. 2, ss. 93-111.
- BOZKURT Rüştü (2000), “Girişimci ve Rol Bilinci”, **İş Fikirleri Dergisi**, Sayı: 12.
- BRUSH Candida G. (1997), “Women Owned Business: Obstacles And Opportunities”, **Journal Of Developmental Entrepreneurship**, Vol. 2, No. 1, pp. 1-24.
- BRUSH Candida G. – Patricia GREENE – Elizabeth GATEWOO (2006), “Perspectives On Women Entrepreneurs: Past Findings And New Directions”, Eds. M Minniti, **Praeger Perspectives Series: The Entrepreneurial Process**, Vol. 1, Praeger Publishing, Westport, Usa.
- BRUSH Candida G. – Robert HIRICH (1991), “Antecent Influences On Women-Owned Businesses”, **Journal Of Managerial Psychology**, Vol. 6, No. 2, pp. 9-16.
- CAN Yeşim – Aslı KARATAŞ (2007), “Yerel Ekonomilerde Kalkınmanın İtici Gücü Olarak Kadın Girişimcilerin Rolü ve Mikro Finansman: Muğla İli Örneği,” **Selçuk Ü. Karaman İ.İ.B.F. Dergisi Yerel Ekonomiler Özel Sayısı**, ss. 251-261.
- CARTER Sara – Peter ROSA (1998), “The Financing Of Male And Female Owned-Business”, **Entrepreneurship And Regional Development**, Vol. 10, No. 3, pp. 225-241.
- CARTER Sara – Tom CANNON (1988), “Women in Business”, **Employment Gazette**, Vol. 96, No.10, pp. 565-571.
- CATLEY Suzanne – R. T. Hamilton (1998), “Small Business Development and Gender of Owner”, **Journal of Management Development**, Vol. 17, No. 1, pp. 75-82.
- COLE Pam (1994), “From Theory To Practice: How Valuable Are Women into Management Courses when You Become a Chief Executive?”, **Executive Development**, Vol. 07, No. 3, pp 6-8.
- CONSTANTINIDIS Christina – Annie CORNET – Simona ASANDEI (2006), “Financing of Women-owned Ventures: The Impact of Gender and Other Owner -and firm-related Variables”, **Venture Capital: An International Journal of Entrepreneurial Finance**, Vol. 8, No. 2, pp. 133-157.
- CROMIE Stanley (1987), “Motivations of Aspiring Male and Female Entrepreneurs”, **Journal of Occupational Behavior**, Vol. 8, No. 3, pp. 251-261.

- CRON William – Garry BRUTON – John SLOCUM (2006), “Professional Service Ventures, Performance, And The Gender Effect”, **Journal of Leadership & Organizational Studies**, Vol. 12, No. 3, pp. 53-67.
- ÇAKICI Ayşehan (2003), “Mersin’deki Kadın Girişimcilerin İş Kurma Öyküsü ve İş Kuracak Kadınlara Öneriler”, **11. Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı**, Afyon.
- ÇELİK Cemile – Mahmut ÖZDEVECİOĞLU (2001), “Kadın Girişimcilerin Demografik Özellikleri ve Karşılaştıkları Sorunlara İlişkin Nevşehir İlinde Bir Araştırma”, **1. Orta Anadolu Kongresi**, Nevşehir, ss. 487-498.
- ÇEVİK Evrim (2006), Girişimcilerin, Girişimcilik Tipleri ile Çalışma Amaçları Arasındaki İlişki, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul.
- DELMAR Fredric (2003), “Women Entrepreneurship: Assessing Data Availability and Future Needs”, **Workshop on Improving Statistics on SMEs and Entrepreneurship to be held at OECD Headquarters**, Paris.
- DeMARTINO Richard – Robert BARBATO (2003), “Differences Between Women and Men MBA Entrepreneurs: Exploring Family Flexibility and Wealth Creation as Career Motivators”, **Journal of Business Venturing**, Vol. 18, pp. 815-832.
- DİNÇ Ayhan (2001), “İktisadi Düşünce Tarihinde Girişimcilik Kavramı Üzerine Notlar”, **İstanbul Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi**, No: 23-24.
- DURUKAN Tülin (2006), “Dünden Bugüne Girişimcilik ve 21. Yüzyılda Girişimciliğin Önemi”, **Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi**, C. 1, Sayı. 2, ss. 25-37
- ECEVİT Yıldız (1993), "Kadın Girişimciliğinin Yaygınlaşmasına Yönelik Bir Model Önerisi", **KSGM Kadını Girişimciliğe Özendirme ve Destekleme Paneli**, Ankara.
- EĞRİCAN Nilüfer – Esra KARADENİZ (2008), “Entrepreneurship in Turkey: The Turkish Annual Report”, **GEM Publishing**, İstanbul.
- FOSS Lene – Elisabeth LJUNGGREN (2006), “Women's Entrepreneurship In Norway: Recent Trends And Future Challenges”, **Growth Oriented Women Entrepreneurs and Their Business**, Eds. B. Candida, N.M Carter, E.J Gatewood, P.G Green, M.M Hart. Edward Edgar Publishing Limited, Usa, pp. 154-183.
- GEM (2001), “Global Entrepreneurship Monitor Executive Report”, Londra.
- GEM (2011), “Global Entrepreneurship Monitor Global Report”, Londra.

- GEM (2012), "Global Entrepreneurship Monitor Global Report", Londra.
- GÖKAKIN Z. Ö. (2000), "Doksanlı Yılların Yeni Kahramanları: Türkiye'de Girişimci Kadın Profili", **8. Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı**, Nevşehir, ss. 109-123.
- GÖNÜLLÜOĞLU Sevgi – İsa İPÇİOĞLU – Atıl TASER (2009), "Sahip Oldukları İşletme Türlerine Göre Kadın Girişimcilerin Aralarındaki Farklılıkların Analiz Edilmesi", **17. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı**, Eskişehir, ss. 326-332.
- GREENE Patricia – Myra M. HART – Elizabeth J. GATEWOOD - Candida G. BRUSH - Nancy M. CARTER (2003), "Women Entrepreneurs: Moving Front And Center: An Overview Of Research And Theory", **Women Entrepreneurs: Moving Front and Center**, Usa.
- GUNDRY K.Lisa – Harold P. WELSCH (2001), "The Ambitious Entrepreneur: High Growth Strategies Of Women Enterprises", **Journal Of Business Venturing**, Vol. 16, No. 5, pp. 453-470.
- GÜLER MÜFTÜOĞLU Berna (2006), "AB'de ve Türkiye'de Kadın Olmak: Eşitsizliğin Gölgesindeki Eşitlik!", **İktisat Dergisi**, ss. 44.
- GÜNEY Semra (2006), "Kadın Girişimciliğe Genel Bakış", **Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi**, C. 1, Sayı. 1, ss. 25-43.
- GÜROL M. Ali – Ali MARŞAP (2007), "Geçmişte ve Günümüz Yaşamında Ücretsiz ve Ücretli İşgücü Olarak Kadın", **Bilig**, Sayı. 42, ss. 95-109.
- HISRICH Robert D. (1989), "Women Entrepreneurs: Problems and Pre-Scriptons In The Future", **Women-Owned Businesses**, Praeger Publishers, Usa, pp. 2-32.
- HISRICH Robert D. – Candida G. BRUSH (1987), "Women Entrepreneurs: A Longitudinal Study", **Frontiers of Entrepreneurship Research**, Babson College, pp. 187-189.
- HISRICH Robert D. – Sevgi Ayse ÖZTÜRK (1999), "Women Entrepreneurs in A Developing Economy", **The Journal Of Management Development**, Vol. 18, No. 2, pp. 114-124.
- IŞIK Nihat – Deniz GÖKTAŞ – Efe Can KILINÇ (2011), "İktisadi Büyümede Girişimciliğin Rolü", **Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi**, C. 6, Sayı. 1, ss. 185-210.
- İBİCİOĞLU Hasan – Kürşat ÖZDAĞLI – Ali M. Alparslan (2009), "Girişimci Özellikler ve Girişimcilik Türü Tercih Üzerinde Ebeveyn Etkisi: Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Araştırması", **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi**, C. 12, Sayı. 1-2, ss. 521-538.

- İLTER Berfu (2008), Girişimcilik Sürecinde Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunların Analizi: Kagider Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Afyonkarahisar.
- İPLİK Esengül (2012), Osmaniye İli Kırsalında Kadın Girişimciliği Başarı, Doktora Tezi, Çukurova Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Adana.
- JONES Oswald – Dilani JAYAWARNA (2010), “Bootstrapping And Entrepreneurship: Investigating The Role Of Gender”, **EURAM 2010**, Tor Vergata University, Rome.
- KALLEBERG Arne - Kevin LEICHT (1991), “Gender And Organizational Performance: Determinant Of Small Busines Survival And Success”, **Academy of Management Journal**, Vol. 34, No. 1, pp. 136-161.
- KANSIZ Nuray – Şebnem AKIN ACUNER (2008), “Üretim ve istihdama Katılımda Kadının Yeri”, **Kalkınmada Anahtar Verimlilik Dergisi**, 20/240.
- KAPU Hüsnü (2004), “Anadolu Girişimcilerinin Girişimcilik Değerleri”, **12. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı**, Bursa.
- KÜÇÜKALTAN Derman (2009), “Genel Bir Yaklaşımla Girişimcilik”, **Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi**, ÇOMÜ Dr. H. İbrahim Bodur Girişimcilik Uygulama ve Araştırma Merkezi, C. 4, Sayı. 1, ss. 21-28.
- LITTUNEN Hannu (2000), “Entrepreneurship And The Characteristics Of The Entrepreneurial Personality”, **International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research**, Vol. 6, No. 6, pp. 295-312.
- MATTIS Mary C. (2004), "Women Entrepreneurs: Out From Under The Glass Ceiling", **Women In Management Review**, Vol. 19, No. 3, pp. 154-163.
- MAYSAMI Ramin Cooper – Valerie Priscilla GOBY (1999), “Female Business Owners in Singapore And Elsewhere: A Review Of Studies”, **Journal Of Small Business Management**, Vol. 37, No. 2, pp. 96-105.
- MBOOKO Swithina – Andrea E. SMITH-HUNTER (2009), “Women Entrepreneurs in Zimbabwe: A Case Study”, **The Journal of Global Business Issues**, Vol. 3, No. 1, pp. 157-169.
- McMULLAN W. Edward – L. Murray GILLIN (1998), “Industrial Viewpoint Entrepreneurship Education”, **Technovation**, Vol. 18, No. 4, pp. 275-286.

- MELEK Salih (2009), “Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü’nün Medya ve Etik Bağlamında Önerileri”, **Medya ve Etik Sempozyumu Bildiriler Kitabı**, Elazığ, ss. 25-33
- MINNITI Maria – Pia ARENIUS (2003), “Women In Entrepreneurship,” **The Entrepreneurial Advantage Of Nations: First Annual Global Entrepreneurship Symposium**, United Nations Headquarters.
- MORRIS H. Michael – Nola N. MIYASAKI - Craig E. WATTERS - Susan M. COOMBES (2006), “The Dilemma Of Growth: Understanding Venture Size Choices Of Women Entrepreneurs”, **Journal Of Small Business Management**, Vol. 44, No. 2, pp. 221-244.
- NARİN Müslüme – Ali MARŞAP – M. Ali GÜROL (2006), “Global Kadın Girişimciliğinin Maksimizasyonunu Hedefleme: Uluslararası Arenada Örgütlenme ve Ağ Oluşturma,” **Gazi Ü. İ.İ.B.F. Dergisi**, C. 8, Sayı. 1, ss. 65-78.
- NEERGAARD Helle – Kent NIELSEN – John KJELDEN (2006), “State of The Art of Women's Entrepreneurship, Access To Financing and Financing Strategies In Denmark”, **Growth Oriented Women Entrepreneurs and Their Business**, Eds. B. Candida, N.M Carter, E.J Gatewood, P.G Green, M.M Hart, Edward Edgar Publishing Limited, Usa, pp. 88-111.
- OECD (2004), “Women’s Entrepreneurship: Issues and Policies”, **2. OECD Conference of Ministers Responsible for Small and Medium Sized Enterprises (SMEs)**, İstanbul.
- OKAFOR Chinonye – Roy AMALU (2010), “Entrepreneurial Motivations as Determinants of Women Entrepreneurship Challenges”, **Economic Sciences Series**, Vol. 62, No. 2, pp. 67-77.
- ORHAN Muriel – Don SCOTT (2001), “Why Women Enter into Entrepreneurship: An Explanatory Model”, **Women in Management Review**, Vol. 16, No. 5, pp. 232-247.
- ÖRÜCÜ Edip – Recep KILIÇ – Taşkın KILIÇ (2007), “Cam Tavan Sendromu ve Kadınların Üst Düzey Yönetici Pozisyonuna Yükselmelerindeki Engeller: Balıkesir İli Örneği,” **Celal Bayar Ü. İ.İ.B.F. Yönetim ve Ekonomi Dergisi**, C. 14, Sayı. 2, ss. 117-135.
- ÖZDAŞLI Kürşat – Burcu ÖZKARA (2010), “Girişimcilerimizin İş Fikri Bulma Yöntemleri ve İş Fikri Bulma Yöntemlerinin Karar Verme Tarzları ile İlişkisi: Isparta-Burdur Girişimcileri Üzerine Bir Araştırma”, **Gazi Ü. İ.İ.B.F. Dergisi**, C. 12, Sayı. 2, ss. 119-142.
- ÖZDEMİR Aytül Ayşe (2010), “Potansiyel Girişimci Olan Kadınların Motivasyon Faktörleri

ve Eskişehir’de Bir Araştırma”, **Ege Akademik Bakış**, Sayı. 10/1, ss. 117-139.

ÖZDEVECİOĞLU Mahmut – Aylin AKTAŞ (2007), “Kariyer Bağlılığı, Mesleki Bağlılık ve Örgütsel Bağlılığın Yaşam Tatmini Üzerindeki Etkisi: İş-Aile Çatışmasının Rolü”, **Erciyes Ü. İ.İ.B.F. Dergisi**, Sayı. 28, ss. 1- 20.

ÖZEN KUTANİS Rana (2003), “Girişimcilikte Cinsiyet Faktörü: Kadın Girişimciler”, **11. Ulusal Yönetim Organizasyon Kongresi**, Afyon, ss. 59-69.

ÖZEN KUTANİS Rana – Ayşegül HANCI (2004), “Kadın Girişimcilerin Kişisel Özgürlük Algılamaları”, **Osmangazi Ü. İ.İ.B.F., 3. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongre Bildirisi**, Eskişehir, ss. 457-464.

ÖZEN KUTANİS Rana – Sümeyra ALPASLAN (2006), “Girişimci ve Yönetici Kadınların Profilleri Farklı Mıdır?”, **Afyon Kocatepe Ü. İ.İ.B.F. Dergisi**, C. 8, Sayı. 2, ss. 139-153.

PAKSOY Sadettin – Mustafa H. AYDOĞDU (2010), “Bölgesel Kalkınmada Girişimciliğin Geliştirilmesi: GAP-GİDEM Örnekleri”, **Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi**, C. 5, Sayı.1, ss. 113-134.

PALAZ Serap – Berna TURGUT (2009), “Kadın Girişimcilerin Kişisel ve İş Yaşamına İlişkin Özellikleri, Motivasyonları ve Beklentileri Üzerine Bir Araştırma: Bandırma Örneği”, **Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi**, İstanbul, C. 4, Sayı. 1, ss. 99-115.

SADI Muhammad A. – Basheer M. AL-GHAZALI (2012), “The dynamics of Entrepreneurial Motivation among Women: A Comparative Study of Businesswomen in Saudi Arabia and Bahrain”, **Asian Academy of Management Journal**, Vol. 17, No. 1, pp. 97–113.

SARAY G. (1993), “Türkiye’de Kadın Girişimciliği”, **Kadın Girişimciliği Özendirme Ve Destekleme Paneli**, Ankara.

SCIASCIA Salvatore – Riccardo De Vita (2004), “The Development of Entrepreneurship Research”, **Liuc Papers No. 146**, Serie Economia Aziendale 19.

SOBEL S. Russell, “Entrepreneurship”, www.econlib.org/library/Enc/Entrepreneurship.html, (02.01.2013)

SOYSAL Abdullah (2010a), “Kadın Girişimcilerin Özellikleri, Karşılaştıkları Sorunlar ve İş Kuracak Kadınlara Öneriler: Kahramanmaraş İlinde Bir Araştırma”, **Eskişehir Osmangazi Ü. İ.İ.B.F. Dergisi**, C. 5, Sayı. 1, ss. 71-95.

SOYSAL Abdullah (2010b), “Türkiye’de Kadın Girişimciler: Engeller ve Fırsatlar Bağlamında Bir Değerlendirme”, **Ankara Ü. SBF Dergisi**, C. 65, Sayı. 1, ss 83-

- STORMER Flora – Theresa KLINE – Sheldon GOLDENBERG (1999), “Measuring Entrepreneurship With General Enterprising Tendency Test. Criterion Validity And Reliability”, **Human Systems Management**, Vol. 18, No. 1, pp. 47-53.
- ŞEKERLER Hülya (2006), Kadın Girişimciler, Karşılaştıkları Sorunlar ve Bu Sorunlara Yönelik Çözüm Önerileri, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Kütahya.
- TAN F. Z. S. (2006), “Tarihi Akış İçinde Kastamonu Kadın Girişimciliği”, **14. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı**, Erzurum.
- TİSK (2008), “Eurostat’ın İşgücü Raporu’nda Kadın ve Genç İstihdamı”, **İşveren Eylül Sayısı**, ss. 49-50.
- TÜİK (2011), “Bitirilen Eğitim Düzeyi ve Cinsiyete Göre Nüfus (6+yaş)”, <http://www.tuik.gov.tr/jsp/duyuru/upload/vt/vt.htm>, (06.01.2013).
- TÜİK (2011), “2008-2010 Yenilik Araştırması”, <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=8638#>, (15.01.2013).
- TÜİK (2012), “Eğitim Durumuna Göre Erkek ve Kadınların İşgücüne Katılım Oranları”, <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=10920>, (20.01.2013).
- WALKER Elizabeth. A. – Beverley. J. WEBSTER (2007), “Gender, Age and Self-employment: Some Things Change, Some Stay The Same”, **Women in Management Review**, Vol. 22, No. 2, pp. 122-135.
- WELTER Friderike (2006), “Women's Entrepreneurship In Germany: Progress In A Still Traditional Environment”, **Growth Oriented Women Entrepreneurs and Their Business**, Eds. B. Candida, N.M Carter, E.J Gatewood, P.G Green, M.M Hart. Edward Edgar Publishing Limited, Usa, pp. 128-153.
- YAĞCI Funda – Özgün BENER (2005), “Girişimci Kadınların Demografik ve Genel Karakteristikleri ile Kadınları Girişimciliğe Motive Eden Faktörler”, **Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi**, Sayı. 33, ss. 85-100.
- YELKİKALAN Nazan (2006), “Başarılı Girişimcilikte Cinsiyetin Rolü: Kadın ve Girişimciler”, **Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi**, C. 1, Sayı. 1, ss. 45-54.
- YELKİKALAN Nazan (2007), “21. Yüzyılda Girişimcinin Yeni Özelliği: Duygusal Zeka”, **Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi**, C. 1, Sayı. 2, ss. 39-51.
- YETİM Nalan (2002), “Sosyal Sermaye Olarak Kadın Girişimciler: Mersin Örneği”, **Ege Akademik Bakış**, C. 2, Sayı. 2, ss. 79-92.

YETİM Nalan – Ercan TATLIDİL (2004), “Social and Cultural Dynamics of Women Entrepreneurs: The Case of Small and Medium-Size Clothing Enterprises in Adana and Mersin, Turkey”, **EIMENA ΠΑΙΔΕΙΑΣ**, ss. 491-507.

ZAPALSKA Alina – Georgine K. FOGEL (1998), “Characteristics of Polish and Hungarian Entrepreneurs”, **Journal of Private Enterprise**, Vol. 19, No. 2, pp. 132-144.

ZHAO Fang (2005), “Exploring the Synergy Between Entrepreneurship and Innovation”, **International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research**, Vol. 11, No. 1, pp. 25-41.

Wikipedia, http://tr.wikipedia.org/wiki/Kadın_hakları, (03.01.2013).

www.abigem.org, (08.01.2013).

www.abgs.gov.tr, (05.01.2013).

www.ab.sanayi.gov.tr, (05.01.2013).

www.bebka.org.tr, (03.01.2013).

www.besob.org.tr, (17.01.2013).

www.bursakgk.org, (16.01.2013).

www.cfcu.gov.tr, (08.01.2013).

www.dpt.gov.tr, (03.01.2013).

www.ekonomi.gov.tr, (03.01.2013).

www.fp7.org.tr, (05.01.2013).

www.garantikadingirisimci.com, (21.01.2013).

www.halkbank.com.tr, (21.01.2013).

www.iskur.gov.tr, (03.01.2013).

www.iweforum.org, (21.01.2013).

www.kadingirisimciyarismasi.com, (21.01.2013).

www.kadininstatusu.gov.tr, (05.01.2013).

www.kagider.org, (12.01.2013).

www.kedv.org.tr, (12.01.2013).

www.kgf.com.tr, (22.01.2013).

www.kosgeb.gov.tr, (03.01.2013).

www.metutech.metu.edu.tr, (11.01.2013).

www.nahil.com.tr, (12.01.2013).

www.pendikkisgem.org, (08.01.2013).

www.tesk.org.tr, (17.01.2013).

www.tobb.org.tr/TOBBKadinGirisimcilerKurulu, (16.01.2013).

www.tubitak.gov.tr, (03.01.2013).

www.turkiyegirisimcileri.org, (03.01.2013).

www.turkiye.gov.tr, (26.01.2013).

www.ulutek.com.tr, (11.01.2013).

www.ziraat.com.tr, (21.01.2013).

ÖZGEÇMİŞ

Adı, Soyadı	Canan	Arıkan	
Doğum Yeri ve Yılı	Bursa	1982	
Bildiği Yabancı Diller ve Düzeyi	İngilizce	İleri Düzey	
Eğitim Durumu			
Eğitim Durumu	Başlama - Bitirme Yılı		Kurum Adı
Lise	1996	2000	Rafet Kahraman Lisesi
Lisans	2000	2004	Marmara Üniversitesi İşletme (İngilizce)
Yüksek Lisans	2009	...	Uludağ Üniversitesi
Doktora			
Çalıştığı Kurum (lar)			Çalışılan Kurumun Adı
Çalıştığı Kurum (lar)	Başlama - Ayrılma Yılı		Çalışılan Kurumun Adı
1.	2004	2008	Foga Tekstil
2.	2012	...	Bursa Orhangazi Üniversitesi
3.			
Üye Olduğu Bilimsel ve Mesleki Kuruluşlar			
Katıldığı Proje ve Toplantılar			
Diğer:			
İletişim (e-posta):	canan.arikan@bou.edu.tr		
		Tarih İmza Adı Soyadı	