

T.C.
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI

KENDİ İŞİNİ KURAN KADINLARIN GİRİŞİMCİ OLMA
NEDENLERİ VE KARŞILAŞTIKLARI SORUNLAR

YÜKSEK LİSANS TEZİ

P.Gül KESİCİ

Balıkesir, 2019

T.C.
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI

KENDİ İŞİNİ KURAN KADINLARIN GİRİŞİMCİ OLMA
NEDENLERİ VE KARŞILAŞTIKLARI SORUNLAR

YÜKSEK LİSANS TEZİ

P.Gül KESİCİ

Tez Danışmanı

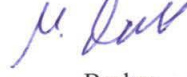
Dr.Öğr. Üyesi Ayşe Gamze ÇİFTÇİ AYTEKİN

Balıkesir, 2019

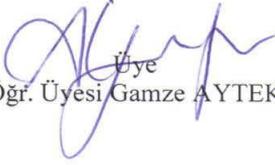
T.C.
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

TEZ ONAYI

Enstitümüzün İşletme Anabilim Dalı'nda 200812507006 numaralı Pakize Gül KESİCİ'nin hazırladığı "Kendi İşini Kuran Kadınların Girişimci Olma Nedenleri ve Karşılaştıkları Sorunlar" konulu YÜKSEK LİSANS tezi ile ilgili TEZ SAVUNMA SINAVI, Lisansüstü Eğitim Öğretim ve Sınav Yönetmeliği uyarınca 14.06.2019 tarihinde yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda tezin onayına OY BİRLİĞİ/OY ÇOKLUĞU ile karar verilmiştir.



Başkan
Doç. Dr. Melih ÖZÇALIK



Üye
Dr. Öğr. Üyesi Gamze AYTEKİN



Üye
Dr. Öğr. Üyesi Serap YÜCEL

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduklarını onaylım.

02.07/2019

Prof. Dr. Kenan ZİYA TAŞ

Enstitü Müdürü

Prof. Dr. Kenan Ziya TAŞ
Müdür

ÖNSÖZ

Girişimci, risk alan değişim yaparak gelişim gösteren kişi olarak söyleyebiliriz. Bu durumda girişimcilik, kullanılmamış kaynakları teknolojileri toplumla tanıştırır böylece önceden kullanılmamış veya az kullanılmış kaynaklar ekonomiye kazandırılmış olur mal ve hizmette artı sağlanır.

Kişisel bakışla da girişimcilik; kişisel özgürlük, haz vb. duygusal; para, varlık, kazançla tutumsal mükafat, sosyal statü, saygınlık, toplumsal güçlenme hak ediş olarak anlatılır.

Dünyada erkeklerle eşit sayıda olan kadınların ülke üretimine katılımlarını gerçekleştirilmelidir. Fakat dünya kesimleri onları asırlarca toplumsal ve tutumsal hayattan dışlayarak bırakan öteden beri baskın olan bir düşüncenin sahibi olmuştur.

Kadın iş kurucuların son senelerde ekonomik gelişme bilhassa ilerlemedeki kıymetine parmak basılmakta kadın girişimcilere yönelik özel planlamalar yapılmaktadır. Fakat kadın iş kurucular bu sürede ya kadın oluşlarından, ya parasal koşullardan ya da çevresel etkiler yüzünden birçok sorunla karşılaşmaktadır.

Bu görüşlerin ışığında çalışmamın önemini ve amaçlarını şöyle sıralayabilirim;

- Kadın girişimciler için gerçekleşen ya da gerçekleşecek etkinliklere destek verilmesi,
- Kadın girişimcilerin girişimcilik aşamasında karşı karşıya kaldıkları düşünülen mühim problemlerin gün yüzüne çıkarılması,
- Kadın girişimcilerin bu süreçte yardım alabilecekleri kurum ve kuruluşların belirlenmesi,
- Kadın girişimcilere kılavuz olunması kadın girişimcilerin çoğalmasını sağlamaktır.

Tez çalışmam boyunca desteklerini hiçbir zaman esirgemeyen değerli danışman hocam Dr.Öğr.Üyesi Ayşe Gamze ÇİFTÇİ AYTEKİN'e ilgi, sevgi, sabır ve anlayış ile her zaman yanımda olan Sevgili AİLEM'E, Sevgili EŞİM'E ve tez yazımında beni yalnız bırakmayıp sonsuz destek veren Sevgili BABAM'A ve Sevgili arkadaşım AYÇA PAMUKÇU'ya bütün kalbimle teşekkürü borç bilirim.

Sevgi ve Saygılarımla...

P. Gül KESİCİ

Balıkesir, 2019

ÖZET

KENDİ İŞİNİ KURAN KADINLARIN GİRİŞİMCİ OLMA NEDENLERİ VE KARŞILAŞTIKLARI SORUNLAR

KESİCİ, Gül

Yüksek Lisans Tezi, İşletme Anabilim Dalı

Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Ayşe Gamze ÇİFTÇİ AYTEKİN

2019, 62 sayfa

Son senelerde özellikle kadın girişimcilerin ekonomik gelişmedeki ilerleme durumunun önemli olduğuna değinilmekte hükümet politikalarının birçoğunda özel planlamalar bulunmaktadır. İş sahibi olmak isteyenler ya kadın olmalarından, ya parasal koşullardan ya da çevresel etkiler yüzünden birçok sorunla karşılaşmaktadır.

Bu yaklaşımlardan yararlanarak çalışmamın amaçlarını şöyle sıralayabilirim;

- Kadın girişimciliğe ilişkin gerçekleştirilen ya da gerçekleştirilecek etkinliklere destek verilmesi,
- Kadın girişimcilerin girişimcilik evresinde önlerine çıkan problemlerin gün yüzüne çıkarma,
- Kadın girişimcilerin bu süreçte yardım görebilecekleri kurum ve kuruluşların belirlenmesi,
- İş kurmayı amaçlayan kadınlara kılavuz olunması onları sayıca artıracaktır.

Bu çalışma üç temel kısımdan oluşuyor. Çalışmanın ilk kısmı, “Girişimcilik Kavramına Genel Bir Bakış”tır. Buna göre girişimcilik kavramı ve temel boyutlarıyla ilgili açıklamalar yapılmıştır.

İkinci kısım, “Girişimcilik Sürecinde Kadın Girişimciler ve Karşılaştıkları Sorunlar”dır. Bu kısımda kadın girişimcilerin karşı karşıya kaldıkları problemlere değinilerek, karşı karşıya kalınan problemlerle başa çıkma yöntemleri ele alınmıştır. Bu kısımda girişimci kadınlarla ilgili etkinlik yapan kurum ve kuruluşlarla ilgili bilgiler bulunmaktadır.

Üçüncü kısım, anlattığımız görüşler ışığında anket çalışmamız yorum ve önerilerimiz bulunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Girişimci, Kadın Girişimci, Kadın Girişimci Sorunları

ABSTRACT
THE PROBLEMS OF WOMEN WHO HAVE BEEN WORKING
IN YOUR OWN BUSINESS

KESİCİ, Gül

Master Thesis, Department of Business Administration

Advisor: Dr. Öğr. Üyesi Ayşe Gamze ÇİFTÇİ AYTEKİN

2019, 62 page

In recent years, the importance of women entrepreneurs in economic development and development has been emphasized and there are special regulations for women entrepreneurs in many government policies. However, women entrepreneurs face many problems in this process either because they are women, either due to general monetary conditions or environmental impacts.

Based on these approaches, I can list the importance and other objectives of my work as follows;

- Contributing to the studies on women entrepreneurship,
- Unveiling the most important problems that entrepreneurs face in the entrepreneurship process,
- Determination of the institutions and organizations where women entrepreneurs can get help in this process,
- Being a guide for women entrepreneurs is to contribute to the increase in the number of women entrepreneurs.

This study consists of three main parts. The first part of the study is “An Overview of the Concept of Entrepreneurship Çalış. Accordingly, the concept of entrepreneurship and basic dimensions are explained.

The second part is 11a Women Entrepreneurs and Their Challenges in the Entrepreneurship Process İkinci. This section focuses on the problems faced by women entrepreneurs and the methods of coping with the problems encountered. This section contains information about the institutions and organizations operating in the field of women entrepreneurship.

The third part, in the light of the opinions we explained, we have comments and suggestions.

Key Words: Entrepreneur, Women Entrepreneur, Women Entrepreneur Problems

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
ÖNSÖZ	iii
ÖZET	v
ABSTRACT	vii
İÇİNDEKİLER	ix
ÇİZELGELER LİSTESİ	xii
TABLolar LİSTESİ	xiii
ŞEKİLLER LİSTESİ	xiv
KISALTMALAR	xv
1. GİRİŞ	1
1.1 Amaç	1
1.2 Sınırlılıklar	1
1.3 Tanımlar	2
2. KURAMSAL ÇERÇEVE	3
2.1. Girişimcilik Kavramı	3
2.1.1. Girişimciliğin Önemi	5
2.1.2. Girişimciliğe Etki Eden Faktörler	7
2.1.2.1. Aile	7
2.1.2.2. Eğitim	9
2.1.2.3. Toplumsal Çevrenin Etkisi	9
2.1.3. Girişimciliğin Bireysel (Psikolojik) Özellikleri	10
2.1.3.1. Kontrol Odağı	10
2.1.3.2. Risk Alma	11
2.1.3.3. Başarma İsteği	11
2.1.3.4. Yaratıcılık	12
2.1.3.5. Belirsizlikleri Tolere Edebilme	12
2.2. Kadın Girişimciler ve Karşılaştıkları Sorunlar	13
2.2.1. Kadın Girişimci Profili	13
2.2.2. İş Kurma Nedenleri	16
2.2.3. Kadın Girişimcilik Tipleri	18

2.2.4. Kadın Girişimcilerin Ekonomiye ve Topluma Sağladığı Katkı.....	20
2.2.5. Kadın Girişimcilerin Sorunları.....	22
2.2.5.1. Mikro Sorunlar	24
2.2.5.1.1. Güvensizlik	24
2.2.5.1.2. Ticari ve Yönetmel Deneyim Eksikliği	25
2.2.5.1.3. Rol Çatışması	25
2.2.5.1.4. Ayrımcılık	26
2.2.5.2. Makro Sorunlar	27
2.2.5.2.1. Beceri ve Mesleki Eğitim.....	27
2.2.5.2.2. Mesleki Örgütlenme.....	27
2.2.5.3. Sermaye Teminindeki Sorunlar	28
2.2.6. Piyasaya Giriş Stratejileri İle İlgili Sorunlar.....	28
2.2.6.1. Var Olan Bir İşletmenin Satın Alınması	28
2.2.6.2. Var Olan Bir İşletmeye Ortak Olunması.....	29
2.2.6.3. Yeni Bir Girişim Kurulması.....	29
2.2.7. Karşılaşılan Sorunlarla Başetme Yolları.....	30
2.2.7.1. Güvensizlik	30
2.2.7.2. Ticari ve Yönetmel Deneyim Eksikliği	30
2.2.7.3. Rol Çatışması	31
2.2.7.4. Ayrımcılık	31
2.2.7.5. Beceri ve Mesleki Eğitim.....	32
2.2.7.6. Mesleki Örgütlenme.....	32
2.2.7.7. Sermaye Teminindeki Sorunlar	32
2.3. Kadın Girişimciliği Konusunda Faaliyet Gösteren Kurum ve Kuruluşlar	33
2.3.1. Kamu Kuruluşları.....	33
2.3.1.1. Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB).....	33
2.3.1.2. Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü (KSSGM).....	34
2.3.2. Sivil Toplum Kuruluşları	34
2.3.2.1. Avrupa Birliği İş Geliştirme Merkezleri (ABİGEM).....	34
2.3.2.2. Kadınlarla Dayanışma Vakfı (KADAV).....	34
2.3.2.3. GAP Bölgesi Girişimci Destekleme Merkezleri (GİDEM)	35

2.3.2.4. Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER)	35
2.3.2.5. Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı (KEDV).....	35
3. YÖNTEM.....	36
3.1. Evren ve Örneklem	36
3.2. Veri Toplama Araçları ve Teknikleri	36
3.3. Hipotezler	36
4. BULGULAR VE YORUMLAR.....	37
5.SONUÇ	52
KAYNAKÇA	54
Ek 1- Anket	60

ÇİZELGELER LİSTESİ

	Sayfa
Çizelge 1. Girişimcilik Teorisi ve Girişimci Teriminin Gelişimi	5
Çizelge 2. Kadın Girişimcilerin İş Kurma Nedenleri.....	18
Çizelge 3. Kadın Girişimci Tipleri	19

TABLULAR LİSTESİ

Tablo 1. Kadın girişimcilere ilişkin özellikler (N=61).....	37
Tablo 2. Kadın girişimcilerin firma faaliyetlerine ilişkin özellikleri (N=61).....	40
Tablo 3. Cronbach Alpha katsayısının güvenilirliği.....	42
Tablo 4. Kadın girişimcilere uygulanan anketin güvenilirlik analizi sonuçları.....	43
Tablo 5. Sosyal ve kültürel çevreye ilişkin tanımlayıcı istatistikler.....	44
Tablo 6. Ekonomik çevreye ilişkin tanımlayıcı istatistikler.....	45
Tablo 7. Hukuki ve politik çevreye ilişkin tanımlayıcı istatistikler.....	46
Tablo 8. Kadın girişimcilerin piyasaya giriş stratejilerine ilişkin Tanımlayıcı istatistikler.....	47
Tablo 9. Kadın girişimcilerin mikro sorunlara ilişkin tanımlayıcı istatistikler.....	48
Tablo 10. Kadın girişimcilerin makro sorunlara ilişkin tanımlayıcı istatistikler.....	49
Tablo 11. Korelasyon değerlendirmesi.....	51

ŞEKİLLER LİSTESİ

	Sayfa
Şekil 1. Ailenin Girişimcilik Üzerine Etkisi	8
Şekil 2. Yaratıcılık, Buluş ve Girişim	12
Şekil 3. Kadın girişimcilerin yaş gruplarının dağılımı.....	38
Şekil 4. Kadın girişimcilerin medeni durumlarının dağılımı.....	39
Şekil 5. Kadın girişimcilerin çocuk sahibi olma durumlarının dağılımı.....	39
Şekil 6. Kadın girişimcilerin firmalarının faaliyet sürelerinin dağılımı.....	41
Şekil 7. Kadın girişimcilerin firmadaki toplam çalışan sayılarının dağılımı.....	41
Şekil 8. Kadınların faaliyet gösterilen sektöre girmeden önce mesleki bir eğitim alma durumlarının dağılımı.....	42

KISALTMALAR LİSTESİ

ABİGEM	: Avrupa Birliği İş Geliştirme Merkezleri
EBSO	: Ege Bölgesi Sanayi Odası
GARP	: GAP Bölgesi Girişimci Destekleme Merkezleri
İSGEM	: İş Geliştirme Merkezi
KADAV	: Kadınlarla Dayanışma Vakfı
KAGİDER	: Kadın Girişimciler Derneği
KEDV	: Kadın Emegini Değerlendirme Vakfı
KOBİ-NET	: Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler Bilgi Ağı
KOSGEB	: Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
KSSGM	: Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü
STK	: Sivil Toplum Kuruluşları
TESK	: Türkiye Esnaf ve Sanatkârları Konfederasyonu
TOBB	: Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği

1. GİRİŞ

1.1. Amaç

Bu araştırmanın amacı girişimci kadınların girişimcilik evresinde karşılaştıkları problemlerin çözümünde, çevresel faktörlerin, KOSGEB'in idaresinin örgütsel niteliklerinin ve kadın girişimcilerin teşkilatlanmalarının, iş kurma evresinde problemleri araştırmaktır. Buna göre araştırmanın asıl amacı, kadın girişimcilerin girişimcilik evresinde karşılaştıkları problemlerin çözümü halinde, bir sivil teşkilat olan KOSGEB'in rolünü incelemektedir.

1.2. Sınırlılıklar

Bu araştırmamıza göre bazı kısıtlamalar söz konusudur. İlk olarak araştırmada veri oluşturmak amacıyla standart bir anket formu uygulanır. Bir anket araştırmada sürekli karşılaşılan kapsamın, ölçümün ve yanıtlama kusurları bu araştırmada da görülebilir. Sözü edilen hataların olmadığı bir araştırma olanaksız...

Bunun dışında başka engel de kişilerin anket yanıtlamaya olumlu bakılmamasıdır. Araştırmalarda fazla soru hoş karşılanmamaktadır. Anket araştırmada sağlanan bilgilerin saklı kalacağı ankette net olarak belirtilmiş gereken gerekli duyarlılık sağlanmıştır.

1.3. Tanımlar

Girişimcilik: Risk alarak yenilik ya da geliştirme yapmaktır. Girişimcinin bakış açısını ortaya koymakta, girişimsel süreç de girişimcinin “neyle uğraştığını” anlatmaktadır. (Arıkan, 2002: 27).

2. KURAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Girişimcilik Kavramı

Kişilerin kendi birikimleriyle iş yeri açması olarak bilinmektedir (Küçük, 2005).Geniş çaplı bir anlatımla kaynaklar konusunda öngöründe bulunup işi tasarlayan, insan kaynaklarını örgütleyip bilgilerin işlenmesini sağlayan ve elde edilen ürünü de kazanç sağlayacak şekilde tüketicilerin kullanımına sunma yetisini gösteren kişi olarak tanımlanır (Silver, 1983).

Girişimcilik; yaşanılan ortamda ortaya çıkan fırsatları görebilme, ön sezgiden faydalanarak tasarılar oluşturma, olanları yaşama geçirme ve zenginlik üreterek insan yaşamını kolaylaştırma yetisine sahip olmaktır. Tanımdan anlaşıldığı gibi girişimcilik ekonomik etkinliklerin temelini oluşturur. Yurdumuzda TÜSİAD girişimcileri, “bilinenleri en güzel yapıp yeteneklerine aklını da katan, normal ve normal dışı koşullarda işgücü ve birikim kaynaklarını verimli bir şekilde kullanan tedbirleri düşünen, çözümleyen, tasarlayan, uygulayan ve sonuçlarını gözlemleyip kontrol eden kişi yaratıcı girişimcidir” biçimde tanımlanır (Erdoğan ve Kurt, 2002).

Bir başka tanımlamayla girişimcilik, gereken süre gayretin gösterilerek toplumsal, parasal ve psikolojik riskleri göze alınma yöntemiyle mali kazanımla kişisel tatminin sağlandığı, katma değeri bulunan değişik hizmet ve nesnelere elde etme evresidir (Hisrich ve Peters, 2002).

Girişimcilik; iş yerinin kurulması, idaresel süreçlerin işletilmesi, üretim ve pazarlamaya dönük bütün risklerin üstlenilmesiyle, bir işi kurma ve idaresine ilişkin etkinlikler bütünü olarak söylenmektedir (Küçük, 2010).

Girişimcilik bir iş girişiminde bulunma, gerekli kaynakları bulma zorluk ve kazançları ön görme sürecidir (Efe, 2016).

Değer oluşturmak için insanların gereksinimlerini gözlemleyerek; avantajları gören bunu gerçekleştirmek amacıyla hayal kuran bireye girişimci denir. Girişimciler; iletişim, idare, ağ oluşturma niteliklerini, teknik yeteneklerini yenilikçi fikirler ve hizmetler üstüne kullanabilecekleri, gösterebildikleri oranda kurumlar için; değişmez, benzersiz kaynak oluştururlar (Barner, 2001). Girişimcilik ekonomik büyümeyle gelişme bakımından önemlidir. Ekonomik gelişme, bir ülkede üretim kapasitesinin bununla birlikte milli gelirin artmasını ifade anlatmaktadır. Ekonomik gelişme de, ulusal gelir artışının yanında sözü edilen ekonomi iktisadi ve sosyal-kültürel oluşumun değişimi kapsamaktadır. Başka bir deyişle büyüme, ülke ekonomisinin sayısal olarak değişme ve ilerlemelerinin nitel değişim ve ilerlemelerini içermektedir (Dinler, 1998). Sanayileşmiş memleketlerde büyüme, az gelişmiş memleket ise kalkınma söz konusudur. Sanayi de gelişmiş ülkeler modern büyük işletmelerin meydana gelmesi girişimciliğin değişik bir yapıda bulunması kurumsallaşması şeklinde meydana gelmiştir. Kalkınmada gelişmemiş ülkelerdeyse girişimci önemini koruyup sanayileşmenin en önemli faktörü olarak görülür (İraz, 2005). Aslında toplumların girişimciliği ilerletmeleri ve teşvik etmeleri yeni iş alanları yaratma ve yoksulluğu önlemek için değil en önemlisi değişim için her türlü ihtiyacın karşılanmasıdır (Top, 2006).

Çizelge 1. Girişimcilik Teorisi ve Girişimci Teriminin Gelişimi

Ortaçağ : Girişimci geniş ölçekli üretim projelerinde yer alan aktör ve kişidir.
17. y.y. : Girişimci devletçe belirlenmiş fiyatlarla kar (zarar) sağlamak amacıyla risk üstlenen kişidir.
1725: Richard Cantillon—risk alan kişi sermaye sağlayan kişiden farklıdır.
1803: Jean Baptiste Say—girişimcinin karı sermayeden doğan kardan ayrıdır.
1876: Francis Walker—Sermaye sağlayan ve bundan faiz geliri alan kişi ile yönetsel becerilerle kar elde eden kişi birbirinden farklıdır.
1934: Joseph Schumpeter—girişimci bir yenilikçidir ve denenmemiş teknolojiler geliştirir.
1961: David McClelland—girişimci enerjiktir, orta derecede risk alıcıdır.
1975: Peter Drucker—girişimci fırsatları en yüksek dereceye çıkarır.
1980: Karl Vesper—girişimciler ekonomistler, psikologlar, iş adamları ve politikacılarca farklı kabul edilir.
1983: Gifford Pinchot—iç girişimci hali hazırda var olan bir örgütteki girişimcidir.
1985: Robert Hisrich—girişimcilik gerekli zaman ve çabayı sarf ederek değer taşıyan farklı şeyler meydana getirme; mali, psikolojik ve sosyal riskleri göze alma; ve sonucunda maddi ve kişisel tatmin sağlama sürecidir.

Kaynak:Hısırh D.R. ve Peters, M.P.(1985). *Entrepreneurship: Starting, DevolvingandManaging A New Enterprise*, Third Ed., Richard D. IrwinInc.

2.1.1. Girişimciliğin Önemi

Bilginin ortaya çıkarılması, geliştirilmesi ve ihracı dünyada çabuk gelişen endüstriyi oluşturur. Bundan sonra kazanca ulaşmak, fikirlerle verilerin yönlendirilmesi paketlenmesinden geçiyor (Barnet ve Cavanagh, 1996). Bilgi çağında önemli olan, iş yerinin pazarlama satışı ve anlaşmaları, yönetim organizasyon gücü ve çalışanların kafalarındaki düşünce fırtınalarıdır. Toprak veya makineler zaman diliminde sadece tek kişi veya işletme tarafından kullanılırken aynı bilgi, aynı zamanda birçok kullanıcıya hizmet edebilir, dahası verimli kullanıldığında daha fazla bilgi üretme şansı olabilir (Toffler, 1992).

Günümüz dünyasında girişimciliğe verilen önem, üç önemli sebepten ötürü daha da artmıştır.

- İşsizlik probleminin artması
- Yeni ekonominin gittikçe güç olması
- Ekonomi ve İşletme alanlarındaki teorik gelişmelerdir. (TİSK, 2006).

Girişimci, ekonomik varlıkların düşük üretkenlik alanlarından yüksek alanlara geçirilme sürecinde başrolü oynar. Yeni ekonomi yenilikçiliğe dayandığı için üretim varlıklarının, üretim malzemelerinin ve girdilerin başka biçimlerde kullanılarak yeni düşünceler ve yöntemlerle ürünlerin oluşturulması yeni iş sahalarının oluşması girişimci sayesinde mümkündür (TİSK, 2006).

Girişimciliğin kalkınmaya bağlı olarak geliştiğini söyleyebiliriz. Girişimciler, farklı ürün-işlerin satışa çıkarılmasında farklı Pazar oluşumunda önemli rol oynar. Girişimciler nitelikleriyle, elindekileri yeterli görmez, yeni arayışlara girer, değişimin öncülüğünü yapar. Bu nedenle bir ülkenin veya yörenin girişim gücü, o ülkenin veya yörenin ekonomik gücünü göstermektedir. Girişimcilik gücü fazla olan yörelerin ve ülkelerin ekonomik gücünün de yüksek olduğu görülür (Tekin, 1999).

Bilgiyi kullanan toplumlarda, sanayi toplumuna göre girişimcinin geleneksel üretim faktörleri olan doğal kaynaklar, emek, sermayenin ortadan kalkmama ancak ikinci plana düştüğü görülür. Sözü edilen üretim etkenleri bilgi sayesinde elde edilmektedir. Bilginin gelişmesini sağlayacak ve bilgiyi değerlendirecek olan insandır. Bu sebeple bilgi toplumunda başka önemli ayrıntı da insan etkenidir. (Yeniçeri ve İnce, 2005). Bilgi çağı girişimcilerinin bilgiyi oluşturan ve değerlendiren insanların özelliklerinden çok iyi faydalanmaları gerekir.

Bilgi toplumuna sanayi ötesi toplum da denir. Bilgi toplumuna geçtikten sonra kişisel girişimcilikte bir hızlanma görülmektedir. Bilgi çağındaki girişimcinin geleneksel girişimciden çok, bilgi çağına geçişi sağlayan bilişim devriminin istediği bir bilişim girişimcisi olduğu görülür. Bilişim girişimcilikte yenilikçiliğe ulaşmak amacıyla gerçekleştirilen bilgi kullanımı, haberleşme ve bilgisayar teknolojilerinin sık olarak kullanımıyla sahip olunmakta ve uygulanmaktadır (Erkan, 1997).

Girişimcilik ekonomik ve toplumsal yönden gün geçtikçe önemi fazlaşmaktadır (Çiftçi, 2010). Zapalska ve Fogel (1998) açısından yakın zamanlarda girişimciliğin bölgelerin toplumsal, kültürel ve ekonomik özelliklerine etkisiyle ilgili çalışmalar git gide çoğalmaktadır. Göküş vd., (2013: 88) ise girişimcilerin bölgenin gösterdiği potansiyellerin kalkınma sürecine dahil

edilmesinde büyük rol oynadığını vurgular. Bu sonuçlardan girişimciliğin bölgesel gelişme, toplumsal ve kültürel değişimde önemli bir etki gösterdiği görülür.

2.1.2. Girişimciliğe Etki Eden Faktörler

Girişimciliğin gelişmesini sağlayan onlara yön veren cesaret göstermelerini sağlayan yön gösteren birçok faktör vardır. Bu faktörler aşağıdaki gibidir;

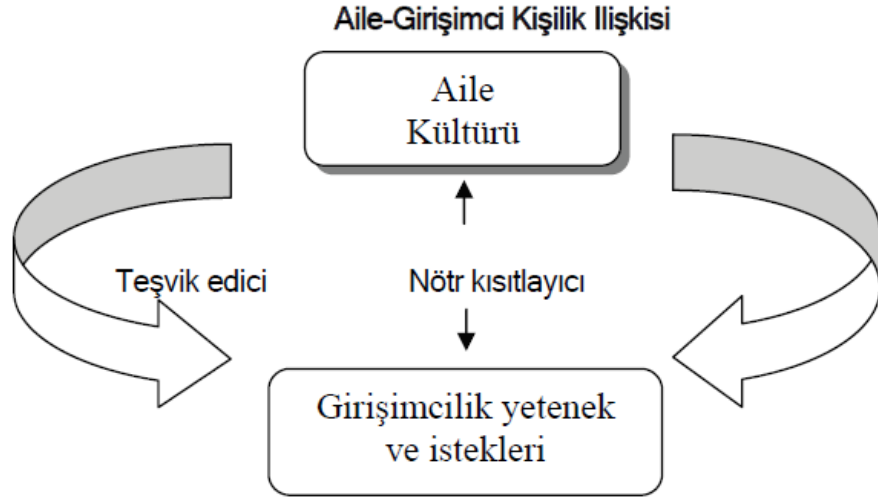
2.1.2.1. Aile

Kişinin sosyalleşmesi ailede başlar ve sonraki hayatında bulunduğu aile ortamının kişiye etkisi önemlidir. Çocukluk zamanındaki tecrübelerin, kişinin kariyer seçiminde önemli bir faktördür. Ailenin sosyal yapısı da kişinin kariyeri, seçimi yönünden önemlidir. Sosyal çevredeki yeri, ailenin çocuklarını bilgilendirmeleri çocuklarını geleceğe hazırlarken ihtiyacı olan parasal kaynaklara erişme derecelerini belirler. Ailenin, çocuk yetiştirme biçimi, çocuk sayısı, anne-babanın sert veya eşit davranışta olmaları gibi nedenler de çocuklarının sosyal sürecini doğal olarak gelecekteki yaşamlarının da etkisi görülmektedir (Erdoğan, 2000).

Ailenin bireye yansıttığı güven hissi, kişilik gelişimi, sosyalleşme ve eğitim girişimcilik yönünden önemlidir (Çonkar ve Esen, 1999). Ayrıca aile içinde girişim ve girişimcilik destek görüyorsa yeterli eğitim ve finansal destek veriliyorsa girişimcilik kültürü oluşabilir (Müftüoğlu ve Durukan, 2004).

Günümüze kadar yapılan araştırmalarda çoğunlukla ailenin girişimcilik özelliği göstermesi, özellikle babanın kendi işine sahip olması girişimciliği etkileyen çok önemli bir faktördür.

Bireylerin kendilerini gösterme, ekonomik geçimini sağlama, sosyalleşme amacıyla girişimciliği ilişkilendirecek yaklaşımlar; girişimcilerin devlete, halka, tüketicilere mal ve hizmet sunma, kişilerin, grupların, devletin ve toplumun girişimciye ve girişimciliğe yönelik algılarını ve yorumlamalarını girişimcilik kültürü olarak tanımlayabiliriz (Akdemir, 1999).



Şekil 1. Ailenin Girişimcilik Üzerine Etkisi

Kaynak: Doğramacı, E.(1997). *Türkiye’de Kadının Dünü ve Bugünü*, Türkiye İş Bankası KültürYayınları, Ankara: Doğuş Matbaacılık.

Girişimcilikte ailenin belirgin bir etkisi vardır. Bu etki 3’e ayrılır (İraz. 2005):

- Teşvik Edici Aile Etkisi
- Kısıtlayıcı Aile Etkisi
- Kararsızlık Yaratıcı Aile Etkisi

İlk durumda aile kendi çocuğunun iş kurmasını desteklemektedir. Özellikle baba faktörü girişimci ise ya da akraba, aile içinde örnek gösterilecek bireyler olduğunda bu durum daha sık görülür.

Türk toplumunda girişimci ruhunu taşıdığımız söylene de aileler çocuklarını kesin olarak gördükleri devlet kurumlarına yönlendirmektedir. Bu kısıtlayıcı aile etkisine girmektedir.

Kararsızlık yaratıcı etkisinde de aile girişimciliğe tarafsız yaklaşır. Bu durum girişimin engellenmesine ve gecikmesine yol açar (Doğramacı, 2006).

2.1.2.2. Eğitim

Girişimciliğin eğitimle ilgisini iki yönden kurmak mümkündür. Birincisi, girişimciliği var eden faktörlerin, potansiyel ve mevcut girişimcilere yönlendirilmesidir. Yeniliğe açık, kaliteyi ucuza üretme, dürüstlük gibi faktörlerin girişimciliğe bağlandırarak, bu kesimlere eğitim aracılığıyla aktarılma çabasıdır. İkincisi, orta ve yüksek eğitim seviyesindeki öğrencilerin, girişimcilik üzerine eğitilmeleridir (Akdemir, 1996).

Girişimciliği destekleyecek bazı eğitimsel faaliyet ve politikalar aşağıdaki gibi anlatılabilir (Çonkar ve Esen, 1999).

- Gerekli görülen sektör ve bölgelerin saptanması amacıyla katkı sağlanmak girişimciliğin geliştirilebilmesi için önemlidir.
- Girişimciliğin gelişmesini hedefleyen çabaların ödüllendirilmesi amacıyla, dernek ve vakıf faaliyetlerine önem verilmesi gerekir.
- Girişimcilik hakkında yüksek lisans ve doktora tezlerine katkı verilmesi, araştırmalarda faydalanılması önemlidir.
- İş kurmakla ilgili eğitim etkinliklerinin yaygınlaşması ve girişimcilerin verimliliğini arttırmaya yönelik eğitim çalışmalarına önem verilmesi gerekir.

Girişimsel etkinlikler bir milletin ekonomik canlılığının devamında ana etkidir. Eğitim kurumlarındaki eğitim sürecinin kişinin yaşamında pek fazla durumu etkiler. Girişimciliğin doğuştan bir nitelik mi veya sonradan kazanılmış bir nitelik mi olduğu tartışılmaktadır. Girişimciliğe genetik bazı niteliklerin katkı sağladığı görülür fakat eğitimlerin de önemli olduğu kabul edilmelidir (Erkan, 2012).

2.1.2.3. Toplumsal Çevrenin Etkisi

Girişimciliğin oluşturulabilmesi için toplumdaki bütün kesimlerin gayreti çok önemlidir. Çünkü toplumsal çevre, girişimciliğin niteliğini ve büyüklüğünü belirler. Girişimcilikte aileden, eğitim kurumlarına, kamu ve özel kuruluşlara herkese görev düşmektedir. Birey istenilen tüm girişimcilik özelliklerini gösterse de içinde

bulunduğu toplumsal çevreden etkilenir(TÜGİAD,1993). Bu yüzden toplumsal yapının, girişimciyi teşvik edici özellikte olmalıdır.

2.1.3. Girişimciliğin Bireysel (Psikolojik) Özellikleri

Girişimciliği kişinin sahip olduğu özellikleri etkilemektedir. Bunlar; Kişideki kontrol odağı, Risk alması, Başarma İsteği, Yaratıcılığı, Belirsizlikleri Tolere edebilmesidir.

2.1.3.1. Kontrol Odağı

Girişimcilerin ferdi (psikolojik) niteliklerinden kontrol odağı, şahsın yaşamı süresince olayları kontrol etme isteğidir (Hisrich ve Peters, 1985). Rotter (1966)'a açısından kişinin denetleme duygusunu içsel veya dışsal olarak anlatılmaktadır. İçsel denetleme odağı, kişinin hayatı üstünde denetim sahibi olmasıdır. Dışsal kontrol odağıysa başka kişilerin davranışlarını, kısmete bağlayan, alın yazısına bırakan kişisel niteliklerdir (Littunen, 2000). Diğer bir anlatımla kişinin hayatındaki eylemlerin kendi kontrolünde olduğu algılama seviyesine içsel kontrol odağı denmektedir. Kişinin faaliyetleriyle ilişkisi olan olayların kendi denetiminde olmadığı sezgisine de dışsal kontrol odağı denmektedir. İçsel denetim odağı sahibi olanlar, yaptıklarının sonuçlarını kendi üstünlük veya yetersizliklerinin belirlediğine inanırlar. Bu sebeple içsel kontrol odaklanmasının; fazla uğraşma, kabiliyet, vazgeçmeme, çıkan neticelerin tasarlayıcısı olabilme vb. niteliklerin önemine parmak basılır (Naktiyok, 2004).

Yeni bir işe başlamanın devamını getirmenin yolu karşılaşılan durumların istenilen şekilde yönlendirileceğine inanmaktır. Denetimin içsel konumu geleceğin kontrolünde olduğu dış unsurlarının etkisinin az olduğu durumdur. Girişimciler için geleceğe hakim olmak kendilerine bağlıdır (Robbins, 2009). Kontrolün dışsal konumunda gelecek, kişinin denetiminde değil dıştan gelen etkenlere bağlıdır.

2.1.3.2. Risk Alma

Teknik anlamda risk, bir kaybın ortaya konma olasılığıdır, iş yaşamında bir şeye sahip olmak olarak değerlendirilir. Osborne, başarılı girişimciyi, “Risk kapasitesini alacak ödülleri yeterince tasarlayabilen ve belirsizlik yönetimi becerisi üst düzey kişiler.” diye tanımlar (Brindley, 2005). Diğer bir deyişle kişinin belirsizliğin baş gösterdiği durumlarda şansını denemekten korkmayan nitelik şeklinde anlatılan risk alma özelliği, girişimcileri diğerlerinden farklı kılmaktadır. Girişimciler, bir kazancın gerçekleştirilmesinde denetim veya kabiliyet derecesine sahip olduklarını algıladıkları hallerde risk göze almaktadır (Koh, 1996). Risk almayı “kaybetme olasılığı” olarak da tanımlayabiliriz.

Risk alma eğilimi, olasılıkları değerlendirmeden alternatifler arasından uygun olanı seçmeden riski üstlenmek değildir. Bunların aksine beklenen kazancın yüksek olacağı inancı ve mantıklı karar vermeyle girişimi yaşama geçirmeyi barındırır. Bu yüzden girişimci kişiler denetleyebildikleri oranda risk almaya çalışırlar (DÖM, 2006).

2.1.3.3. Başarma İsteği

Başarı, insanın kendisinde duyduğu ya da hissettiği pozitif psikolojik duygular şeklinde anlatılır. Girişimcilikte başarma gereksinimi daha fazla girişimcilerin kendi işleriyle ilgili yeterli bilgiye sahip olma, girişimcilerin işlerine ilişkin yarını kafalarında planladıkları, kalplerinde hissettikleri doğal psikolojik bir duygudur. Son zamanlarda girişimcilerin başarısı, nitelikçe getirisi çok olan çok çabuk büyüyüp gelişme biçiminde de söylenebilir (Top, 2006).

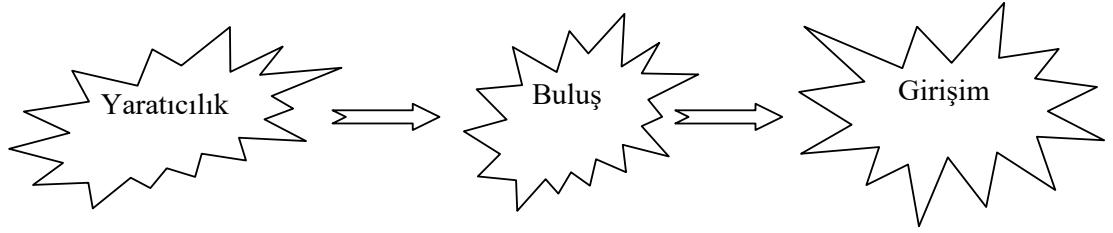
Başarma isteği, bireyleri hedefe ulaştıran en önemli faktör diyebiliriz. Yüksek başarı isteğine sahip bireyler kendi hedeflerini kendileri belirler ve sözü edilen amaçlar genellikle zor amaçlardır. Yüksek amaçlar karşılığında başarıları da yüksek yankı getirecek geri dönüşler sağlanır (Efe, 2016).

2.1.3.4. Yaratıcılık

Yaratıcılık; yeni, kullanışlı bir eylemi doğuran insani bir dönem olarak tanımlanabilir. Yaratıcının kendisi girişimci değildir ve pratikte gösteremeyebilir. Kısaca yenilikçi veya girişimci kişiler onu alıp değerlendirmedeği sürece bir değişim olmaz (Kapu, 2001).

Yaratıcı kişiler daima sıra dışı olurlar. Sürekli yeni yöntemleri dener, belirsiz durumların üstüne gider ve belirsizliklerin içindeki değerleri bulup çıkarırlar. Gereksiz mevcut kuralları pek önemsemezler. Kısadan sonuca erişirler, sıradan hallerden bunalırlar, farklı olmak ve farklılık onları mutlu eder (Sweney, 1989).

Yaratıcılık, girişimcilik sürecinde gerekli mühim ayrıntı olmasına karşın sadece girişimciliği gerçekleştirmek için yetersizdir. Girişimcilik yönünden yeniyi bulma çabası, yeniye ulaőığı sürece anlamlı olmaktadır (Naktiyok, 2004).



Şekil 2. Yaratıcılık, Buluş ve Girişim

Kaynak: Yurtsever Ertekin G. (2006). *Girişimcilik*. Adana: Karahan Kitapevi.

2.1.3.5. Belirsizlikleri Tolere Edebilme

Belirsizlikleri tolere edebilme kişinin düzensizlikler ve belirsizliklerden rahatsız olmamasını gerektiren psikolojik özelliktir. Başlangıçta birden fazla belirsizlikle karşılaşmaktadır. Alternatifler anlaşılmadan hangi alternatifin ödüle götüreceği kesin olarak bilinmemektedir (Robbins, 2009).

Belirsizliğe karşı tolerans, belli olmayan durumlarla ilgili bilgi toplayan kişinin, bulunduğu durumu etkileyen kişisel özelliktir. Kişinin belirsiz bir durumu algılaması, duruma bakışı, yararlı bilgiyi kullanabilme şekli onun belirsizlik toleransını yansıtmaktadır (Naktiyok, 2004; Koh, 1996).

2.2. Kadın Girişimciler ve Karşılaştıkları Sorunlar

Kadın girişimciyi, pazar ekonomisinde, işinin sahibi olup, tek başına çalışan ya da yanında yardımcı bulundurup mal ve hizmet üreterek satan, kredi kaynaklarını araştırıp bulan, yeni şartlara uyum gösteren ve alanında tecrübeli kadın olarak söyleyebiliriz (Çelebi, 1993).Girişimci kadınlarımızın bu anlamda karşılaştıkları sorunları da aşağıdaki gibi özetleyebiliriz.

2.2.1. Kadın Girişimci Profili

Girişimcinin yatırım sahası, içinde bulunduğu pazar, alıcılar vb. özellikler girişimsel etkinliğin ekonomik şartlarını; girişimcinin aile durumu, eğitim, yaş, iş deneyimi gibi nitelikler kişinin sosyolojik koşullarını; Cesareti, kendine güveni, enerji düzeyini vb. şahsi nitelikler de girişimsel etkinliğin psikolojik koşullarını oluşturur (Sipahi, 1997).

Çok yönlü bir kavram olan girişimcilik ekonomik, psikolojik ve işletme yönetimi gibi konuları içererek her çeşit faaliyette gerçekleşmesi mümkündür. “Girişimcilik, çağdaş ve geleneksel bütün alanlarda, büyük veya küçük ölçekli işletmelerde değişik varlık yapıları içinde geçerli bir olgu” diye değerlendirilir. (Ağca, 2005). Günümüzde kadınlar da erkekler de girişimcilik konusuna ilgi göstermektedir.

Kadın girişimciliği çeşitli iş alanlarını ve çeşitli faaliyetleri içine aldığı için, homojen bir grup ya da bölüm oluşturmaz (Ertürk, 1993). Kadınlarda girişimcilik

fazlasıyla geniş olup, değişik iş alanlarında, değişik iş yeri tipinde ve değişik sektörlerde kadın çalışanları bir araya getirmek olasıdır (Çelebi, 1993).

Kadınların bir yer açma veya idare etme basamaklarında, erkeklere kıyasla, sadece kadın oldukları için çok fazla zorluklarla karşı karşıya kaldıkları onay görmeseydi, kadınlarda girişimciliği ayrıca tanımlama ve bu konuda çalışma yapma gereği doğmazdı (Özar, 2005).

Kadın girişimcilerin uyumu fazlasıyla sosyal çevreye dayanır. Bununla birlikte ulusal kültür, aileyle ilişkiler ve eğitim düzenini barındırmaktadır.

Sosyo-kültürel alt yapıdaki değişim sonucu günümüzde çok sayıda kadının iş yaşamına katılması ve eğitim seviyelerinin artması da kadınları girişimciliğe yönlendirmektedir (Güney, 2006). Eğitim seviyesi ve becerileri ekonomik durumların tercihinde kadınları etkilemektedir. İleri derecede eğitim alan kadınların, az eğitim almış kadınlara oranla yüksekçe ekonomik durumları seçme olasılıkları yüksektir (Tambunan, 2008).

Kadın girişimcileri anlatan şahsi nitelikler; canlı, kendine güvenen, yarışmacı ve amaca odaklı olmalarıdır (Zapalska ve Fogel, 1998). Girişimcilik durumunu devam ettiren kadınlar azimli olma, risk alma, sahip oldukları işleri denetleme gibi özelliklere sahiptir (Zhao, 2005). Türkiye’de kadın girişimcileri belirleyen asıl özellikler; kendine güvenli, cesaretli ve sabırlı olmalarıdır (Yetim, 2008).

Kadın girişimcilerin kişisel özellikleri üç evrede anlatabiliriz. Bu niteliklerden birincisi bireysel özellikler; kendine güvenen, yaratıcı olma, yenilikçi, risk alabilme, bağımsız rekabetçi olmaktır. İkincisi, çevresinde saygın biri, çevresindeki varlıkları iyi değerlendirebilen, işbirliğine yatkın, akrabalarının ve yakın çevresinin desteğini alan Kadın girişimcilerin kişisel niteliklerini hayata geçirme alanında ele alınan başka özellikler bütünü de kadınların cinsiyet rollerinden kaynaklanan nitelikler olarak bilinir. Bunlar, iletişimi iyi olan, problemleri çözen, fedakar ve duygusal olmalarıdır (Yetim, 2008).

Kadın girişimci, piyasa ekonomisinde, işinin sahibi olup, tek başına çalışan ya da yanında yardımcı bulundurup mal ve hizmet üreterek satan, kredi kaynaklarını araştırıp bulan, yeni şartlara uyum gösteren ve alanında tecrübeli kadın olarak söylenebilir (Çelebi, 1993). Kadınların girişimciliği seçimlerinde farklılıklar gözükür, genelde “zorlayıcı (iten)” ve “teşvik edici faktörler (çeken)” şeklinde ayrı ayrı toplanır (Orhan ve Scott, 2001).Girişimci kadınların, erkek girişimcilerle kıyaslandığında, genelde birbirine benzer yönler bulunabilir, kadın girişimciler çeşitli kabiliyetlere ve uğraşsal etkinlikler gösterir (Çelebi, 1997).

Kadın girişimciler, çoğunlukla başarılı olma gereksinimi, riske girebilme özgürlük duygusuyla işe başlamaktadırlar (Özen Kutanis ve Hancı, 2004).

Kuzilwa (2005) ve Minniti (2010), Mat ve Razak (2011) araştırmalarında girişimci kadınların etkinlikleri kişisel niteliklerden değişik çevresel etkenlerin fazla etkili olduğunu ileri sürmüşlerdir. Kadınların eğitim, tecrübe, iş arzusu vb. şahsi özellikleri bulunabilir, ancak kredi eksikliği, sınıf ayrımı, hukuksal, ekonomik, politik ve sosyo kültürel çevresel güçlükler ve makro ekonomik durumun, özellikle kalkınma özelliği gösteren ülkelerde girişimciliğe engel olduğu belirtilmiştir (Abdullah Soysal).

Stevenson (1998), gerçekleştirdiği araştırmada girişimci kadınlara yönelik mikro parasal desteğin önemli olduğunu savunmuştur. Mikro parasal destek düzeninin kadınlara destek vermekte ki gayesi, bugüne dek mevcut ama tutumsal açıdan değerlendirilmeyen ögelerin ekonomiye katılmasını amaçlamaktadır. Kadınları kendi iş yerini açmaya özendirmek bir tek o ülkedeki GSMH’yı çoğaltmayıp, eş zamanlı olarak çalıştırma imkanlarının da artmasına olanak verdiğini belirtmiştir.

Cooper ve Artz (1995) girişimci kadınların karşılaştıkları engeller konusunda kadınların finansal güvenliklerini sağlamakla ve iş alanındaki uğraşlarında ayarlama da zorluk çekeceklerini belirtmişlerdir.

Yetim (2002), Türkiye’de kadın girişimcilerle ilgili araştırmaların çoğaltılmasının, birçok açıdan pozitif verileri olacaktır, girişimciliğın, kadınların toplum ve ekonomik hayatla bütünleşmesinin diğeri yöntemi olduğu ve değerli görüldüğünü belirtmiştir.

2.2.2. İş Kurma Nedenleri

Sosyal hayattaki hızlı değışim ve ilerlemeler hayatın her sahasında görüldüğü üzere iş hayatına etkisini göstermektedir. Giderek çalışma hayatında erkek hakimiyeti azalmakta kadın girişimciler giderek kendilerini göstermektedirler. Kadınlar, bugün geleneksel “eş”, “anne” rolleriyle yetinmeyecekleri bilincine erişmişlerdir.

Girişimci kadınlar, kendi başına iş yeri kurmaya özendirilen kendini kabul ettirme duygusudur. Dünyada olumsuz ekonomik şartlar, yüksek orandaki iş sahibi olamama ve eşten ayrılma, kadınları girişimciliğe yönlendirmektedir (Jalbert, 2000: 23).

Kadınların kendi işini kurmaya iten nedenleri; "itici" etkenler ve "çekici" etkenler olmak üzere ikiye ayrılır. İtici etken kazanç arayışı, hak ettiğı dereceye ulaşamadığı, ayrımcılık vb. sebeplerden oluşur; çekici etkenler, beğenme yetkisine ulaşma, aile bütçesine destek olma, kendi niteliklerine uyan bir işte çalışma gibi sebeplerden oluşur (Bruni, Gherardi ve Poggio, 2004).

Ivancevich, Konopaske ve Matteson (1997) ise kadınların girişimci olmak isteme nedenleri olarak; hayatta kalma, bireysel amaçlara ulaşma isteğı, ailenin geçimini sağlama, saygı görme, toplumsal statü, işgücü olarak cinsiyet ayrımından kurtulma, iş kayıpları gibi sıralanabilir. Carland, Hoy, Boulton ve Carland (1984)’a göre büyüme, kâr ya da yenilik amacı gibi girişimci hedeflerin başarılma isteğı; kadınları girişimciliğe yönlendiren faktörlerdir.

Zellner (1994); kadınların iş-hayat dengesini sağlamak, sorumluluklarını yaparak dengeli bir hayat devam ettirmek amacıyla kadınların paralı işten ayrılmalarını ve kendi işlerini kurmaları gerektiğini savunmuştur.

Kadın girişimcileri kendi işini kurmaya iten nedenleri, itici nedenler ve çekici nedenler diye iki şekilde incelenebilir. İtici nedenler; iş yeri açmaya zorunlu kalmak, ekonomik nedenler diyebiliriz. Eşin ölümü, boşanma da bu nedenlere girebilir (Sipahi, 1997). Kadınları iş yeri açmaya teşvik eden nedenler ise, istek, yeteneklerini göstermek, ev işlerinin sıradanlığından kurtulmak olabilir.

Kadın girişimciliğine talebin artmasını çalışma alanındaki ayrımcılığın bir sonucu olduğunu da düşünebiliriz. Verilen hukuksal katkı ve kayırmacılığı önleme gayretlerine karşın kadınlar iş hayatında dengesiz şartlar içinde bulunmaktadır (Weiler ve Bernasek, 2001).

Kadın girişimci olma kişisel anlamda, kadının iş hayatında başka iş şekillerine göre daha çok özgürlük, bağımsız hareket etme şansı tanır. Bu durum kadının, işine göre planlar tasarlama, kaynakları en iyi şekilde değerlendirme, bireyler arası ilişki kurma, işinde sağladığı tecrübeleri verimli kanallara aktarma yönünü geliştirmektir (Ecevit,1993).

Aşağıdaki Tablo da; Türk Girişimci Kadınların iş kurma sebepleri, onları motive edici unsurlar ve onların kişisel becerileri gösterilmektedir. Girişimci Türk kadınlarının yatırımlarına başlamalarında bir çok neden ortaya çıkmaktadır.En çok karşılaşılan neden Tablo'da görüldüğü üzere bu iş sahasıyla ilgilenmeleridir. Bunları izleyen diğer sebeplerse ev hanımlığından sıkılmış olmaları, yer değişimi ve iş yerinde ezilmeleri olduğu görülür. Yapılan araştırmalarda Türk kadınlarıyla yabancı kadınlar içindeki iş kurma sebepleri arasında görülen en fazla sebep, ev hanımlığından bunalmalarıdır (Hisrich ve Öztürk, 1999: 120).

Çizelge 2. Kadın Girişimcilerin İş Kurma Nedenleri

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

Kaynak: Hısrıç D.R. ve Öztürk, S.A. (1999). WomenEntrepreneurs İn A DevelopingEconomy. *TheJournal of Management Development*, 18 (2), 1999, 114-124.

2.2.3. Kadın Girişimcilik Tipleri

Girişimci kadınlar da girişimci erkeklere benzer şekilde duygusal, düşünsel ve toplumsal tutum ve hareketlerine uygun biçimde girişimci erkeklere göre daha farklı girişimcilik tipleri görülmektedir (Top, 2006). Bunlar; “işletmenin türü”, “sermayenin elde ediliş şekli”, “bireysel farklılıklar”, “mesleki altyapı” vb. konularda görülür. Girişimci kadınların yaşamları iki etkenden çokça etkilenmektedir Birincisi, “girişimci ideallere bağlılıkları”, diğeri de “geleneksel olarak saptanmış cinsiyet rollerini benimseme derecesi”dir (Goffee ve Scase, 1992).

Yenilikçi kadın girişimciler, ileri seviyede iş kurmaya yoğunlaşmış geleneksel- aileye bağlı kadınlık rollerinden bir şekilde vazgeçmişlerdir. Bu gruba giren girişimci kadınlar genel olarak yüksekokul bitirmiş kendi ayakları üzerinde durmayı benimsemiş şahıslar olarak kişiler olarak söylenebilir (Top, 2006).

Yenilikçi kadınlara göre iş, başka tüm bireysel bağlantıları ikincil sıraya alacak şekilde bir hayat sahasıdır. Girişimci ruhu kadınlara yeni bireysel kimlik kazandırdığından kişilerde evlenme ve arkadaş edinme düşüncesi görülmemektedir. Bu kadınların girişimci olmayı yeğlemeleri, önceki iş tecrübelerinde cinsiyetle ilgili

çeşitli önyargılarla karşılaşmalarıyla işleriyle ilgili yarın kaygıları, girişimciliği parasal ve bireysel başarıyı elde etmenin şekli diye görmelerinden kaynaklanır (Sipahi, 1997).

Yenilikçi kadınlar, eğitim ve tecrübeleri sonunda elde ettikleri bilgi ve becerileriyle iş görürler. Çoğunlukla reklam, halkla ilişkiler, basın vb. işlerle ilgilendikleri görülür.

Çizelge 3. Kadın Girişimci Tipleri

Girişimci İdeallere Bağlı	Geleneksel Cinsiyet Rollerine Bağlı		
		Yüksek	Düşük
	Yüksek	Geleneksel	Yenilikçi
	Düşük	Evcil	Radikal

Kaynak: Goffee ve Scase, 1992

Geleneksel kadın girişimciler, hem girişimcilik hedeflerine hem de geleneksel kadın rollerine fazlasıyla bağlıdırlar. Çoğunlukla evli oldukları için, işlerinden kaynaklı baskıyla ailesel baskı arasında kalırlar. Sekreterlik ve kişisel destek kurumu (temizlikçi, oyuncu, modellik), lokanta, kuaför ve güzellik salonu sahibi olmayı yeğliyorlar. İş hayatları, aile birlikteliğini etkileyeceğinden, gelişmeyen kararlılık gösteren uğraş sıkı parasal hesaplar yaparak kazanç sağlamaya eğilimli olmaktadır (Goffee ve Scase, 1992: 78).

2.2.4. Kadın Girişimcilerin Ekonomiye ve Topluma Sağladığı Katkı

Kadın Girişimciler özellikle 1980'li zamanlardan başlayarak iş yeri sahipleri olarak ekonomiye atılmaya başlamışlardır. Önceki zamanlarda parasal nedenler yüzünden iş hayatına girmişler fakat eğitim düzeyleri yükseldikçe, bilgi ve tecrübelerini ortaya koyma gereksinimi, bağımsızlık vb. sebeplerle bağımsız iş yerlerini açmaya yönelmişlerdir (Sipahi, 1997)

Bütün OECD ülkelerinde, girişimci kadınların fazlasıyla etkinlik gösterdikleri bölüm hizmet sektörüdür. Bu üç yöne bağlanabilir (Yalkın, 1993).

- Kadın girişimcilerin hizmet sektörüne bilgi, tecrübe, yetenek bakımından elverişli olmaları,
- Son senelere dek kızların yüksekokul öğrenimlerinde finans, yönetim, üretim, mühendisliğe ilgilerinin az olması,
- Büyük sermaye gerektiren işler için yeterli desteğe sahip olmayışlarıdır.

Fakat ekonomik olarak bir ülkeyi canlandıran ayakta tutan temel faaliyetler; halkla ilişkiler, ulaşım, üretim-pazarlama, bankacılık, parasal hizmetler, sigortacılık diğer hizmete yönelik endüstrilerdir. Girişimci kadınların bu bölümlere ilgi duymaları, iş üretme ve parasal güvenlik sağlayıcıları olmalarına temel hazırlar (Jalbert, 2000).

Girişimci kadınlarda bulunan girişimci gücün ortaya çıkarılması ve değerlendirilmesinin iki açıdan katkı sağlamaktadır. İlki, yeni iş gücü olanakları ortaya çıkarılarak ekonominin güçlenmesi, ikincisi kadının toplumdaki rol ve konumunun kuvvetlenmesini sağlamaktır. Elde edilen destekler sayesinde kaliteli sağlıklı bir sosyal yapının meydana gelmesine yönelik girişim başlatılmış sayılacaktır (Yelkikalan ve Akatay, 2006).

Türkiye'de kadınları kalkındırmak için ve ekonomik yaşama yönlendirmek için yapılan çalışmalar ve hedefler şöyledir;

- Çalışma hayatına katılımlarının ve rolünün artırılması,

- Kadınların sosyal-ekonomik şartlarının güçlendirilmesi,
- İşsiz kadınlara meslek öğreterek işe girmelerini sağlamak,
- İş yerinde ayrımcılığın önüne geçmek ve fırsat eşitliğini sağlamak.

Girişimci kadın, pazar ekonomisi içinde, işini kurmuş, yalnız çalışan veya işçi istihdam eden, mal ve hizmet üreterek satış yapan, kredi olanaklarını araştıran, yeni şartlara uyum sağlayabilen ve bölümünde tecrübe sahibi olmak için uğraşan kadın olarak söylenebilir (Çelebi, 1993).

Kuzilwa (2005) ve Minniti (2010), Mat ve Razak (2011) araştırmalarında girişimci kadınların etkinlikleri üzerinde kişisel özelliklerden çok çevresel etkenlerin daha etkili olduğunu ileri sürmüşlerdir. Kadınlarda eğitim, tecrübe vb. kişisel beceriler bulunabilir, kredi eksikliği, sınıf ayrımı, hukuksal, parasal, siyasal ve sosyal kültürel çevresel kısıtlar ve makro ekonomik yapı, ilerlemekte olan ülkelerde girişimciliğe engel olabilmektedir.

Stevenson (1998), araştırmasında girişimci kadınlar için mikro kredinin önemini belirtmiştir. Mikro kredi sisteminin kadınları desteklemesindeki amaç, bugüne dek mevcut ancak parasal değeri ortaya çıkarılamayan öğelerin ekonomiye katılmasını sağlamaktır. Kadınlara kendi işlerini kurmalarına yönlendirmek sadece o ülkedeki GSMH'yı artırmayıp, eş zamanda çalışma imkanlarının da artmasını sağlamak olduğunu söylemiştir.

Cooper ve Artz (1995), girişimci kadınların karşılaştıkları zorluklar açısından kadınların parasal güvenliklerini korumakla birlikte, ev ve iş alanındaki işlerini ayarlama zorluk çekeceklerini savunmuştur.

Şahin (2006) "Kadınlar, değişik iş dallarında daha çok bulunarak girişimci taraflarını geliştirip toplumlarda yöresel tutumsal ayrılıkların giderilmesini sağlayabileceklerdir. Kadın girişimciliğinin ülkelerin tutumsal ve toplumsal kalkınmasında önemi büyüktür." Görüşlerini ileri sürmüştür.

Berber ve Eser (2008), Bedük (2005) ve Soysal (2010) çalışmalarında; bir ülkenin parasal bakımdan huzur ve kalkınma açısından kadının emek pazarında bulunmasının mühim olduğu, Türkiye’de kadının çalışma alanında karşılaştığı problemlerin başında, toplumun ekonomik, sosyo-kültürel yapıdaki bazı aksaklıkların olduğu söylenmiştir.

Yetim (2002), Türkiye’deki girişimci kadınlar için çalışmaların çoğaltılmasının, birçok olumlu sonuçlar oluşturacağı girişimciliğin, kadınların sosyal ve ekonomik hayatla birleşmesinin alternatif bir yolu olarak önem kazandığını belirtmiştir.

2.2.5. Kadın Girişimcilerin Sorunları

Kadınların girişimciliğe yönelme durumunda bazı zorluk ve problemlerle karşılaştıkları biliniyor. Bu problemler, kadınların sosyal konumlarından kaynaklandığı gibi, kültür, yetenek eksikliğinden, yasalardan veya geleneksel uygulama biçimlerinden de kaynaklanmış olabilir. Bu sebeple, oldukça katı sayılabilecek zorluklar yüzünden, belli seviyelerde risk etkeni taşıyan pazara girmek, kadınlar açısından zorlu olmaktadır (Ertürk, 1993).

Girişimci kadınlarla ilgili ortak problemlerin başında, toplumsal ve kültürel ortamda kadın rollerinin kalıplaşmış olması, kadınların gelişim seviyelerinin azlığı, ailesel yaklaşımlar, işin verdiği zorluğun çok olması, güven verme konusunda kadınların erkeklere oranla daha çok gayret göstermesi ve kadınların bireysel özgürlüklerini kullanması gereksinimlerin fazlaşması gelmektedir (Kutunis ve Hancı, 2007). Girişimci kadınlar, bankaların talep ettiği güvenceleri karşılayacak mal varlıkları olmadığından ve kefil bulamadıklarından banka kredisi isteyememekte, kredi sürelerinin az olması, kredi talebini geç sonuçlandırmaları ve faizlerin yüksek olması vb. sebeplerden kredi almak için başvuru yapmaktan çekinmektedirler (Özar, 2005). Muğla’da girişimci kadınlara uygulanan çalışmada, kadınların %70’inin başlangıç düzeyinde güvensizliğin verdiği güçlük vb. sebeplerden bankadan kredisine isteyemedikleri ve %60’nın da iş yerlerinde sermaye sıkıntısı çektiği

görülmüştür. Araştırmada kadınların yarısından çoğunun mikro finansman yönteminden haberi olmadığı, yaklaşık %80'nin devletin kadınlara ilişkin teşviklerinden habersiz olduğu belirlenmiştir (Can ve Karataş, 2007).

Kadınlar, erkeklere göre çok sosyal kısıtlamayla karşılaştıkları için kamu ve özel sektöre, kazanç getiren ürünleri piyasaya sürme olanaklarına, teknolojik yeniliklere, kredi kaynaklarına bir iş yerini kurmak işletmek için gerek duyulanların tümünü elde etmede erkeklere göre güçlük çekmektedirler.

Kadınların girişimcilikte karşılaştıkları problemler iki aşamada özetlenir. Birincisi, kadın olmaktan kaynaklanan sorunlar; Kadının yeri evi olduğu ve erkekten izin almadan kadının girişimde bulunamayacağını kabul eden ataerkil toplumdaki inanç ve baskı (Güldal, 2006; Cam, 2003); kadınların iş hayatlarında, hangi meslek veya alanında kadın işi, hangileri erkek işi olduğuna karar veren cinsiyete dayalı rol kayırmacılığı (Örücü vd., 2007: 120; Narin vd., 2006; Gökakın, 2000); cinsel ve duygusal rahatsızlık verme (Kocacık ve Gökakın, 2005; Çelik ve Özdevecioğlu, 2001); kadın olmasından dolayı yükselememesi ve istediği yere gelememesine neden olan cam tavan engeli (Anafarta vd., 2008; Narin vd., 2006) kadınların genel olarak erkeklerden daha az toplumsal konumda bulunması (Aldrich ve Zimmer, 1986); hukuksal maniler (Ecevit, 2007); iş hayatında kadınlara yönelik, güvensiz olma, tecrübesizlik ve başarılı olamama (Toksöz, 2007; Davidsson, 1995); girişimci kadınların, kişisel yaşamlarıyla iş hayatlarından birini seçememelerinin getirdiği problem “rol çatışması” (Narin vd., 2006; Özdevecioğlu ve Aktaş, 2007) eğitim seviyesinin düşük olması (Kansız ve Acuner, 2008: 14; Yetim, 2008) kadının evdeki işleri yapmak, çocuk yetiştirmek gibi görevlerinin bulunması bu nedenle iş hayatına fazla zaman ayıramamasında etken olan zaman yetersizliği (OECD, 2004); kadınların, çocuk bakımı ve eğitimi, küçük yaşta evlendirilme, boşanma gibi toplumun baskısı (Ayaz, 1993: 180 - 181); Kadınların rol modellerinin az olması (OECD, 2004; Davidsson, 1995; Delmar, 2000) girişimcilik faaliyetlerinde bulunacak kadınların yeterli sermayeye sahip olamaması (OECD, 2004; de Groot, 2001) sıralanır. Diğer sorun ise, iş ve çevresel faktörlerden kaynaklanan sorunlardır. Kadın girişimciliği konusunda dünya çapında, genel bakışın sağlanamaması ve

örgütlenememek; kurumsal çeşitlilik ve eşgüdüm güçlükleri politikası geliştirme (Ecevit, 2007) olarak sıralanabilir.

2.2.5.1. Mikro Sorunlar

Türkiye’de kadınlar, genellikle girişimcilerin karşı karşıya kaldıkları sorunların yanında kadın olduklarından dolayı erkeklerden farklı olarak bazı sorunlar yaşamaktadırlar. Girişimci kadınların karşılaştıkları mikro sorunlar; güvensiz olma, ticarete tecrübe eksikliği, rol çatışmasıdır.

Makro sorunlar ise; Kadınların önemli sorunları; mesleki eğitim, para idaresinde para bulma ve örgütlenme olarak görülmektedir.(Tunçsiper, Karaköy ve Kafa 2008) .

Tecrübesiz olma, bilgisizlik, yalnızlık, sosyal bilgi ağına hakim olamama, müşteriyle iletişim kuramama, aile sorunları, işin fazlalığı mikro sorunları oluşturur (Kutunis, 2006: 65).

Girişimci kadınların çevrelerinden ve kendilerinden kaynaklanan mikro sorunlar şu şekildedir:

2.2.5.1.1. Güvensizlik

Yeni yatırımlar yapacak girişimcilerin algılama seviyeleri, kişilerin kendilerine güven derecelerini etkilemektedir. Eğer kişi kendine güveni olan biri ise alınan kararlar daha az riskli oluyor. Ancak kendine güveni olmayan biriye, aldığı kararlarda güçlük çekmekte ve daha riskli olduğunu düşünmektedir (Brindley, 2005).

Kendisine güven duyma, kişinin kendini tanıması, sevip sevmeme derecesini göstermektedir (Bakraktaroğlu vd., 2006). Kendine güvenme ve üstün olma duygusu insanı başarıya ulaştıran özelliklerin başında gelmektedir (Bono, 1989).

Kadınlar önce anne, baba, eş, kardeş, yakın çevreye, sonra da devlete güvenmeyi ilk olarak kendilerine güvenmelidir (Saray, 1993). Güven duygusu kadının tabiatında bulunur. Fakat bu duygunun gün yüzüne çıkarılması gerekir. Eğer kadın her şeye karşın, kimseye gereksinim duymadan kendine güveniyor, içindeki sorunları aşmış ve özgüvenini kazanmışsa bu konuda ilk adımı atmıştır.

2.2.5.1.2. Ticari ve Yönetmel Deneyim Eksikliği

Yönetim, bir tek beşeri unsurların değil, işletmedeki bütün olanakların planlanmasını ve kaynakların yönlendirilmesini, koordine edilmesini içeren kavramdır. Tecrübeyse, bir süreç boyunca insanların karşı karşıya kaldıkları olgu ya da haller neticesinde elde edilmiş, birçoğu sonradan elde edilemeyen kazançları ifade eder. Yönetim yetisi deneyimle bütünleştğinde girişim yapan, problemleri kolayca çözebilir, yeni olaylara iş yerini de kendisini de adapte edebilir (Küçük, 2005).

Toplumda geleneksel rol dağılımı nedeniyle iş hayatında gerekli tecrübeye sahip olmamaları, çıraklık ve mesleki eğitimlerden yoksun olmaları, kadın çalışanların el yatkınlığı kazanmalarına engel olmakta ya da geciktirmektedir (Kutaniş, 2006).

2.2.5.1.3. Rol Çatışması

Türkiye’de yapılan araştırmalarda, girişimci kadınlar özel yaşamlarıyla çalışma yaşamları arasında yaşadığı ikilemden bahsetmişler, girişimci olmanın toplumsal, bireysel ve ekonomik olarak kendilerini ileri düzeylere taşıdığını, fakat aile hayatlarına olumsuz etki yaptığını söylemiştir. Girişimci kadınlar, iş ve toplumsal çevreyle dengelyi kurmakta zorluk çekmektedir. Fakat bu problemi aşacak bir üstünlük olarak bağımsızlaşma ve esnek çalışma saatlerine sahip olmalarından söz edilebilir. Bu kapsamda iş ve toplumsal çevre arasındaki dengelyi sağlamada fırsata dönüşen bu durumdur (Kutaniş, Alpaslan, 2006).

Bireyin birçok pozisyon ve konumda bulunması sosyal oluşuma göre değişir. Sosyal yapı karışıkça roller çoğalmaktadır. Bu sebeple toplumların karışık yapısı düzensizliği ve rol çatışmasına yol açabilir. Bu tarz yapılar gösteren toplumlarda fert, olumlu gelişme durumundadır. Zira karşılıklı etki hallerinde yeni konumlar kazanıldıkça ilgili pozisyonların uygun şekilde öğrenilmesi gerekir. Rol çatışması, rollerden birinin başkası ya da başkalarının etkisi altında kalmasıyla oluşur (Doğan, 2000).

2.2.5.1.4. Ayrımcılık

Erkek baskın unsurunun, kurumlara yön verdiği toplumlarda kadınlar, birçok yerde; ekonomide, politikada sınırlamalar, engellerle karşılaşmaktadır. Bu sınırlamalar kalktığında bağımsız, özgür ve egemenlikte artış olabilecektir. Kadınlar bu etkilerini, topluma ve politik düzene engellemeleri geçebildikleri ölçüde yansıtabilirler. Bu şekilde kadınların girişimci, yönetici, lider olmak özellikleri belirlenmektedir (Arat, 1993). Türk toplumunda ataerkil yapısı içinde kadın girişimcilerin kimileri iş yaşamıyla ilgili düşünceleri eşleri yüzünden engellenmektedir ve bu engelleri aşmak için fazlasıyla savaşmak zorunluluğu doğmaktadır. Erkekler, kadınların iş yeri açmalarını erkek egemen kesimde konum ve saygınlık azalması olarak değerlendirmektedir. Ataerkil bir yapıdaki Türk toplumunda girişimcilik kültürü, kadınların girişimci olmasını desteklememektedir, bu durum kadın girişimci sayısını eksiltmektedir. Toplumsal ve kültürel alanda kadın rollerinin bir kalıba girmesi kadın girişimciliğin en önemli engellerindendir (Öğüt, 2006). Kadının yeri evidir ve erkek izni olmadan kadının bir girişimde bulunamayacağını kabul eden ataerkil toplumlarda benimsenen toplumun geleneksel inanç ve baskısı (Güldal, 2006; Cam, 2003); kadınların iş hayatlarında, hangi meslek veya alanın kadının işi hangilerinin erkeğin işi olduğunu belirleyen etken olan cinsiyete dayalı rol ayrımcılığı vardır (Örücü vd., 2007; Narin vd., 2006; Gökakın, 2000).

2.2.5.2. Makro Sorunlar

Eğitim, sermaye ve mal temini, işyeri bulma, donanım, malzeme sağlanması, resmi kurumlarla iletişim, çalışan, piyasadaki dalgalanmalar, ödemeler, vb. problemler makro sorunları oluşturur. Daha fazla devlet, kanunlar ve sektör içi durumla ilgili makro sorunlar aşağıdaki gibidir;

2.2.5.2.1. Beceri ve Mesleki Eğitim

Kadının hayat şartlarını ve toplumsal derecesini yükselten onu ardıl konumdan kurtarıp kişisel bağımsızlığını kazanmasını sağlayan en mühim öğelerin başında eğitim gelmektedir (Sipahi, 1997). Doğal olarak gelişimi ve yetenekleri gelişen kadının, ailesi ve halk içinde prestijinin artması ile birlikte söz sahibi de olacak, bu sayede aile içinde ve toplumda daha sağlıklı kararlar alınabilecektir. Fakat kadın girişimci için bir iş yerini idare etmek, eğitim, kabiliyet yetersizliği ve verdiği emeğe karşın toplumsal teşviki olmaması sebebiyle oldukça zordur.

2.2.5.2.2. Mesleki Örgütlenme

İş dünyasındaki toplumsal iletişim ağlarının en fazla erkek girişimcilere yönelik olması kadın girişimcilerin aralarında haberleşme ağı kurmalarının gerektiği ortaya çıkarıyor (Kutunis, 2006). Faaliyet konusu kadın olan, Sivil Toplum Kuruluşlarının (STK), İş yaşamında eşitlik sağlanması iki cinsiyetin başarısında önemli rol oynar. Özellikle STK'ların beraber çalışarak (Ekşioğlu, 2006) bu konudaki problemlerin çözülmesinde faydalı olacakları söylenebilir.

2.2.5.3. Sermaye Teminindeki Sorunlar

Kadınlar bankaya gittikleri zaman onlardan güvence istenmekte mal-mülk sorulmaktadır. Türkiye’de malların sadece %9’u kadınların üzerindedir (Sunar ve Çopur, 2004). Kadınlara parasal destek verilirken Dünya Bankası’nın yaptığı araştırma bir kısıtlama olmadığını gösteriyor. Ancak gelir ve borç seviyeleri erkeklere oranla farklılık gösterdiğinden kadın para ve kredi kullanımını erkeklere oranla daha az görüyor. Böylece kadınların erkeklere göre daha az para kazandığı söylenebilir.

2.2.6. Piyasaya Giriş Stratejileri İle İlgili Sorunlar

2.2.6.1. Var Olan Bir İşletmenin Satın Alınması

Kişiler kendi işlerini sıfırdan kurabilecekleri gibi faaliyette olan iş yerini de alıp çalıştırabilirler. Girişimciliğe başlangıç devresinde iş kurma işlemleri fazlasıyla karışık ve zordur. Bu zor süreci göze alamayan girişimci, kurulu bir iş yerini satın almaktadır (Gürol, 2000: 85-86). Fakat kurulu bir işletmeyi satın almak kolay olmadığı gibi, her daim kazançlı da olmayabilir.

Kurulu bir iş yerini almak; sahibinin iş yerini satma arzusu veya girişimcinin satın almayı iş yerine önermesi şeklinde gerçekleşir. Bu iki durumda, satın almaya kesin karar verilmeden, belirli unsurları dikkate alan detaylı bir araştırmanın yapılması gerekir. Bu nedenle girişimcinin aşağıdaki alanlarda eksiksiz tecrübede olması gerekir (Alpugan, 1998);

- Satın alınması ön görülen işletmece piyasaya verilen hizmetin piyasa da yeterli isteğin olup olmadığıyla ilgili ticari bilginin toplanması,
- Satın alınması ön görülen işletmenin parasal durumunu gösteren sonuçların (gelir tablosu ve bilanço) toplanması ve bu verileri analiz edecek teknik bilgiye ulaşılması,

- Satın alınması ön görülen işletmeyle ilgili etki altında kalmadan duygusal olmadan, gerçekçi bir karar verilmesidir.

Fakat bir işletmenin satın alınmasının bazı üstünlük ve kayıpları bulunabilecektir. Bu sebeple konu ile ilgili ayrıntıların gerektiği kadar soruşturulması ve değerlendirilmesi gerekir. Kimi hallerde satın alınan işletmenin pazarda göstermiş olduğu pozitif izlenim girişimci açısından fırsat olabilecektir. Kimi hallerdeyse bunun tam tersi olabilir.

2.2.6.2. Var Olan Bir İşletmeye Ortak Olunması

Ortak arayan iş yerlerinin genel bir kısmı parasal yönünden sıkıntıda olmakta ve bu zorluğu iş yerine sağlanacak ek sermayeyle aşabileceklerini umut etmektedirler. Çoğunlukla, işletmede oluşan problemin, uygunsuz kuruluş yeri, rekabet, sıradan bir teknoloji gibi nedenlerden kaynaklanır. Görüldüğü gibi iş yerinin ana problemi parasal olmadığı için, gelecek ek para, pek çok zaman problemin giderilmesinde eksik kalacaktır (Alpugan, 1998). Bu sebeple kısa zamanda iş yerine sonradan ortak olmuş şahsın parasının da değer kaybı-yok olması mümkündür.

2.2.6.3. Yeni Bir Girişim Kurulması

Girişimcinin kendi iş yerini kurması için, belirli bir iş ve çalışma planına uygun olarak yapılabilirlik çalışması sonucuna göre davranması gerekir.

Girişimcilerin iş yeri açmadan önce yapmaları gereken araştırmalar aşağıdaki gibidir (Eyuboğlu, 2004; Çonkar, 1992);

- İşyerinin kurulacağı bina veya işletmeyle ilgili değerlendirmelerin yorumlanması,
- İşyerinde çalışacak olan çalışanların seçim araştırması,

- İş kurma aşamasında hangi yasal hükümlere göre işlem yapılacağı, vergi ve yatırımların yapılması gerekli yasal işlemlerin öğrenmek,
- Kurulacak işle ilgili hedef pazar araştırmasının yapılması

2.2.7. Karşılaşılan Sorunlarla Baş Etme Yolları

Kadın girişimcilerin piyasada önüne bir çok engel çıkmaktadır bu engellerle baş etme yollarıysa aşağıdaki gibidir;

2.2.7.1. Güvensizlik

İnsan ilişkilerinin sağlanmasında mühim bir öge olan güven, toplumsal hayatın önemli unsurunu oluşturur. Güven duygusu, toplumsal hayatta haberleşme sağlamak, iş sahibi olmak, hayat boyu karşılaşılabilecek problemleri çözmeye bireyin hayatını etkiler (Uslaner, 2001).

Öncelikle kişinin karşılaştığı problemlerle başa çıkması için kendine inanması ve güvenmesi gerekir. Güven duygusu, her kişinin doğasında bulunur. Fakat bu güven duygusunu ortaya çıkarılmak ve işlerlik kazandırmak zaman içinde olmaktadır.

2.2.7.2. Ticari ve Yönetmel Deneyim Eksikliği

Kişilik ve yönetme becerisi başarıda olmazsa olmaz öğeleri olduğu dikkate alındığı zaman, girişimciliğe uygun bireysel yeteneklerin erken yaşlarda başlayarak kazandırılması ve bunların üniversite eğitimine dek sürdürülmesi önemlidir.

Bunun dışında piyasa pazar problemlerini azaltmak ve halkı bilinçlendirerek, kadınların iş dünyasında yer edinmelerini sağlayarak ve kadınları özendirilebilmek amacıyla önem taşır (Jalbert, 2000). Bu sebeple ticari yönetmel tecrübe paylaşımını

kolaylaştırmak ve görülen problemleri çözecek teklifleri geliştirmek için kadın-erkek farkı yapmadan milli ve milletler arası girişimciler ağının gerçekleştirilmesi önerilir.

2.2.7.3. Rol atışması

Türkiye’de yapılan araştırmalarda, kadın girişimciler özel yaşamlarıyla çalışma yaşamları arasında ikilemeden söz etmişler, girişimci olmanın toplumsal, ferdi ve tutumsal olarak kendilerini ileri düzeye getirdiği, fakat aile hayatlarını olumsuz etkilediği belirtilmiştir (Kutaniş ve Alpaslan, 2006).

Aile içi görev paylaşımı geleneksel olup, erkek para kazanan, kadın da aileyi idare eden olarak görülür. Topluma göre erkeğin ilk olarak iş sahibi olması düşüncesi geçerliliğini korumaktadır (Gürol, 2000:318).

2.2.7.4. Ayrımcılık

Kadınlar tarihin başlangıcından bu yana cinsiyetçilik anlayışıyla karşılaşmışlardır. Erkeklerden daha alt statüde görülmüş ve erkeklere göre daha az hak ve şansa sahiptirler. Cinsiyet konumlarının ve rollerinin öğrenilmesi toplu-laşma da önemlidir (Demirbilek, 2007).

Türk toplumunun ataerkil yapısı içinde girişimci kadınların bir kısmı çalışma yaşamlarıyla ilgili kararlarda eşleri yüzünden sınırlamalarla karşılaşır ve bu engelleri aşmak için fazlasıyla savaşmak durumundadırlar. Erkekler, eşlerinin iş yeri açmalarını erkek üstün sahada ve prestij azalması şeklinde değerlendirir. Ataerkil özelliğe sahip Türklerdeki girişimcilik kültürü, kadınlarımızın girişimci olmalarını desteklenmemektedir, bu durum kadın girişimci sayısını etkilemektedir (ğt, 2006).

2.2.7.5. Beceri ve Mesleki Eğitim

Eğitimle kadınların iş hayatına katılımları arasında kuvvetli ilişki bulunur. Eğitim kadınların toplumsal hayatını değiştirebilecek bir etkiye sahiptir (Tan, 2000). Doğal olarak kadınları girişimciliğe yönlendiren bilgi ve kabiliyetlerin oluşmasında genel ve mesleki eğitim öne çıkmaktadır. Kendileri için çalışan kadınların gördükleri eğitim, kazandıkları bilgi ve yetenek pazar olanaklarına uyum sağlamakta eksik kalmaktadır. Doğal olarak bu yönde eksiklikleri azaltmak için işletmecilik alanında verilen kurslar faydalı olmaktadır (Müftüoğlu ve Durukan, 2004).

2.2.7.6. Mesleki Örgütlenme

Genellikle, bir iş veya faaliyette her zaman bir örgütlenmeye gerek duyulması her kişinin çalışma hayatında veya günlük hayatında bir veya birden çok örgütle ilişkide olması mümkün olmaktadır (Yıldız ve Balaban, 2007).

Girişimci kadınların iş deneyimlerini paylaşmaları, bildiklerini başkalarına aktarmaları, potansiyel güçlerini ve yetilerini keşfetmek birbirlerine yardımcı olmak için çok iyi bir iletişim ağı kurmak gerekiyor. Faaliyeti kadın üzerine olan, Sivil Toplum Kuruluşlarının (STK),iş yaşamında kadın erkek eşitliğini sağlamak amacıyla önemlidir. Özellikle STK'ların beraber emek harcayarak (Ekşioğlu, 2006) buradaki sorunları yok etmekte etkili olmaları mümkün olmaktadır.

2.2.7.7. Sermaye Teminindeki Sorunlar

Kadınlar krediye başvurmak için bankaya gittiklerinde kadınlardan güvence olarak mal-mülk sorulmaktadır. Türkiye'de ise mal varlığının %9'u kadınlarındır (Sunar ve Çopur, 2004). Zorunlu olarak kadınları erkeklerin destek vermesine yönlendirir. Erkeklerin kadınlara göre daha fazla sermaye ve kazanç sahibi olduğunu söylenebilir. Kadın Girişimciler Derneği'nin girişim ve katkılarıyla banka ve parasal

kurumlarca, girişimci kadınlara da kredi verildiği görülür. Fakat bunlar kısıtlı parasal kurumlarca gerçekleştirildiğinde yeterli olmamaktadır.

2.3. Kadın Girişimciliği Konusunda Faaliyet Gösteren Kurum ve Kuruluşlar

Kadın girişimciler tek başlarına piyasaya tutunamazlar bu alanda kadın girişimcileri destekleyen onlara yol gösteren kurum ve kuruluşlar vardır bu kurum ve kuruluşlar aşağıdaki gibidir;

2.3.1. Kamu Kuruluşları

Kadın girişimcileri destekleyen Kamu kuruluşlarını şöyle sıralayabiliriz;

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

T.C. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB); 1993 senesinde Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'nda alt birim olarak oluşturulmuştur. KOSGEB sanayi sektöründe etkinliklerini devam ettiren KOBİ'leri desteklemektedir (KSSGM, 2000:).

KOSGEB sözü edilenin dışında küçük iş kurucuları işe başlama sırasında destek vermeyi hedefleyen çalışma içindedir. Fakat bu destekten yararlanmak amacıyla, KOSGEB'in danışmanlık havuzunda bulunan ilgili görevlilerden iş açma ve işletme süreçlerine bağlı eğitim almak gerekir. Eğitimi hakkıyla bitiren ve uygun bir iş planı hazırlayan girişimciler, hazırladıkları iş planı KOSGEB'çe uygun görülürse destekten yararlanabilirler. Destekleme anlaşmadan itibaren başlayarak en çok üç sene içinde iş kurma giderleriyle makine-teçhizat ve donanım harcamalarını kapsar (Öztürk ve Özkay, 2005).

2.3.1.2. Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü (KSSGM)

KSSGM, bunun dışında Milli Eğitim, Çalışma ve Sosyal Güvenlik, Kültür, Sağlık, Tarım, Sanayi ve Ticaret Bakanlıkları başta olmak koşuluyla bütün tesis ve kuruluşların kadın politikaları uygulama etkinliklerinde koordinasyonu sağlamaktır. (KSSGM, 2000). KSSGM girişimci kadınların özendirmek ve desteklenme açısından da önemli bir vazife üstlenmiş bulunuyor (Kutunis, 2006).

2.3.2. Sivil Toplum Kuruluşları

Kadın girişimcileri destekleyen Sivil Toplum Kuruluşları da şöyledir;

2.3.2.1. Avrupa Birliği İş Geliştirme Merkezleri (ABİGEM)

Avrupa Birliği İş Geliştirme Merkezleri (ABİGEM), Avrupa Birliğinin korumasında, TOBB (Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği) ve EBSO (Ege Bölgesi Sanayi Odası)'nun bölgesel destekleriyle 2002 senesinde İzmir, Kocaeli ve Gaziantep'te inşa edilmiştir. Yöredeki KOBİ'lerin rekabet düzeylerini geliştirmelerine ve güçlerini yükseltmeye destek verecek profesyonel idare danışmanlığını ve geliştirme çalışmalarını sunmak, yörenin tutumsal gelişmesini desteklemeyi hedeflemektedir.

2.3.2.2. Kadınlarla Dayanışma Vakfı (KADAV)

Kadınlarla Dayanışma Vakfı (KADAV), 1999 Marmara Depremi'nden sonra deprem yöresinde toplumsal ve tutumsal bakımdan yetersiz kadınlara yardım etmek için toplanan platformu tarafından kurulmuştur. Temmuz 2001'de tüzel kişilik kazanan KADAV, kadınlara güçlenmenin ve özgürleşmenin yollarını açacak, ekonomik ve toplumsal güçlenmeyi amaçlar.

2.3.2.3. GAP Bölgesi Girişimci Destekleme Merkezleri (GİDEM)

GAP Bölgesi Girişimci Destekleme Merkezleri (GİDEM), Sürdürülebilir İnsani Kalkınma ilkelerin ışığında, GAP Bölge Kalkınma İdaresi, KOSGEB, Türkiye Kalkınma Bankası ve Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği ortaklığında biçimlenmiştir. GİDEM tarafından Güneydoğu Anadolu Kadın Girişimcilik Danışma Kurulu oluşturulmuştur. Kurulun yönetimi Diyarbakır GİDEM ofisince sürdürülmektedir. Kurul 2 ayda bir toplanarak GAP Bölgesinde girişimci kadınların geliştirilmesi açısından düşünce ve bilgi aktarımına ortam sağlamıştır.

2.3.2.4. Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER)

Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER), Türk kadın girişimcileri teknik, ekonomik, yönetsel ve hukuksal alanlarda desteklemek için 37 tecrübeli girişimci kadın tarafından 12 Eylül 2002'de ülke çapında etkinlik gösteren ve kâr gayesi gütmeyen bir sivil toplum teşkilatı olarak İstanbul'da kurulmuştur. Geleceğin iş dünyasını şekillendirme de etkin girişimci kadınlar ortaya çıkarmak, ekonomik değer oluşturan girişimci kadınların sayısını çoğaltmak, girişimci kadınları güçlendirerek, Türk kadın girişimcilerin dünyayla bütünleşmesini sağlayıp Türkiye'nin toplumsal ve ekonomik ilerlemesine katkı sağlamak amaçları arasındadır (Müftüoğlu ve Durukan, 2004).

2.3.2.5. Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı (KEDV)

Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı (KEDV), az geliri olan kadınları toplumsal ve ekonomik olarak güçlendirip kadınların yöresel gelişmeye katılımlarına katkı vermek için 1986 senesinde oluşturulmuştur. Merkezi İstanbul'da olan KEDV, Marmara ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde bulunan toplam 12 ilde yaklaşık olarak 35 yöresel topluluğunu destekler. Vakıf işlerini devam ettirirken, kamu, özel sektör ve başka sivil toplum kuruluşlarıyla birlikte çalışmaktadır (Azap, 2006).

3. YÖNTEM

3.1. Evren ve Örneklem

Çalışmamızın sonunda 61 anket formu doldurulmuştur. Çalışmamızda girişimci kadınların bütünü KOSGEB'e üye girişimci kadınlar oluşturuyor.

3.2. Veri Toplama Araçları ve Teknikleri

Verilere ulaşmak için anketler KOSGEB'e üye olan girişimci kadınlara ulaştırılmıştır. Böylelikle 61 anket bize geri dönüşümü olmuştur. Verileri girerken veya anketi cevaplandıranlardan kaynaklanan yanlış işaretler bakılarak, verilerin doğru girilmesi sağlanmıştır.

Çalışmada elde edilen bulgular değerlendirilirken, istatistiksel analizler için IBM SPSS Statistics 22 (IBM SPSS, Türkiye) programı kullanılmıştır. Değişkenlerin normal dağılıma uygunluğu Kolmogorov Smirnov testi, Q-Q grafikler ve histogramlar ile değerlendirildi. Çalışma verileri değerlendirilirken tanımlayıcı istatistiksel metotların (ortalama, standart sapma, frekans, yüzde) yanı sıra niceliksel verilerin arasındaki ilişkinin değerlendirilmesinde Pearson Korelasyon Analizi kullanıldı. Ölçeklerin güvenilirliğinin değerlendirilmesinde ise Cronbach Alfa güvenilirlik katsayısı kullanıldı. Anlamlılık $p < 0.05$ düzeyinde değerlendirildi.

3.3. Hipotezler

H₁: Çevresel özellikler kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunları aşmada belirleyici bir etkiye sahiptir.

H₂: Ekonomik çevreyle ilgili özellikler kadın girişimcilerin sorunları aşmada belirleyici bir etkiye sahiptir.

H₃: KOSGEB yönetiminin iletişim ve koordinasyon yönü ile örgütsel özellikleri kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunları aşmada belirleyici bir etkiye sahiptir.

H4: Kadın girişimcilerin örgütlenmiş olmaları girişimcilik sürecinde karşılaştıkları sorunlarla baş etmede etkilidir.

4. BULGULAR VE YORUMLAR

Çalışma sonucunda toplam 61 geçerli anket formu elde edilmiştir. Bu anketlerdeki kadın girişimcilerin demografik verilerine ilişkin istatistiksel sonuçlar Tablo 1’de verilmiştir.

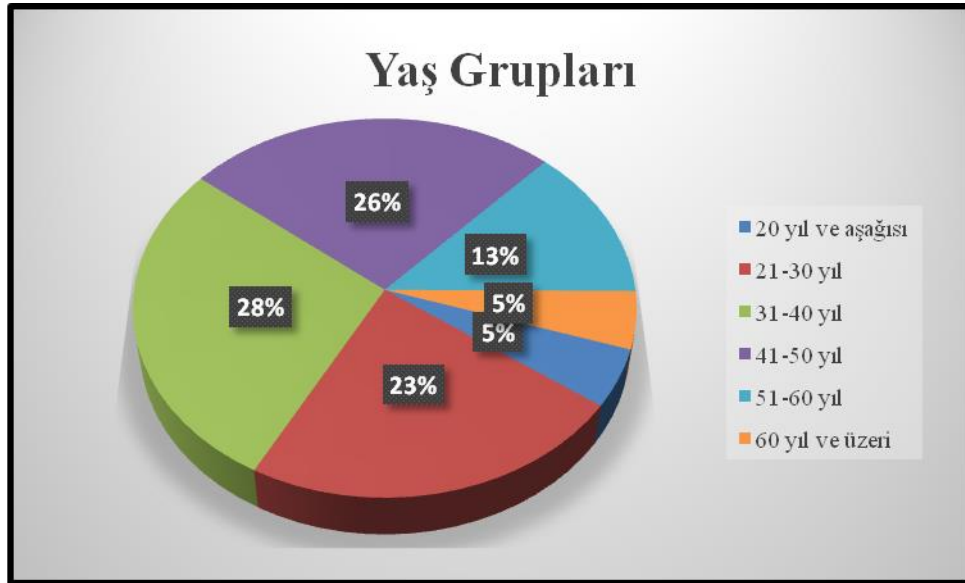
Tablo 1. Kadın girişimcilere ilişkin özellikler (N=61)

Özellikler	n	%	
Yaş grubu	20 yıl ve aşağısı	3	4,9
	21-30 yıl	14	23,0
	31-40 yıl	17	27,9
	41-50 yıl	16	26,2
	51-60 yıl	8	13,1
	60 yıl ve üzeri	3	4,9
Medeni durum	Bekar	16	26,2
	Evli	43	70,5
	Boşanmış/eşi ölmüş	2	3,3
Evli ise çocuk sahibi olma	Evet	42	68,9
	Hayır	19	31,1
Çocuk sayısı (n=42)	1 çocuk	12	28,6
	2 çocuk	23	54,8
	3 çocuk	5	11,9
	4 çocuk	2	4,8

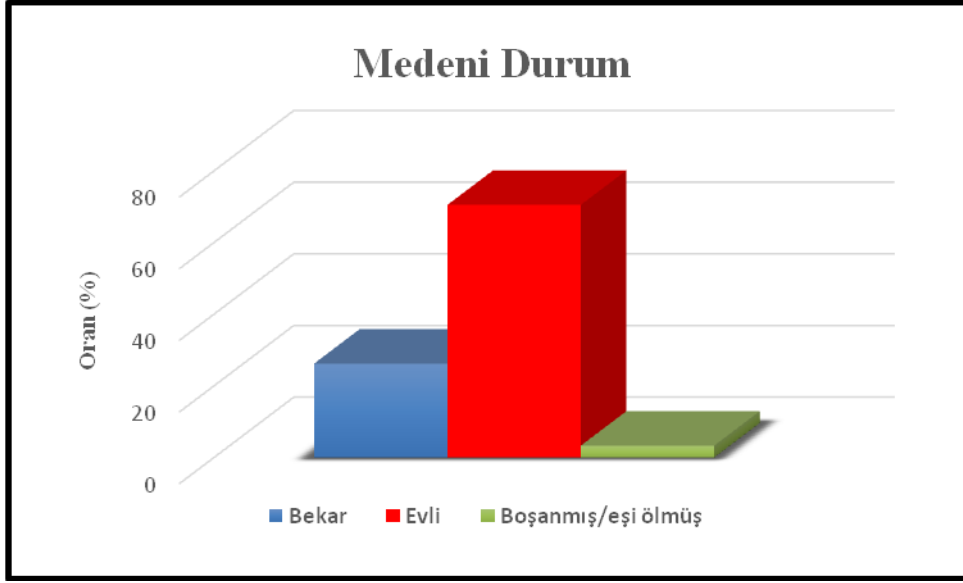
Kadın girişimcilerin %4,9'unun (n=3) 20 yaş ve altında olduğu, %23'ünün (n=14) 21-30 yaş arasında olduğu, %27,9'unun (n=17) 31-40 yaş arasında olduğu, %26,2'sinin (n=16) 41-50 yaş arasında olduğu, %13,1'inin (n=8) 51-60 yaş arasında olduğu ve %4,9'unun (n=3) 60 yaş ve üzerinde olduğu saptandı.

Kadın girişimcilerin %26,2'sinin (n=16) bekar, %70,5'inin (n=43) evli ve %3,3'ünün (n=2) boşanmış veya eşi ölmüş olduğu saptandı.

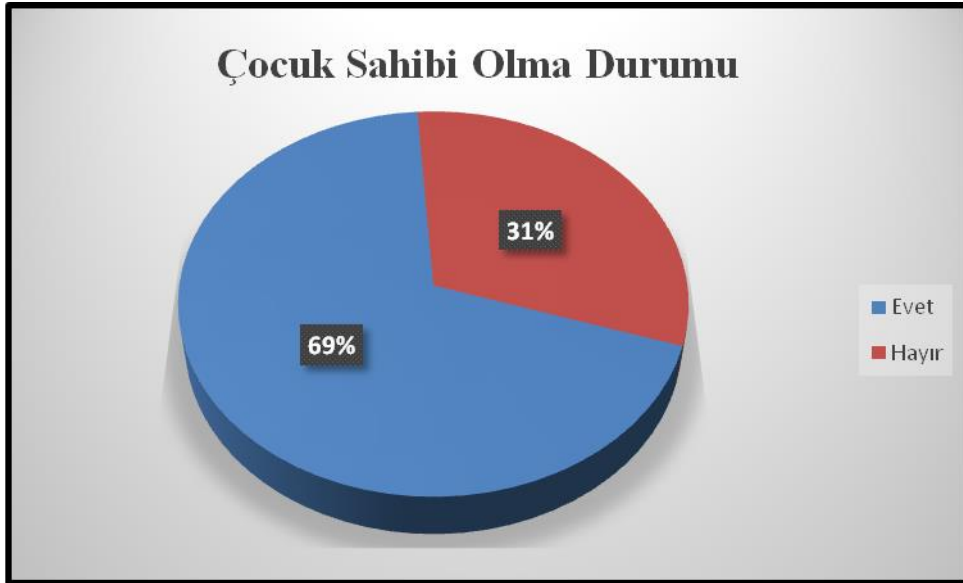
Kadın girişimcilerin %68,9'unun (n=42) çocuk sahibi olduğu ve bu kadınların %28,6'sının (n=12) tek çocuğunun, %54,8'inin (n=23) 2 çocuğunun, %11,9'unun (n=5) 3 çocuğunun ve %4,8'inin (n=2) 4 çocuğunun olduğu saptandı.



Şekil 3. Kadın girişimcilerin yaş gruplarının dağılımı



Şekil 4. Kadın girişimcilerin medeni durumlarının dağılımı



Şekil 5. Kadın girişimcilerin çocuk sahibi olma durumlarının dağılımı

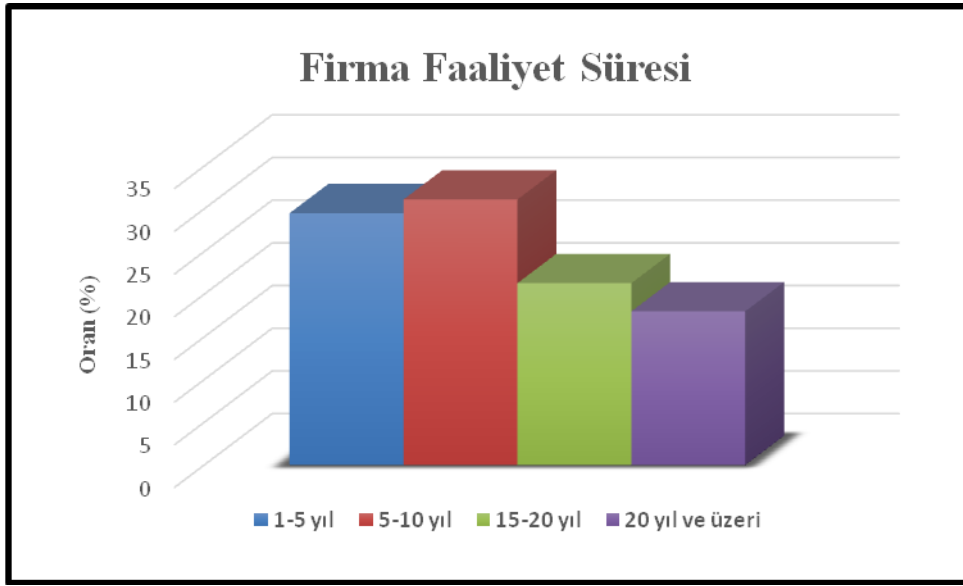
Tablo 2. Kadın girişimcilerin firma faaliyetlerine ilişkin özellikleri (N=61)

Özellikler	n	%	
Firma faaliyet süresi	1-5 yıl	18	29,5
	5-10 yıl	19	31,1
	15-20 yıl	13	21,3
	20 yıl ve üzeri	11	18,0
Firmadaki toplam çalışan sayısı	0-50 kişi	56	91,8
	50-100 kişi	3	4,9
	150 kişi ve üzeri	2	3,3
Faaliyet gösterilen sektöre girmeden önce mesleki bir eğitim alma	Evet	32	52,5
	Hayır	29	47,5

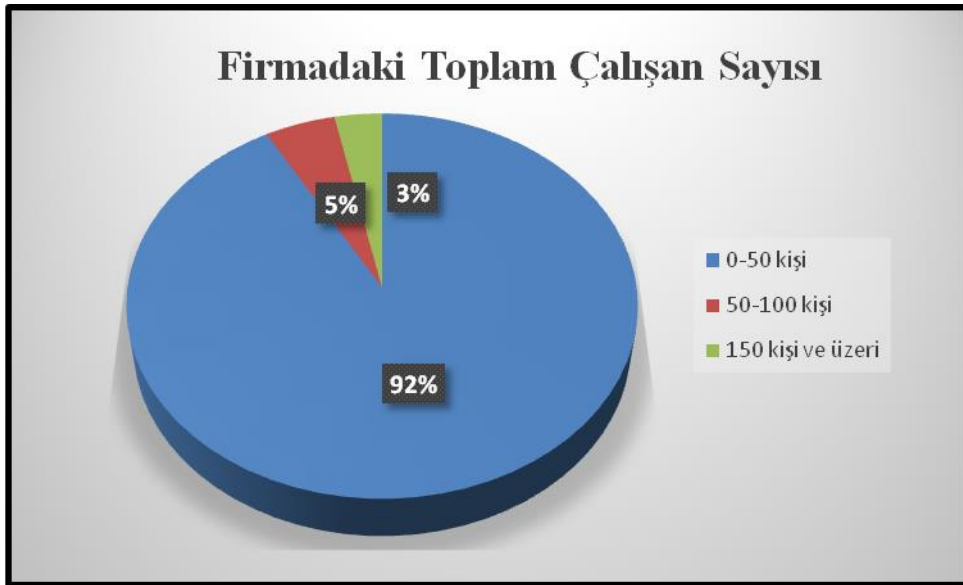
Kadın girişimcilerin %29,5'inin (n=18) firma faaliyet süresinin 1-5 yıl arasında olduğu, %31,1'inin (n=19) 5-10 yıl arasında olduğu, %21,3'ünün (n=13) 15-20 yıl arasında olduğu, %18'inin (n=11) 20 yıl ve üzerinde olduğu saptandı.

Kadın girişimcilerin %91,8'inin (n=56) firmadaki toplam çalışan sayısının 0-50 kişi arasında olduğu, %4,9'unun (n=3) 50-100 kişi arasında olduğu ve %3,3'ünün (n=2) 150 kişi ve üzerinde olduğu saptandı.

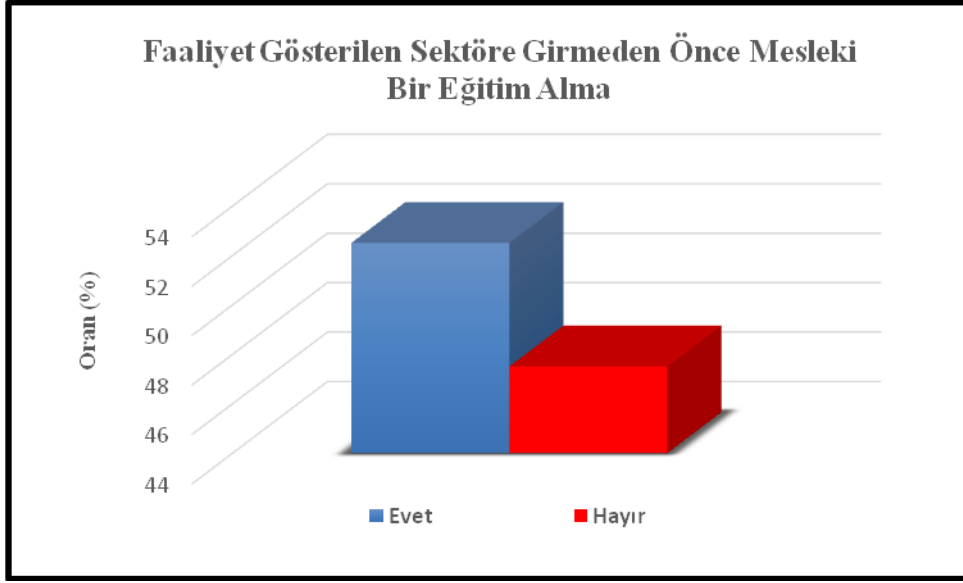
Kadın girişimcilerin %52,5'inin (n=32) faaliyet gösterilen sektöre girmeden önce mesleki eğitim aldığı, %47,5'inin (n=29) ise herhangi bir eğitim almadığı saptandı.



Şekil 6. Kadın girişimcilerin firmalarının faaliyet sürelerinin dağılımı



Şekil 7. Kadın girişimcilerin firmadaki toplam çalışan sayılarının dağılımı



Şekil 8. Kadınların faaliyet gösterilen sektöre girmeden önce mesleki bir eğitim alma durumlarının dağılımı

B) ARAŞTIRMA FORMUNUN GÜVENİLİRLİĞİ

Anketin güvenilirliğini ölçmek için Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayısı kullanılmıştır. Bu güvenilirlik katsayısı 0 ile 1 arasında değişmektedir. Cronbach Alpha katsayısının güvenilirlik derecelerinin dağılımı Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3. Cronbach Alpha katsayısının güvenilirliği

Katsayı	Güvenilirlik Derecesi
0,01-0,20	Hiç güvenilirmez
0,21-0,40	Güvenilmez
0,41-0,60	Nispeten güvenilir
0,61-0,80	Güvenilir
0,81-1,00	Çok güvenilir

Anket formu içerisinde yer alan “kadın girişimcilerin faaliyette bulunduğu çevreye ilişkin özellikler” ve “kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunlar” ile ilgili ölçeklere CronbachAlpha testi ayrı ayrı uygulanmıştır. Sonuçlar Tablo 4’te verilmiştir.

Tablo 4. Kadın girişimcilere uygulanan anketin güvenilirlik analizi sonuçları

Anketler	Cronbach Alpha Katsayısı
Kadın girişimcilerin faaliyette bulunduğu çevreye ilişkin özellikler	0,871
Kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunlar	0,767

Kadın girişimcilerin faaliyette bulunduğu çevreye ilişkin özellikleri ifade eden anketin Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı 0,871 ile çok güvenilir düzeyde (Tablo 3) saptandı.

Kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunları ifade eden anketin Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı 0,767 ile güvenilir düzeyde (Tablo 3) saptandı

C) KADIN GİRİŞİMCİLERİN FAALİYETTE BULUNDUĞU ÇEVREYE İLİŞKİN TANIMLAYICI İSTATİSTİKLER

Araştırmaya konu olan kadın girişimcilerin faaliyette buldukları çevreye ilişkin algıladıklarını belirlemeye yönelik olarak, değişkenlerin ortalamaları, standart sapmaları ve yüzdelik dağılımları sırasıyla Tablo 5, Tablo 6 ve Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 5. Sosyal ve kültürel çevreye ilişkin tanımlayıcı istatistikler

Sosyal ve kültürel çevreye ilişkin değişkenler	Ort±SS	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
		n (%)	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)
Toplumun kadın girişimcilerle bakış açısı ve onların algılarının kadınların çalışmayaşamındaki konumunu etkilemektedir.	3,74±1,17	5 (%8,2)	5 (%8,2)	6 (%9,8)	30 (%49,2)	15 (%24,6)
Tüketici tercih ve beklentilerindeki değişimler kadın girişimciler için olumlu yönde etkilemektedir.	3,77±1,15	5 (%8,2)	4 (%6,6)	6 (%9,8)	31 (%50,8)	15 (%24,6)
Erkek girişimcilerin baskın yapısı, kadın girişimcilerin başarısını olumsuz etkilemektedir.	3,56±1,30	6 (%9,8)	9 (%14,8)	7 (%11,5)	23 (%37,7)	16 (%26,2)
Bilinçli ve eğitimli Türk aile yapısının oluşturulması KOSGEB üyelerinin başarısını olumlu etkiler.	3,80±1,25	5 (%8,2)	6 (%9,8)	6 (%9,8)	23 (%37,7)	21 (%34,4)

Tablo 5'te kadın girişimcilerin faaliyette buldukları sosyal ve kültürel çevreye yönelik tanımlayıcı istatistikler yer almaktadır. Kadın girişimcilere faaliyet gösterdikleri sosyal ve kültürel çevreye yönelik dört soru sorulmuştur. Bu sorulara verilen cevaplar incelendiğinde, kadın girişimcilerin bilinçli ve eğitimli Türk aile yapısının oluşturulmasının KOSGEB üyelerinin başarısını olumlu etkilemesine dair görüşün 3,80±1,25 ile en yüksek ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Ayrıca kadınların %49,2'sinin toplumun kendilerine bakış açısı ve onların algılarının kadının çalışma yaşamındaki konumunu etkilediğini düşündüğü, %50,8'inin tüketici tercihi ve beklentilerindeki değişimlerin kendilerini olumlu yönde etkilediğini düşündüğü, %37,7'sinin erkek girişimcilerin baskın yapısının kendilerinin başarısını olumsuz etkilediğini düşündüğü ve %37,7'sinin bilinçli ve eğitimli Türk aile yapısının oluşturulmasının KOSGEB üyelerinin başarısını olumlu etkilediğini düşündüğü saptandı.

Tablo 6. Ekonomik çevreye ilişkin tanımlayıcı istatistikler

Ekonomik çevreye ilişkin değişkenler	Ort ± SS	Kesinlikle katılmıy	Katılmıyor	Kararsız	Katılıyor	Kesinlikle katılı
		orum	orum	orum	orum	orum
		n (%)	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)
Pazardaki erkek rakiplerinin artış hızının yüksekliğine kadın girişimcileri olumsuz etkilemektedir.	3,54±1,18	5 (%8,2)	8 (%13,1)	8 (%13,1)	29 (%47,5)	11 (%18,2)
Kadın girişimcilerin çalıştıkları sektörde büyümeleri için yeni teknolojiye ihtiyaç duyulmaktadır.	3,77±1,06	1 (%1,6)	9 (%14,8)	9 (%14,8)	26 (%42,6)	16 (%26,2)
Çalıştığım sektörde büyümek için yeterli fırsat mevcuttur.	3,44±1,13	4 (%6,6)	8 (%13,1)	17 (%27,9)	21 (%34,4)	11 (%18,2)
Çalıştığım sektörün gelecekteki büyüme planları kadın girişimcileri için çekici fırsatlar sunmaktadır.	3,31±1,18	5 (%8,2)	13 (%21,3)	8 (%13,1)	28 (%45,9)	7 (%11,5)
Son üç yıldır pazarda erkek rakiplerle yoğun (kırır kırır) rekabete yaşamaktadır.	3,31±1,26	6 (%9,8)	12 (%19,7)	11 (%18,2)	21 (%34,4)	11 (%18,2)
Son üç yıldır pazar yeni giren kadın rakiplerle yoğun (kırır kırır) rekabete yaşamaktadır.	3,25±1,39	7 (%11,5)	15 (%24,6)	11 (%18,2)	12 (%19,7)	16 (%26,2)

Tablo 6’da kadın girişimcilerin faaliyette buldukları ekonomik çevreye yönelik tanımlayıcı istatistikler yer almaktadır. Kadın girişimcilere faaliyet gösterdikleri ekonomik çevreye yönelik altı soru sorulmuştur. Bu sorulara verilen cevaplar incelendiğinde, kadın girişimcilerin çalıştıkları sektörde büyümeleri için yeni teknolojiye ihtiyaç duyduklarına dair görüşün 3,77±1,06 ile en yüksek ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Ayrıca kadınların %47,5’inin pazardaki erkek rakiplerinin artış hızının yüksekliğinin kendilerini olumsuz etkilediğini düşündüğü, %42,6’sının çalıştıkları sektörde büyümeleri için yeni teknolojiye ihtiyaç duyduğunu belirttiği, %34,4’ünün çalıştıkları sektörde büyümeleri için yeterince fırsatlarının olduğunu düşündüğü, %45,9’unun çalıştıkları sektörün gelecekte büyüme planları açısından kendileri için dikkat çekici olduğunu düşündüğü, %34,4’ünün son üç yıldır erkek rakiplerle yoğun rekabet içerisinde olduklarını belirttikleri ve %26,2’sinin son üç yıldır yeni giren kadın rakiplerle de yoğun bir rekabet içerisinde olduklarını belirttikleri saptanmıştır.

Tablo 7. Hukuki ve politik çevreye ilişkin tanımlayıcı istatistikler

Hukuki ve politik çevreye ilişkin değişkenler	Ort ± SS	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
		n	n	n	n	n
		(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
Çalıştığım sektöre ait yasal düzenlemeler, kadın girişimcilerin başarısını olumsuz etkilemektedir.	3,11± 1,17	6 (%9,8)	14 (%23)	14 (%23)	21 (%34,4)	6 (%9,8)
Kredi kuruluşlarının kadın girişimcilerene negatif ayrımcılık yapması kadın girişimcileri olumsuz olarak etkilemektedir.	3,33± 1,29	6 (%9,8)	12 (%19,7)	12 (%19,7)	18 (%29,5)	13 (%21,3)
Türkiye’de kısıyası yapılan mada erkek baskın yapısının olması, kadın girişimcileri olumsuz olarak etkilemektedir.	3,64± 1,13	4 (%6,6)	8 (%13,1)	5 (%8,2)	33 (%54,1)	11 (%18)
Bir kadın olarak hukuki hakların (iş, aile ve toplumsal yapı yönünden) bilinmesi kadın girişimcilerin başarısını olumlu etkilemektedir.	3,72± 1,24	4 (%6,6)	9 (%14,8)	6 (%9,8)	23 (%37,7)	19 (%31,1)
AB’ye üyelik yolunda yapılan yasal düzenlemeler kadın girişimcileri olumlu yönde etkilemektedir.	3,52± 1,22	7 (%11,5)	4 (%6,6)	12 (%19,7)	26 (%42,6)	12 (%19,7)

Tablo 7’de kadın girişimcilerin faaliyette buldukları hukuki ve politik çevreye yönelik tanımlayıcı istatistikler yer almaktadır. Kadın girişimcilere faaliyet gösterdikleri hukuki ve politik çevreye yönelik beş soru sorulmuştur. Bu sorulara verilen cevaplar incelendiğinde, kadın girişimcilerin bir kadın olarak hukuki hakların bilinmesinin kendilerinin başarısını olumlu etkilediğine dair görüşün 3,72±1,24 ile en yüksek ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Ayrıca kadınların %34,4’ünün çalışılan sektöre ilişkin yasal düzenlemelerin kendilerinin başarısını olumsuz etkilediğini düşündüğü, %29,5’inin kendi kuruluşlarının kadın girişimcilere negatif ayrımcılık yapmasının kendilerini olumsuz etkilediğini düşündüğü, %54,1’inin Türkiye’deki siyasi yapılanmada erkek baskın yapısının olmasının kendilerini olumsuz etkilediğini düşündüğü, %37,7’sinin bir kadın olarak hukuki hakların bilinmesinin kendilerini olumlu etkilediğini düşündüğü ve %42,6’sının AB’ye üyelik yolunda yapılan yasal düzenlemelerin kendilerini olumlu etkilediğini düşündüğü saptanmıştır.

D) KADIN GİRİŞİMCİLERİN KARŞILAŞTIKLARI SORULARA İLİŞKİN TANIMLAYICI İSTATİSTİKLER

Tablo 8. Kadın girişimcilerin piyasaya giriş stratejilerine ilişkin tanımlayıcı istatistikler

Piyasaya giriş stratejilerine ilişkin değişkenler	Ort ± SS	Kesinlikle katılmıy	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılı
		orum	orum	orum	orum	orum
		n (%))	n (%))	n (%))	n (%))	n (%))
Varolan bir işletmenin satın alınarak piyasaya girilmesinde KOSGEB'in verdiği destek, kadın girişimcilerin başarısını olumlu etkiler.	4,00 ±0,9 3	2 (%)	3 (%)	5 (%)	34 (%5 5,7)	17 (%2 7,9)
Varolan bir işletmeye ortak olunarak piyasaya girilmesinde KOSGEB'in verdiği destek, kadın girişimcilerin başarısını olumlu etkiler.	4,02 ±0,8 8	1 (%)	4 (%)	5 (%)	34 (%5 5,7)	17 (%2 7,9)
Bir işletmenin ismi ya da işletme hakkının kullanılarak piyasaya girilmesinde KOSGEB'in verdiği destek, kadın girişimcilerin başarısını olumlu etkiler.	4,05 ±0,8 5	-	5 (%)	5 (%)	33 (%5 4,1)	18 (%2 9,5)
Yeni bir girişim kurularak piyasaya girilmesinde KOSGEB'in verdiği destek, kadın girişimcilerin başarısını olumlu etkiler.	4,02 ±0,8 5	-	5 (%)	6 (%)	33 (%5 4,1)	17 (%2 7,9)

Ort±SS: Ortalama ± Standart Sapma

Araştırmaya konu olan kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunlara ilişkin algıladıklarını belirlemeye yönelik olarak Tablo 8'de kadın girişimcilerin piyasaya giriş stratejilerine ilişkin tanımlayıcı istatistikler yer almaktadır. Kadın girişimcilere, kadın girişimcilerin piyasaya giriş stratejilerine yönelik dört soru sorulmuştur. Bu sorulara verilen cevaplar incelendiğinde, kadın girişimcilerin bir işletmenin isim ya da işletme hakkının kullanılarak piyasaya girilmesi konusunda KOSGEB'in verdiği

desteğin kendilerini olumlu etkilediğine dair görüşün $4,05 \pm 0,85$ ile en yüksek ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Ayrıca kadınların %55,7'sinin var olan bir işletmenin satın alınarak piyasaya girilmesi konusundaki KOSGEB'in verdiği desteğin kendilerini olumlu yönde etkilediğini düşündüğü, %55,7'sinin var olan işletmeye ortak olunarak piyasaya girilmesi konusunda KOSGEB'in verdiği desteğin kendilerinin başarısını olumlu yönde etkilediğini düşündüğü, %54,1'inin bir işletmenin isim ya da işletme hakkının kullanılarak piyasaya girilmesi konusunda KOSGEB'in verdiği desteğin kendilerini olumlu etkilediğini düşündüğü, %54,1'inin yeni bir girişim kurularak piyasaya girilmesi konusunda KOSGEB'in verdiği desteğin kendilerini olumlu etkilediğini düşündüğü saptandı.

Tablo 9. Kadın girişimcilerin mikro sorunlara ilişkin tanımlayıcı istatistikler

Mikro sorunlara ilişkin değişkenler	Ort ± SS	Kesinlikle katılmıy	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıy
		n (%)	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)
Aile desteğinin artması, güvensizliğine, aşılanmasında etkin bir rolü sahiptir.	4,23± 0,94	1 (%1,6)	3 (%4,9)	6 (%9,8)	22 (%36,1)	29 (%47,5)
KOSGEB potansiyel kadın girişimcilerin, girişimlerinin oluşumu aşamasında ihtiyaç duyulan tüm profesyonel destek için yeterlidir.	3,48± 1,03	2 (%3,3)	7 (%11,5)	23 (%37,7)	18 (%29,5)	11 (%18)
Türkiye yapısındaki kadın yüklenilen rol nedeniyle girişimci olmalarına engel teşkil etmesikadın girişimcileri olumsuz etkiler.	3,75± 1,07	3 (%4,9)	5 (%8,2)	11 (%18)	27 (%44,3)	15 (%24,6)
Kadın girişimci olmak cinsiyet ayrımcılığı yönünden girişimin başarısını olumsuz etkiler.	3,25± 1,09	3 (%4,9)	14 (%23)	16 (%26,2)	21 (%34,4)	7 (%11,5)

Ort±SS: Ortalama ± Standart Sapma

Tablo 9'da kadın girişimcilerin karşılaştıkları mikro sorunlara ilişkin tanımlayıcı istatistikleri yer almaktadır. Kadın girişimcilere, karşılaştıkları mikro

sorunlara yönelik dört soru sorulmuştur. Bu sorulara verilen cevaplar incelendiğinde, kadın girişimcilerin aile desteğinin artmasının güvensizliğin aşılmasında etkin bir role sahip olduğuna dair görüşün $4,23 \pm 0,94$ ile en yüksek ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Ayrıca kadınların %36,1'inin aile desteğinin artmasının güvensizliğin aşılmasında etkin bir role sahip olduğunu düşündüğü, %29,5'inin KOSGEB potansiyel kadın girişimcilerin, girişimlerinin oluşumu aşamasında ihtiyaç duyulan tüm profesyonel destek için yeterli olduğunu düşündüğü, %44,3'ünün Türk aile yapısında kadına yüklenen rol nedeniyle girişimci olmalarına engel teşkil etmesinin kendilerini olumsuz yönde etkilediğini düşündüğü, %34,4'ünün kadın girişimci olmanın cinsiyet ayrımcılığı yönünden girişimin başarısını olumsuz etkilediğini düşündüğü saptandı.

Tablo 10. Kadın girişimcilerin makro sorunlara ilişkin tanımlayıcı istatistikler

Makro sorunlara ilişkin değişkenler	Ort ± SS	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
		n (%)	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)
Girişimciliğe destek veren kuruluşların (KOSGEB, ABİGEM, KAGİDER vb.) üyelerine girişimcilik eğitimi olanaklarının sunulması, üyelerinin başarısını olumlu etkiler.	3,77±1,10	4 (%6,6)	4 (%6,6)	9 (%14,8)	29 (%47,5)	15 (%24,6)
Girişimciliğe destek veren kuruluşların üyeleri arasındaki işbirliği, fırsatların değerlendirilmesi için önem taşır.	3,82±1,16	7 (%11,5)	-	5 (%8,2)	34 (%55,7)	15 (%24,6)
Girişimciliğe destek veren kuruluşların üyelerine kadınlara girişimcilerde desteklerinin artırılmasına kadınlara girişimcilerin başarısını olumlu etkiler.	4,05±1,01	2 (%3,3)	4 (%6,6)	5 (%8,2)	28 (%45,9)	22 (%36,1)
Türkiye'deki kadınlara girişimcilerin örgütlenmede düzeyi yeterlidir.	2,82±1,30	10 (%16,4)	18 (%29,5)	15 (%24,6)	9 (%14,8)	9 (%14,8)
Kadın girişimcilerin örgütlenmeleri sorunların çözümüne katkı sağlar.	3,75±1,25	4 (%6,6)	7 (%11,5)	11 (%18)	17 (%27,9)	22 (%36,1)

Ort±SS: Ortalama ± Standart Sapma

Tablo 10'da kadın girişimcilerin karşılaştıkları makro sorunlara ilişkin tanımlayıcı istatistikleri yer almaktadır. Kadın girişimcilere, karşılaştıkları makro

sorunlara yönelik beş soru sorulmuştur. Bu sorulara verilen cevaplar incelendiğinde, kadın girişimcilerin girişimciliğe destek veren kuruluşların, üyesi kadın girişimcilere desteklerinin arttırılmasının kendilerinin başarısını olumlu etkilediğine dair görüşün $4,05 \pm 1,01$ ile en yüksek ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Ayrıca kadınların %47,5'inin girişimciliğe destek veren kuruluşların üyelerine girişimcilik eğitimi olanaklarını sunmasının üyelerin başarısını olumlu etkilediğini düşündüğü, %55,7'sinin girişimciliğe destek veren kuruluşların üyeleri arasındaki işbirliğinin fırsatların değerlendirilmesi için önem taşıdığını düşündüğü, %45,9'unun girişimciliğe destek veren kuruluşların, üyesi kadın girişimcilere desteklerinin arttırılmasının kendilerinin başarısını olumlu etkilediğini düşündüğü, %29,5'inin Türkiye'deki kadın girişimcilerin örgütlenme düzeylerinin yeterli olmadığını düşündüğü ve %27,9'unun kendilerinin örgütlenmelerinin sorunların çözümüne katkı sağladığını düşündüğü saptandı.

F) KADIN GİRİŞİMCİLERİN ÇEVRESEL VE YÖNETSEL BELİRLEYİCİLERİNİN VE PİYASAYA GİRİŞ STRATEJİLERİNİN MİKRO VE MAKRO SORUNLARIN ÇÖZÜMÜNE ETKİSİ

Çalışmanın bu bölümünde öncelikle kadın girişimcilerin girişimcilik sürecinde karşılaştıkları çevresel (sosyal ve kültürel çevre, ekonomik çevre, hukuki ve politik çevre) belirleyiciler ve piyasaya giriş stratejilerinin, mikro ve makro sorunların çözümünde etkileri test edilmiştir. İlişkilerin gücünü belirlemek için öncelikle korelasyon analizi kullanılmıştır. Sonuçlar Tablo 11'de verilmiştir.

Tablo 11. Korelasyon değerlendirmesi

DEĞİŞKENLER	Piyasaya giriş stratejileri	Mikro sorunlar	Makro sorunlar
	r	r	r
Sosyal ve kültürel evre	0,022	0,223	0,169
Ekonomik evre	0,199	0,200	0,232
Hukuki ve politik evre	0,034	0,255	0,361**

r: Pearson Korelasyon Analizi ****p<0,01**

Kadın girişimcilerin hukuki ve politik çevreye ilişkin belirleyicilerin makro sorunların çözümü ile ilişkisi değerlendirildiğinde, iki deęiŐken arasında pozitif yönde, %36,1 düzeyinde ve istatistiksel olarak anlamlı ilişki saptandı ($r=0,361$, $p=0,004$; $p<0,01$).

NOT: Korelasyon sadece iki deęiŐken arasında saptandığından regresyon analizi yapılamamıŐtır.

5. SONUÇ

Hipotezlerimizin doğruluğunu destekleyen sonuçlar aşağıdaki gibidir:

Sosyal ve kültürel çevreye yönelik sorulara verilen cevaplara göre; Bilinçli ve Eğitilmiş Türk Aile yapısının oluşturulmasının KOSGEB üyelerinin başarısını olumlu etkilediği görülmektedir. Bu görüş kadın girişimcilerin %49,2'nin Toplumun kadın girişimcilere bakış açısı ve onları algılamalarının kadının çalışma yaşamındaki konumunu etkilediğini desteklemektedir.%37.7'sinin de erkek girişimcilerin baskın yapısının kadın girişimcileri etkilediğini düşünmektedirler.

Kadın girişimcilerin faaliyet gösterdikleri ekonomik çevreye yönelik sorulara verilen cevaplara göre; Kadın girişimcilerin çalıştıkları sektörde büyümeleri için yeni teknolojiye ihtiyaç duydukları %42,6 oranla görülmektedir. Çalıştıkları sektörde büyümek için yeterli fırsata sahip olduklarını %34,4 oranla düşünmektedirler. Kadın girişimciler erkek rakipleriyle rekabet yaşadığını %34.4 oranla düşünmekte fakat kadınlar arasında bu rekabetin olmadığını %26.2 oranda düşünmektedirler.

Kadın girişimcilerin faaliyet gösterdikleri Hukuki ve Politik Çevreye yönelik sorulara verilen cevaplara göre; Çalıştıkları sektöre ait hukuki hakların bilinmesi kadın girişimcilerin başarısını olumlu yönde etkilediği %34,4 oranla görülmektedir. Türkiye'deki erkek baskın yapısının olması kadın girişimcileri olumsuz etkilediği %54,1 oranla görülmektedir. Ayrıca kadın girişimciler Kredi kuruluşlarının negatif ayrımcılık yapmasının onları olumsuz etkilediği %29,5 oranla görülmektedir.

Kadın girişimcilerin KOSGEB'in yönetim yapısına ait sorulara verilen cevaplara göre; KOSGEB'in sunduğu avantaj ve desteklerin yüksek olduğu görülmektedir. Sundukları eğitimler kadın girişimcilerin başarısını olumlu etkilediği görülmektedir.

Türkiye’de kadın girişimcilerin örgütlenme düzeyinin yetersiz olduğu %29,5 oranla görülmektedir. Kadın girişimcilerin örgütlenmeleri sorunların çözümüne katkı sağlayacağı %36,1 oranla görülmektedir.

Çalışmamızda öne çıkan en önemli maddelerden biri Kadın girişimcilerin girişimcilik sürecinde karşılaştıkları sorunlarla baş etmelerinde çevresel özelliklerin ve örgütlü olmanın etkisinin önemi ortaya konulmuştur. Diğer bir yandan erkek baskın yapının olması kadın girişimcilerin başarısını etkilediği görülmektedir. Bu durumda; Toplumda kadın girişimcilere bakış açısının olumlu olması, Bilinçli ve eğitilmiş aile yapısının oluşturulması, Erkek baskın yapının cinsler arası eşitlik yönünde değişmesinin sağlanması, Kredi kuruluşlarının kadın girişimcilere yönelik pozitif ayrımcılık yapmasının sağlanması, Kadın girişimcilerin kendi aralarında güçlü bir iletişim ve destek ağının oluşturulması kadın girişimcilerin iş hayatında kendilerini göstermeleri ve karşılaştıkları sorunları çözmelerinde önemlidir.

KAYNAKÇA

Ağca, Veysel, (2005). Ekonomik Kalkınmanın Temel Dinamiği Girişimci ve Girişimcilik. *Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği Dergisi*, 13 (35), 48-54.

Ağca, V.(2005b). Girişimcilik, Girişimcilik Yaklaşımları ve Girişimsel Süreç: Kavramsal Bir Çerçeve. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, Cilt 7, Sayı 1, 15-29.

Akdemir, A., 1996, Girişimcilik Kültürü Para İle Mutlu Olunur Mu?, Kütahya. ____, 1999, İşletme Bilimine Giriş, Birlik Ofset, Eskişehir.

Aldrich, H. ve C. Zimmer (1986), Entrepreneurship Through Social Networks, In D. L. Sexton & R.W. Smilor (Der.), The Art and Science of Entrepreneurship, Cambridge, Massachusetts: Ballinger Publishing Company

Alpugan, O. (1998). *Küçük İşletmeler Kavramı, Kuruluşu ve Yönetimi*. Ankara: Özgün Matbaacılık.

Anafarta, N., F. Sarvan ve N. Yapıcı (2008), “Konaklama İşletmelerinde Kadın Yöneticilerin Cam Tavan Algısı: Antalya İlinde Bir Araştırma”, *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*

Arat, N., 1993, Sosyo-Kültürel, Hukuksal Bakış ve Alternatif Öneriler, Kadınlar, Liderlik, Yöneticilik Sempozyumu, İstanbul Mülkiyeliler Vakfı, İstanbul, s.89-94

Arıkan, S. (2002). *Girişimcilik Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular*. Ankara: Siyasal Kitabevi.

Ayaz, N. (1993), “Türkiye’de Çalışan Kadınların Sorunlarına Yönelik Bir İnceleme (Tekstil İşkolundan Örnekler)”, *D.E.Ü. İ. İ.B.F. Dergisi*, 8 (1), 175-191.

Azap, Y. (2006). KEDV, Kadın Girişimci Yetiştiriyor, Girişim. *TOSYÖV*, Sayı:85, 24-30.

Barnet, R. And Cavanagh, J.(1996). Küresel Düşler İmparator Şirketler ve Yeni Dünya Düzeni, İstanbul: Sabah Kitapları.

Baron, Robert A. ve Gideon D. (2000). SocialCapital: How SocialSkills Can EnhanceEntrepreneursSuccess. *Academy of Management Executive*, Vol: 14(1), 106-116.

Bayraklı, H.H. (2004). *Yatırımların Teşviki ve İstihdamın Artırılması (Uşak İlinin Konumu)*, Ankara: Afyon Kocatepe Üniversitesi Uşak İ.İ.B.F ve USİAD Yayını.

Bayraktaroğlu S., ÖZEN KUTANİS, R. ve BOZKURT, Ö., 2006, Girişimcilik Eğilim ve Tecrübesinde Kişilik Özellikleri Önemli Mi?, Atatürk Üniversitesi 14. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı, Erzurum

Bedük, A., Alodalı, M.F.B., ve Güneş, İ., 2003, Yenilikçilik, Yaratıcılık ve Bilgi Yönetimi, *KalDer Forum*, Yıl: 3, Sayı: 12, s. 27-30.

Brindley, C. (2005). BarrierstoWomenAchievingTheirEntrepreneurialPotential: Womenand Risk.*International Journal of EntrepreneurialBehaviour&Research*, Vol.11, No:2, 144-161.

Bono, E.D., 1989, Başarı Taktikleri, Çev: Nesrin Yalçın, İlgı Yayınları, İstanbul

Carland, A. L., Hoy, F., Boulton, W. andCarland, J. C. (1984). EaiatingEntrepreneursFrom Small Business Owners: A Conceptualization. *Academy o Management Review*, 9(2), 354-359

Çelebi, N., 1993, Kadın Girişimciliğini Özendirme ve Destekleme Konusunda Politikalar, Kadını Girişimciliğe Özendirme ve Destekleme Paneli, Devlet Bakanlığı

Çelebi, N. (1997). *Turizm Sektöründeki Küçük İşyeri ve Örgütlerinde Kadın Girişimciler*. Ankara: T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü.

Çetin, C. (1996). *Yeniden Yapılanma-Girişimcilik-KOBİ'ler ve Bunların Özendirilmesi*. İstanbul: Der Yayınları.

Çonkar, M.K. ve Esen, A. (1999). *Orta Anadolu (Konya, Kayseri, Sivas ve Tokat) Girişimcilerinin Sosyo-Ekonomik Özellikleri, İşletmecilik Anlayışları ve Beklentileri Araştırması*. Konya: Konya Ticaret Odası.

Çonkar, M.K. (1992). *Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerde Yatırım Kararı ve Yatırım Teşvikleri*. Ankara: BİAR & Konrad-Adenauer-Stiftung.

Davidsson, P. (1995), "Determinants of Entrepreneurial Intentions", Paper presented at the Rent IX Conference, Piacenza, Italy.

Deemer, C. ve Fredericks, N. (2006).*Cam Tavan Üstünde Dans*. İstanbul: Optimist Yayınları.

Delmar, F. (2000), The Psychology of the Entrepreneur, In S. Carter, &D. JonesEvan s (Der.),

Demirbilek, S.(2007).Cinsiyet Ayrımcılığının Sosyolojik Açıdan İncelenmesi.

Dinler, Z., 1998, İktisada Giriş, B:4, Ekin Yayınları, Bursa.*Finans Politik Ekonomik Yorumlar*, Yıl:44, Sayı:511, 12-25.

Doğramacı, E., 1997, Türkiye'de Kadının Dünü ve Bugünü, Türkiye İş Bankası Kültür

Ecevit, Y., 1993, Kadın Girişimciliğinin Yaygınlaşmasına Yönelik Bir Model Önerisi, Kadını Girişimciliğe Özendirme ve Destekleme Paneli, Devlet Bakanlığı Kadın ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü Eğitim Serisi Yayın No: 74, Ankara, s.15-34

Ecevit, Y. (2007), Türkiye’de Kadın Girişimciliğine Eleştirel Bir Yaklaşım, 1. Baskı, Uluslararası Çalışma Ofisi (ILO), Ankara

Efe, Mehmet Naci (2016),Girişimcilikte Temel Prensipler

Ekşioğlu, S., 2006, Sivil Toplum Kuruluşlarının Kadın İstihdamına Katkıları, Kadın İstihdamı Zirvesi, İstanbul, 10-11 Şubat, s.212-217

Enterprise and Small Business: Principles, Practice and Policy, Harlow-England: Pearson Education Ltd: 132-154.

Erdoğan, S., ve Kurt, M., 2002, Afyon İli Girişimcilik Profilinin Coğrafi Bilgi Sistemleri İle Analizi”, II. Bilgi Teknolojileri Kongresi, Denizli.

Erdoğmuş, N., 2000, Otobiyografilerin Analizi Yoluyla Girişimci İşadamlarının Kariyer Gelişimi Hakkında Bir İnceleme, Mümin Ertürk, 8.Ulusal Yönetim Ve Organizasyon Kongresi, Erciyes Üniversitesi, Nevşehir, s. 95-108.

Erkan, H., 1997, Bilgi Toplumu ve Ekonomik Gelişme, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul

Ertürk Y.(1993).*Girişimcilikte Örgütlü Dayanışma Yaklaşımı, Kadını Girişimciliğe Özendirme ve Destekleme Paneli*. Ankara: Devlet Bakanlığı Kadın ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü Eğitim Serisi Yayın No: 74.

Eyüboğlu, D. (2004).*Girişimciliğin Geliştirilmesi*. Ankara: MPM Yayınları.

Goffee, R. ve Scase, R., 1992, Kadınlar İş Başında Kadın Girişimcilerin Deneyimleri, Çev: Ahmet Fethi, Eti K

Gökakın, Z.Ö. (2000), “Doksanlı Yılların Yeni Kahramanları: Türkiye’de Girişimci Kadın Profili”, 8. Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı, Nevşehir

Gürol, M.A., 2000, Türkiye’de Kadın Girişimci ve Küçük İşletmesi: Fırsatlar, Sorunlar, Beklentiler ve Öneriler, Atılım Üniversitesi Yayını No:2, Ankara Dergisi, Yıl 2, Sayı 8, s. 34-40

Güldal, D. (2006).*Kadın Yöneticileri Motive ve Demotive Eden Faktörlerin Tespitine Yönelik Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

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

İlter, B. (2005). Ülke Kalkınmasında Girişimcilik ve Entelektüel Sermaye Boyutu. *İktisat ve Girişimcilik Üniversitesi Türk Dünyası İşletme Fakültesi Ülkümüz Dergisi*, Yıl:2, Sayı:3, 193-204.

Jalbert S.E., 2000, *Women Entrepreneurs in the Global Economy*, New Jersey

Kansız, N. ve Ş.A. Acuner (2008), “Üretim ve İstihdama Katılımda Kadının Yeri”, *Kalkınmada Anahtar Verimlilik Dergisi*, 20 (240).

KSSGM (2000).*Ders Kitaplarında Cinsiyetçilik*. Ankara: KSSGM Yayını.

Kutunis, R.Ö., 2005, Kadın ve Erkek Girişimcilerin Algılama Farklılıkları: Sakarya Örneği, III. Uluslar arası Türk Dünyası Sosyal Bilimler Kongresi, Kırgızistan, s.6169. __, 2003, Girişimcilikte Cinsiyet Faktörü: Kadın Girişimciler, 11.Ulusal Yönetim Kongresi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF, Afyon, 2003, s.55-61.

_ ve HANCI, A., 2004, Kadın Girişimcilerin Kişisel Özgürlük Algılamaları, 3.Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi Bildiriler Kitabı, Osmangazi Üniversitesi, Eskişehir, 25-26 Kasım, s.457-464

Kutunis, R.Ö., 2006, *Girişimci Kadınlar*, Değişim Yayınları, İstanbul.

Kutunis R. Ö. ve S. Alparşlan (2006), “Girişimci ve Yönetici Kadınların Profilleri Farklı Mıdır?”, *Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, C. 8, S. 2, 139-153.

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

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

Minniti M. ve P. Arenius (2003), “Women In Entrepreneurship”, The Entrepreneurial Advantage Of Nations: First Annual Global Entrepreneurship Symposium, United Nations Headquarters, April

Müftüoğlu, T., 1991, 1990’lı Y ıllarda Türkiye’de Esnaf-Sanatkâr ve Küçük Sanayi, TES-AR, Ankara. __, ve DURUKAN, T., 2004, *Girişimcilik ve KOBİ’ler*, Gazi Kitabevi, Ankara.

Naktiyok, A. (2004).*İç Girişimcilik*. İstanbul: Beta Yayınları.

Narin, M., A. Marşap ve M.A. Gürol (2006), “Global Kadın Girişimciliğinin Maksim izasyonunu Hedefleme: Uluslararası Arenada Örgütlenme ve Ağ Oluşturma”, *Gazi Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*

OECD (2004), “Women’s Entrepreneurship: Issues and Policies”, 2. OECD Conference of Ministers Responsible for Small and Medium Sized Enterprises (SMEs), İstanbul, Turkey, 3-5 June

Örücü, E., R. Kılıç ve T. Kılıç (2007), “Cam Tavan Sendromu ve Kadınların Üst Düzey Yönetici Pozisyonuna Yükselmelerindeki Engeller: Balıkesir İli Örneği”, Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Yönetim ve Ekonomi Dergisi

Özdevecioğlu, M. ve A. Aktaş (2007), “Kariyer Bağlılığı, Mesleki Bağlılık ve Örgütsel Bağlılığın Yaşam Tatmini Üzerindeki Etkisi: İş Aile Çatışmasının Rolü”, E.Ü.İ.İ.B.F.Dergisi, Sayı: 28, 1-20.

Özar, Ş. (2005). *GAP Bölgesi’nde Kadın Girişimciliği*. Ankara: GAP-GİDEM Yayınları.

Saray, G., 1993, Türkiye’de Kadın Girişimciliği, Kadını Girişimciliğe Özendirme ve Destekleme Paneli, Devlet Bakanlığı Kadın ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü Eğitim Serisi Yayın No: 74, Ankara, s. 117-125

Silver, D. A. (1983). *Entrepreneurial Life*. New York: John Wiley.

Sipahi E. (1997).*Türkiye’de Girişimcilik ve Kadın Girişimciler Üzerine Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Stevenson, H.H. ve Jarillo, J.C.(1990). A Paradigm of Entrepreneurship: Entrepreneurial Management.*Strategic Management Journal*, Vol.11, No.7, 17-27.

Sunar, L. ve Çopur, H., 2004, Peki Niye Öyleyse Girişimciler Hep Erkek, Sivil Toplum Düşünce ve Araştırma

Tekin, M. (1999). *Girişimcilik*. Konya: Damla Ofset.

Toffler, A.(1992). *Yeni Güçler Yeni Şoklar*. İstanbul: Altın Kitaplar, İstanbul.

Top, S. (2006). *Girişimcilik Keşif Süreci*. İstanbul: Beta Yayınları.

Toksöz, G. (2007), “İşgücü Piyasasının Toplumsal Cinsiyet Perspektifinden Analizi ve Bölgeler Arası Dengesizlikler”, Çalışma ve Toplum, 2007/4

TÜGİAD. (1993). *Ekonomik Kalkınmada Girişimciliğin Önemi ve Değişen Girişimci Nitelikleri*. İstanbul: Simge Matbaacılık.

Yalkın, S., 1993, Türkiye Esnaf-Sanatkâr Küçük İşletmeler Kesimi ve Örgütlenmesi, Kadını Girişimciliğe Özendirme ve Destekleme Paneli, Devlet Bakanlığı Kadın ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü Eğitim Serisi Yayın No: 74, Ankara, s.107-116.itapları, İstanbul

Yelkikalan, N. ve Akatay, A., 2006, Türkiye’de Kadın Girişimcilik ve Çanakkale Kent Konseyi Kadın Girişimciliği Eğitimi ve Destekleme Projesi Örneği, III.Uluslararası STK’lar Kongresi 9-10 Aralık, s.398

Yeniçeri, Ö. ve İnce, M. (2005). *Bilgi Yönetim Stratejileri ve Girişimcilik*. İstanbul: IQ Kültür Sanat Yayıncılık.

Yetim, N. (2002).Sosyal Sermaye Olarak Kadın Girişimciler: Mersin Örneği. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, Cilt 2, Sayı 1, 28-41.

Yetim, N. (2008), “Sosyal Sermaye Olarak Kadın Girişimciler: Mersin Örneği

Yıldız G. ve Balaban, Ö. (2007).*Örgütlerde Post-Modern Dönüşümler, Türkiye’de İşletmecilikte Yeni Perspektifler*. Ankara: Gazi Kitabevi.

Yurtsever Ertekin G. (2006).*Girişimcilik*. Adana: Karahan Kitabevi.

Zhao, F. (2005), “Exploring the Synergy Between Entrepreneurship and Innovation”, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour&Research*

Zapalska, A. andFogel G. K. (1998). Characteristics of PolishandHungarianEntrepreneurs.*Journal of Private Enterprise*, Cilt19, Sayı 2, 132 - 144.

WEILER, S., ve Bernasek, A, 2001, Dodging the glass ceiling? Networks and the new wave of women entrepreneurs, *The Social Science Journal* 38, s. 85-103.

ANKET

I. Kısım

1. Yaşınız.

20 ve aşağısı 21-30 31-40 41-50 51-60 60 ve üzeri

2. Firmanız kaç yıldır faaliyet göstermektedir.

1-5 5-10 15-20 20 ve üzeri

3. Faaliyet gösterdiğiniz sektör... ..

4. Medeni durumunuz.

Bekar Evli Boşanmış-eşi ölmüş

5. Evli iseniz çocuğunuz var mı?

Evet Hayır

6. Çocuğunuz var ise çocuk sayısı.....

7. Firmanızda toplam çalışan sayısı

0-50 50-100 100-150 150 ve üzeri

8. Faaliyet gösterdiğiniz sektöre girmeden önce mesleki bir eğitim aldınız mı?

Evet Hayır

II. Kısım

Kadın girişimcilerin faaliyette bulunduğu çevrenin özellikleri ile ilgili olan aşağıdaki ifadelere katılma derecenizi lütfen belirtiniz

	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
SOSYAL VE KÜLTÜREL ÇEVRE					
1. Toplumun kadın girişimcilere bakış açısı ve onları algılamaları kadının çalışma yaşamındaki konumunu etkilemektedir.					
2. Tüketici tercih ve beklentilerindeki değişimler kadın girişimcileri olumlu yönde etkilemektedir.					
3. Erkek girişimcilerin baskın yapısı, kadın girişimcilerin başarısına olumsuz etki yapmaktadır.					
4. Bilinçli ve eğitilmiş Türk aile yapısının oluşturulması KOSGEB üyelerinin başarısını olumlu etkiler.					
EKONOMİK ÇEVRE					
5. Pazardaki erkek rakiplerin artış hızının yüksekliği kadın girişimcileri olumsuz etkilemektedir.					
6. Kadın girişimcilerin çalıştıkları sektörde büyümeleri için yeni teknolojiye ihtiyaç duyulmaktadır.					
7. Çalıştığım sektörde büyümek için yeterli fırsat mevcuttur.					
8. Çalıştığım sektörün gelecekteki büyüme planları kadın girişimciler için çekici fırsatlar sunmaktadır.					
10. Son üç yıldır pazarda erkek rakiplerle yoğun (kırana kırana) rekabet yaşanmaktadır.					
11. Son üç yıldır pazara yeni giren kadın rakiplerle yoğun (kırana kırana) rekabet yaşanmaktadır.					
HUKUKİ VE POLİTİK ÇEVRE					
12. Çalıştığım sektöre ait yasal düzenlemeler, kadın girişimcilerin başarısını olumsuz etkilemektedir.					
13. Kredi kuruluşlarının kadın girişimcilere negatif ayrımcılık yapması kadın girişimcileri olumsuz olarak etkilemektedir.					
14. Türkiye'deki siyasi yapılanmada erkek baskın yapısının olması , kadın girişimcileri olumsuz olarak etkilemektedir.					
15. Bir kadın olarak hukuki hakların (iş, aile ve toplumsal yapı yönünden) bilinmesi kadın girişimcilerin başarısını olumlu etkilemektedir.					
16. AB'ye üyelik yolunda yapılan yasal düzenlemeler kadın girişimcileri olumlu yönde etkilemektedir.					

III.Kısım

Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunlarla ilgili ifadelere katılma derecenizi lütfen belirtiniz

	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
PIYASAYA GİRİŞ SRATEJİLERİ İLE İLGİLİ SORUNLAR					
1.Var olan bir işletmenin satın alınarak piyasaya girilmesi konusunda KOSGEB'in verdiği destek, kadın girişimcilerin başarısını olumlu etkiler.					
2.Var olan bir işletmeye ortak olunarak piyasaya girilmesi konusunda KOSGEB'in verdiği destek, kadın girişimcilerin başarısını olumlu etkiler.					
3.Bir işletmenin isim ya da işletme hakkının kullanılarak piyasaya girilmesi konusunda KOSGEB'in verdiği destek, kadın girişimcilerin başarısını olumlu etkiler.					
4.Yeni bir girişim kurularak piyasaya girilmesi konusunda KOSGEB'in verdiği destek, kadın girişimcilerin başarısını olumlu etkiler.					
MİKRO SORUNLAR					
5. Aile desteğinin artması güvensizliğin aşılmasında etkin bir role sahiptir.					
6. KOSGEB potansiyel kadın girişimcilerin, girişimlerinin oluşumu aşamasında ihtiyaç duyulan tüm profesyonel destek için yeterlidir.					
7. Türk aile yapısında kadına yüklenen rol nedeniyle girişimci olmalarına engel teşkil etmesi kadın girişimcileri olumsuz olarak etkiler.					
8. Kadın girişimci olmak cinsiyet ayrımcılığı yönünden girişimin başarısını olumsuz etkiler.					
MAKRO SORUNLAR					
9. Girişimciliğe destek veren kuruluşların (KOSGEB, ABİGEM,KAGİDER vb.) üyelerine girişimcilik eğitimi olanaklarını sunması,					
10. Girişimciliğe destek veren kuruluşların üyeleri arasındaki işbirliği, fırsatların değerlendirilmesi için önem taşır.					
11. Girişimciliğe destek veren kuruluşların üyesi kadın girişimcilere desteklerinin artırılması kadın girişimcilerin başarısını olumlu etkiler					
12. Türkiye'de kadın girişimcilerin örgütlenme düzeyi yeterlidir.					
13. Kadın girişimcilerin örgütlenmeleri sorunların çözümüne katkı sağlar.					

Ankete katılımınızdan dolayı teşekkür ederim.