

**GİRİŞİMCİLİK SÜRECİNDE KADIN GİRİŞİMCİLERİN
KARŞILAŞTIKLARI SORUNLARIN ANALİZİ:
KAGİDER ÖRNEĞİ**

BERFU İLTER

DOKTORA TEZİ

**İşletme Anabilim Dalı
Danışman: Prof. Dr. Kemalettin CONKAR**

**Afyonkarahisar
Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
Nisan 2008**

DOKTORA TEZ ÖZETİ

GİRİŞİMCİLİK SÜRECİNDE KADIN GİRİŞİMCİLERİN KARŞILAŞTIKLARI SORUNLARIN ANALİZİ: KAGİDER ÖRNEĞİ

Berfu İLTER
İşletme Anabilim Dalı

Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
Nisan 2008

Danışman: Prof.Dr.Kemalettin CONKAR

Dünya toplumları yüzyıllar boyunca kadını sosyal ve ekonomik yaşamın dolayısıyla çalışma yaşamının dışında tutan bir anlayış benimsemişlerdir. Oysa günümüz dünyası büyük bir hızla değişmektedir. Teknolojik değişimin başladığı 1970-1980'li yılların yarattığı değişimlerden birisi de kadınların girişimciliğe uygun olduklarının keşfedilmesidir. Ancak her alanda olduğu gibi kadınlar girişimcilik sürecinde de çeşitli sorunlarla karşılaşmaktadırlar. Çalışma, kadın girişimcilerin girişimcilik sürecinde karşılaştıkları sorunlarla baş etme yollarını araştırırken bu konuda Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER)'nin etkisini irdelemektedir.

Bu tez çalışması üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde girişimcilik kavramına genel bir bakış, girişimcilik çeşitleri ve girişimcilik aşamaları konuları ayrıntıları ile ele alınmıştır. İkinci bölümde, girişimcilik sürecinde girişimcilerin karşılaştıkları sorunlar üzerinde durulacaktır. İlk aşamada genel olarak karşılaşılan sorunlar ele alınmıştır. Daha sonra kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunlar ve karşılaşılan sorunlarla baş etme yolları üzerinde durulmuştur.

Üçüncü bölümde ise, KAGİDER üyesi kadın girişimcilere yönelik anket çalışması uygulanmıştır. Bu bölümde ankete bağlı olarak elde edilen bulgular istatistikî programlar yardımıyla değerlendirilmiş ve yorumlanılmıştır.

ABSTRACT**ANALYSIS OF PROBLEMS THAT WOMEN ENTREPRENEURS FACED AT THE
ENTREPRENEURSHIP PROCESS: THE CASE OF KAGIDER****Berfu İLTER****Department of Business Administration****Afyon Kocatepe University, The Institute Of Social Sciences Sosyal Bilimler Enstitüsü****April 2008****Advisor: Prof.Dr. Kemalettin CONKAR**

World societies have embraced a life style keeping women out of social and economic life for centuries. On the contrary today's world is changing rapidly. One of the change created by technology in the years 1970-1980 is the exploring of the fact that women are good at entrepreneurship. But, as it happens in other fields, women face to various problems in the entrepreneurship process as well. This study will investigate the ways to cope with problems in the entrepreneurship process for women entrepreneurs and discusses the influence of KAGIDER.

The study consist of three sections. In the first section an overlook on entrepreneurship, entrepreneurship types, and the stages of entrepreneurship are analyzed. In the second section, problems are focused on that entrepreneurs face. First of all general problems are considered in entrepreneurship process and then women entrepreneurs' problems and challenges are analyzed.

In the third section a questionnaire is applied to women entrepreneurs who are members of KAGIDER. Data's obtained are analyzed by statistical programs and findings are interpreted.

TEZ JÜRİSİ VE ENSTİTÜ MÜDÜRLÜĞÜ ONAYI

İmza

Tez Danışmanı : Prof. Dr. Kemalettin CONKAR

Jüri Üyeleri : Prof. Dr. Hasan Hüseyin BAYRAKLI

Prof. Dr. Ahmet KARAASLAN

Doç. Dr. Mehmet ERKAN

Yrd. Doç.Dr. Veysel AĞCA

İşletme anabilim dalı, doktora öğrencisi Berfu İLTER'İN "Girişimcilik Sürecinde Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunların Analizi : Kagider Örneği" başlıklı tezini değerlendirmek üzere günü saat:.....'da Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Sınav Yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca değerlendirilerek kabul edilmiştir.

Doç. Dr. Mehmet KARAKAŞ
MÜDÜR

ÖNSÖZ

Çalışmanın hazırlama sürecinde katkı ve desteğini esirgemeyen değerli tez danışmanım Prof. Dr. M.Kemalettin ÇONKAR'a, görüş eleştiri ve katkılarından dolayı tez izleme jürisi üyeleri Prof. Dr. H.Hüseyin BAYRAKLI, Doç. Dr. Mehmet ERKAN'a, bilgi ve birikimlerini benimle paylaşan ve istatistiki değerlendirmelerde yönlendiren Yrd.Doç. Dr. Veysel AĞCA'ya, anketlerin geri dönüşüm sürecinde destekleyen KSSGM Genel Müdürü Esengül CİVELEK'e ve KAGİDER Genel Sekreteri Zeynep KARADADAŞ'a, teknik destek sağlayan Mustafa KÜÇÜKİLHAN'a ve kardeşim Ahmet Ömür ARPACIOĞLU'na özellikle tez yazım döneminde sabır ve hoşgörüsünü hiçbir zaman esirgemeyen annem Jale ARPACIOĞLU'a teşekkür etmeyi borç biliyorum.

Sevgi ve Saygılarımla.....

Berfu İLTER

ÖZGEÇMİŞ

Berfu İLTER

İşletme Anabilim Dalı

Doktora

Eğitim

Yüksek Lisans : 2001 Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler
Enstitüsü

Lisans : 1999 Kazakistan El-Farabi Devlet Üniversitesi, Uluslararası
Hukuk Bölümü

1996 Afyon Kocatepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme
Bölümü

Ön Lisans : 1993 Akdeniz Üniversitesi, Antalya Meslek Yüksek Okulu,
Harita-Kadastro Programı

Lise : 1986 Afyon Lisesi, Tabii Bilimler Bölümü

İş-İstihdam

1999- Araştırma Görevlisi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler
Fakültesi

Mesleki Birlik/Dernek/Kuruluş Üyelikleri

2000- Afyon Kocatepe Üniversitesi, Öğretim Elemanları Derneği

2000- Afyon Kocatepe Üniversitesi, Mezunlar Derneği

Kişisel Bilgiler

Doğum Yeri ve Yılı : Afyon, 1968, Cinsiyet : Bayan, Yabancı Dil : İngilizce

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	ii
ABSTRACT.....	iii
TEZ JÜRİSİ VE ENSTİTÜ MÜDÜRLÜĞÜ ONAYI.....	iv
ÖNSÖZ.....	v
ÖZGEÇMİŞ.....	vi
İÇİNDEKİLER.....	vii
TABLolar LİSTESİ.....	xii
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xv
EKLER LİSTESİ.....	xvi
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİMCİLİK KAVRAMINA GENEL BİR BAKIŞ

I.GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI, TARİHSEL SÜRECİ VE TEMEL BOYUTLARI.....	4
A) GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI	5
B) GİRİŞİMCİLİĞİN ÖNEMİ VE BİLGİ ÇAĞINDA GİRİŞİMCİLİK	8
1. Girişimciliğin Büyüme Ve İstihdama Katkısı.....	10
2. Girişimciliğin Yeni İşletmelerin Ve Yeni Sektörlerin Oluşumuna Katkısı.....	11
3. Girişimcilik Ve Yeniliklerin Oluşumu.....	12
C) GİRİŞİMSSEL SÜREÇ	14
1. Fırsatın Tanımlanması Ve Değerlendirilmesi Süreci.....	17
2. Fırsatın Kullanılması Süreci	19
a) İş Planının Geliştirilmesi.....	20
b) Gereksinim Duyulan Kaynaklar	22

c) Örgütsel Yapının Oluşturulması	23
D) GİRİŞİMCİLİĞİN TARİHSEL GELİŞİMİ	24
E) TÜRKİYE’DE GİRİŞİMCİLİĞİN GELİŞİMİ	27
F) GİRİŞİMCİLİĞE ETKİ EDEN FAKTÖRLER	30
1. Aile.....	31
2. Eğitim	31
3. Toplumsal Çevrenin Etkisi ve Devletin Değer Yargıları.....	33
G) GİRİŞİMCİLERİN ÖZELLİKLERİ	33
1. Girişimcilerin Bireysel (Psikolojik) Özellikleri	34
a) Kontrol Odağı.....	37
b) Hesaplı Risk Alma	38
c) Bağımsızlık ve Başarı Gereksinimi.....	39
d) Yenilik ve Yaratıcılık.....	40
e) Belirsizliğe Karşı Tolerans.....	42
2. Girişimcilerin Demografik Özellikleri	43
a) Kültür ve Eğitim.....	43
b) Cinsiyet	45
c) Yaş ve Deneyim	46
d) Aile Çevresi ve Çocukluk	47
II. GİRİŞİMCİLİK ÇEŞİTLERİ.....	50
A) GİROKRAT GİRİŞİMCİ (GİRİŞİMCİ BUROKRAT).....	50
B) PİYASA EKONOMİSİ İÇİNDE YER ALAN GİRİŞİMCİ	51
C) İÇ GİRİŞİMCİLİK	52
1. İç Girişimcilik İhtiyacı ve Önemi.....	53
2. İç Girişimciler.....	55

İKİNCİ BÖLÜM
GİRİŞİMCİLİK SÜRECİNDE
KADIN GİRİŞİMCİLER VE KARŞILAŞTIKLARI SORUNLAR

I. GİRİŞİMCİLİĞİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER.....	57
A) EKONOMİK YAPININ ETKİSİ	59
B) SOSYAL, KÜLTÜREL VE POLİTİK YAPININ ETKİSİ	61
C) HUKUKİ YAPININ ETKİSİ.....	62
II. KADIN GİRİŞİMCİLER VE KARŞILAŞTIKLARI SORUNLAR.....	63
A) KADIN GİRİŞİMCİLER	67
B) KADIN GİRİŞİMCİ PROFİLİ	70
1. Özellikleri.....	71
2. İş Kurma Nedenleri.....	76
3. Kadın Girişimcilik Tipleri.....	79
C) KADIN GİRİŞİMCİLERİN EKONOMİYE VE TOPLUMA SAĞLADIĞI	82
KATKI	82
D) KADIN GİRİŞİMCİLERİN SORUNLARI	86
1. Mikro Sorunlar.....	89
a) Güvensizlik	89
b) Ticari ve Yönetmel Deneyim Eksikliği.....	90
c) Rol Çatışması	91
d) Ayrımcılık.....	92
2. Makro Sorunlar.....	95
a) Beceri ve Mesleki Eğitim.....	95
b) Mesleki Örgütlenme.....	97
c) Sermaye Teminindeki Sorunlar.....	98
3. Piyasaya Giriş Stratejileri İle İlgili Sorunlar.....	100
a) Var Olan Bir İşletmenin Satın Alınması	101
b) Var Olan Bir İşletmeye Ortak Olunması.....	102

c) Franchise Sözleşmesi.....	103
d) Yeni Bir Girişim Kurulması.....	104
e) Evde Yerleşik Girişimler.....	105
f) Çalışanların Girişimciliği.....	107
E) TÜRKİYE’DE KADINLARIN GİRİŞİMCİLİĞE DAİR SORUNLARI.....	107
III-KARŞILAŞILAN SORUNLARLA BAŞETME YOLLARI.....	112
A) GÜVENSİZLİK.....	112
B) TİCARİ VE YÖNETSEL DENEYİM EKSİKLİĞİ.....	114
C) ROL ÇATIŞMASI.....	114
D) AYRIMCILIK.....	116
E) BECERİ VE MESLEKİ EĞİTİM.....	117
F) MESLEKİ ÖRGÜTLENME.....	119
G) SERMAYE TEMİNİNDEKİ SORUNLAR.....	120
IV. KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ KONUSUNDA FAALİYET GÖSTEREN KURUM VE KURULUŞLAR.....	120
A) KAMU KURULUŞLARI.....	122
1. Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı.....	
(KOSGEB).....	122
2. Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü (KSSGM).....	124
3. İl Özel İdarelerinin Kadınlara Yönelik Mikro Kredi Uygulamaları.....	125
B) SİVİL TOPLUM KURULUŞLARI (STK).....	126
1. Avrupa Birliği İş Geliştirme Merkezleri (ABİGEM).....	126
2. Kadınlarla Dayanışma Vakfı (KADAV).....	127
3. GAP Bölgesi Girişimci Destekleme Merkezleri (GİDEM).....	128
4. Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER).....	128
5. Kadın Emegini Değerlendirme Vakfı (KEDV).....	129
C) ÖZEL SEKTÖR.....	130

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
KADIN GİRİŞİMCİLERİN SORUNLARININ ÇÖZÜLMESİNDE
KAGİDER ÖRNEĞİ

I. KADIN GİRİŞİMCİLER DERNEĞİ (KAGİDER).....	132
A) KADIN GİRİŞİMCİLER DERNEĞİ’NİN MİSYON, VİZYON VE.....	
ORGANİZASYON YAPISI	133
B) KADIN GİRİŞİMCİLER DERNEĞİ’NDE YER ALAN KOMİTELER	134
C) KADIN GİRİŞİMCİLER DERNEĞİ’NİN ÜYE OLDUĞU ULUSLARARASI	
ÖRGÜTLER.....	136
D) KADIN GİRİŞİMCİLER DERNEĞİ’NİN ÇALIŞMALARI HAKKINDA	137
II. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ VE AMACI	139
III. ARAŞTIRMA SORULARI VE HİPOTEZLERİ.....	141
IV. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ.....	145
A) ARAŞTIRMANIN ANA KÜTLE YAPISI	146
B) VERİ TOPLAMA ARACININ GELİŞTİRİLMESİ	146
C) VERİLERİN TOPLANMASI	147
D) ARAŞTIRMA KISITLARI	147
V. ARAŞTIRMA BULGULARI	148
A) ARAŞTIRMA ÖRNEKLEMİNİN ÖZELLİKLERİ	148
B) ANKET FORMUNUN GÜVENİLİRLİĞİ	150
C) KADIN GİRİŞİMCİLERİN FAALİYETTE BULUNDUĞU ÇEVREYE.....	
İLİŞKİN TANIMLAYICI İSTATİSTİKLER	152
D) KAGİDER YÖNETİMİNİN UYGULAMALARINA İLİŞKİN TANIMLAYICI	
İSTATİSTİKLER.....	154
E) KADIN GİRİŞİMCİLERİN KARŞILAŞTIKLARI SORUNLARA İLİŞKİN.....	
TANIMLAYICI İSTATİSTİKLER	157

F) KADIN GİRİŞİMCİLERİN ÖRGÜTLÜ OLMALARININ, ÇEVRESEL VE YÖNETSEL BELİRLEYİCİLERİN, PİYASAYA GİRİŞ STRATEJİLERİNİN, MİKRO VE MAKRO SORUNLARIN ÇÖZÜMÜNE ETKİSİ.....	159
G) KONTROL DEĞİŞKENLER YÖNÜNDE KADIN GİRİŞİMCİLERİN VE KADIN GİRİŞİMCİLERE AIT GİRİŞİMLERİN KARŞILAŞTIKLARI SORUNLARIN ÜSTESİNDEN GELEBİLME EĞİLİMLERİ.....	177
1. Kadın Girişimcilere Ait Girişimlerin Faaliyet Gösterdikleri Sektörler Yönünden Karşılaştıkları Sorunların Üstesinden Gelebilme Durumları.....	178
2. Kadın Girişimcilere Ait Girişimlerdeki Çalışan Sayısı Yönünden Karşılaştıkları Sorunların Üstesinden Gelebilme Durumları	179
3. Kadın Girişimcilerin Medeni Durumları Yönünden Karşılaştıkları Sorunların Üstesinden Gelebilme Durumları	180
4. Kadın Girişimcilerin Çocuk Sahibi Olma Yönünden Karşılaştıkları Sorunların Üstesinden Gelebilme Durumları	181
5. Kadın Girişimcilerin Girişimcilik Eğitimi Almaları Yönünden Karşılaştıkları Sorunların Üstesinden Gelebilme Durumları.....	182
H. HİPOTEZLER VE ANALİZ SONUÇLARI.....	182
DEĞERLENDİRME VE SONUÇ	185
KAYNAKÇA.....	195
EK : KAGİDER Üyesi Kadın Girişimcilere Uygulanan Anket.....	215

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1.1. Girişimsel Sürecin Aşamaları	16
Tablo 1.2. Girişimcilik Teorisinin ve Girişimci Teriminin Gelişimi	25
Tablo 1.3. Türkiye Cumhuriyeti Döneminde Ekonomik Yapılanmalar.....	28
Tablo 2.1. Beynin Sol ve Sağ Bölümleri.....	71
Tablo 2.2. Kadın ve Erkek Girişimcilerin Karşılaştırılması.....	73
Tablo 2.3. Kadın Girişimcilerin İş Kurma Nedenleri.....	78
Tablo 2.4. Kadın Girişimci Tipleri.....	80
Tablo 2.5. Çalışma Yaşamında Kadınlar: Global Cinsiyet Dağılımı Ölçümüne Göre	83
Tablo 2.6. OECD Ülkeleri ve Türkiye Arasındaki Sosyal Göstergeler, 2005	85
Tablo 2.7. Türkiye'de İşgören Oranları	94
Tablo 2.8. Türkiye'de Kadın Girişimci Oranı	94
Tablo 2.9. Girişimci Kadınların Başlıca Sorunları.....	111
Tablo 3.1. Kadın Girişimcilere İlişkin Özellikler	149
Tablo 3.2. Kadın Girişimcilere Ait Girişimlere İlişkin Özellikler	150
Tablo 3.3. Alfa Katsayısının Güvenirliği	151
Tablo 3.4. KAGİDER Üyesi Kadın Girişimcilere Uygulanan Anketin Güvenirlilik Analizi Sonuçları.....	151
Tablo 3.5. Sosyal ve Kültürel Çevreye İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler	152
Tablo 3.6. Ekonomik Çevreye İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler	153
Tablo 3.7. Hukuki ve Politik Çevreye İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler	154
Tablo 3.8. KAGİDER'in Yönetim Yapısına İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler	155
Tablo 3.9. KAGİDER'in Yönetiminde İletişim ve Koordinasyona İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler.....	156
Tablo 3.10. KAGİDER'in Yönetiminde Denetime İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler.....	156
Tablo 3.11. Kadın Girişimcilerin Piyasaya Giriş Stratejilerine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler	157
Tablo 3.12. Kadın Girişimcilerin Mikro Sorunlarına İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler	158
Tablo 3.13. Kadın Girişimcilerin Makro Sorunlarına İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler.....	159

Tablo 3.14. Çevresel-Yönetimsel Belirleyicilerin, Piyasaya Giriş Stratejilerinin, Mikro ve Makro Sorunların Çözümünde Kadın Girişimcilerin Örgütlü Olmalarının Etkisi.....	161
Tablo 3.15. Çevresel Belirleyicilerin Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Mikro Sorunların Çözümünde Etkisi.....	163
Tablo 3.16. Çevresel Belirleyicilerin Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Makro Sorunların Çözümünde Etkisi.....	164
Tablo 3.17. Çevresel Belirleyicilerin Kadın Girişimcilerin Piyasaya Giriş Stratejileri İle İlgili Karşılaştıkları Sorunların Çözümünde Etkisi.....	166
Tablo 3.18. Çevresel Belirleyicilerin Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunların Çözümünde Etkisi.....	167
Tablo 3.19. KAGİDER'in Yönetim Uygulamalarında Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Mikro Sorunların Çözümünde Etkisi.....	169
Tablo 3.20 KAGİDER'in Yönetim Uygulamalarının Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Makro Sorunların Çözümünde Etkisi.....	170
Tablo 3.21. KAGİDER'in Yönetim Uygulamalarının Kadın Girişimcilerin Piyasaya Giriş Stratejileri İle İlgili Karşılaştıkları Sorunların Çözümünde Etkisi.....	172
Tablo 3.22. KAGİDER'in Yönetim Uygulamalarının Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunların Çözümünde Etkisi.....	173
Tablo 3.23. Kadın Girişimcilerin Örgütlü Olmalarının, Karşılaştıkları Mikro Sorunların Çözümünde Etkisi.....	174
Tablo 3.24. Kadın Girişimcilerin Örgütlü Olmalarının, Karşılaştıkları Makro Sorunların Çözümünde Etkisi.....	175
Tablo 3.25. Kadın Girişimcilerin Örgütlü Olmalarının, Piyasaya Giriş Stratejileri İle İlgili Karşılaştıkları Sorunların Çözümünde Etkisi.....	176

Tablo 3.26. Kadın Girişimcilerin Örgütlü Olmalarının, Karşılaştıkları Sorunların Çözümünde Etkisi.....	177
Tablo 3.27. Kadın Girişimcilere Ait Girişimlerin Sektörel Dağılımı Yönünden Tek Yönlü Varyans Analizi.....	178
Tablo 3.28. Kadın Girişimcilere Ait Girişimlerde Çalışan Sayısı Yönünden Tek Yönlü Varyans Analizi.....	179
Tablo 3.29. Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunları Çözmede Medeni Durumlarının Etkisinin T-Testi İle Analizi.....	180
Tablo 3.30. Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunları Çözmede Çocuk Sahibi Olmalarının Etkisinin T-Testi İle Analizi.....	181
Tablo 3.31 Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunları Çözmede Girişimcilik Eğitimi Almalarının Etkisinin T-Testi İle Analizi.....	182
Tablo 3.32. Hipotezler ve Analiz Sonuçları.....	184

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil I.1. Girişimci Tanımında Vurgular	6
Şekil I.2 Girişimcilik Sürecinde Girdi Çıktı Bileşenleri	14
Şekil I.3. Fırsatı Tanıma Süreci.....	18
Şekil I.4.İş Planının Yararları ve Üstlenmiş Olduğu Roller.....	21
Şekil I.5. Yaratıcılık, Buluş ve Girişim.....	41
Şekil I.6. Girişimcilikte Öğrenme Döngüsü.....	44
Şekil I.7. Ailenin Girişimcilik Üzerine Etkisi	49
Şekil 3.1. KAGİDER Organizasyon Yapısı	134
Şekil 3. 2. KAGİDER Bünyesinde Yer Alan Komiteler.....	135
Şekil 3.3. KAGİDER Üyesi Kadın Girişimcilerin Sorunlarının Çözümüne Yönelik Etki Unsurlarının İşleyişi.....	145

GİRİŞ

Girişimci risk alarak yenilik yapan ya da gelişme kaydeden kişi olarak tanımlanmaktadır. Dolayısıyla girişimcilik, yeni kaynaklarla, yeni teknolojilerle toplumu tanıştırmakta bu sayede daha önce kullanılmayan ya da daha az kullanılan kaynaklar ekonomiye kazandırılmakta ve üretimde artış meydana gelmektedir.

Toplumların girişimciliği geliştirmeleri ve özendirilmelerinin nedeni aslında sadece istihdam yaratma ve yoksulluğu önlemeye yönelik bir husus değil, belki de en önemlisi bu iki amacı da karşılayacak biçimde, değişime yönelik olarak gelecekte var olabilmek için ortaya çıkan her türlü yeni ihtiyacın karşılanması olmaktadır.

Bireysel anlamda ise girişimcilik bireysel bağımsızlık, tatmin, haz gibi psikolojik; para, servet, gelir gibi ekonomik bir ödül, sosyal statü, itibar, güç gibi sosyolojik kazanımlara yol açan; aslında tehlike, tuzak, streslerle dolu ve özel çaba gerektiren bir değer yaratma sürecini ifade etmektedir.

Bir ülkede, bir toplumda girişimciliğin gelişebilmesi için, girişimciliğin sosyal kabulü gerekmektedir. Gerçekte kültürel değerler ve sosyal gelenekler bir toplumda kimin girişimci olmasında rol oynamaktadır. Dünya nüfusunun yarısını oluşturan kadınların da ülke ekonomisine katılmalarını sağlamak gerekmektedir. Ancak dünya toplumları kadını yüzyıllardır sosyal ve ekonomik yaşamın dışında tutan geleneksel bir anlayışa sahip olmuşlardır. Günümüzde de bu anlayışın etkileri sürmektedir. Her alanda olduğu gibi kadınlar girişimcilik sürecinde de çeşitli engellemelerle karşılaşmaktadırlar. Bu engeller, kadınların toplumsal kimlik ve yükümlülüklerinden kaynaklanabildiği gibi, bilgi–beceri eksikliğinden, yasal düzenlemelerden ya da kurumsallaşmış geleneksel uygulama biçimlerinden de kaynaklanabilmektedir.

Potansiyel girişimci yeteneklerinin ortaya çıkarılması için, özellikleri ve sorunları farklı olan kadın girişimcilerin desteklenmeleri, teşvik edilmeleri ve yönlendirilmeleri gerekmektedir. Bu bağlamda 1990 yılında kurulan Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü (KSSGM), girişimci kadınların çalışma yaşamında karşılaştıkları problemlerin çözümüne yardımcı olma, girişimciliği teşvik etme, yasal ve idari düzenlemeler ile ilgili

çalışmalar yapma, kadının işveren olarak faaliyette bulunmasına öncülük etme çalışmalarını üstlenmiştir. 1991 yılında Devlet Bakanlıklarından biri Kadın Sorunları ile ilgili olarak görevlendirilmiştir. Kadın sorunları ile ilgili Devlet Bakanlığı, kadınlarla ilgili genel politikaların ve makro hedeflerin belirlenmesi ve bu alandaki çalışmaların düzen içerisinde yapılması işlevini yerine getirmektedir. **KOSGEB** ve **Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü** kadın girişimciliği konusunda faaliyet gösteren kamu kurum ve kuruluşlarını oluşturmaktadırlar.

Diğer taraftan tüm dünyada yaşamın hemen her alanında kamuoyu oluşturma, yanlışları söyleme, karar vericiler üzerinde etkili olma, sorunları gündeme getirme gibi önemli misyon üstlenen sivil toplum kuruluşları da kadın girişimcileri unutmamıştır. Türkiye’de de kadın girişimcileri desteklemek amacıyla kurulan sivil toplum kuruluşları varlıklarını sürdürmektedir. Çalışmamızda, kadın girişimcilerin iş dünyasında daha da artarak yer edinebilmeleri, girişimciler arası iletişim ağına dahil olabilmeleri, ayrıca Türkiye’deki kadın girişimcilerin uluslararası pazarlara açılabilmesi ve ülkenin sosyo-ekonomik gelişimine katkıda bulunabilmeleri yönünden önemli bir destek unsuru olması nedeniyle KAGİDER’in kadın girişimcilere sağlamış olduğu katkı incelenmektedir.

Çalışmamızda Türkiye’de kadın girişimciliğe ilişkin bilgilere ulaşılması, kadın girişimcilere finans, örgütlenme ve girişimcilik eğitimi konusunda bu süreçte destek olabilecek kurum ve kuruluşlara yönelik bilgi verilerek, kadınlardaki girişimcilik potansiyelinin hayata geçirilmesine katkı sağlanması düşünülmektedir. Bu temel yaklaşımdan yola çıkarak çalışmanın önemini ve diğer amaçlarını şu şekilde sıralamak mümkündür;

- Kadın girişimciliğe ilişkin yapılan/yapılacak çalışmalara katkı sağlanması,
- Kadın girişimcilerin girişimcilik sürecinde karşılaştıkları düşünülen en önemli sorunların açığa çıkarılması,
- Kadın girişimcilerin girişimcilik sürecinde destek alabilecekleri kurum ve kuruluşların tespit edilmesi,

- Yapılan bu çalışmanın potansiyel kadın girişimcilere rehber olması yoluyla, kadın girişimci sayısının artmasına katkı sağlanmasıdır.

Bu çalışma üç ana bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın birinci bölümü, “Girişimcilik Kavramına Genel Bir Bakış” adını taşımaktadır. Bu bağlamda girişimcilik kavramı, tarihsel süreci ve temel boyutları ile ilgili açıklamalar yapılmıştır. Bu bölümde ele alınan diğer konular ise girişimcilik çeşitleri ve girişimciler için piyasaya giriş stratejileri olmuştur.

İkinci bölüm, “Girişimcilik Sürecinde Kadın Girişimciler ve Karşılaştıkları Sorunlar” başlığı altında toplanmaktadır. Bu bölümde öncelikle girişimcilikte genel olarak karşılaşılan sorunlar ve kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunlar konusuna yer verilerek, karşılaşılan sorunlarla baş etme yolları üzerinde durulmuştur. Bu bölümde ayrıca, kadın girişimciliği konusunda faaliyet gösteren kurum ve kuruluşlar hakkında bilgiler yer almıştır.

Üçüncü bölüm, “Kadın Girişimcilerin Sorunlarının Çözülmesinde KAGİDER Örneği” olarak ifade edilmiştir. Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER)’nin çalışmamızın örneğini oluşturması nedeniyle bu bölümde öncelikle KAGİDER’le ilgili bilgiler yer almıştır. Daha sonra KAGİDER üyesi kadın girişimcilere uygulanan ankete bağlı olarak elde edilen bulgular istatistikî programlar yardımıyla değerlendirilmiştir. Çalışma, sonuç ve önerilerin ifade edilmesiyle sona ermiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİMCİLİK KAVRAMINA GENEL BİR BAKIŞ

Girişimcilik, yaşanan çevrede beliren fırsatları görerek projeler oluşturma, projeleri yaşama taşıyarak zenginlik üretme ve insan yaşamını kolaylaştırma becerisine sahip olmaktır. Girişimci yönünden girişim süreci ise bireysel bağımsızlık, tatmin gibi psikolojik; para, servet gibi ekonomik bir ödül; statü, itibar, güç gibi sosyolojik kazanımlara yol açan, stres dolu ve özel çaba gerektiren bir değer yaratma sürecidir. Günümüzde girişimcilik tüm dünyada toplum tarafından kabul görmekte ve teşvik edilmektedir. Çalışmanın bu bölümünde girişimcilik kavramı ile ilgili bilgiler yer almaktadır.

I.GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI, TARİHSEL SÜRECİ VE TEMEL BOYUTLARI

Girişimciliğin demokrasinin yerleşmesinde, ekonomik gelişmede, kalkınmada ve bireysel düzeyde refahın kaynağını oluşturmada önemli bir role sahip olduğu bilinmektedir. Girişimciliğin gerek gelişmiş ülkelerde, gerekse gelişmekte olan ülkelerde ilgi odağı haline gelmesi ise; küçük işletmelerin, sektörün, ekonomik gelişmenin, iş yaratmanın, demokrasinin, liberalizmin ve toplumun en önemli unsuru olduğunun anlaşılmasıyla sağlanmıştır. Son yirmi yılda girişimcilik üzerine geçmiş yüzyıldan daha fazla bir sermaye yatırımı yapılmakta ve girişimciliğin kalitesi de gerek nitelik, gerekse nicelik açısından geçmiş yüzyıla oranla daha fazla gelişme göstermektedir (Top, 2006:36).

Girişimcilik ekonomik büyüme ve kalkınma yönünden önem taşımaktadır. Ekonomik büyüme, bir ülkede üretim kapasitesinin ve buna bağlı olarak milli gelirin artışını ifade etmektedir. Ekonomik gelişme ise, milli gelir artışı yanında söz konusu ekonominin iktisadi ve sosyo-kültürel yapısının da değişmesini içermektedir. Yani büyüme, ülke ekonomisindeki nicel (sayısal) değişme ve gelişmelerin yanında nitel değişme ve gelişmeleri de kapsamaktadır (Dinler, 1998: 510-511). Sanayileşmiş ülkeler için büyüme,

az gelişmiş ülkeler için ise kalkınma söz konusu olmaktadır. Sanayileşmiş ülkelerde modern büyük işletmelerin oluşması girişimciliğin farklı bir yapıya bürünerek kurumsallaşması biçiminde ortaya çıkmıştır. Kalkınmayı gerçekleştirememiş ülkelerde ise girişimci hala önemini koruyarak sanayileşmenin en temel dinamiklerinden biri olarak kabul edilmektedir (İraz, 2005: 172). Aslında toplumların girişimciliği geliştirmeleri ve özendirmeleri sadece istihdam yaratma ve yoksulluğu önlemeye yönelik bir husus değil, belki de en önemlisi bu iki amacı da karşılayacak biçimde, değişime yönelik olarak gelecekte var olabilmek için ortaya çıkan her türlü yeni ihtiyaçların karşılanmasıdır (Top, 2006: 32).

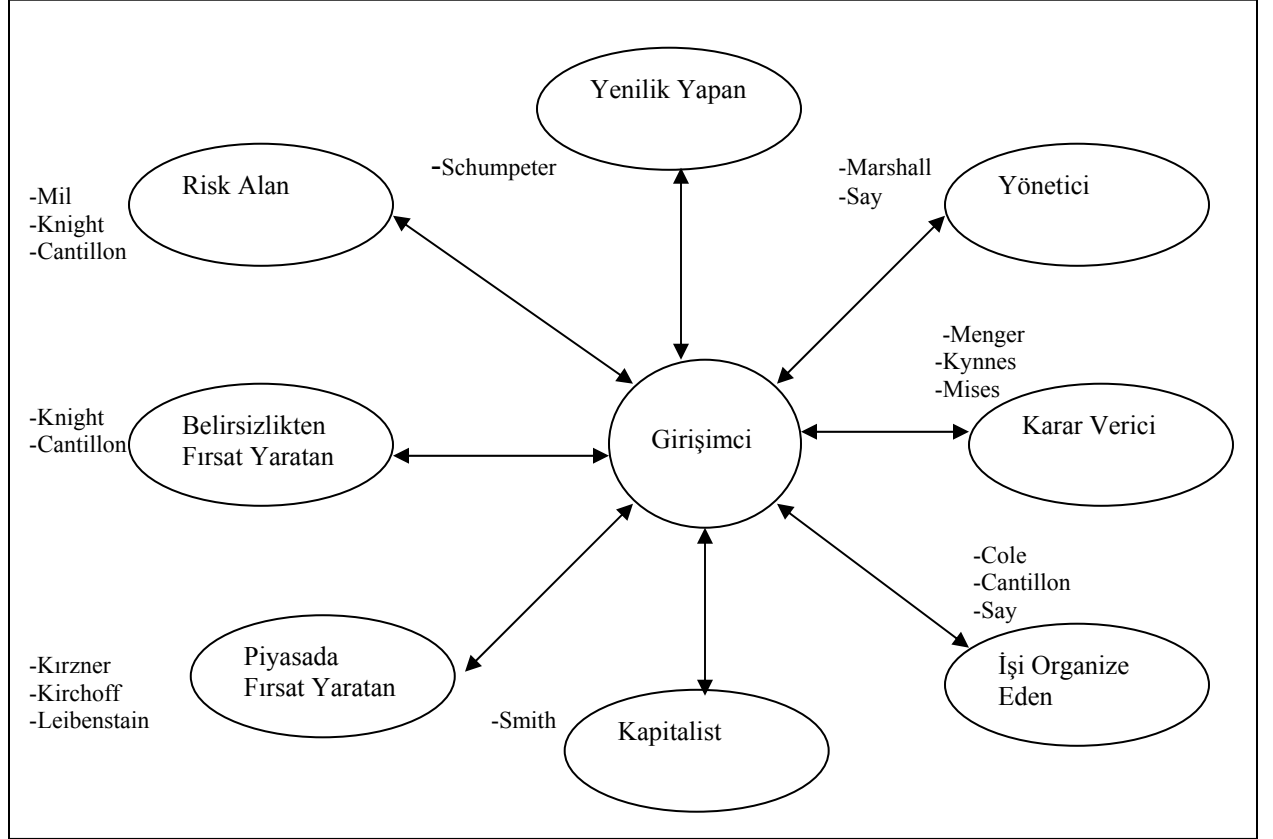
A) GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI

Girişimcilik ya da müteşebbislik kavramı, Fransızca “entreprendre” ve Almanca’ da “Unternehmen” sözcüklerinden türetilen ve Türkçe’ de “üstlenmek” anlamına gelen bir fiildir. Bu bağlamda da girişimci, bir işletmeyi organize etme, yönetme ve risk alma şeklindeki sorumlulukları üstlenen kişiyi ifade etmektedir. Girişimcilik (entrepreneurship), girişimsel (entrepreneurial) ve girişimsel süreç (entrepreneurial process) kavramları da Entreprendre kavramından türetilmiştir. Girişimcilik, risk alarak yenilik ya da geliştirme yapmaktır. Girişimsel, girişimcinin sahip olduğu yaklaşımı belirtmekte, girişimsel süreç ise girişimcinin “ne ile meşgul olduğunu” ifade etmektedir (Arıkan, 2002: 27).

Girişimci kavramı, pek çok yazar tarafından, farklı yönler vurgulanacak şekilde tanımlanılmaya çalışılmıştır. Üretimin yapılabilmesi için temel üretim faktörleri olarak kabul edilen doğa, emek, sermayenin bir araya getirilmesini sağlayan ve bu üretim faktörlerini birleştiren kişilere girişimci diyenler olduğu gibi, başkalarının ihtiyaçlarını karşılayacak mal ve hizmetleri oluşturmak üzere, ancak temelde kâr elde etmek amacıyla üretim faktörlerinin birleştirilmesini sağlayan kişiler girişimcidir diyenler de bulunmaktadır. Farklı yazarlar girişimciyi kendi anlayışlarına göre tanımlamalarına rağmen bunların hemen hepsinde ortak olan noktalar bulunmaktadır (Gürol, 2000: 25). Bu ortak noktaları (Top, 2006: 6); girişimcinin daima başkalarının baktığı fakat göremediği fırsatları

görüp, bunları birer iş fikrine dönüştürebilme yeteneğine sahip olma ve risk alma yatkınlığı olarak belirtmek mümkündür

Şekil 1.1. Girişimci Tanımında Vurgular



Kaynak: Top, 2006:8

Şekil 1.1.'de farklı yazarlar tarafından girişimcinin farklı yönlerine vurgular yapıldığı görülmektedir. Bu vurgular; Mil, Knight ve Cantillon risk alan, Knight ve Cantillon belirsizlikten fırsat yaratan, Kırsner, Kirchoff ve Leibenstein piyasada fırsat yaratan, Smith kapitalist, Cole, Cantillon ve Say işi organize eden, Menger, Kynnes ve Mises karar verici, Marshall ve Say yönetici, Schumpeter yenilik yapan kişilerin girişimci olduğu yönünde açıklanmıştır.

Schumpeter girişimciyi; bir buluşu ya da daha genel olarak hiç kullanılmamış bir teknik imkânı kullanarak üretim sistemini yenileyen, düzenleyen kişi olarak görmektedir. Yani yeni teknik imkânlar dâhilinde; yeni bir malın üretimini, eski bir malın yeni bir üretim

metodunu, yeni bir hammaddenin bulunup kullanılmasını, bir endüstri kolunda yeniden düzenlemeyi kapsayan çalışmaları yapan kişi olarak tanımlamaktadır (Schumpeter, 1950:132)

Drucker girişimciyi, “kendisine ait yeni ve küçük bir işi ya da görevi” yapan kişi olarak tanımlamaktadır. Bu anlamda girişimci, mutlaka sermaye sahibi, yatırımcı ya da işveren değil, riski alan ve yapılan işi daha iyiden ziyade farklı yapan kişi olmaktadır. Böylece girişimciler, toplumsal kaynakları düşük verimlilik alanlarından, yüksek verimlilik alanlarına kaydırmaktadır. Girişimci için kilit kavramlar yenilik yapmak ve farklılaşmaktır (Dinçer, 1998: 79).

Girişimci gözlerini geleceğe dikerek, büyüme, gelişme, kalkınma meydana getirme, yenilik yapma kaygısı taşımaktadır. Ele avuca sığmayan, adeta kabından taşan, daima sıkıntılı, sorunlu ve tatminsiz olan girişimcide, çok önemsiz durumları hatta kriz ortamını bile çok önemli fırsatlara çevirebilme yeteneği bulunmaktadır. Ayrıca girişimciye, vizyon sahibi, hayalleri olan, enerjik, bitmek tükenmek bilmeyen bir iş yapma aşkına sahip kişidir de diyebiliriz (Fidan, 2: 2002).

Girişimci kavramına ilişkin tanımlarda olduğu gibi, girişimcilik kavramı ile ilgili yapılan tanımlamaların tümünde de ortak nokta girişimciliğin bir süreç olarak ele alınması olmaktadır (Ağca, 2005 a :10). Girişimciliği bir süreç olarak ele alan tanımlardan bazı örneklerle aşağıda yer verilmektedir.

Girişimcilik; yaşanılan çevre içerisinde ortaya çıkan fırsatları sezme, o sezgilerden yola çıkarak projeler oluşturma, projeleri yaşama taşıma ve zenginlik üreterek insan yaşamını kolaylaştırma becerisine sahip olmaktır. Tanımda da yer aldığı üzere girişimcilik ekonomik faaliyetlerin temelini oluşturmaktadır. Ülkemizde TÜSİAD girişimciyi, “bilinenleri en iyi yapan ve hünelerine aklını da katan, olağan ve olağan dışı koşullarda işgücü ve sermaye kaynaklarını verimli bir biçimde kullanacak önlemleri düşünen, analiz eden, planlayan, yürürlüğe koyan, uygulayan ve sonuçlarını denetleyebilen kişi yaratıcı girişimcidir” diye tanımlamaktadır (Erdoğan ve Kurt, 2002).

Bir diğerk tanıma göre girişimcilik, gerekli zaman ve çabanın temin edilerek sosyal, finansal ve psikolojik risklerin alınması yoluyla parasal kazançların ve kişisel tatminin elde edildiği, katma değeri olan farklı şeyler ortaya koyma süreci olarak tanımlanmaktadır (Hisrich ve Peters, 2002:10).

Girişimcilik, girişim faaliyeti sonunda bireysel bağımsızlık, tatmin, haz gibi psikolojik; para, servet, gelir gibi ekonomik bir ödül; statü, itibar, güç gibi sosyolojik kazanımlara yol açan, tehlike, tuzak, streslerle dolu ve özel çaba gerektiren bir değer yaratma süreci olmaktadır (Halloran, 1992: 15). Üzerinde uzlaşma oluşmaya başlayan bir tanıma göre girişimcilik; yeni ya da mevcut bir organizasyon içerisinde, yaratıcılık ve yenilik yapma yoluyla değer yaratma amacıyla bir fırsatın ortaya çıkarılması ve geliştirilmesi, kaynakların ya da girişimcinin konumunu dikkate almaksızın bu fırsattan yararlanma süreci olarak tanımlanmaktadır (Churchill, 1992:586). Bu tanımda girişimciliğın hem bireysel hem de işletme bazında ele alındığı görülmektedir.

B) GİRİŞİMCİLİĞİN ÖNEMİ VE BİLGİ ÇAĞINDA GİRİŞİMCİLİK

Sanayi ötesi toplum olarak da adlandırılan bilgi toplumuna geçiş ile birlikte, birey ve bireysel yeteneğe dayalı girişimcilik de hızlı bir gelişme süreci içerisine girmiştir. İçinde bulunduğumuz bilgi çağında girişimci tipinin geleneksel girişimciden çok, bilgi çağına geçişe neden olan bilişim devriminin tipik bir ürünü olan bilişimci girişimci olduğu görülmektedir. Bilişimci girişimcilikte yenilikçiliğe ulaşmakta kullanılan bilgi, iletişim ve bilgisayar teknolojilerinin yoğun olarak kullanımı ile elde edilmekte ve değerlendirilmektedir (Erkan, 1997: 176).

Bilginin üretilmesi, işlenmesi ve satışı dünyada en hızlı büyüyen endüstriyi oluşturmaktadır. Artık kâra giden yol, düşüncelerle verilerin yönlendirilip ambalajlanmasından geçmektedir (Barnet ve Cavanagh, 1996: 264). Bilgi çağında önemli olan, işletmenin binaları ve makineleri değil, pazarlama-satış gücüyle ilgili anlaşmaları, nüfusu, yönetimin organizasyon kapasitesi ve çalışanların kafalarının içinde çakıp duran şimşeklerdir. Toprak ya da makineler bir tek zaman dilimi içinde sadece bir tek kişi ya da işletme tarafından kullanılabilirken, bu kez aynı bilgi, aynı anda pek çok kullanıcı

tarafından kullanılabilmekte, hatta verimli kullanıldığında ise daha çok bilgi yaratabilmektedir (Toffler, 1992: 76).

Bilgi toplumunda, sanayi toplumundaki girişimcinin geleneksel üretim faktörleri olan doğal kaynaklar, emek, sermaye ortadan kalkmamakta ancak ikinci plana düşmektedir. Söz konusu üretim faktörleri bilgi sayesinde elde edilebilmektedir. Bilginin oluşumuna katkı verecek ve bilgiyi kullanacak olan ise insandır. Bu nedenle bilgi toplumunda diğer önemli girdiyi insan faktörü oluşturmaktadır (Yeniçeri ve İnce, 2005: 489). Bilgi çağının girişimcilerinin bilgiyi yaratan ve değerlendiren insan kaynağının etkinliğinden en iyi şekilde yararlanmaları gerekmektedir.

Sanayi devriminin başlangıcından bilgi çağının başlamasına kadar geçen süreçte girişimcilik; bireysel, yatırımcı ve yönetici tipi girişimcilik aşamalarından geçmiştir. Oysa bilgi toplumu girişimcisi bilişimci girişimcidir. Girişimcilikte, karar ve yönetim süreçlerinde gereksinim duyulan bilginin toplanması, işlenmesi, değerlendirilmesi dağıtım ve kullanımı “bilişim” olarak tanımlanmaktadır. Bilişimi belirleyen unsurlar ise; eğitim, deneyim, bilgi-işlem ve iletişimdir. Bilişimci girişimcilik için; yetenek, bilişim kaynaklı bilgi ve motivasyon önem taşımaktadır (İraz, 2005: 205-206).

Küresel bir mahalle konumuna gelen dünyada serbest piyasa mekanizması içerisinde girişimcilik dinamik bir boyut kazanmıştır. Girişimciliğin ekonomik kalkınmayla birlikte bir gelişme süreci izlediğini söylemek mümkündür. Girişimciler, ekonomik dinamizmin itici gücü durumunda olup, yeni ürün ve hizmetlerin piyasaya sunulmasında, yeni pazarların gelişmesinde öncü rol üstlenmektedirler. Girişimciler bu özellikleriyle, mevcut olanlarla yetinmeyip, sürekli yenilik arayışıyla, değişim önderliği yapmaktadırlar. Dolayısıyla bir ülkenin ya da bölgenin girişim gücü, o ülkenin ya da bölgenin ekonomik gücünün göstergesi olmuştur. Girişimcilik gücünün yüksek olduğu bölgelerin ve ülkelerin ekonomik gücünün de yüksek olduğu görülmektedir (Tekin, 1999: 3).

Dünya Girişimcilik Platformu (Global Entrepreneur Monitor-GEM)'nun 29 ülke arasında yaptığı araştırma; yüksek girişimcilik faaliyetleri olan ülkelerin ortalama ekonomik büyümenin üzerinde gelişme gösterdiğini ortaya koymuştur. Aslında girişimcilik faaliyetleri kapitalizmin başladığı dönemden itibaren etkin olmasına karşın, 1980'lerden

sonra böylesine popüler olmasının başlıca sebepleri arasında, istihdam yaratma, yeni işletmelerin kurulması, yeniliklerin çoğalması, ekonominin büyümesi ve toplumun refah seviyesinin yükselmesine yaptığı pozitif katkılardan kaynaklanmaktadır. Bu faktörlere yönelik ABD, Avrupa Birliği ve ülkemizdeki literatürde pek çok araştırma, inceleme ve rapor bulunmaktadır (Birch, 1979; Drucker, 1985; Morris ve Lewis, 1991; TÜSİAD, 2002; Coulter, 2003; Audretsch;2002; Gren Paper, 2003). Girişimciliğin sonuçları ya da etkileri olarak da değerlendirilebilecek bu faktörleri biraz daha ayrıntılı incelemekte fayda görülmektedir.

1. Girişimciliğin Büyüme Ve İstihdama Katkısı

Ülke kalkınmasındaki en önemli etkenlerden birisi kuşkusuz, girişimcilik ruhu taşıyan ve bu özelliklerini uygulamada ön plana çıkartabilen bireylerin varlığı olmaktadır (Çonkar ve İlter, 2005:203). Girişimcilik, geri kalmış ekonomilerde yapılanmanın, geliştirmekte olan ekonomilerde kalkınmanın, gelişmiş ekonomilerde ise dinamizmin, yeni zenginlik ve refah yaratmanın temelini oluşturmaktadır. Çünkü yeni işletmeler kurarak, sosyal iyileşmeler yaparak ve yeni işler yaratarak gayri safi milli hasılaya katkıda bulunmak, ekonomik değer yaratmanın sürükleyici gücü olmaktadır. Bu anlamda ekonomik değer yaratılmasının kaynağını da girişimci işletmeler teşkil etmektedir (Naktiyok, 2004:11).

Küresel rekabetin yoğun olarak yaşandığı günümüz ekonomik ortamlarında sadece geliştirmekte olan ülkeler değil, gelişmiş çoğu ülkeler dahi ekonomik sorunlarla yoğun bir şekilde uğraşmaktadırlar. Bu sorunların başında da istihdam sorunu gelmektedir. Özellikle son yıllarda Avrupa Birliği'nde yaşanan işsizlik sorunlarını araştıran araştırmacılar ABD'de yaratılan yeni işlerde girişimciliğin çok büyük bir katkısı olduğunu görmüşlerdir. Araştırma bulguları son yıllarda ABD'deki istihdam artışının yaklaşık %85'inin yeni girişimler sonucu ortaya çıktığını göstermektedir (Morris ve Sexton; 1996: 5). Ayrıca yayınlanan bu istatistikler uzun dönemli net istihdam yaratmada yeni kurulan küçük işletmelerin büyük işletmelere göre ortalama iki kat daha fazla olduğunu göstermektedir. Bu istatistik özellikle

ABD’de yeni başlayan küçük girişimlerin mevcut büyük işletmelerden daha fazla istihdam yarattığını da ortaya koymaktadır (Bygrave, 1994: 421).

Özellikle 1980’lerden sonra küçük işletmelerin gündeme gelmesiyle doğal olarak girişimcinin de önemi artmaya başlamıştır. Çünkü girişimci bireyler yeni işletmeler kurarak ekonomide istihdam ve üretkenlik artışı sağlamaktadırlar. Ancak girişimcilerin ağırlıklı olduğu bu “girişimci ekonomi” yeni işletmelerin kurulmasını, kurulan bu işletmelerin daima küçük ve orta ölçekli olarak kalması anlamını taşımamaktadır. Aksine, girişimci kurduğu işletmenin sürekli olmasını sağladığı ve büyütebildiği ölçüde başarılı bir girişimci olarak nitelendirilmektedir. Microsoft işletmesinin kurucusu Bill Gates bu duruma uyan güzel bir örnek teşkil etmektedir. Kurulduğu 1980 yılında 38 çalışanı ve milyon doları olan bu yeni ve küçük firma, 1997 yılında 21 000 çalışana ve 15.1 milyar dolar satış hacmine ulaşmıştır (Çetindamar, 2002:41-42).

2. Girişimciliğin Yeni İşletmelerin Ve Yeni Sektörlerin Oluşumuna Katkısı

Girişimcilik tanımlarına uysun ya da uymasın mevcut tüm işletmeler kurulduklarında yeni işletmelerdi. Belli bir dönemde kurulan yeni işletmelerin sayısının bilinmesi daha çok girişimciliğin ekonomik hayatta oynadığı rolün bilinmesi açısından önem taşımaktadır. Çalışmada üzerinde durulan husus, yeni işletmelerin daha çok belli bir girişimsel karar süreci sonucunda kurulmuş olmalarıdır. Yeni kurulan işletmeler yenilik yapmayı, kârlılığını ve büyümeyi temel hedefler olarak belirlemişlerse, bu işletmeler girişimciliğin bir sonucu olarak kurulan işletmeler olarak kabul edilmektedir. Dolayısıyla bu varsayımlar girişimciliğin kovalanarak yeni işletmelerin oluşmasına katkıda bulunmaktadır. Bu bakış açısına göre yeni işletmelerin yaratılması oldukça önemli görülmektedir. Çünkü bu anlamdaki yeni işletmeler, ürün süreç yenilikleri, artan vergi gelirleri, sosyal iyileşmeler ve yeni istihdam alanları gibi faydalar sağlayarak ekonomik gelişmeye katkıda bulunmaktadır (Coulter, 2003: 30).

Özellikle gelişmiş ülkeler **yeni ekonomi** adı verilen bir yapıya yönelmektedir. Bu yeni yapı temelde yüksek teknolojiye dayalı üretim ile internet yoluyla yapılan ticaret ve iş süreçlerine dayanmaktadır. 1991 sonrasında gelişme gösteren internet ekonomisinin sadece

ABD’nde 1999 yılında 300 milyar dolarlık ekonomik değer yaratarak, 1900’lerin başında kurulan otomotiv sektörü gibi eski ve temel bir endüstrinin büyüklüğünü yakalaması, bu dönüşümün sonucu olarak gösterilmektedir. Bu yapısal değişimin temelini, **yeni teknolojilerin** yanı sıra, farklı iş modellerinin, üretim yapılarının ve teknolojik değişimlerin oluşumunda öncü rol üstlenen **girişimciler** de oluşturmaktadır. Bunun nedeni girişimcilerin, sürekli ve hızlı olarak ilerleyen bilimsel gelişmenin ve yeniliğin ışığında oluşan teknolojik fırsatları görerek, bunların ekonomiye nasıl kazandırılabileceği konusunda projeler geliştirerek, bizzat gerçekleştirilmesi için uğraşan kişiler olmalarından kaynaklanmaktadır. Girişimciler, fırsatları kovalayarak getirdikleri yeniliklerle, ekonomik kaynakların düşük üretkenlik alanlarından yüksek üretkenlik alanlarına kaymasını sağlamaktadırlar (Çetindamar, 2002: 42).

Görüldüğü üzere yeni teknolojilere dayalı girişimcilik sadece yeni işletmeler değil, daha da önemlisi yeni sektörlerin oluşmasına da imkân vermektedir. Bu durumda radikal olarak yapılan yenilikler daha çok kazanç ya da toplumsal fayda getirebileceği için yeni teknolojileri geliştiren girişimcilik tüm girişimcilik programlarında ön sırayı almaktadır. Radikal yenilikler sayesinde günümüzde yeni işletmelerin yanı sıra, kişisel bilgisayarlar, biyoteknoloji, kablosuz TV ve cep telefonu gibi öğeleri kapsayan yeni sektörler de oluşmaktadır. Bu sektörlerde kurulan yeni işletmeler hızla büyümekte ve ekonominin vazgeçilmez yeni aktörleri haline gelmektedirler (Ağca,2005a: 46). Bu durumda şunu söylememiz mümkündür; yüksek teknolojiler yüksek katma değerli ürün ve hizmetler üretimi sağlamanın yanı sıra tüm sektörlerde doğrudan ya da dolaylı olarak verimlilik ve kalite artışı da sağlamaktadır. Ayrıca yüksek teknolojiler ekonomik büyümenin lokomotifi olmakta ve hızla büyüyen bu endüstriler kalifiye işgücüne ihtiyaç duydukları için, yüksek gelirli istihdam yaratarak ülke refahının artışına katkıda bulunmaktadır.

3. Girişimcilik Ve Yeniliklerin Oluşumu

Girişimciler yenilik yapan kişiler olmaktadır. Yenilik, girişimciliğin en belirgin özelliğidir. Yenilik, yeni kaynak bileşenleri yoluyla değer yaratmak anlamını ifade etmektedir. Yenilik aslında bir kaynak yaratma faaliyetidir (Drucker, 1993: 30). Diğer

tarafından, girişimci işletmeler de yenilik ve değişimin en önemli kaynağını oluşturmaktadır (Miner, 1997:54). Drucker (1993) ekonomik ve sosyal hayatta en büyük kaynağın “satın alma gücü” olduğunu ileri sürmektedir. Bunu da yaratıcıların yenilikçi girişimci olduğunu belirtmektedir. Bu görüşünü açıklamak için ABD’deki çiftçilerin durumunu örnek göstermektedir. 19.yüzyılın başlarında ABD’deki çiftçilerin hemen hemen tümünün hiç satın alma gücü olmadığını ve dolayısıyla tarım aletleri ve makineleri alamadıklarını ifade etmektedir. Pazarda düzinelerce almak istedikleri hasat makineleri olmasına rağmen satın alma güçleri olmadığından alamıyorlardı. Bu durumu fark eden Cyrus McCormick adındaki bir hasat makineleri icatçısı, çiftçilerin satın almalarını kolaylaştıracak yeni bir satın alma yöntemi buldu. Bu yöntem çiftçilerin geçmişteki birikimleri yerine gelecekte elde edecekleri kazançları kullanarak bu makineleri almalarını sağlayan taksitli bir satın alma yöntemi idi. Bu sayede çiftçiler için bir “satın alma” gücü yaratılmış oldu. Drucker’a göre bu durum girişimcilikle yenilik yapma arasındaki ilişkiyi açık bir şekilde ortaya koymaktadır.

Girişimcilik değer yaratmaktır. Değer ise işlerin yeni yollarla ve daha iyi bir şekilde yapılmasıyla ancak yaratılabilir. Yenilik, yeni kaynaklar, yeni müşteriler, yeni pazarlar bulmak ya da var olan kaynak, müşteri ve pazarların yeni bileşimini oluşturmaktır. Bu nedenle girişimci açısından yenilik, hem yeni ve farklı değer ortaya çıkaran ürün ve pazarlama anlayışına sahip olarak fırsat yaratmak, hem de daha iyi ve farklı ürünler üreterek bu fırsatları değerlendirmek anlamına gelmektedir (Naktiyok, 2004:171)

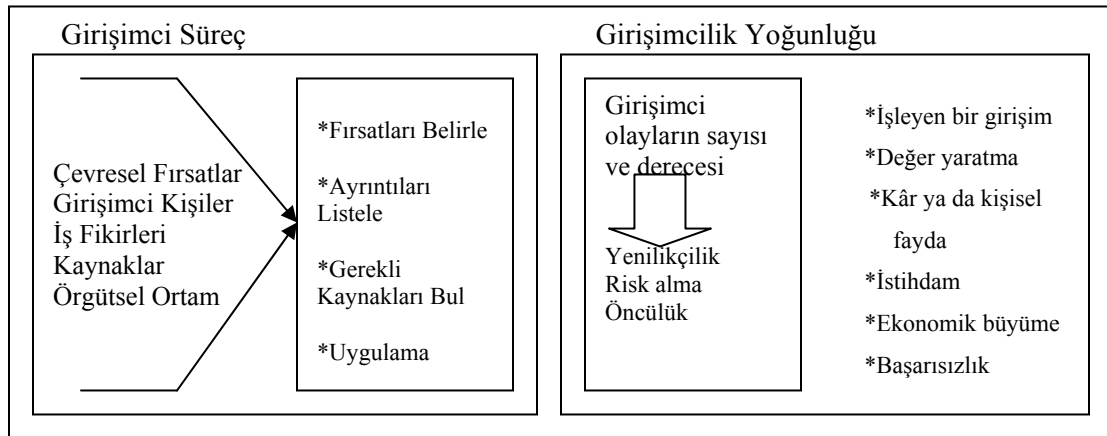
Ayrıca yenilik, girişimcinin fırsatları pazarlanabilir fikirlere dönüştürdüğü süreç olarak da ele alınmaktadır. Aslında her türlü yenilik, işletme fonksiyonlarını ve kaynak dağılımlarını etkileyebileceği ve iyileştirebileceği için önemli görülmektedir. Bunun yanı sıra, radikal yenilikler potansiyel olarak daha çok kazanç ya da toplumsal fayda getirecekleri için bu tür girişimcilik daha cazip olmaktadır. Bu nedenle, yeni teknolojiler geliştiren girişimcilik tercihi, tüm girişimcilik programlarında ön sırayı almaktadır. Yeni teknolojilere dayanan girişimciliğin üç unsurdan dolayı daha çok kazanç ve toplumsal fayda sağladığı ileri sürülmektedir. Bu üç unsur; yeni sektörlerin doğmasına yol açmaları,

yeni teknolojileri kullanan sektörlerde verimliliğin artması ve yeni teknolojilere dayalı sektörlerin daha hızlı büyümesi (Ağca, 2005a:48) olarak ifade edilmektedir.

C) GİRİŞİMSEL SÜREÇ

Piyasa ekonomisi içinde belirli riskleri göze alarak iş yaşamına girmeye hazırlanan girişimcilerin çeşitli aşamaları kapsayan bir süreçten geçtikleri bilinmektedir (İraz, 2005:195). Yeni bir girişim başlatma sürecinin somutlaştırıldığı ya da vücut bulduğu sürece girişimsel süreç denilmektedir (Hisrich ve Peters, 2002:39). Burada temel faaliyet fırsatların görülüp tanımlanması ve değerlendirilmesine imkân veren koşulların girişimci tarafından oluşturulması olmaktadır. Bir sorun çözme süreci olan yönetim pozisyonunda ise sorunun tanımlanması ve çözümüne ilişkin yöntemlerin belirlenerek, uygun yöntemin seçilmesi temel faaliyeti oluşturmaktadır. Dolayısıyla bu süreç girişimcinin meşgul olduğu alanı göstermektedir (Arıkan, 2002:27)

Şekil 1.2 Girişimcilik Sürecinde Girdi Çıktı Bileşenleri



Kaynak: Ürper, 2004: 10

Şekil 1.2.'de girişimcilik tanımındaki girdi-çıktı yaklaşımı, süreç perspektifi ve girişimciliğin değişken yapısı gösterilmektedir. Girdi bileşenleri, girişimcilik sürecinin kendisi üzerinde odaklanmakta ve bu sürece katkıda bulunan 5 ana unsur tanımlanmaktadır.

Bu unsurlardan ilki demografik bir değişim ya da yeni bir teknolojinin geliştirilmesi gibi girişimciye sunulan çevresel fırsatlardır. Yeni bir girişimi olgunlaştırmak ve uygulamaya koymak için gayret sarf eden, kişisel sorumluluk altına giren kişi yani bireysel girişimci ikinci unsur oluşturmaktadır. Girişimcinin fırsatları kullanarak toplumdaki belirli bir ihtiyacı karşılamak amacıyla bir iş fikri geliştirmesi ve çeşitli araştırmalar sonucunda onu uygulamaya koyması ise üçüncü unsur oluşturmaktadır. Dördüncü unsur ise, girişimcilik sürecinde anahtar rol üstlenen, girişim için gerekli olan finansal ve finansal olmayan kaynaklardır. Kaynakların bulunması ve ortaya çıkan iş fikrinin uygulanması çoğu zaman örgütsel bir yapı gerektirmektedir (Ürper, 2004: 9-10).

Şekil 1.2.'deki girişimcilik süreci çıktı bölümü ise, girişimcilik yoğunluğunu ifade etmektedir. Yani sürecin girişimcilik derecesi birbirinden farklı çok sayıda girişimcilik olayıyla sonuçlanması mümkündür. Yoğunluk derecesine göre nihai sonuçlar bir ya da daha çok girişimin , değerin, yeni ürün ve süreçlerin yaratılması ile kâr ve ekonomik büyümeyi kapsayabilir. Bununla birlikte sürecin ekonomik, psikolojik ve sosyal maliyetlerin yüksekliği nedeniyle başarısızlıkla sonuçlanması da mümkündür (İraz, 2005:204).

Girişimsel süreç girişimciliği yapılandıran faaliyetler ve koşulların kavramsal ya da düşünsel zeminini sağlamaktadır. Girişimciliğin genel biçimi içinde girişimsel süreç, daha çok ekonomik anlamda fırsatların görülüp tanımlanarak ya da teşhis edilerek kullanılması gibi temel aşamalardan oluşmaktadır (Saemundsson, 2003: 4). Daha geniş ve ayrıntılı bir bakış açısıyla bu süreci dört ya da beş belirgin aşamada ele almak da mümkün görülmektedir. Bu aşamalar (Morris ve Kuratko, 2002: 28; Hisrich ve Peters, 2002:39); (1) fırsatların belirlenmesi (tanımlanması) ve değerlemesi, (2) bir iş fikrinin ya da planının geliştirilmesi, (3) gerekli kaynakların sağlanması, (4) geliştirilen iş fikrinin ya da girişimin uygulanması ve yönetilmesi, aşamaları olarak ortaya konulmuştur.

Tablo1.1. Girişimsel Sürecin Aşamaları

1 Fırsatın tanımlanması ve değerlendirilmesi	2 Fırsatın Kullanılması		
	İş planının geliştirilmesi	Gereksinim duyulan kaynaklar	İşletmenin yönetilmesi
Fırsatın yaratılması ve büyüklüğü	Pazarın özellikleri ve büyüklüğü	Girişimcinin mevcut kaynakları	Yönetim tarzı ve yapısı
Fırsatın gerçek ve algılanan değeri	Pazarlama planı Üretim gereksinimleri	Kaynak boşlukları ve kullanım için hazır olanlar	Başarının kilit unsurları
Fırsatın getirdiği risk ve avantajlar	Finansal planlama ve gereksinimler	İhtiyaç duyulan kaynakların temini	Mevcut ve potansiyel problemlerin tanımı
Fırsat karşı kişisel beceriler ve hedefler	Organizasyon biçimi		Kontrol sistemlerinin yerleştirilmesi
Rekabet durumu	Pazara giriş stratejisi		

Kaynak: Hisrich ve Peters , 2002: 40.

Burada birinci aşama dışındaki aşamaların tümünü birden tanımlanan fırsatların işletilmesi ya da kullanılması sürecine dahil aşamalar olarak da ele almak mümkündür. Çünkü bunların tümü ortaya çıkan bir fırsatın değerlendirilmesi için atılması gereken adımları kapsamaktadır. Nitekim Bhave (1994) ve Bygrave (1994) de girişimsel sürecin genel olarak bir fırsatın görülmesiyle başlaması, daha sonra değerlemesinin yapılması ve kullanımına başlanması için gerekli kararın ve kaynakların sağlanmasıyla sonuçlandığını ifade etmişlerdir. Kısaca özetlemek gerekirse bu aşamaların herbiri birbiriyle bağlantılı aşamalar olarak bu süreçte yer almaktadırlar (Hisrich ve Peters, 2002:39).

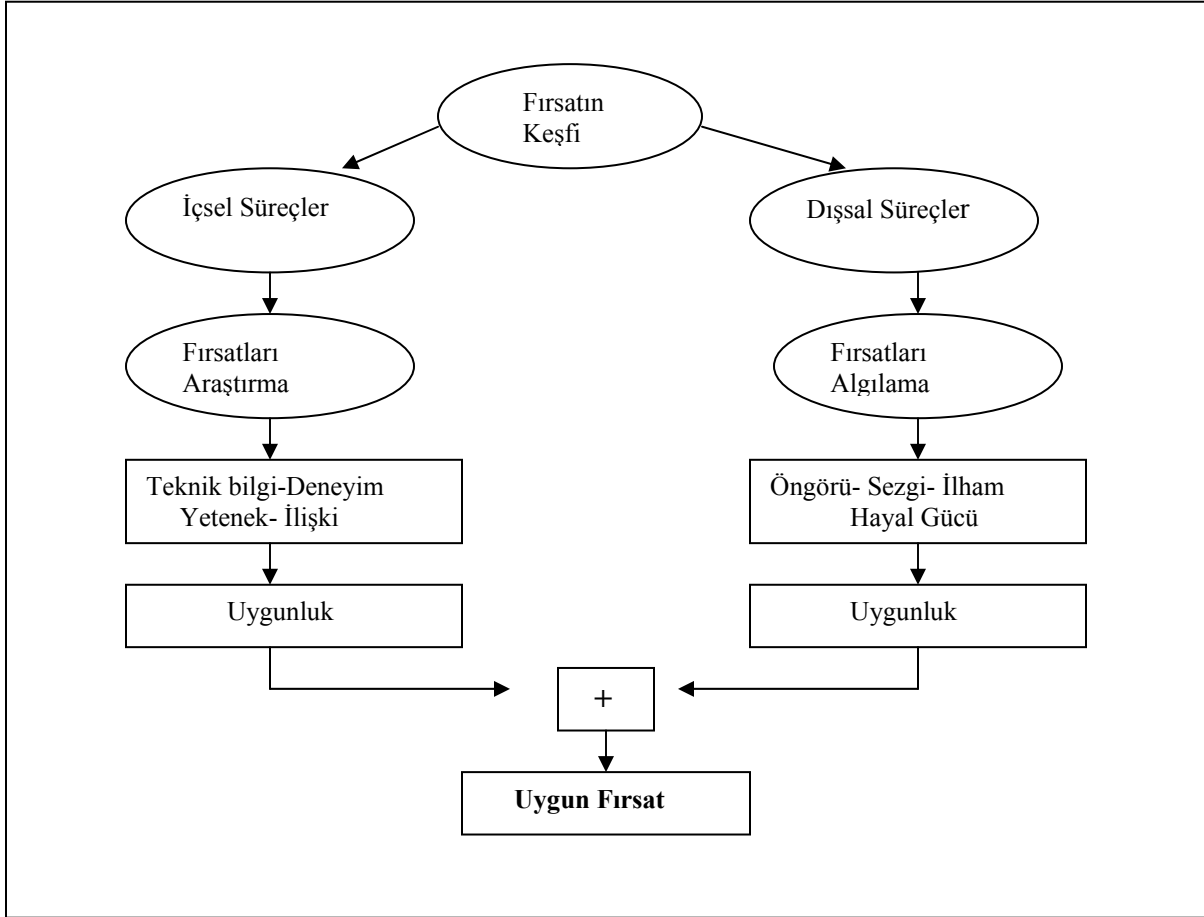
Fırsatın, girişimcilik açısından iki önemli süreçten geçtiği ifade edilmektedir. Bunlardan birincisi, fırsatın keşif yani fırsatın tanımlanması ve değerlendirilmesi süreci doğrudan girişimcinin yetenekleri ile ilgili olmakta, ikincisi fırsatın kullanılması diğer bir ifade ile işe dönüştürülme sürecidir. Bu süreç doğrudan girişimcinin kendisinin ve çevrenin sunduğu kaynaklarla ilgili olmaktadır (Bhave, 1994:232-242).

1. Fırsatın Tanımlanması Ve Değerlendirilmesi Süreci

Girişimcilik tanımlarından yola çıkılarak fırsatların girişimcilik sürecinde temel ve belirleyici bir role sahip oldukları sonucunu çıkarmak mümkündür. Öncelikle kısaca fırsat kavramına değinilmek istenildiğinde, literatürde az sayıda yazarın bunu tanımladığı görülmektedir. Stevenson ve Jarillo (1990) fırsat kavramını, mevcut durumdan farklı, başarılabilir ve arzu edilen bir gelecek durum olarak tanımlamaktadırlar. Fırsat kavramı işletme bağlamında Christensen, Madsen ve Peterson (1994) tarafından, (1) yeni bir teşebbüsün kurulması ya da (2) mevcut bir girişimin önemli bir şekilde iyileştirilmesi yoluyla kâr potansiyeli olan yeni bir imkân ya da durum olarak tanımlanmaktadır. Casson (1982) da fırsatı yeni mal, hizmet, hammadde ve organize metodun üretildiği ve üretim maliyetinden daha büyük bir bedele satıldığı durum olarak tanımlamaktadır. Fırsatın tanımlanması ve değerlemesinin yapılması oldukça zor bir iş olarak görülmektedir. Oldukça iyi iş fırsatları birdenbire ortaya çıkmazlar; aksine girişimcinin olası durumlara yönelik beklenti içinde olması ya da potansiyel fırsatları teşhis etmek için kurulan mekanizmaları kullanması neticesinde görülebilirler. Örneğin, girişimcinin her tanıtım toplantısında kendi ürünlerinin kullanıcılarına ürünün yeterli bir biçimde amaçlandığı gibi ihtiyaçlarını ve beklentilerini karşılayıp karşılamadığını sorması halinde bu girişimcinin daha iyi bir ürün üretmek ve satmak için bir fırsat aradığını söylemek mümkündür (Hisrich ve Peters, 2002:40).

Girişimcilerin bir kısmı fırsatı kendileri yaratırken, bir kısmı da ortaya çıkan fırsatı görüp hayata geçirmeye bakmakta, başka bir anlatımla fırsatı beklemektedir (Powell vd.,1996: 118). Fırsat yaratma ya da fırsatlar için pusuya yatma ya da tetikte bekleme, fırsat formülasyonunun bir başka yönünü oluşturmaktadır. Girişimciler potansiyel olarak kendi kendilerini istihdam ederlerken; buldukları çevrenin içine iyice yerleşerek ve özellikle tek başına gerçekleştiremedikleri ya da sağlayamadıkları yenilikleri, AR-GE laboratuvarlarının, üniversitelerin, müşterilerin, tedarikçilerin, rakiplerin ve rekabetin arasında kesişen ve yaygın şekilde bulunan fırsat kaynaklarının merkezinde ve çevresindeki fırsatları gözlemlemektedirler. Amaç, bu merkezi konumda bir değer yaratmak ve fırsat yakalamaktır (Baron ve Markman, 2000:8)

Şekil 1.3. Fırsatı Tanıma Süreci



Kaynak: Bhave, 1994:232-242.

Fırsatı tanıma süreci şekil 1.3’de görüldüğü gibi içsel süreçler ve dışsal süreçler olarak iki bölümde açıklanmaktadır. İçsel fırsatı tanıma süreci daha çok mevcut ve potansiyel sorunlara çözüm bulmaya ve problem çözmeye odaklanmaktadır. Problemin çözümü özünde bir dizi fırsatı da beraberinde sunmaktadır. Problem çözümünde farklı girişimcilik yetenekleri söz konusu olmaktadır. Örneğin problem çözümüyle yakalanacak fırsatlar için öncelikle problemi çözecek özel teknik bilgi gerekmektedir. Sonra uygun deneyim, özel beceri, analitik yetenekler, güçlü ilişki geliştirme ve iletişim gerekmektedir (Cyert ve March, 1963:139).

Dışsal fırsatı tanıma süreci ise çevrede ortaya çıkan fırsatı doğru bir şekilde algılayıp kavramaktır. Fırsat tümüyle bir algılama ve kavrama biçiminde keşfedilmektedir. Dışsal fırsatı tanıma sürecinde de farklı yeteneklere gereksinim duyulmaktadır. Bu yetenekler hayal gücü, öngörü, ilham, vizyon, sezgi gibi yeteneklerdir. Bunlara ek olarak fırsatı teşvik edici süreçler de önem taşımaktadır. Her iki süreç sonunda yakalanan fırsat önce bir girişime geçme arzusu yaratmakta, sonra uygun ve güçlü bir girişim fikri oluşturmaktadır (Goldfre, 1993:51).

Sonuçta her iki sürecin bitiminde ya da bazen biri diğerinin içine de geçebilen karma bir sürecin sonucunda fırsatın uygunluğu tartılmaktadır. Fırsat uygun ise tanımlanarak, fırsatın güçlü ve zayıf yönleri tespit edilerek yeniden tanımlanmaktadır. Daha sonra girişime dönüşmesi için formüle edilmektedir (Top, 2006:295).

2. Fırsatın Kullanılması Süreci

Fırsatın tanımlanması ve değerlendirilmesi sürecinden sonra fırsatın kullanım süreci başlamaktadır. Uygun fırsatlar olduğu yerde kalırsa sadece fırsattır. Eğer işe dönüştürülebilirse o zaman girişim olmaktadır. Her fırsatın bir işe dönüştürülmesi mümkün olmayabilir. Ancak işe dönüşebilen her fırsatın bir ürün hizmet boyutu, bir organizasyon-yönetim boyutu, bir pazar-satış boyutu bulunmaktadır (Top, 2006:296-297). İş yaratmanın, istihdam yaratma, ekonomik büyüme ve yenilikler üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğu bilinmektedir (Gerber, 2003: 140-142).

Yeni iş kurmaya yönelik iyi fikirlerin pek çoğu açıkların görülmesi ile ortaya çıkmaktadır. Açıklar, insanların beklentileri ve istekleri ile gerçekte elde ettikleri arasındaki fark olarak ifade edilmektedir. Bu nedenle, yeni iş kurma fikrinin ilk adımını pazarda var olan açıkların düşünülmesi ve bu açıkların nasıl kapatılabileceğinin araştırılması oluşturmaktadır. Girişimci olabilmek için sadece fırsatları izleyerek, bunları değerlendirmek yeterli değildir. Girişimcilerin özelliklerinde de ifade edildiği gibi, girişimciler yaratıcı ve yenilikçi bir yapıya sahiptirler. Zira fırsatlar da bu yapının sonucunda ortaya çıkmaktadırlar. Yenilikçi yapı her zaman “girişimcinin yeni bir uygulama bulması” anlamına gelmemektedir (İraz, 2005: 196).

Yeni uygulamaların başlatılabilmesi için, bazı durumlarda eski fikirlere farklı bir pencereden bakabilmek de yeterli olmaktadır. Örneğin, günümüzde bilgisayar ya da yazılım şirketlerinin birçoğu mevcut teknoloji üzerinde çok az değişiklik yaparak kullanıcılara yeni çözüm yolları sunmaktadırlar. Kimi durumlarda ise, çevresel değişimleri algılayamayan ya da algılamaya isteksiz olan birey ya da işletmeler önlerine çıkan fırsatları görememekte ve hatta bazen probleme çevirmektedirler. Girişimci düşünce yapısında dışsal baskılar fırsatların yaratılmasını zorunlu kılmaktadır. Dışarıdan gelen bu baskıları aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Ürper, 2004:9):

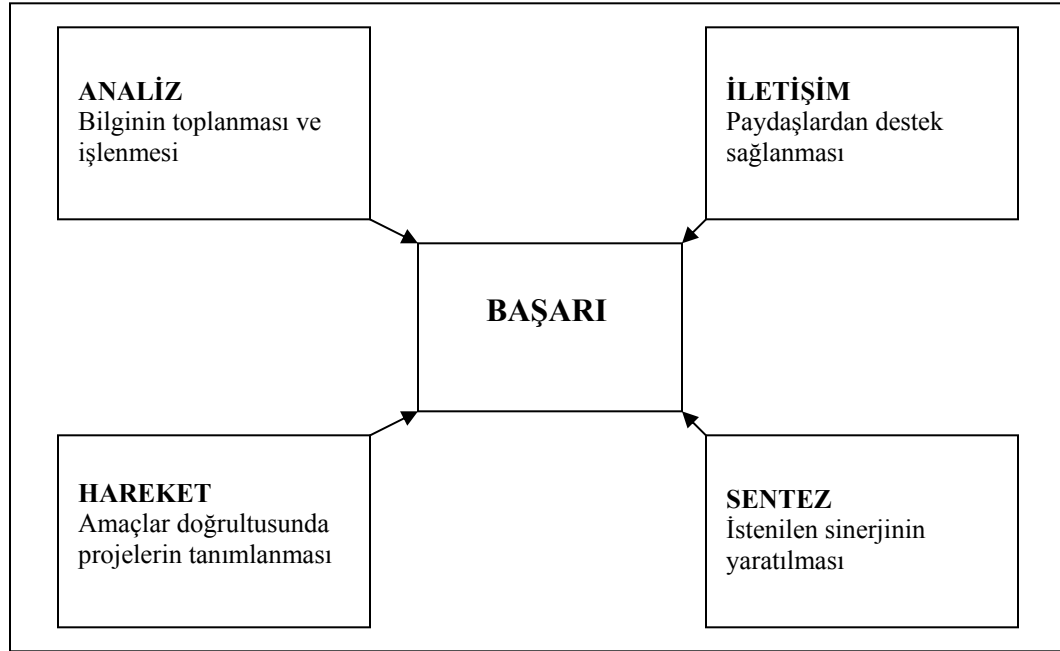
- Teknolojik gelişmeler
- Tüketicilerin yeni ürün ve hizmetler için para ödeme isteği ve ödeme gücünü değiştiren tüketim ekonomisi
- Yeni tarzlar ve yaşam standartlarını tanımlayan sosyal değerler ya daihtiyaçlar
- Rekabeti etkileyen siyasi faaliyetler ve düzenleyici kurallar
- Performans kriterleri
- Planlama dönemleri

Fırsatların belirlenmesi (tanımlanması) ve değerlemesi sürecinin ardından gelen fırsatın kullanılması sürecinde; bir iş fikrinin ya da planının geliştirilmesi, gerekli kaynakların sağlanması, geliştirilen iş fikrinin ya da girişimin uygulanması ve yönetilmesi, aşamaları aşağıda alt başlıklar altında açıklanmaktadır.

a) İş Planının Geliştirilmesi

İş planı mevcut bir işletmenin ya da yeni girişimin gelişiminde, işletmenin stratejik analiziyle başlayan bütünleşik bir süreci ifade etmektedir. Oluşturulan bu plan, işletmenin belirlenmiş amaçlarını göz önüne alarak, mevcut kaynakların, işletme çevresinin, stratejik gelişmelerin ve olası durumların değerlendirilmesine olanak tanımaktadır (Beaver, 2002: 112). Şekil 1-4 işletmeler açısından, iş planının yararlarını ve üstlenmiş olduğu rolü göstermektedir.

Şekil 1.4. İş Planının Yararları ve Üstlenmiş Olduğu Roller



Tablo: Beaver, 2002: 112.

İş planı girişimcinin yapmayı düşündüğü çalışmalara ilişkin bir dizi yönetsel karar içermektedir (Gunn vd., 1993: 15-17). Aslında hazırlanan bu plan, girişimcinin özelliklerini ve hedeflerini, işletmenin geçmiş ve mevcut dönem özelliklerini, gelecekte beklenenlerini, işletme yapısı ve ortaklarını, ulaşmak istediği müşteri kitlesini, hedeflediği piyasaların özelliklerini, hedef müşteriye ulaşmak için uygulayacağı satış ve pazarlama politikalarını, üretmeyi planladığı yeni ürün ve hizmetleri, üretim için iş süreçlerini, işletmenin faaliyetlerini sürdürebilmesi için gerekli olan idari süreçleri ve örgütlenmeyi, işletmenin tahmini üretim ve satış planlarını, işletmenin finansal hareketlerini, finansal kârlılığını, karşı karşıya kaldığı risk ve fırsatları gösteren bir bildiridir (İraz, 2005: 197-198). Başka bir anlatımla iş planı, girişimcinin niyet ve iradesini açıkça gösteren, içinde bir dizi sürecin yazılı olduğu metindir.

İş planında amaçlanan; hitap edilen kişilerin, girişimcinin kendisi de dahil olmak üzere, duygu ve düşüncelerinin harekete geçirilmesi, onlara heyecan verilerek, motive edilmeleridir. Burada mantık sahneyi hazırlama, fırsatı anlaşılır bir tutarlılıkta tanımlama, çarpıcı çelişkileri ortaya koyma, karşı karşıya olunan meydan okumaları belirleme ve ikna etmedir (Show vd, 2002: 62). Girişimcilik niyetlerini somut olarak ifade eden kişilerin, işe başlamadan önce zihinlerinde tasarladıkları işi somut olarak kağıda dökerek yazılı hale getirmeleri gerekmektedir. Girişimci kendi projesi ile çevrenin de ilgilenmesini istiyorsa yine yazılı hale getirmelidir. Bu sayede girişimcilerin kendileri, çevreleri, aileleri, dostları ve iş dünyası için gerçekte zihinde olup da somut olarak görülemeyen ya da atlanan önemli menfaat ve çıkar noktalarının yakalanması mümkün olacaktır (Top, 2006:307).

Tanımlanan fırsatı kullanmak ya da işletmek için iyi bir iş planının geliştirilmesi gerekmektedir. Girişimsel sürecin en zor aşaması kuşkusuz bu aşamadır. İyi bir iş planı, fırsatın kullanılması için gerekli kaynakların kararlaştırılması, elde edilmesi ve başarılı bir biçimde girişimin yönetilmesi için önem taşımaktadır. Diğer taraftan bu planda başlatılan girişimin ve içinde bulunulan sektörün analizinin yapılarak tanımlanmasının yanı sıra üretim, pazarlama, örgütsel, finansal ve muhtemel riskler bakımından da planların yapılması önem arz etmektedir (Hisrich ve Peters, 2002:42). Ayrıca iş planları işe yeni başlayan girişimcilerin kendi kendilerini değerlendirmelerinde onlara yardımcı olmaktadır.

b) Gereksinim Duyulan Kaynaklar

Girişim süreci içerisinde en önemli gereksinimlerden birisi de kaynaklardır. Kaynak, insanların bilgi, beceri ve çabalarını ortaya koyabilmelerinin yanı sıra üretim için gerekli olan bina, makine, araç ve üretim ekipmanları gibi fiziki gereksinimleri elde edilebilmeleri için gereken paradır. Bunun yanı sıra kaynak, marka isimleri, kuruluşun şöhreti ve müşterilerin iyiliği için ihtiyaç duyulan gereksinimleri de içermektedir. Bu kaynaklar sayesinde yatırımlar yapılır. Girişimcinin anahtar görevlerinden birisi de yatırımcıları yöneldiği işe çekerek, bu işin gelişebilmesi için kârlı ve girişken bir şekilde kaynak bulmaya eğilmektir. (Wickham,2001: 39).

Pek çok makalede kaynak sağlama zemini oluşturmanın girişimi sonuçlandırmak için önemli bir süreç olduğu belirtilmektedir. Brush, Grene, Hart ve Haller (2001) kaynak sağlama zemini oluşturmak için basit bir model önermektedirler. Modele göre işletme mutlaka gerekli kaynakları bir araya getirmelidir. Başka bir anlatımla, öncelikle iş ya da girişim fikri temelinde gereksinim duyulan kaynakların ve bu kaynakların potansiyel sağlayıcılarının belirlenmesi gerekmektedir. İkinci olarak, işletmenin gerekli kaynakları elde etmek için değişim sürecine girişmesi zorunlu olmaktadır. Girişimcileri kaynakları organize ve koordine eden bireyler olarak kabul edersek, bu aşamada sosyal ağların varlığı oldukça önem taşımaktadır. Üçüncü aşama, girişim fikrini pazarlanabilir bir ürün ya da hizmete dönüştürmeyi kolaylaştırmak üzere gerekli kaynakların bir araya getirilmesidir.

c) Örgütsel Yapının Oluşturulması

Kaynaklar elde edildikten sonra girişimci iş planını uygulayarak kaynakları yönetmektedir. Bu aşamada büyümeye başlayan girişimin operasyonel sorunlarının incelenmesi gerekmektedir. Bu durum başarı için anahtar konumdaki değişkenleri belirlemenin yanında yönetim biçimi ve yapısıyla ilgili uygulamayı da kapsamaktadır. Herhangi bir sorunun anında görülmesini sağlayacak iyi bir denetim sisteminin kurulması da ayrı bir önem taşımaktadır. Bazı girişimciler kurmuş oldukları girişimi yönetmede ve geliştirmede bazı güçlüklerle karşılaşmaktadırlar. Bu durum girişimsel ve yönetsel karar verme süreçleri arasındaki farktan kaynaklanmaktadır (Hisrich ve Peters, 2002:42).

Girişimciler, sıkıcı bir örgütsel yapı ve bürokrasiden hoşlanmazlar. İşe başlamadan önce örgütsel yapının tespit edilmesi; tutulması gereken zorunlu defterler, vergiler, diğer hukuki sorumluluklar gibi konular yönünden oldukça önem taşımaktadır. Ancak, işletmenin, ticaret kanununda yer alan şirket türlerinden hangisi olarak kurulacağı tamimiyle girişimciye ait bir karar olmaktadır (İraz, 2005: 203). Ayrıca işletmenin adı, tescil, patent, kullanma hakkı ve sosyal güvenlik gibi ayrıntıların da bu süreçte düşünülmesi gerekmektedir.

Bilgi çağının girişimci örgütleri aynı zamanda entelektüel bir örgütsel kimliğin teminini gerekli kılmaktadır. Entelektüel örgütü; “bilgi, beceri ve Know-how dağarcığını sürekli olarak yenileyebilen, elemanlarının öğrenme sürecini kolaylaştırabilen bir örgüt”

olarak tanımlamak mümkündür. Entelektüel örgüt, pazar ve değişimler karşısında esnek, teknolojik donanım ve üretim gücüne sahip, bilginin örgüt içerisinde üretildiği, denetlendiği ve paylaştırıldığı, öğrenmeyi yaşam ve çalışma biçimi olarak benimsemiş örgütsel bir tasarımdır. Girişimci örgüt aktif, yenilikçi, müşteri tutkusunu kazanmış, örgütsel vizyon-misyon konusunda stratejisini yönlendirebilme ve uygulama düşüncesini diri tutabilen, fırsat-örgüt, fırsat-kaynak ve kaynak-örgüt uyumunu gerçekleştirebilen bir yapılanmayı gerekli kılmaktadır (Yeniçeri ve İnce, 2005:453-455).

D) GİRİŞİMCİLİĞİN TARİHSEL GELİŞİMİ

İlk kez 18. yüzyılın başlarında İrlandalı ekonomist Richard Cantillon tarafından girişimci, henüz belirginleşmemiş bir bedelle satmak üzere üretim girdilerini ve hizmetlerini bugünden satın alan, üreten kişi olarak tanımlanmıştır. Bu tanımda girişimcinin risk üstlenme özelliği vurgulanmıştır (Çetin, 1996:29). Zaman içerisindeki ekonomik gelişim sürecine paralel olarak girişimci tanımına yeni nitelikler ilave edilmiştir. Ekonomi profesörü Jean Baptise Say girişimcinin risk üstlenmenin yanı sıra üretim faktörlerini örgütleme ve yönetme niteliğini de taşıması gerektiğini ifade etmiştir (Akmüt vd., 2003:430). Bu tanımla girişimci emek, sermaye ve tabiat faktörlerine ek olarak dördüncü üretim faktörü olarak kabul edilmektedir.

Joseph A Schumpeter girişimcinin yenilikçi ve dinamik olma özelliğini vurgulayarak, çalışmalarında girişimciliği; yenilik yaratma ve teknolojik buluşlar ile açıklamış yeni ürünler, yeni hizmetler, yeni süreçler, yeni arz kaynakları ve yeni pazarların oluşumu için yeni kaynakların yaratılması gibi konulara önem vermiştir. Schumpeter'in penceresinden bakıldığında girişimciyi, toplumda değişimi yaratacak birey ya da kurumlar olarak görmek mümkündür. 1970'li yılların sonu ve 1980'li yılların başlarında bir kısım yazar girişimcilikle ilgili olarak yaptıkları çalışmada girişimciyi yöneticiden ve toplumdan farklı kılan davranış ve özellikleri konusunda çalışmış, bir kısım yazar ise girişimciliğin istihdam yaratma etkisi üzerinde yoğunlaşmışlardır (Ürper, 2004: 4). Hisrich, girişimcilik teorisinin ve girişimci teriminin zaman içerisinde yüklendiği rolü, Tablo 2'de özetlemiştir.

Tablo 1.2. Girişimcilik Teorisinin 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: Hisrich ve Peters, 2002: 7.

Hisrich'e göre, girişimci kavramı tarihsel gelişim süresince farklı anlamları yüklenmiştir. Örneğin, ilk çağlarda girişimci, Uzak Doğu'yla ticaret ilişkisinde bulunan kişi olarak görülüyordu. Girişimciye gereken destek ise, kapitalistler tarafından temin ediliyordu. Girişimci, ticarete etkin rol üstlenerek araştırıyor, talep edilen malları ve talepte bulunan pazarları buluyordu. Fiziksel ve duygusal nitelikli riskleri yükleniyordu. Ancak ticaret tamamlandığında, kârın %75'inden fazlasını kapitalist alıyordu. Orta çağlarda ise girişimci üretimi planlayan kişi rolünü üstleniyordu. Aynı zamanda, gerek halkla gerekse hükümetle olan parasal ilişkileri düzenliyordu. Risk üstlenen kişi girişimci değildi. Bu dönemde girişimci, üretim değerlerini artırmak amacıyla kaynakları bir araya getiren kişi olarak tanımlanmıştır (Yurtsever vd., 2006:2).

17. yüzyılda risk alma ve girişimci arasındaki bağ kurulmaya başlamıştır. girişimciler, hükümetle iş sözleşmeleri yaparak, kâr ve zararını kendileri yüklenmekteydi. Bu sözleşmelerde girişimci, çiftçiden, sanatçıdan ve diğer mal sahiplerinden sabit fiyattan

mal satın alarak, piyasa koşullarına göre malı satardı. Bu belirsizlik, girişimcinin risk almasına neden olmaktadır (Kuratko ve Hodgets, 1995:6). Sözleşmede yer alan fiyat sabit olduğu için, oluşan kâr ya da zarar girişimciye ait olmaktadır.

18.yüzyılda sermaye sahibi kişi, sermaye ihtiyacı olan kişiden farklı hale gelmiştir. Diğer bir ifade ile girişimci sermaye tedarikçisinden ayrılmıştır. Bu farklılaşmanın nedenlerinden birisi, dünya genelindeki sanayileşmedir. Bu zaman dilimi süresince geliştirilen icatlar, değişen dünyanın birer yansıması olmuşlardır. Eli Whitney ve Thomas Edison'un icatları bu durumun örnekleridir. Hem Whitney hem de Edison yeni teknolojiler geliştirmekte ancak icatlarını finanse edememektedirler. Whitney çırçır makinesini kamu kaynaklarıyla finanse ederken, Edison, elektrik ve kimya alanında deneyler yapmak için, özel sektörden sermaye temin etmiştir. Hem Whitney hem de Edison sermaye kullanıcılarıydılar (girişimci) . (Hisrich ve Peters, 2002: 8). Bu yüzyılda buluş sahipleri, buluşlarını pazarlamak için kapital bulmak zorunda kalmışlardır.

19. ve 20. yüzyılda, girişimci ve yönetici ayrımı yapılmayarak ekonomik yönden değerlendirilmiştir. Ekonomistlere göre girişimci, kişisel kazanç için işyerini düzenleyerek çalıştıran kişidir. Kâr elde etmek için işgücü, malzeme ve girdileri bir araya getirerek bunların maliyetini öder. Bu değerleri birleştirip, organize ederek piyasaya sunar. Satışından gerçekleşebilecek olan kâr ya da zararı üstlenir. 20. yüzyılın ortasında ise girişimci ile icatçı birlikte değerlendirilmeye başlamıştır. Girişimci yeni ürün üreten yada var olan ürünü piyasaya yeni biçimde sunan, yeni malzeme bulan yada yeniden düzenleyen kişi olarak değerlendirilmiştir. İcatçı kavramının girişimciyle ilişkilendirilmesi, girişimciye oldukça ağır görevler yüklemiştir (Yurtsever vd., 2006:2). Girişimcinin sadece bir yenilik yaratmakla kalmayıp, aynı zamanda piyasayı ve değişen çevresel koşulları değerlendirmesi gerekmektedir.

Marc Casson, 1982 yılında yazdığı *The Entrepreneur: An Economy Theory* adlı eserinde girişimciyi kıt kaynakların koordinasyonunda yargısal kararlar verme konusunda uzmanlaşmış kişi olarak tanımlamakta ve yargısal kararların çok önemli olduğunu ifade etmektedir. Bu tür kararlarda aynı amaçları paylaşan ve benzer koşullar altında yaşayan farklı insanların, farklı kararlar vermesi beklenmektedir. Farklı kararların verilmesinin

nedeni ise bu kişilerin farklı bilgilere sahip olması ya da farklı algılamalarının olmasından kaynaklanmaktadır (Arıkan, 2002: 11-12).

Gifford Pinchot ise, iç girişimcilik kavramını tanımlayarak girişimcilik literatürüne farklı bir boyut kazandırmıştır. En genel tanımıyla iç girişimci; mevcut bir örgüt içindeki girişimciliği ifade etmek için kullanılan bir kavram olmaktadır (Antoncic ve Hisrich, 2001:495-496).

Nasıl tanımlanmış ve kullanılmış olursa olsun, girişimsel işlevin pazar ekonomisinin hayati önem taşıyan bir parçası olduğu yönünde yaygın bir görüş bulunmaktadır. Drucker'ın da ifade ettiği gibi "Her ekonomist bilir ki, girişimci ekonomi için önemlidir ve belirleyicidir"(Batstone ve Pheby, 1996:35). Ancak günümüz işletmelerinin ekonomik sistemde faaliyete geçebilmeleri ve faaliyetlerini sürdürebilmeleri için bilgi çağının gerektirdiği donanımına sahip girişimcilere ihtiyacı bulunmaktadır. Gençler arasında girişimcilik ve iş adamlığının bir meslek olarak tercih edilmesi, lisan bilen, iyi eğitilmiş, zeki, genç üniversite mezunlarının kendi işlerini kurmayı ciddi olarak düşünmeleri, girişimcilik geleceğinin ümit verici olduğunu göstermektedir.

E) TÜRKİYE'DE GİRİŞİMCİLİĞİN GELİŞİMİ

Konu bin yıllık bir süreç içerisinde değerlendirildiğinde, Türk'lerin Orta Asya'dan gelip Anadolu'ya yerleştikleri, göçebe toplumundan yerleşik toplum düzenine geçmeleri ile birlikte ticaret ve özellikle zanaatkârlık konularında aktif oldukları bilinmektedir. Dolayısıyla Selçuklular döneminde ve Osmanlıların kuruluş döneminde bir esnaf-zanaatkâr örgütü olan Ahilik teşkilatının oldukça etkin ve başarılı oldukları görülmüştür (Akmüt vd., 2003: 435). Ancak Osmanlı İmparatorluğu döneminde, imparatorluğu oluşturan topluluklar arasında adeta bir işbölümüne gidilerek Türkler ticaret işleri dışında bırakılmıştır. Osmanlı İmparatorluğu döneminde Türkler, askerlik, ulemalık, bürokratik, hayvancılık ve tarıma yönlendirilmiş, ticaret işini ise Rumlar, Yahudiler ve Ermeniler üstlenmiştir. Sonuçta Türk toplumu yedi sekiz nesli içeren uzun yıllar boyunca ticaretin dışında bırakılmış ve Türk toplumunda istenilen derecede bir ticaret altyapısı oluşturulamamıştır. Türk'ten iş adamı ve tüccar yapma gayreti, Osmanlı İmparatorluğu'nun son dönemlerinde ve ardından kurulan

yeni Türkiye Cumhuriyeti'nde önem kazanmıştır. Yeni Türkiye Cumhuriyeti'nin ekonomik alandaki başlıca stratejilerinden birini oluşturan bu gayreti, 1930'lu yıllara kadar, yani 1929 Dünya Ekonomik Krizi ile klasik piyasa ekonomisine güvenin son bulması ve devletçi paradigmalara ağırlık kazanmaya başlamasına kadar devam etmiştir (Müftüoğlu ve Durukan, 2004:9-10).

Cumhuriyet döneminde girişimcilik, henüz Cumhuriyet ilan edilmeden 9 ay önce Şubat 1923'de Atatürk'ün önderliğinde İzmir'de 1.İktisat Kongresi'nin toplanması ve Türkiye'de ekonomik gelişme ve kalkınmanın girişimcilikle sağlanabileceğini ifade etmesi ile başlamıştır (Tekin, 14: 1999). Türkiye Cumhuriyeti döneminde girişimciliğin gelişimi ve girişimciliği etkileyen faktörleri Tablo 3'de görüldüğü üzere, beş ayrı bölümde incelemek mümkündür:

Tablo 1.3. Türkiye Cumhuriyeti Döneminde Ekonomik Yapılanmalar

1923-1930	Ulusal ekonominin kurulması
1930-1950	Devletçilik dönemi
1950-1970	Liberal ekonomi ve planlı dönem
1970-1980	İthal ikamesi dönemi
1980 ve sonrası	Dışa açık büyüme

Kaynak: TÜGİAD, 21-22: 1993

1923-1930 Ulusal ekonominin kurulması; bu dönemde yabancıların farklı alanlardaki hakimiyetlerine son verilmeye çalışılarak, Türk'ten iş adamı ve tüccar yapma, yani girişimciliği teşvik etmek amacıyla bir dizi önlem alınmıştır. Ancak, bu konudaki bazı yetersizlikler ve savaşın etkilerinin devam etmesi nedeniyle, önemli bir gelişme sağlanamamıştır (TÜGİAD, 21: 1993) .

1930-1950 Devletçilik dönemi; özel sektörün yetersiz olduğu alanlarda devletin yatırım yapmasını öngören devletçilik politikası uygulanmaya başlanarak, özel sektörün gelişmesi için de bir dizi önlem alınarak, Beş Yıllık Sanayi Planları da bu dönemde hazırlanmıştır. Bir taraftan sermaye ve nitelikli işgücü eksikliği, bir taraftan uluslararası arenanın durumu- 1930 Bunalımı, II.Dünya Savaşı- girişimciliğin gelişiminin istenilen düzeyde yaşanmasını önlemiştir (Tutar ve Küçük, 2003:169) .

1950-1970 Liberal ekonomi ve planlı dönem; ekonomide liberalleşme ve planlı ekonomiye geçiş dönemi olarak adlandırılabilir. 1950’li yıllarda ekonomide liberalleşme eğilimleri ön plana çıkmıştır. Tarıma ağırlık verilmesi, altyapı yatırımlarının artışı ve en önemlisi özel girişimin sanayideki payının yüzde 70’lere yükselmesi dönemin dikkat çeken özellikleri olmuştur. 1960’lı yıllar planlı ekonomiye geçiş yılları olmuştur. Bu dönemde iki adet Beş Yıllık Kalkınma Planı hazırlanmış ve uygulamaya konulmuştur. Devletçilik ilkesinin etkileri sürmesine rağmen, planlı dönemde özel sektöre ağırlık verilmiş ve özel sektör yatırımlarının artış gösterdiği gözlemlenmiştir (Müftüoğlu ve Durukan, 2004:11; TÜGİAD, 22: 1993).

1970-1980 İthal ikamesi dönemi; ithal ikamesi politikası giderek önem kazanarak, özel sektör girişimciliği ve sanayileşme eğilimleri de hız kazanmıştır. Kıbrıs harekâtı ve yaşanan petrol şokları, dönemi etkileyen belli başlı olaylardır(Akmut vd, 2003; 435; TÜGİAD, 22: 1993).

1980 ve sonrası dışa açık büyüme; dışa açık büyüme modeli benimsenerek, ithal ikamesi döneminin terk edildiği dönemdir. Uluslararası ilişkilerin gelişmesi paralelinde, bazı sektörlerde özellikle hizmet sektöründe, girişimciliğin hız kazanmasına rağmen, sanayi alanında gelişme önceki döneme kıyasla yavaşlamıştır (Tekin, 1999:15).

Girişimcilik konusunda özellikle 1980 yılından itibaren Türkiye’de önemli gelişmeler kaydedilmiştir. Bu gelişmede 24 Ocak 1980 kararlarıyla uygulamaya konulan ekonomik gelişme konusundaki strateji değişikliği önemli bir yer tutmaktadır. İthal ikamesine yönelik kalkınma stratejisi terk edilerek serbest piyasa ekonomisi çerçevesinde ihracata yönelik kalkınma stratejisine geçilmiştir. Bu strateji değişikliğine paralel olarak serbest piyasa ekonomisi sistemini ve bu sistemin en önemli aktörleri olan girişimciliği destekleme politikaları devreye sokulmuştur (Arıkan, 2002:16). Serbest piyasa ekonomisi uygulaması, girişimcilerin dünyaya açılmalarına fırsat tanımıştır. Dolayısıyla Türkiye, ekonomik anlamda dünya pazarlarıyla uyum konusunda önemli gelişmeler elde etmiştir. Ayrıca bu dönemde girişimci görünüşünde de önemli gelişmeler elde edilmiştir. Dolayısıyla, piyasaya yeni ve güçlü girişimler çıkmıştır. Anadolu kaplanları olarak adlandırılan ve hemen hemen Anadolu’nun her ilinde ortaya çıkan çok sayıda başarılı

girişimciler örneğinde olduğu gibi. Ekonomide önemli bir kriz dönemi olan 5 Nisan 1994 krizi bu gelişmeler sayesinde başarıyla atlatılmıştır. 1998 yılında Asya'da başlayan ve Rusya'da devam eden ve dünyanın hemen hemen bütün bölgelerinde etkili olan ekonomik kriz ve durgunluk Türk ekonomisini de önemli ölçüde etkilemiştir (Tekin, 15-16: 1999). Ancak girişimci ruha sahip Türk insanı kriz döneminde de yaşanan sorunları fırsata çevirebilmeyi başarmıştır. Ve bir çok işletme krizlerden güçlenerek çıkabilmiştir.

Bilgi toplumunun oluşturduğu yirmi birinci yüzyılda, Türkiye'nin kendi bilgi ve teknolojisini ürettiği ve yurt dışında üretim yaptığı yeni bir döneme girilmiştir. İşletmelerin varlığını sürdürebilmeleri ve dünya pazarlarında söz sahibi olabilmeleri için, uluslar arası rakiplerle hem yurt içinde, hem de yurt dışında rekabet etmeleri gerekmektedir. Sermaye hareketlerinin hız kazandığı günümüz koşullarında, daha düşük maliyetle üretim yapan bir adım öne geçmektedir. Bu nedenle kârlılık ve avantajın bulunduğu yerde olmak, rakiplerin önüne geçmenin ve varlığını sürdürmenin temeli olmuştur (Dikbaş, 61:2005).

Bilgiye ulaşmanın hız kazandığı yirmi birinci yüzyıl bilgi çağında, Türk insanının sahip olduğu, hırs, yüreklilik, yeniliğe karşı uyum gibi girişimcilik açısından oldukça önemli olan bu özellikler, eğitim ve bilgi açığının da kapatılmasıyla girişimcilik konusunda büyük adımlar atılmasına imkân tanıyabilecektir. Yüksek oranda bulunan girişimcilik potansiyelinin henüz çok dar bir bölümü kullanılmaktadır. Ayrıca kadın girişimci potansiyelinin de sisteme dahil edilmesi ile girişimcilik konusunda adımların hızlanması gerçekleşebilecektir. Dolayısıyla ülke refahı ve kalkınması sağlanmış olabilecektir.

F) GİRİŞİMCİLİĞE ETKİ EDEN FAKTÖRLER

Bireylerin yaşamlarının farklı dönemlerinde, farklı gereksinimleri olmakta ve bunlardan etkilenmektedirler. Çocukluktan başlayan bu süreç, çeşitli faktörlerin etkisiyle bireyin girişimcilik potansiyelini dışa vurmasını sağlayabilir. Dolayısıyla bireyleri çocukluk dönemlerinden itibaren, girişimci olmaya yönlendiren bir takım faktörler bulunmaktadır. Aile, alınan eğitim, psikolojik özellikler, içinde bulunulan toplumsal çevre ve devletin değer yargılarını girişimciliğe etki eden faktörler arasında saymak mümkündür.

1. Aile

Bireyin sosyalleşme süreci ailede başlamakta ve sonraki hayatında da yetiştiği aile ortamının etkisi önemli bir yer tutmaktadır. Çocukluk döneminde edinilen deneyimlerin bireyin kariyer seçiminde etkisi bulunmaktadır. Ailenin bireyin kariyer seçiminde en etkili olduğu alanlardan birisi, ailenin sosyal yapı içindeki yeridir. Sosyal yapı içindeki yer, ailenin çocuklarını yetiştirmeleri ve onları geleceğe hazırlamalarında gerekli olan finansal kaynaklara ulaşma derecelerini de belirlemektedir. Diğer taraftan ailenin değer yönelimi, çocuk yetiştirme biçimi, çocuk sayısı, ana-babanın otoriter ya da eşitlikçi olmaları gibi unsurlar da çocukların sosyalizasyon sürecini dolayısıyla sonraki yaşamlarını da etkilemektedir (Erdoğan, 2000: 99).

Ailenin bireyde oluşturduğu güven duygusu, kişiliğin gelişmesi, sosyalleştirme ve eğitim fonksiyonları girişimcilik açısından önem taşımaktadır (Çonkar ve Esen, 1999:17-18). Ayrıca aile içinde girişim ve girişimcilik destekleniyorsa yeterli eğitim ve maddi imkânlar sağlandığında girişimcilik kültürü oluşabilecektir (Müftüoğlu ve Durukan, 2004:20). Bu arada, bireylerinin kendilerini kanıtama, ekonomik geçimini sağlama, ekonomik zenginliklere ulaşma, sosyal statü kazanma amacıyla girişimciliği ilişkilendirme yaklaşımlarını; girişimcilerin devlete, topluma, tüketicilere, çevreye, mal ve hizmet sunma, faydalı ya da zararlı olma konusundaki değer yargılarını; bireylerin, grupların, kurumların, devletin ve toplumun girişimcilere, girişimciliğe ilişkin algı ve değerlendirmelerini girişimcilik kültürü olarak kavramlaştırmak mümkündür (Akdemir,1999:39). Bireyin yaşam boyu tercihlerini öncelikle yetiştiği aile ortamı etkilemektedir. Dolayısıyla bireyin girişimcilik tercihinde de aile baskın bir rol oynamaktadır.

2. Eğitim

İnsan davranışlarında istenen yön ve doğrultuda değişimlerin meydana getirilmesi çabası olan eğitim, bireylerin toplum içinde uyumlu yaşamlarını sağlayacak toplumsal kuralları ve davranış biçimlerini öğrenmelerinde etkili olmaktadır. Eğitim ve öğrenim süreçleriyle kazanılan rasyonel düşüncenin temelini ise hayatın her alanında karşılaşılabilecek olaylara ve durumlara, hangi alternatif tepki ile yaklaşılması gerektiğini belirleyerek,

bunların her birinden doğabilecek sonuçları hesaplamak ve bunlar arasından en uygun olanını seçebilmek oluşturur. Bu durum, bireyin yaşam tarzını da belirlemektedir. Eğitim, özellikle bireyin, mesleği ile ilgili işlerin en akıllıca bir biçimde gerçekleştirilmesi aşamasında ortaya çıkabilecek rol davranışlarının isabetli seçilmesinde ön hazırlık anlamını taşımaktadır (Eroğlu vd., 2003: 50-52; Doğan, 2000:217).

Girişimcilik ve eğitim bağlantısını iki yönden kurmak mümkündür. Bunların ilki, girişimcilik kültürünü oluşturan unsurların, potansiyel ve mevcut girişimcilere aktarılmasına ilişkindir. Daima yenilikçi olma, kaliteyi daha ucuza üretme, kahramanlık, dürüstlük ve kutsallık gibi unsurların girişimcilikle ilişkilendirilerek, ilgili kesimlere eğitim yoluyla aktarılma çabası birinci yönü oluşturmaktadır. Bu bağlantının ikinci yönünde ise; orta ve yüksek eğitim düzeyindeki öğrencilerin, girişimciliğe yönelik eğitilmeleri yer almaktadır (Akdemir, 1996: 27-28).

Uzun dönemde girişimciliği destekleyebilecek bir takım eğitim faaliyet ve politikalarını aşağıdaki gibi ifade etmek mümkündür (Çonkar ve Esen, 1999:17-18);

- Girişimciliğin geliştirilebilmesi için gerekli görülen sektör ve bölgelerin tespiti için destek sağlanması,
- Girişimciliğin geliştirilmesine yönelik çalışmaların ödüllendirilebilmesi için, dernek ve vakıf faaliyetlerinin artırılması,
- Girişimcilikle ilgili yüksek lisans ve doktora tezlerine destek verilerek, uygulamada bu tezlerden yararlanılması,
- Girişimcilikle ilgili eğitim programlarının geniş bir alana yayılması ve girişimcilerin performanslarını geliştirmeye yardım amacıyla devamlı eğitimin yaygınlaştırılması.

Bireyde girişimcilik kültürünü eğitimle oluşturmak mümkündür. Ancak girişimcilik eğitiminin girişimcilik kültürü oluşturulmasının yanı sıra, mesleğin icrası sırasında da sürdürülmesi önem taşımaktadır.

3. Toplumsal Çevrenin Etkisi ve Devletin Değer Yargıları

Girişimcilik kültürünün oluşturulabilmesi için toplumun tüm kesiminin çabasına ihtiyaç duyulmaktadır. Çünkü toplumsal çevre girişimciliğin nitelik ve boyutunu belirlemektedir. Bu nedenle aileden başlayarak, eğitim kurumlarından, kamu ve özel kesim kuruluşlarına kadar önemli görevler düşmektedir. Sadece girişimcilik ruhunun geliştirilmesi girişimcilik için yeterli olmamaktadır. Birey istenilen tüm girişimcilik niteliklerine sahip olsa bile, içinde bulunduğu toplumsal yapıdan etkilenmektedir (TÜGİAD, 1993: 9-10). Dolayısıyla toplumsal çevrenin, girişimciyi motive edici nitelikte olması gerekmektedir.

Bir ülkede girişimcilik için uygun bir mali yapının bulunmaması, milli gelirden araştırma geliştirme harcamalarına ayrılacak payı azaltarak; bilim adamı, teknisyen ve mühendis olarak eğitim gören öğrencilerin sayısında bir azalmaya neden olmaktadır. Girişimciliği azaltan engellerin başında, kamu düzenlemeleri, vergiler, bürokratlar ve geçmişte işletme kuruluşunda kamu hizmetinin önemine inanan devlet görüşü gelmektedir (Çonkar ve Esen, 1999: 25-26). Girişimlerin ve girişimci sayısının artabilmesi için, devletin izlediği ekonomi politikaları ve bürokratik mekanizmanın girişimciliği geliştirmeye yönelik olarak düzenlenmesi gerekmektedir.

Devletin desteklediği girişimci, siyasi, sosyal, kültürel ve ekonomik yapının oluşturulduğu ortamda, girişimci düşünce ve davranış yapısındaki bireylerin artmasıyla çok daha yenilikçi, üretken, değişikliklere uyum sağlayabilen ve sonuç olarak rekabet gücü yüksek bir ekonomiye ulaşmak mümkün olabilecektir (Çonkar, 2005:76).

G) GİRİŞİMCİLERİN ÖZELLİKLERİ

Yaşam kalitesi, bireyin yorumlayış ve algılayışta kendi tarzını geliştirmesi ve onunla şekillendirdiği bir yaşam felsefesi, dünya görüşü, değerler, hedefler, ilkeler, inançlar, tutkular, duygular, yürek ve mantıkla yaşayabilmektir (Bıçakcı, 2001: 3). Dolayısıyla bireyin sahip olduğu yaşam kalitesi girişimcilik özelliklerine sahip olup olmadığını da ortaya koymaktadır.

Girişimci, girişimin başarısı için gerekli yetenek ve dürüstlük özelliklerine sahip olmalı, ayrıca bunlara sahip olduğu konusunda üretim faktörleri sahiplerini ikna etme gücü de bulunmalıdır: bu ikna gücü, girişimcinin daha önceki başarılı yapıtlarına, yani objektif ve somut eserlerine olduğu kadar, söz söyleme, yazı yazma gibi haberleşme yeteneklerine, sempati ve güven veren bir kişiliğe ve özellikle insancıl ilişkileri düzenlemede beceri sahibi olma gibi kişisel (subjektif) özelliklere bağlı bulunmaktadır. (Tosun, 1990: 381-382)

Thompson girişimciyi, yeni fırsatlarla ilgili düşünceleri olan ve bir şeyler yaratmak için yeni işlere girişebilen kişi olarak ifade etmektedir (Thompson, 1999: 209). Bir ayağı endüstride, bir ayağı da üniversitede olan nadir akademisyenlerden birisi olan Prof.Dr. Gürdoğan, teori ve pratiğin sentezini yapmanın kazandırdığı deneyimle; girişimciler için mükemmel olmanın değişmez ve her yerde aynı sonuçları veren bir formülü olmadığını, ancak dünyanın neresinde olursa olsun, her girişimcinin değişmez özellikleri bulunduğunu (Dolu, 2005;21) ifade etmiştir.

Özetle ifade etmek gerekirse, girişimci diğer insanlardan farklı olarak bağımsız hareket etmeye düşkün, yüksek başarı ihtiyacı olan, hesaplı risk alabilen, yaşamındaki olayları kontrol etme ve yenilik yapabilme yeteneğine sahip; çalışkan, kararlı ve etkili liderlik gücü bulunan birey olarak tanımlanmaktadır. Bu özellikleri taşıyan girişimcilerin toplumda kabul görmesiyle, girişimcilik ruhunun, değerlerinin, davranışlarının onaylanarak teşvik edilmesi, girişimciliğin ülke geneline kolaylıkla yayılabilmesinde etkili olabilecektir (Çonkar ve Ağca, 2005: 54). Girişimci bireylerin literatürde üzerinde durulan özelliklerin neler olduğu ortaya konulduktan sonra üzerinde sıkça vurgu yapılan bazı psikolojik ve demografik özellikler kısaca tanıtılacaktır.

1. Girişimcilerin Bireysel (Psikolojik) Özellikleri

Yeni bir işletme kurmak büyük ölçüde bireysel bir karar olması nedeniyle, bir girişimci olarak bireyin özellikleri girişimcilik çalışmalarının merkezinde yer almaktadır. Bir işletmenin kuruluş aşamasında yenilikçilik ve eylemde bulunma isteği, bir girişimcinin mutlaka sahip olması gereken önemli özellikleri arasında bulunmaktadır. Yenilikçiliğin anlamı, girişimcinin oluşturacağı organizasyonla yeni durumlara çözüm önerileri üretme

yeteneğiyle donatılmış olmasıdır. Bu durum büyük oranda girişimcinin eğitim ve deneyimlerle elde ettiği yeteneklerle ilişkili olmaktadır. Eylemde bulunma isteği de girişimcinin eğitim ve kontrolü altında bulunan kaynaklarla doğrudan ilgili olmaktadır (Littunen, 2000: 295).

Girişimci olabilmek için, belirsiz olayları önceden görmenin ve sezmenin de önemli olduğundan bahsedilmektedir. Bu görüş doğrultusunda girişimci, ortamı oldukça iyi gözetleyerek, olayları sezgileriyle yorumlayarak, ürün ve hizmetleri üretmek için gerekli kaynakları bir araya getiren kişi olmaktadır. Buna göre , girişimciler sezgisi güçlü, iyi gözlemci, hayal gücü yüksek, kaynaklara ulaşabilecek ilişkiler ağına sahip, insan kaynağı başta olmak üzere kaynakları iyi yönetebilen, düşünme ve muhakeme yetenekleri güçlü olan bireyler olarak ifade edilebilir (TÜSİAD, 2002:37).

1950'lerden önce araştırmaların, kimlerin girişimci bireyler olabileceği ya da olamayacağı konusunda belirleyici faktörler konusunda yapılmaya başlandığı görülmektedir. 1960'larda özellikle McClelland tarafından girişimci bireylerin girişimci olmayanlardan daha fazla başarı gereksinimi duydukları ve risk almaya daha meyilli oldukları ileri sürülmüştür. McClelland (1961) bazı toplumların daha fazla girişimci bireyler ortaya çıkardığını ileri sürmektedir. Bu durumun sebebi ise, bu toplumdaki sosyalleşme sürecine bağlı olarak görülen, bireylerdeki daha yüksek başarı gereksiniminden kaynaklandığını ifade etmektedir. Başarı gereksinimi psikolojik bir faktör olmaktadır. Kararlarda bireysel sorumluluk alma, hedefler belirleme ve onları kişisel çabayla gerçekleştirme ve çevreden "geri bildirim" alma arzusu bu faktörün açığa vurulmuş biçimi olarak karşımıza çıkmaktadır. McClelland tarafından bireylerdeki yüksek başarı gereksiniminin girişimci olma konusunda etkili olduğu ileri sürülmüştür.

Kets de Vries (1977) girişimci kişilikle ilgili on bir deneysel çalışmayı tarayarak girişimci bir bireyin kişiliğinin karmaşık yapısını ortaya koymuştur. Çalışmasında girişimcilerin özellikle yüksek başarı gereksinimine, özerkliğe, bağımsızlık ve makul risk alma özelliklerine sahip olduklarını tespit etmiştir. Başarılı girişimcilerin bireysel özellikleri ve sosyo-kültürel geçmişleri üzerine 80'li ve 90'lı yıllarda da oldukça önemli araştırmalar yapıldığı görülmektedir. Timmons (1994) bu konuda 50'den fazla çalışmayı

analiz ederek girişimcilerin altı genel özelliği üzerinde bir konsensüs ortaya koymuştur. Bu özellikler; (1) sorumluluk ve kararlılık, (2) liderlik, (3) fırsat tutkusu, (4) risk ve belirsizlik toleransı, (5) yaratıcılık, kendine güven ve uyum yeteneği, (6) başkalarını geçme ya da üstün olma güdüsü olarak ifade edilmiştir. Timmons yine aynı çalışma içerisinde bireyin girişimci olma ve görevinde başarılı olma şansını etkileyen demografik ve kültürel geçmişlerini de incelemiştir. Ortaya çıkan özellikler, patron bir ebeveyn çocuğu olmak, birden fazla işten atılmış olmak, göçmen ya da göçmen bir ailenin çocuğu olmak, ailenin en büyük çocuğu olmak, üniversite ya da kolejli olmak gibi özellikleri kapsamaktadır.

Ayrıca 1980'lerde yapılan bir başka çalışmada da, girişimci bireyin özelliklerinin ya da niteliklerinin beş husus üzerinde odaklandığı görülmektedir. Bu özellikler de, (1) makul risk alma eğilimi, (2) belirsizliği tolere etme yeteneği, (3) içsel kontrol odağı, (4) özerklik, üstünlük, bağımsızlık ve kendine saygı gereksinimi, (5) düşük seviyeli onaylanma ve destek gereksinimi şeklinde belirtilmiştir. Bu hususlar bir yönetici için gerekli olduğu kadar bir girişimci için de gerekli özellikler olmaktadır (Sexton ve Bowmen, 1985:131)

Yukarıda ifade edilen özelliklere ek olarak Littunen (2000)'in bir çalışmasında son yıllarda, başarılı bir girişimcinin tipik özellikleri olarak; risk alma yeteneği, yenilik yapma yeteneği, pazarın nasıl işlediği bilgisi, imalat “know how” bilgisi, pazarlama becerileri, iş idaresi yetenekleri ve işbirliği yetenekleri ortaya konulmuştur. Bunlara ek olarak yine aynı çalışmada iş fırsatlarını alma yeteneği, risk alma arzusu, yanlışları etkin olarak düzeltme yeteneği ve kârlı fırsatları yakalama becerisi gibi özellikler ifade edilmiştir.

Son yıllarda bir çok araştırmada yer verilen temel özellikler olarak kontrol odağı, hesaplı risk alma, bağımsızlık, başarı gereksinimi, yenilik, yaratıcılık, belirsizliğe karşı tolerans unsurlarının girişimci bireylerin özellikleri olarak ölçülmeye çalışıldığı görülmektedir. Girişimcilik çalışmalarında sıkça sözü edilen girişimcilere yönelik bu özelliklerin biraz daha yakından tanıtılmasında yarar görülmektedir.

a) Kontrol Odağı

Girişimcilerin temel bireysel (psikolojik) özelliklerinden biri olan kontrol odağı, bireyin yaşamı süresince olaylar üzerinde sahip olduğu kontrol duygusunu göstermektedir (Hisrich ve Peters, 2002: 66). Rotter (1966)'a göre bireyin kontrol odağını içsel ya da dışsal olarak ifade etmek mümkündür. İçsel kontrol odağı, bireyin kendi yaşamı üzerinde kontrol sahibi olduğunu ifade etmektedir. Dışsal kontrol odağı ise diğer bireylerin eylemlerine, şansa odaklanan, kaderci yönü olan bireysel özelliktir (Littunen, 2000:2). Başka bir ifadeyle bireyin yaşamındaki olayların kendi kontrolü altında olduğunu algılama düzeyine içsel kontrol odağı denilmektedir. Bireyin kendi faaliyetleri ile ilişkisi olan olayların kendi kontrolü dışında olduğu algılaması da dışsal kontrol odağı olarak ifade edilmektedir. İçsel kontrol odağına sahip olanlar, faaliyetlerinin sonuçlarını kendi üstünlük ya da eksikliklerinin belirlediğine inanmaktadırlar. Bu nedenle içsel kontrol odaklılığın; çok çalışma, yetenek, kararlılık ve elde edilen sonuçların planlayıcısı olma gibi özelliklere vurgu yaptığı söylemek mümkündür (Naktiyok, 2004:25).

İlk dönemlerde yapılan araştırmalar, başarıyı izleyen bireylerin genellikle iç kontrol odaklı olduklarını ortaya koymaktadır. İçsel kontrol odağı ile başarılı olma ihtiyacı arasındaki bu ilişki bazı araştırmacıları girişimci bireylerin içsel bir yapıya sahip olduklarına inanmaya sevk etmiştir (Sexton ve Bowman, 1985:131). Girişimci olma isteği ile içsel kontrol odağı arasında güçlü bir ilişkinin olduğu pek çok araştırmayla ortaya konulmuştur. Kişilerin yaşamlarındaki bireysel kontrol inancı, onların yaşama dair tutumlarını, önemli olayları algılamalarını ve çalışma davranışlarını yakından etkilemektedir. İşletme kurucularının ya da çalışanlarının sahip oldukları içsel kontrol odağı ile işletmelerinin performansı arasındaki pozitif ilişkinin varlığı bu durumu güçlendirmektedir¹. Konuyla ilgili literatürdeki deneysel bulgular, içsel kontrol odağının girişimsel bir özellik olduğunu ortaya koymaktadır. İçsel kontrol odağına sahip bireylerin, başarıyı elde etmek için dışsal kontrol odağına sahip bireylerden daha fazla çabaladıkları hipotezi kabul görmüştür. Bazı

¹ LUMPKIN and ERDOĞAN, If Not Entrepreneurship, Can Psychological Characteristic Predict Entrepreneurial Orientation, [http://www.usasbe.org/knowledge/proceedings/1999/Lumpkin.pdf-\(29.07.2004\)](http://www.usasbe.org/knowledge/proceedings/1999/Lumpkin.pdf-(29.07.2004))

araştırmacılar da kontrol odağını, başarılı girişimcileri başarısız girişimcilerden ayırt eden bir özellik olarak görmektedirler (Koh, 1996: 14).

b) Hesaplı Risk Alma

Girişimci tanımlarının çoğunda “makul riskler alma” ya da “hesaplı risk üstlenme” girişimcilik özellikleri arasında yer almaktadır. 18. yüzyıl başlarında Richard Cantillon girişimciyi risk alan birey olarak tanımlamaktadır. O tarihten günümüze girişimci tanımlarının çoğunda finansal, psikolojik ve sosyal açıdan risk alma girişimsel sürecin ögesi olarak ele alınmaktadır. Her ne kadar girişimcilerin ve yöneticilerin risk alma eğilimlerini karşılaştıran iki önemli çalışma grubu arasında risk alma eğilimi açısından önemli farklar bulunmamasına rağmen (Sexton ve Bowman, 1985:131) risk alma özelliği girişimcileri girişimci olmayanlardan ve hatta bazı yazarlara göre de yöneticilerden ayırt etmektedir.

Teknik olarak risk, bir kaybın ortaya konma olasılığı olarak tanımlanmakla birlikte, iş hayatında bir şeyleri kazanma arifesindeki pozisyon olarak değerlendirilmiştir. Ancak bu kazancın kesin olmayacağı da söz konusu olabilecektir. Osborne, başarılı girişimciyi risk düzeyini gelecek ödüllere iyi ayarlayabilen ve belirsizlik yönetimi kapasitesi yüksek olan bireyler olarak tanımlamıştır (Brindley: 2005: 145). Risk alma eğilimi, karar verme durumunda bireyin şansını deneme eğilimi olarak ifade edilmektedir. Başka bir anlatımla, bireyin belirsizlik durumlarında karar alırken şansını denemeye yönelik eğilimi olarak tanımlanan risk alma özelliği, girişimcileri diğerlerinden ayırt etmektedir. Makul risk alan bireyler olarak değerlendirilen girişimciler, bir kazancın gerçekleştirilmesinde kontrol ya da yetenek derecesine sahip olduklarını hissettikleri durumlarda makul risk alma eğilimine girmektedirler (Koh, 1996:15). Risk kavramına kaybetme olasılığı demek de mümkündür. Risk kavramını beş kısımda ele alan Bird (1989), potansiyel bir girişimci ile yakından ilgili olduğunu öne sürdüğü bu hususları ekonomik riskler, kariyer gelişimindeki riskler, sosyal ilişkilerdeki riskler, sağlık riskleri ve psikolojik riskler olarak adlandırmaktadır.

Başarılı girişimcilik açısından risk üstlenme yeteneğinin hem olumlu hem de olumsuz yönleri bulunmaktadır. Gözü kara olma girişimcilikte dikkat çeken bir özellik

olmaktadır. Gözü karalık girişimciliğin başta gelen evrensel niteliklerinden biri olan risk alma yönünden olumlu bir özelliktir. Diğer taraftan gözü karalık cehaletten gelen cesaretin de göstergesi olmaktadır. Her risk bir belirsizliğin sonucu olmaktadır. Ancak başarılı bir girişimci kendisi için bir alın yazısı niteliğinde olan belirsizliği aydınlatarak, önünü görme gayreti içinde bulunmalıdır (Müftüoğlu ve Durukan, 2004; 178-179). Kısaca ifade etmek gerekirse, girişimcinin cesaretin cehalete dayanan bölümünü azaltarak, hesaplı ya da akılcı bölümünü artırma gayreti içine girmesi gerekmektedir.

c) Bağımsızlık ve Başarı Gereksinimi

Bağımsızlık ve başarı gereksiniminin girişimci bireylerin psikolojik özellikleri arasında önemli bir yeri bulunmaktadır. Bağımsızlık gereksiniminin kontrol duygusuyla yakından ilişkili olduğunu söylemek mümkündür. Girişimci yapacağı işlerde kendi yöntemini uygulamak istemekte ve bir başkası için çalışmak ona zor gelmektedir (Atik, 2002:42). Dolayısıyla girişimci bireyin en güçlü ihtiyaçlarından birisini, kendi işine sahip olma isteği ile doğrudan bağlantılı olan bağımsızlık gereksinimi oluşturmaktadır.

Başarıyı basit olarak, her normal insanın kendisi hakkında duyduğu ya da hissettiği olumlu psikolojik duygular olarak ifade etmek mümkündür. Girişimcilikte başarı ihtiyacı daha çok girişimcilerin teknik iş süreçleri hakkında yeterli bilgiye sahip olma, çevreden alınan enformasyon ve algılanan fırsatlarla ilgili olarak, girişimcilerin işle ilgili geleceği zihinlerinde tasarladıkları, yüreklerinde hissettikleri doğal psikolojik bir duygu olmaktadır. Son dönemlerde girişimci başarısı, niteliksel olarak daha fazla getiri ve daha hızlı büyüme olarak da tanımlanmaktadır. (Top, 2006: 75)

Çoğu araştırmacının girişimcilikle ilgili araştırmalarında, özellikle girişimci bireyin psikolojik özellikleri konusunda McClelland (1961)'in "başarı gereksinimi" teorisine başvurdukları görülmektedir. Bu teoriye göre güçlü başarı gereksinimine sahip bireyler sorunları çözmede, hedefleri belirlemede, belirledikleri hedefleri kendi gayretleriyle gerçekleştirmede bireysel sorumluluk almanın yanında, şans yerine, yeteneğin bir sonucu olarak makul riskler üstlenmektedirler. Yüksek başarı gereksinimi bireyleri girişimcilikle meşgul olmaya ve girişimcilik için kendi tarzlarını oluşturmaya

yönlendirmektedir(Littunen, 2000:2). Yüksek başarı ihtiyacı hisseden bireyler, başarılı olmak için güçlü bir arzuya sahip olmakta ve sonuçta da daha girişimsel davranmaktadırlar. Başarı gereksinimi ve girişimcilik arasındaki önemli ilişkiye dikkat çeken kanıtlar literatürde oldukça geniş olarak yer almaktadır. Örneğin Johnson'ın yaptığı bir çalışmada girişimcilik literatüründeki 23 önemli çalışmanın 20'sinde başarı gereksinimi ve girişimcilik arasında oldukça tutarlı bir ilişki ortaya konulmuştur. Son zamanlarda yapılan diğer çalışmalar da girişimcilerin girişimci olmayanlardan daha çok başarı gereksinimine sahip oldukları görülmüştür (Koh, 1996: 14). Sexton ve Bowman (1985) girişimcilerin yüksek düzeyde özerklik, başarı, bağımsızlık, hakimiyet, direnme gereksinimine sahip olduklarını, bunun yanı sıra ayrıca yerleşmiş kurallara aykırı davranma ve düşük bir destek alma gereksinimine sahip olduklarını ortaya koymuşlardır.

d) Yenilik ve Yaratıcılık

Günümüz işletmelerinin tümünü fiilen içine alan rekabetçi zorunluluk ya da üstünlük yeniliktir. Yenilik girişimcilerin rekabetinde ve kalitenin oluşumunda oldukça önemli bir unsur olmaktadır. Ulaşılması zor ancak başarılması gereken bir misyondur. Yeni girişimlerde yenilik işe başlamak için temel motivasyon olmakta ve ayakta kalmak için temel ihtiyacı oluşturmaktadır (Top, 2006:284).

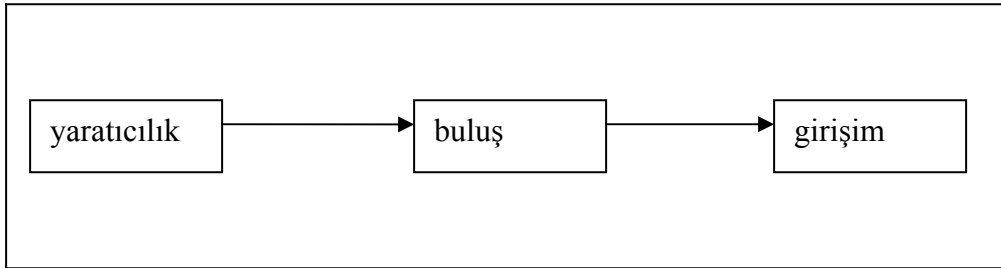
Yenilik, yaratıcı düşüncenin başarılı bir şekilde uygulanması ve sonuçlandırılmasıdır. Yenilik yeni bir fikir, yeni bir teori, yeni bir icat ya da yeni bir yönetim süreci olabilir. Mevcut olmayanı ortaya çıkaran, yenilik yapan, değer ve refah yaratan kişiler girişimcilerdir. Yenilik ise yetenek, yaratıcılık ve bilgi gerektirmektedir. Yenilikçilik girişimcilerin belirgin bir özelliğidir. Girişimciler olmadan başarıya ulaşmış bir yenilik düşünmek mümkün değildir (Arslantaş, 2001;20). Özetle yenilik, iş faaliyetlerinin yeni ve yeğane biçimlerde oluşturulması ve uygulanmasıyla ilişkili olmaktadır. Yenilikçilik ise girişimciliğin odak noktası ve girişimcinin temel bir özelliğidir.

Girişimci, eskinin yerine yeniyi, bazı durumlarda tamamen, bilinmeyen yepyeniyi getirdiği için geleneksele bağlı olanların direncini kırmak durumunda kalabilir. Girişimciler değişimi yaratan ve yöneten kişiler oldukları için, değişimi normal ve sağlıklı görürler.

Girişimci, Schumpeter'in ifade ettiği gibi “yaratıcı yıkıcılık” görevini üstlenmiştir. Başka bir anlatımla, eskiyi işe yaramadığını düşünerek yıkar yeniyi yaratır. Eskiye çok iyi tanımak ve bütünsel yaklaşımla yeninin özelliklerini çok iyi aktarabilmek gerekmektedir. Bunun için ise, çok yönlü düşünebilmek, yeninin kabul edilmesini sağlayacak ikna gücüne sahip olmak ve iyi iletişim kurmak gerekmektedir (TÜSİAD, 2002: 37).

Yenilik düşüncesinin temel unsurunu “yaratıcılık” oluşturmaktadır. Yeniliğin kıvılcımı, kaynağı olan yaratıcılık, insanlık için yararlı ve yeni bir şeyler üretmek amacıyla girişilen olağanüstü bir gayret olarak tanımlanmaktadır (Bedük vd., 2003: 289). Yaratıcılık yeni bir fikir ya da yaklaşım üretmek olarak ifade edilebilir. Buluş yenilikler yapmak ya da üretmektir. Girişimi ise, yeni fikirleri ve buluşları değerlendirerek pazara sunmak olarak değerlendirmek mümkündür (Yurtsever vd., 2006: 22). Şekil 1.5. bu tanımı ifade etmektedir.

Şekil 1.5. Yaratıcılık, Buluş ve Girişim



Kaynak: Yurtsever vd., 2006: 22

Yaratıcı insanlar her zaman sıra dışı olurlar. Daima yeni yolları dener, belirsizliklerin üzerine gider ve kaosun içindeki cevherleri bulup çıkarırlar. Mizahi bir güce sahiptirler, işe uymayan mevcut kuralları fazla önemsemezler. Kısa yoldan sonuca ulaşırlar, rutin durumlardan sıkılırlar, değişim, değişmek ve farklı olmak onları mutlu eder (Sweney, 1989: 47-49). Yaratıcı insanlar için geçerli olan bu ifadeler aynı zamanda girişimciler için de geçerli olmaktadır. Girişimciler de asla sıradan bir düşünce yolu izlemezler ve genellikle mevcut teorik varsayımlara da meydan okurlar. Sorunlarını çözerken esnek ve uyarlayıcı

davranırlar. Ancak girişimcilik açısından yaratıcılığın, sadece zihinsel bir faaliyet olduğu unutulmamalıdır. Yaratıcılık, girişimcilik süreci yönünden son derece gerekli ve önemli bir özellik olmasına rağmen tek başına girişimciliği ortaya çıkarmak için yeterli bir unsur değildir. Girişimcilik açısından yaratıcılık, yenilikle birleştiği taktirde anlam kazanmaktadır (Naktiyok, 2004:163). Yaratıcı olmak ve yenilik yapmak bir girişimcinin en temel özellikleri arasında yer almasının yanı sıra, bu özelliklere sahip olan organizasyonlar da kendilerini hızla değişen şartlara uyarlama ve rekabet üstünlüğünü elde etme şansına kavuşmaktadır.

e) Belirsizliğe Karşı Tolerans

Belirsizliğe karşı tolerans, belirsiz durumlarla ilgili bilgiyi organize eden bireyin, bulunduğu durumu etkileyen bireysel özelliktir. Bir durumu yapılandırmak için yeterli bilgi bulunmadığı zaman belirsiz bir durumun olduğunu söylemek mümkündür. Bireyin belirsiz bir durumu algılaması ve ona yaklaşımı, kullanışlı bilgiyi organize etme biçimi onun belirsizlik toleransını yansıtmaktadır (Naktiyok, 2004:26; Koh, 1996:15). Yüksek belirsizlik toleransına sahip birey, belirsiz durumları meydan okuyucu bulmakta ve daha iyi performans göstermek için bu zor durumların üstesinden gelme gayreti içine girmektedir. Girişimciler sadece belirsiz bir çevrede faaliyet göstermeyip, hırslı ve gönüllü olarak belirsizliğe yönelmektedirler (Kaya, 2001:544-545). Bu nedenle belirsizlik toleransının girişimsel bir özellik olduğunu söylemek mümkündür. Dolayısıyla girişimcilik eğilimi olanların diğerlerinden daha çok belirsizlik toleransı sergilemeleri beklenmektedir (Ağca, 2005a: 20).

Belirsizlik toleransının bireysel yaratıcılık ve beyin fırtınası yoluyla fikir üretme yeteneğiyle de ilişkisi bulunmuştur. Bu bulgular, yaratıcılık ve yenilikçiliğin belli bir düzeyde belirsizlik toleransına gereksinim duyduğunu ortaya koymuştur. Belirsiz durumları tolere etme yeteneği organizasyonun risk alma biçimiyle de olumlu yönde ilişkilidir. Risk alma, belirgin olarak belirsizlik toleransı seviyesini gerekli kılmaktadır. Araştırmacılar,

belirsizlik toleransı olmayan bireylerin aynı koşullar altında daha fazla risk seviyesi algıladıklarını ifade etmektedirler².

2. Girişimcilerin Demografik Özellikleri

Girişimcilerin kimler olduklarını belirlemek için, demografik özellikleri kullanmak istediğimizde, ele alınan konular bireyin kişisel geçmişiyle ilgili özellikler olmaktadır. Literatürde yer alan, popülerliği yüksek olan demografik faktörlerin bazılarında çalışmamızda kısaca yer verilecektir. Girişimci bireylerin demografik özelliklerinin başında aldıkları eğitim, cinsiyet, yaş, geçmiş dönemlerde kazanılan iş tecrübesi, girişimci bir aile çevresinden gelme ve ailenin ilk çocuğu olma gibi özellikler bulunmaktadır (Coulter, 2003: 26).

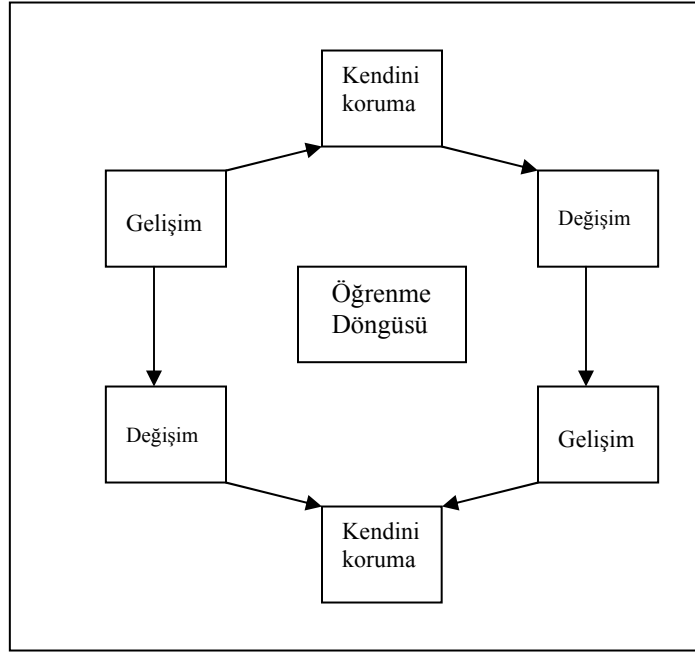
a) Kültür ve Eğitim

“Risk üstlenme, bir yenilik başlatma” gibi davranışlar girişimcilik kavramının temel unsurları olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu gibi davranışlar bazı kültürlerde oldukça doğal karşılanıp desteklenirken, bazı kültürlerde ise henüz yer edinmemiş popüler olmayan nitelik taşımaktadır. Girişimciliğin rahatlıkla kök salıp gelişmesine imkân tanıyan kültüre “girişimcilik kültürü” denilmektedir (İraz, 2005: 176).

Bireylerdeki girişimcilik ruhunun tamamen doğuştan gelen bir özellik olarak ele alınmadığı, zamanla eğitim ve iş deneyimleriyle değişme ve gelişme gösterdiği kabul edilmektedir (Ceylan ve Demircan, 2001:829).

²LUMPKIN and ERDOĞAN, If Not Entrepreneurship, Can Psychological Characteristic Predict Entrepreneurial Orientation, [http://www.usasbe.org/knowledge/proceedings/1999/Lumpkin.pdf-\(29.07.2004\)](http://www.usasbe.org/knowledge/proceedings/1999/Lumpkin.pdf-(29.07.2004))

Şekil 1.6. Girişimcilikte Öğrenme Döngüsü



Kaynak: Ceylan ve Demircan, 2001:829

Öğrenme şekilde de görüleceği gibi tüm boyutları ile girişimci yönünden geliştirici, değiştirici, koruyucu, tekrar değiştirici, geliştirici ve koruyucu bir döngü içinde yürümektedir. Girişimcinin eğitim döngüsü, girişimcinin kendisini geliştirmeye yönelik talebi ile başlamaktadır. Girişimcinin kendini geliştirme talebi gerçekte kendisini koruma ihtiyacıdır. Kendini korumanın anlamı ise eğitimden aldığı destek ile girişimcinin kendisini nasıl değiştireceğini öğrenmesidir. Değişimi öğrenen girişimci önemli bir gelişim sağlayarak, belli alanlarda ustalık kazanmış olur ve fark yaratır. Zaman içerisinde, kazanılan bu avantajları eskiten girişimci, piyasadan gelen yeni beceriler ister. Girişimci yeni becerileri kendisini korumak yani ayakta kalabilmek için talep eder. Bu öğrenme döngüsü bir çember şeklinde devam edip gitmektedir (Geus, 1999: 60).

Girişimciliğin gelişiminde eğitim oldukça önem taşımaktadır. Bireyin okul hayatında karşılaşacağı girişimcilik özelliklerini köreltici baskı ve davranışlar ileriki yaşamda meslek seçiminde daha az riskli, yenilik ve yaratıcılıktan uzak, rutin işleri tercih

etmesine neden olabilir (İraz, 2005:176). Ezberciliğe yönelten bir eğitim sistemi yerine, kişisel yetenek ve yaratıcılığın dışı yansımaları kolaylaştıran bir eğitim sisteminin yürütülmesi girişimciliği olumlu yönde etkileyebilecektir.

b) Cinsiyet

Cinsiyet ile ilgili yapılan çalışmalarda genel olarak elde edilen sonuç, erkeklerin kadınlardan daha çok bir girişim ve iş başlatmaya yatkın oldukları yönünde olmuştur. Çalışmaların sonucunda erkeklerin kadınlardan iki kat fazla girişimciliğe yatkın oldukları ortaya çıkmıştır (Coulter, 2003:36). Dünya geneline bakıldığında, erkek girişimcilerin sayısı kadın girişimcilerden oldukça fazladır. Örneğin Türkiye’de toplam girişimciler içerisinde kadınların payı sadece %3, AB ülkeleri arasında en fazla kadın girişimcilerin olduğu İtalya da bile bu oran %8’ler civarındadır (Tekinay, 2003:106). Kadın girişimcilerin, genelde erkeklerin etkili olduğu faaliyet alanlarında çalışmaları, örnek alacakları hemcinslerinin az olması, karşı cinsleri ile karşılaştırıldıklarında fon sağlamada daha fazla güçlüklerle yüz yüze gelme gibi nedenlerden dolayı, erkek girişimcilere oranla baş etmek durumunda oldukları sorunları daha fazla olmaktadır. Ayrıca kadın girişimciler doğaları gereği belirli durum ve koşullarda karşı cinsleri kadar kendinden emin, ısrarcı ve kendini güdüleyebilme gibi özelliklerden yoksun bulunabilmektedirler. Tüm bu olumsuz etkenlere rağmen gün geçtikçe kadının girişimcilik alanında daha büyük mesafeler aldığı, özellikle hizmet sektörü gibi bazı alanlarda erkeklere oranla daha başarılı olduğu görülmektedir. Kadınların girişimci olarak bazı iş alanlarında daha fazla kabul gördüklerini söylemek mümkündür. Dünya genelinde, güzellik salonları, hemşirelik okulları, kadın-çocuk giyim ya da eşyası satan işyerleri genelde kadınlar tarafından işletilmektedir (Gürol, 2000; 226).

Ancak günümüzde kadın girişimcilerin de erkek girişimcilere benzer bir arka plana, yeteneklere ve motivasyonlara ulaşmaya yönelik önemli bir gayret içerisinde olduklarını görmekteyiz. Kadın ve erkek girişimciler arasındaki farkların daha çok kaynaklara ulaşmada, girişimin kurulma amacı (aileye katkı amaçlı ve daha çok hizmet sektörlerinde) ve kurulan yeni girişimin organizasyon içerisindeki çalışma ilişkilerinde ortaya çıktığı

görülmektedir. Yaşanan tüm gelişmelere rağmen, kadın girişimciler bir girişim başlatma ve sürdürmede sahip oldukları yetenekler, gereksinimler ve motivasyonlar yönünden genel nüfus içerisindeki diğer hemcinslerine göre oldukça önemli farklılıklar göstermektedirler (Bird, 1989: 73).

Girişimcilik yönünden kadınların ve erkeklerin özellikleri genellikle çok benzer olsa bile, bazı yönlerden kadın girişimciler farklı güdülere, yetenek düzeyine ve geçmişe sahiptir. Erkek girişimcileri motive eden kendi hayatlarını kontrol altında tutma ve olayları yönlendirme hırısıdır. Bu hırs genellikle, olayları kendilerinin daha iyi yönlendirmelerini düşünmelerinden kaynaklanmaktadır. Buna karşın kadınları motive eden, yetenekli oldukları alanda kendilerini geliştirmelerine izin verilmemesi sonucu iş tatminsizliğinden doğan başarı güdüsü olmaktadır (Hisrich, 1985: 62).

c) Yaş ve Deneyim

Girişimcilik kariyeri ile yaş arasındaki ilişkiyi ortaya koymak üzere çeşitli araştırmalar yapılmıştır. Bu araştırma sonuçlarının değerlendirilmesinde, girişimcilik yaşıyla bireyin kronolojik yaşının ayırt edilmesinde fayda bulunmaktadır. Burada temel belirleyici girişimcinin tecrübeye yansıyan yaşıdır. Eğer birey bazı deneyimleri erken edinmiş ise çok küçük yaşlarda da girişimciliğe başlaması mümkündür. Birey yaşadığı zaman periyodunda ulaştığı yaşa göre farklı beklenti, tercih ve ihtiyaca gereksinim duymaktadır. Genç bir bireyle yaşlı bir bireyin yaşamdan beklentileri farklı olmaktadır. Çoğu girişimci, girişimcilik kariyerine 22-45 yaşları arasında başlamaktadır. Girişimcilik kariyerine erken başlama bireye geç başlamadan daha çok avantaj sağlamaktadır. Ancak, erken ya da geç başlama daha çok girişimcinin yeterli finansal destek, tecrübe ve yeni bir iş kurmak için iç enerji potansiyeline bağlı olarak gerçekleşmektedir. Erkek girişimciler genellikle ilk önemli girişimlerine 30 yaş civarında başlama eğiliminde olmalarına rağmen, kadın girişimciler 30 yaşından sonra başlama eğiliminde olmaktadır (Hisrich ve Peters, 2002: 71). Brockhaus (1980) başarılı ve başarısız girişimciler üzerine yaptığı bir çalışmada, başarılı girişimci grupta yer alan bireylerin yaş ortalamalarının 23 olduğunu saptamıştır.

Girişimcilerin geçmiş dönemlerde kazandıkları iş deneyimleri ile ilgili araştırma sonuçlarına bakıldığında, daha önce küçük bir işletmede çalışmış olma ya da daha önce girişimcilik deneyimine sahip olmak gibi durumların, girişimci olmayı pozitif olarak etkilediği görülmektedir (Coulter, 2003: 26). Gerek alışan olarak gerekse girişimci olarak geçmiş iş yaşamında kazanılan deneyimlerin hem yeni bir girişim kurma kararında hem de yeni girişimin büyümesinde oldukça önemli payı bulunmaktadır. Özellikle bankacılık ve finans, yeni ürün ve hizmet geliştirme, üretim tesislerinin kurulması, dağıtım kanalının oluşturulması, stratejik yönetim ve pazarlama planları hazırlama konularındaki geçmiş deneyimler girişimcinin başarısında oldukça önemlidir (Hisrich ve Peters, 2002: 71).

Türkiye’de girişimcilerin iş hayatı ile deneyimine bakıldığında, yenilik yapmaktan çok babalarından ya da ustalarından gördüklerini yapmaya çalışan girişimcilerin çoğunlukta olduğu görülmektedir. Alpugan bunu “bilgiye değil, grgye dayalı girişimcilik” olarak ifade etmektedir (Alpugan, 1998:71).

Yaşanmış iş deneyimi ile ilgili önemli bir diğer husus da bireylerin önceden çalıştıkları işlerindeki hoşnutsuzluk ile girişimcilik başarıları arasındaki pozitif ilişkinin varlığıdır. Daha önce çalıştıkları işten memnun olmayan, düşük iş güvenlikleri olan bireyler başlattıkları yeni girişimlerde başarılı olmaktadırlar. Bu durumun arkasındaki en önemli etken ise o bireylerin geri dönüş imkânlarının olmayışı yani kendilerini başarılı olmaya adanmaları nedeniyle başladıkları işe daha iyi motive olmaları ve girişimci eylemlerde daha ısrarcı ve cesaretli olmalarıdır (Brockhaus, 1980: 371).

d) Aile evresi ve ocukluk

Kariyer gelişiminde ailenin önemli bir etkisi bulunmaktadır. Çocukluk dönemi deneyimleri bireylerin kariyer seçiminde oldukça etkili olmaktadır. Bu etkiye birak alanda oldukça belirgin olarak rastlanılmaktadır. Ailenin çocuklarının kariyer seçiminde etkili olduğu en önemli alanlardan birisi, ailenin sosyal yapı içindeki yeridir. Sosyal yapı içindeki yer, ailenin çocuklarını yetiştirmeleri, onları geleceğe hazırlamaları ve ilgili finansal kaynaklara ulaşma derecelerini belirlemektedir. Ayrıca ailenin değer yönelimi, ocuk yetiştirme biçimi, ocuk sayısı, ebeveynlerin otoriter ya da eşitlikçi olmaları gibi faktörler

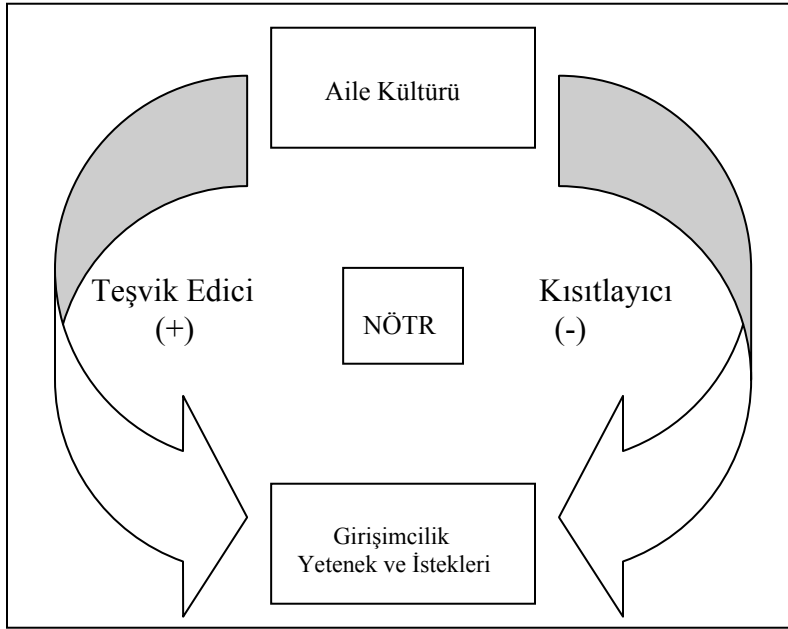
de çocukların sosyalizasyon sürecini, buna bağlı olarak da sonraki hayatlarını etkilemektedir (Erdoğmuş, 2000:101).

Gerek kız gerekse erkek çocuklarının doğalarından ya da yetiştirilme tarzından kaynaklanan bir takım farklılıkları bulunmaktadır. Bu farklılıklar, çocukluk oyunlarında da kendini göstermektedir. Erkek çocuklar oyun sırasında strateji, riske girme, hedef belirleme ve zafere ulaşan kişilik geliştirme gibi konularda bilgi edinirler. Spor oyunları dışında bile erkek çocukların oyunları rekabete dayanmakta ve bireysel girişimler içermektedir. Erkek çocuklar rakiplerini yenme peşindedirler. Kız çocukları için bu durum söz konusu olmaz. Kız çocuklarının oyunları eşitlik ve (rekabet değil) işbirliği temeline dayanmaktadır. Heim ve Golant'ın ifade ettikleri gibi (Deemer ve Fredericks, 2006: 32): “Kızlar hiyerarşi içerisinde dikey değil, yatay düzlemde bir örgütlenme ortamında büyürler. Küçük bir kız eğer lider olmak isterse, bu yolda oyun arkadaşlarını itip kaktığında ilişkilerin zedelendiğini, arkadaşlarının onun büyüklük tasladığını düşünerek ondan uzak durduklarını çok geçmeden anlar. Bu yüzden o da gücünü gizlemeye çalışır.” İfade edildiği gibi bireyler çocukluk dönemlerinden itibaren cinsiyetlerine göre oyunlarda bile farklı roller üstlenmektedirler. Ancak bireyin ailede olsun, okul yaşamında olsun almış olduğu eğitim ve edinmiş olduğu tecrübeler onun kariyer seçiminde etkili olmaktadır.

Ailede alınan eğitim, görgü, etik vb.faktörler çocuğun girişimcilik istek ve yeteneği üzerinde üç türlü etki yaratmaktadır. Şekil 1.7.'de görüldüğu gibi bu etkileri aşığıdaki gibi sıralamak mümkündür (TÜSİAD, 1987: 19-20);

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

Şekil 1.7. Ailenin Girişimcilik Üzerine Etkisi



Kaynak: İraz, 2005:177

Teşvik edici (olumlu) etkide, aile çocuğu hayatını serbest biçimde kazanma ve kendi işini kurma konusunda teşvik etmektedir. Genellikle aile içinde ve çevresinde girişimci olan büyüklerin başarısı örnek gösterilmektedir. Kısıtlayıcı (olumsuz) etkide, çocuğun düşüncelerine ve kararlarına değer verilmemesi, horlanması, başarma isteğini kısıtlayıcı rol oynamaktadır. Ayrıca içe dönük bir aile yapısı, çocuğun çevreyle iletişim kurmasını ve sosyal açıdan gelişmesini engellemekte ve ileride girişimcilik için gerekli iletişim ağının kurulmasında sorunlar yaratmaktadır. Kararsızlık yaratıcı etki durumunda ise aile, özellikle modern toplumlarda çocuğu toplumsallaştırma görevini büyük ölçüde eğitim kurumlarına bırakmaktadır. Modern gençliğin uzun süre okula devam etmesi beklenmektedir. Tarıma dayalı kültürel yapıda yetiştirilen çocuk ise başarılması güç işlere zorlanmakta ve ailede aldığı eğitimin yeterli olmaması onda ikilem yaratmaktadır. Ayrıca yetişkinler tarafından çocuklardan umulan ideal değerler genellikle karmaşık ve gerçek dışı olabilmektedir (İraz, 2005:177).

Girişimcilik araştırmalarının üzerinde çalıştıkları diğer demografik özellikler olarak; medeni hal, gelir durumu, anne-babanın eğitim durumu, etnik yapı, sosyo-ekonomik durumlar vb. sıralamak mümkündür. Bu demografik özellikleri taşıyan her bireyin doğrudan girişimci olacağı anlamını çıkarmak doğru değildir. Aynı şekilde bu demografik özellikleri taşımayan insanların girişimci olamayacaklarını iddia etmek de yanlış olacaktır. Çünkü demografik özellikleri kullanmada bir takım güçlükler ve eksiklikler bulunmaktadır. Kuşkusuz bu özellikler girişimciler hakkında bilgi edinmemizi sağlamaktadır. Ancak bunların yanında bireyin temel psikolojik özelliklerini de göz ardı etmemek gerekir (Coulter, 2003: 26).

II. GİRİŞİMCİLİK ÇEŞİTLERİ

Girişimcilik çeşitlerini aşağıdaki başlıklar altında incelemek mümkündür.

A) GİROKRAT GİRİŞİMCİ (GİRİŞİMCİ BUROKRAT)

Ülkeler arasındaki iktisadi, siyasi, sosyal ilişkilerin yaygınlaşması ve gelişmesi, ideolojik ayrımlara dayalı kutuplaşmaların çözülmesi, farklı toplumsal kültürlerin, inanç ve beklentilerin daha iyi tanınması, ülkeler arasındaki ilişkilerin yoğunlaşması, maddi ve manevi değerlerin ve bu değerler çerçevesinde oluşmuş birikimlerin ulusal sınırları aşarak, dünya çapında yayılması küreselleşme olarak ifade edilmektedir. Küreselleşme ile ortaya çıkan köklü yapısal değişimde endüstri toplumu, yerini yapısal farklar gösteren bilgi toplumuna bırakmakta ve tamamen nitelik farkları gösteren yeni yapılar oluşturmaktadır. Yeni toplumda, fabrika ve maddi üretim yerini sembolik unsurların önem kazandığı, bilgi ve hizmet üretimine bırakmaktadır. Bilgi toplumu, başta emek faktörü olmak üzere, tüm üretim faktörlerinin, kamu ve özel sektör işletmelerinin, bireylerin ve devletin, teknolojik gelişmeler karşısında yeniden yapılanma, yeni bir dünya görüşü ve yaşam felsefesine sahip olma gereğini de beraberinde getirmektedir. Sonuçta, endüstri toplumunun yapısında radikal değişimler ortaya çıkmaktadır (Güzelcik, 1999: 17,64).

Bilgi toplumuna geçerken girişimciliği sadece özel sektöre özgü bir meslek olmaktan çıkartarak, diğer alanlara da yaygınlaştırma zorunluluğu ortaya çıkmıştır. Bu

amaçla girişimci bürokrat anlamında – bu iki sözcüğün birinci ve son iki hecelerini alarak kısaltılan "girokrat" kavramı kullanılmaktadır. Girokrat liderlik vasıflarına sahip, ikna kabiliyeti yüksek, çalışkan, sıra dışı, toplumsal kalkınmaya önem veren, devlet karşısında bireyi ve toplumu koruyan ama bunu yaparken projeci olmayı da ihmal etmeyen yönetici olarak tanımlanmaktadır. Girokrat kimlikli yöneticilerde öz güven duygusu da son derece gelişmiştir. Bürokrat ile girokrat arasındaki temel fark ise; bürokratin rutini takip etmesi, girokratin ise sıra dışı işleri ve rutin dışı uygulamaları tercih etmesi olarak ifade etmek mümkündür. Dolayısıyla girişimciliğin bürokraside yaygınlaştırılması ve KİT yöneticiliği gibi piyasa ile ilgili bürokratların, girişimcilik nitelikleriyle donatılmasının bilgi toplumunda ekonomik gelişmeyi hızlandıracağı düşünülmektedir³.

B) PİYASA EKONOMİSİ İÇİNDE YER ALAN GİRİŞİMCİ

Piyasa ekonomisi içinde yer alan girişimcilik türlerini, fırsat girişimciliği ve yaratıcı girişimcilik olarak incelemek mümkündür. Ancak her iki girişimcilik türünde de, en önemli ortak özelliğin, girişimcinin ürün ve hizmetleri pazara sunarak, risk üstlenme cesaretine sahip olması olduğunu söylemek mümkündür.

Fırsat girişimciliği, mevcut ve potansiyel pazardaki değişimin getirdiği fırsatları görerek ya da potansiyel fırsatları sezinleyerek, bir ürün ya da hizmeti pazara sunmaktır. Bu tür girişimcilik, pazarda oluşan genişleme ya da kriz dönemlerinde pazara ya yeterince ya da pazarın talebine uygun fiyat ve kalitede ürün sunulamaması durumunda ortaya çıkan fırsatların değerlendirilmesi olarak belirtilebilir. Fırsat girişimciliğinden gerektiği ölçüde yararlanabilmek için, girişimcinin pazardaki fırsatları değerlendirebilecek ve kâr elde edebilecek bilgi birikimi ve yeteneğe sahip olması gerekmektedir (Tekin, 2004:12).

Piyasa ekonomisi içinde yer alan girişimcilik türlerinden yaratıcı girişimci ise, olağan ve olağandışı durumlarda, işgücü ve sermaye kaynağını verimli kullanarak, ayrıntıları düşünebilen, planlayan, yürüten ve sonuç alan kişi olarak tanımlanmaktadır (Arıkan, 2002:51). Yaratıcı girişimci, ya pazarda olan bir ürün ya da hizmeti kalite, dizayn,

³ Eskişehir Anadolu Üniversitesi, <http://aofsitesi.com/girisimcilik3.htm>, (11.01.2006); Girokrasi ve Girokratlar, <http://www.fikritakip.com/news.asp?pg=3&yazi=295>, (23.04.2008)

fiyat gibi bazı yönlerden iyileştirerek, daha cazip bir biçimde pazara sunmakta ya da daha önce üretilmemiş bir ürün ya da hizmeti üretmektedir. Ancak yeni bir ürünün, pazarda satış değeri olan bir ürüne dönüştürülebilmesi için, söz konusu ürünün deneme sürecinden geçirilmesi gerekmektedir. Oldukça önemli olan diğer bir nokta, üretilecek ürüne talep olması ya da yaratılmasıdır. Ürüne yönelik bir yenilik teknolojide olağanüstü başarılar yaratsa bile, piyasası yoksa, sonuçta düş kırıklığı yaratabilir(Müftüoğlu, 1991: 38). Dolayısıyla yeni ürünlerin sağlayacağı yarar ve kolaylığın, yaratıcıları tarafından pazara tanıtılması oldukça önemli bir husus olmaktadır.

Günümüzde girişimciliğin, yeni ekonomi ve bilişim teknolojilerinin gelişmesiyle sanal girişimcilik biçiminde de yapıldığı görülmektedir. Bilişim ortamında bilgisayarlar kullanılarak kurulan siteler aracılığıyla, pazara ürün sunan girişimcilere sanal girişimci denilmektedir. Sanal girişimciliğin çağın bir gereksinimi olarak günümüzde hızla geliştiği ve yaygınlaştığı görülmektedir (Tekin, 2004:15). Sonuçta girişimci olmak isteyen bireyler, ellerindeki mevcut sermaye, teknoloji, personel, hammadde, faaliyet gösterecekleri yer gibi kaynakların yanı sıra, kendi kişisel yetenekleri ve bilgi birikimiyle birlikte yukarıda açıklanan girişimci olma türlerinden birini tercih ederek girişimci olabilirler.

C) İÇ GİRİŞİMCİLİK

Girişimciliğin toplumlarda oynadığı rol birkaç asırdır tanınmasına rağmen, girişimsel davranışın mevcut olan işletmelerde oynadığı rol oldukça yeni bir olgudur. Bu nedenle son yıllara kadar girişimcilik üzerine literatür genellikle yeni bir işletme oluşturma üzerine olmuştur. Ancak günümüz koşullarında bir çok işletme, varlığını sürdürebilmek için, kendi girişimsel temellerini harekete geçirmenin ya da keşfetmenin yollarını aramaya başlamıştır. Çünkü bir işletmede girişimsel faaliyetlerde bulunabilme yeteneği, başarıyı ve kazanmayı belirleyen temel etkidir. Dinamik endüstri çevresinde, bazı büyüme sendromuna kapılan işletmeler, bürokrasi ve hiyerarşinin altında ezilmektedir. İşletmelerin bu hantal yapıdan kurtulabilmelerinde temel unsur, bünyesinde esneklik, yaratıcılık, yenilik, aktiflik ve etkinlik gibi kavramları içeren iç girişimcilik olgusu olmaktadır. (Naktiyok, 2004: 34-35).

Mevcut örgüt içindeki girişimcilik uygulamasına ya da girişimci odaklı örgüt çevresine iç girişimci kültür denilmektedir. İşletme finansal kaynaklara, iş becerilerine ve yenilikleri ticarileştirecek pazarlama ve dağıtım sistemlerine sahiptir. Ancak, bürokratik yapılar ve kısa vadeli kâr üzerindeki vurgular, yaratıcılığı önlemekte, yeni ürün ve iş geliştirilmesini engellemektedir. Bu önleyici faktörlere rağmen, yaratıcılık ve yenilik ihtiyacını bilen işletmeler, işletme içinde iç girişimcilik ruhu oluşturmaya çalışmaktadırlar. Yoğun rekabet ortamının yaşandığı günümüzde, yeni ürünler ve iç girişimcilik ruhu için gerekli olan ihtiyaç oldukça önemlidir. Bu nedenle pek çok işletme kendi içinde iç girişimciliğe uygun bir çevre oluşturmaya çalışmaktadır (Hisrich ve Peters , 2002: 17,47). Rekabet etmek isteyen büyük işletmeler esneklik, büyüme ve yenilik peşinde koşmaktadırlar. Bu durum son yıllarda iç girişimciliğin önem kazanmasına neden olmuştur diyebiliriz.

1. İç Girişimcilik İhtiyacı ve Önemi

Günümüz geçerli küresel pazar ekonomisi, dünyanın dört bir yanındaki kurum ve sektörlerde derin ve büyük değişimlere neden olmaktadır. Bu değişimler öncelikle işletmelerin amaçlarını dikkatlice gözden geçirmelerini ve onları başarıya götürecek stratejilerini yeniden formüle etmelerini ve uygulamada da büyük özen göstermelerini gerektirmektedir. Dışsal ve içsel çevredeki hızlı, radikal ve hayati önemi bulunan bu değişimlere tepki olarak, çoğu kurulu organizasyon faaliyetlerini köklü ve anlamlı biçimlerde yeniden yapılandırmaktadır. Günümüz işletmelerinin bu yoğun küresel rekabet ortamında hayatta kalmaları için “sürekli yenilik” anlayışını temel yetenekleri haline getirmeleri oldukça önem taşımaktadır. Bu nedenle, çoğu araştırmacı yazar ve akademisyen mevcut işletmelere, çalışanlarına daha fazla özerklik, özgürlük ve kaynak kullanma imkânı veren, yaratıcı enerjilerini kullanarak yenilik yapmalarını sağlayan bir yöntem olarak “iç girişimciliği” önermektedir (Ağca,2005: 49-50).

21.Yüzyılda işletme stratejilerinin ağırlıklı olarak yenilik üzerine odaklandığı görülmektedir. Peter Drucker 1980’li ve 1990’lı yıllarda geliştirilen “girişimsel ekonomi” düşüncesinin önemine işaret etmektedir. Peter Drucker bu yeni ekonominin oluşumunu

açıklayan dört önemli gelişmeyi şöyle ortaya koymuştur: İlk olarak, bilginin ve teknolojinin hızlı gelişiminin ileri teknoloji odaklı yeni girişimci işletmelerin çoğalmasını sağladığını; ikinci olarak, çift maaşlı ailelerin çoğalması, genç nesillerin eğitimindeki devamlılık ve yaşlanan nüfus gibi demografik eğilimlerin yeni gelişen işletmelerin artmasını körüklediğini; üçüncü olarak, risk sermayesi piyasasının girişimciler ve yeni işletmeler için etkili bir fon sağlama mekanizması görevini başarıyla yerine getirdiğini ve son olarak da, özellikle sektörlerin girişimciliğin nasıl yönetileceğini öğrenmeye başlamaları olarak ifade etmektedir (Drucker, 1984: 60-61).

Özellikle ABD ekonomisinde önemli bir güç olarak görülen çağdaş girişimcilik hamlesinin, girişimcilik faaliyetlerinin işletmelerin içerisinde de gerçekleşmesi isteğinin oluşmasına neden olduğu ileri sürülmektedir. Bazı araştırmacıların girişimcilik yaklaşımıyla, kurumlarda hakim olan bürokratik yapıların birbirini dışlayan ve bir arada bulunmaları mümkün olmayan faaliyetler olduğunu ileri sürmelerine karşın, yine de çoğu araştırmacı girişimciliği ve girişimsel faaliyetleri örgütsel düzeyde ele alarak tanımlamaya çalışmışlardır. Bu konuda başarılı örneklerden yola çıkarak günümüz popüler işletme literatürü, girişimsel düşünmeyi geniş bürokratik yapılara aşlamakla meşgul olmaktadır. Bu aşılama “iç girişimcilik ya da kurum içi girişimcilik” olarak ifade edilmektedir. Bu kavramın oldukça popüler olmasının nedenlerinden biri kurumlara kendi çalışanlarının ve yöneticilerinin yenilikçi yeteneklerini işlerinde kullanmalarına izin vermesidir (Kuratko ve Hodgetts, 2001: 51-52). İç girişimcilik kavramının işletme çalışanlarının yaratıcılık ve yenilikçilik yeteneklerini artırmak için bir yol olmasının yanında, potansiyel yeni şirket içi girişimlerini yaratmak yoluyla şirketin başarısını artırması nedeniyle de bu kavrama, işletmeler tarafından artan bir ilginin olduğunu söylemek mümkündür.

Günümüzde kişilerin kendi işlerini kurma ve yönetme istekleri, oldukça yaygın bir uygulama haline gelmektedir. Güçlü bir biçimde kendini kanıtlama motivasyonuna sahip girişimci nitelikli kişi ya da gruplar, çalıştıkları organizasyonlarda daha çok yetki ve sorumluluk üstlenmekten kaçınmazlar. Ancak özellikle büyük işletmelerde girişimci yetenek ve fikirleri bulunan çalışanlar, ortaya çıkan girişim fırsatlarını işletme içinde değerlendirememektedirler. Eğer bu girişim olanak ve fırsatlarını gören kişi işletmeden

ayrılarak yeni bir girişim oluşturmayı başaramıyorsa bu fırsatlar değerlendirilmeden yok olacak ya da başkaları tarafından değerlendirilecektir. İşletme yönünden daha kötüsü, girişimci çalışan bu fikirle yeni bir iş oluşturursa, işletme hem değerli bir elemanını kaybedecek hem de kendine yeni bir rakip yaratmış olacaktır. Bu sorunların ortak çözümünün işletme içinde çalışanları motive edecek bir yapı oluşturmadan geçtiği ifade edilmektedir. Günümüz organizasyon yapılarında iç girişimciliğe imkân tanıyan düzenlemelerle hem çalışanlar hem de işletme için daha üretken ve dinamik bir ortam oluşturacağı ileri sürülmektedir (Arıkan, 2002: 185; Gürol, 2000:60).

2. İç Girişimciler

The American Heritage Dictionary of the English Language, iç girişimciyi (intrapreneur) “büyük bir işletme içinde bir düşünceyi, kârlı bir nihai ürüne risk alma ve yenilik yaparak dönüştürme sorumluluğunu üstlenen kişi” olarak tanımlamaktadır. İç girişimci terimi ilk olarak Pinchot (1985) tarafından kullanılmasına rağmen kavram, daha önce Norman Macrae'nin The Economist dergisinde yayımlanan makalesinde “geleceğin dinamik işletmeleri diğer işletmelerle yaşadıkları rekabete benzer bir çalışma yöntemini kendi işletmeleri içinde de bulmak zorundadırlar” biçiminde ifade edilmiştir (Arıkan, 2002:186). Gürol (2000:61)'ün aktardığına göre Drucker, iç girişimcileri, “organizasyon içerisinde girişimsel özellikler gösteren kişiler” biçiminde tanımlarken, Miner (1997), “kâr amaçlı organizasyonlarda içeriği yeniden belirlenmiş stratejinin bir parçası olarak yeni fonksiyonlar geliştiren ya da yeni fırsatları zorlayan “yenilikçi yöneticiler” şeklinde ifade etmektedir.

Girişimcilik işlevleri, kurumlarda çalışan profesyonel yöneticiler tarafından yerine getirildiğinde bu tür çalışanlar iç girişimci olarak adlandırılmaktadır. Bu statüdeki kişiler görevlerini yerine getirirken tıpkı bir girişimci gibi davranarak, kurumların yararına önemli değişimleri gerçekleştirebilmektedirler. Yeni ürün ve hizmetlerin sunulması, yeni örgütlenme yapılarının geliştirilmesi, yeni ve etkin iş süreçlerinin uygulanmasını bunlar arasında saymak mümkündür (Odabaşı, 2006:99).

İç girişimcilik sürecinin merkezinde iç girişimci yer almaktadır. İç girişimci girişimcilik sürecinde, girişimcilik platformu ile organizasyon platformunu bir araya getirmektedir. İç girişimci, vizyonu olan ve kurulu bir organizasyon içerisinde girişimsel ruh ve atmosferini yaratma rolünü üstlenen biridir. Onun hayali, bir düşünceyi ya da bir fırsatı, kârlı bir ekonomik gerçeğe dönüştürmektir. Bu nedenle bulunduğu kurum içinde yapılması gereken her şeyi yapmaktan kaçınmaz. Örneğin IBM, PC'nin geliştirilmesi işini Philip Estridge'ye vermiştir. Estridge bir iç girişimci olarak ekibi ile birlikte PC geliştirme işinde şirketin bir çok geleneğini yıkmış, örneğin PC gelişimini hızlandırmak için IBM içerisindeki birimlere bağlı kalmak yerine dış tedarikçiler kullanmış, şirketin satış organizasyonunu kullanmak yerine, geliştirdiği PC'yi doğrudan perakendeciler yoluyla pazarlamıştır (Naktiyok, 2004: 64).

İKİNCİ BÖLÜM

GİRİŞİMCİLİK SÜRECİNDE

KADIN GİRİŞİMCİLER VE KARŞILAŞTIKLARI SORUNLAR

Girişimcilik gelişmiş ya da gelişmekte olan tüm ekonomilerin temel yapı taşı oluşturmaktadır. Toplumların girişimciliği geliştirmeleri ve özendirmeleri sadece istihdam yaratma ve yoksulluğu önlemeye yönelik değildir. Aslında bu anlayışın belki de en önemli nedeni, bu iki amacı da karşılayacak biçimde, değişime yönelik olarak gelecekte var olabilmek için ortaya çıkan her türlü yeni ihtiyaçların karşılanabilmesidir. Gelecekte var olabilmenin temel şartlarından birisini de toplumun diğer yarısını oluşturan kadınların da ülke ekonomisine dahil olabilmesini sağlamak oluşturmaktadır. Ancak dünya toplumları kadını yüzyıllardır sosyal ve ekonomik yaşamın dışında tutan geleneksel bir anlayışa sahip olmuşlardır. Günümüzde de bu anlayışın etkileri sürmektedir. Her alanda olduğu gibi kadınlar girişimcilik sürecinde de çeşitli engellemelerle karşılaşmaktadırlar. Bu nedenle potansiyel kadın girişimcilerin de ekonomik yapıda yer almaları sağlanarak, girişimcilik sürecinde karşılaşılabilecekleri sorunları aşmada destek olunması gerekmektedir. Çalışmamızın bu bölümünde de kadın girişimcilerle ve girişimcilik sürecinde karşılaşılabilecekleri sorunlarla ilgili bilgiler yer almaktadır.

I. GİRİŞİMCİLİĞİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Her geçen gün değişen ekonomik, sosyal ve politik koşullar beraberinde bir takım fırsatlar da getirmektedir. Ortaya çıkan bu fırsatlardan yararlanılarak, bunların toplumun gereksinimleri doğrultusunda, ürün ve hizmetler olarak geliştirilip topluma sunumu, çok büyük oranda, vizyon sahibi ve girişimci nitelikli kişilerce gerçekleştirilebilmektedir. Ancak girişimcilerin kendilerinden bu yönde bekleneni verebilmeleri, bu tür fırsatları hayata geçirebilmeleri için, girişimci çabalarına set çeken önlerindeki finansal, toplumsal

ve sair engellerin minimuma indirilmesi ve/veya kaldırılması- hiç değilse önlerine daha başka engeller çıkartılmaması- ve desteklenmeleri gerekmektedir (Gürol, 2000: 17).

İçinde bulunduğumuz bilgi toplumunun oluşturduğu bilgi çağında girişimcinin karşılaştığı en önemli sorun olarak, değişimin getirdiği küresel değerlerle geleneksel değerlerin birbirinden farklı olmasını vurgulamak da ayrıca önemlidir. Bu noktada ise küresel düşünen ve yerel hareket edebilen girişimcilerin daha başarılı oldukları ifade edilmektedir (Kutunis, 2006: 13). Günümüzde girişimcilikte başarılı olabilmek için, girişimcilik sürecinde olası engel ve sorunların üstesinden gelebilmek, bu süreçte kararlı, sabırlı ve amaca yönelik olarak çalışmak gerekmektedir. Girişimcilikte karşılaşılan sorunların bir kısmı devlet, yasalar ve sektörel durumla ilgili iken bir kısmı da girişimcilerin kişisel özelliklerinden kaynaklanmaktadır (Kutunis, 2005: 65).

Yapılan araştırmalar doğrultusunda, girişimcilerin devlet kurumlarında, gümrüklerde ve belediyelerde karşılaştıkları bürokratik engellerin ilk sırayı aldığını söylemek mümkündür. İkinci ana sorun olarak devlet politikalarının geldiği söylenebilir. Çünkü özellikle Türkiye’de daha önce işletme kurmuş ve başarısız olmuş girişimcilerin başarısızlıklarının ve 2002-2007 döneminde yatırım yapmayı düşünmeyenlerin yatırım yapmama nedenlerinin başında devlet politikaları gelmektedir. Kredi maliyetlerinin yüksekliği, devlet politikalarında, döviz kurlarında ve enflasyon oranındaki değişimler gibi genel ekonomik ortam ile ilgili belirsizlikler, yatırım yapmayı düşünmeyen girişimcilerin ana sebepleri arasında yer almaktadır (Çetindamar, 2002: 167).

İşletme, özellikle şirket kuruluşuna yönelik bürokratik engeller ve maliyetler girişimciler üzerinde caydırıcı etki yaratmaktadır. Benzer olarak vergi sisteminde, risk alan girişimciye ilk kuruluş aşamasında düşük vergi oranı ve vergi muafiyeti gibi uygulamaların bulunmaması da başka bir olumsuz etkidir. Ayrıca özellikle işletmelerin kuruluş aşamasında çalışma yaşamına yönelik; istihdam etme, işten çıkarma yasalarında görülen mevzuat güçlükleri de girişimciliğin gelişmesini engellemektedir.

Diğer taraftan, bazı araştırma sonuçları, girişimcilerin karşılaştıkları bazı sorunların onların bu konudaki yetersizliklerinden kaynaklandığını göstermektedir. Nitekim girişimcilerin bilgi toplamaya ve bunları kullanmaya yeterince önem vermedikleri gibi;

işletmeler arası işbirliğine de önem vermedikleri görülmektedir (Eyuboğlu, 2004:54). Bu nedenle başarılı bir girişimcilik ortamı için, kurumları ve kuralları belirli bir sistemin oluşturulması önem arz etmektedir.

Aile, toplumsal davranışlar, eğitimin kalitesi ve düzeyi, genel ekonomik şartlar bireyin girişimcilik ruhunu ve becerilerini olumlu ya da olumsuz etkileyebilmektedir. Bu bağlamda uygun şartlarda ve ortamlarda girişimcilik ruhunun geliştiğini, diğer ortamlarda ise köreldiğini söylemek mümkündür. Görüldüğü üzere, girişimciliğin oluşumuna ve gelişimine etki eden çeşitli etkenler bulunmaktadır. Çalışmamızda bu etkenler üç ana başlık altında incelenmektedir.

A) EKONOMİK YAPININ ETKİSİ

Endüstriyel bir toplumda mal ya da hizmet üretiminde bulunan işletmelerin faaliyetleri arasında koordinasyon sağlayan ögeye ekonomik örgüt denilmektedir. İşletmelerden oluşan bir bütünü ya da kısaca ekonomik örgütü inceleyen bilim dalına ise ekonomi adı verilmektedir (Doğan, 1995: 8). Dolayısıyla, ekonomik yapı da girişimcilere, içinde yaşadıkları çevrenin ekonomik koşullarının tanınmasını sağlamaktadır. Ekonomik sistemin bir alt sistemi olan işletme ile ekonomik çevre arasında oldukça sıkı ilişkiler bulunmaktadır. İşletmenin içinde bulunduğu satış, tedarik, para ve sermaye piyasalarında yaşanan gelişmelerin yanı sıra işletmenin içinde bulunduğu sektörde, ulusal-bölge-dünya ekonomisinde yaşanan değişimler, işletme üzerinde az ya da çok etkili olmaktadır. Bu nedenle gerek girişimcilerin gerekse işletme yöneticilerinin, işletme ile ilgili kararlar alırken, ekonomik koşulları değerlendirerek, gelişmeleri tahmin etmeleri önem arz etmektedir (Ceylan,2001: 20).

Girişimciliği etkileyen piyasa koşulları da ekonomik koşullar içerisinde değerlendirilmektedir. Girişimciliği etkileyen piyasa koşulları; belirli-belirsiz ve basit-karmaşık olarak dördü bir pozisyonda ele alınmaktadır. Piyasa koşulları belirli ve basit pozisyonda iken girişimcilik oranı düşük olmasına rağmen, piyasalar karmaşık ve belirsiz pozisyonda iken girişimciliğin yüksek olduğu vurgulanmaktadır. Bu durum belirsiz ve karmaşık piyasalarda fırsatların ve kullanılabilir gizli bilgilerin çok fazla olduğunu,

belirli ve basit piyasalarda ise bilgilerin kullanılıp, fırsatların değerlendirilmiş olduğunu göstermektedir (Top, 2006: 57).

Girişimciler ve işletmeler için önemli olarak nitelendirilen ekonomik çevre birçok ögeyi barındırmaktadır. Örneğin düşük fiyat, yüksek kalite ve memnuniyet bekleyen müşteriler, bu çevre içindeki lokomotif gücü oluştururken; yasal, politik, sosyal ve ekonomik değişimlere neden olan teknolojiler de bu çevre içinde itici güç oluşturmaktadır. Ekonomik çevre ayrıca içerisinde birbirleri ile yoğun, dinamik, esnek ve aşırı mücadele içinde rekabet eden milyonlarca işletmeyi de barındırmaktadır. Bunlar arasında işletmelerin tedarikçisi ve rakipleri de bulunmaktadır. Ekonomik çevrenin diğer öğeleri arasında nitelikli, becerikli, deneyimli, iş ve yönetim gücünü oluşturan beşeri sermaye ile fiziki, fikri ve finansal sermayeyi oluşturan kurum ve piyasalar da yer almaktadır (Hindle ve Rushworth, 2001: 6,7). Girişimcinin içinde bulunduğu bu ekonomik çevrenin boyutları öncelikle girişimcinin alacağı yatırım kararı olmak üzere, izleyeceği stratejilerini ve girişimin gelişimini de etkilemektedir.

İşletmeler üzerinde etkili olan başlıca ekonomik çevre faktörlerini aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Akmüt vd, 2003:15-16);

- İşletmenin faaliyette bulunduğu piyasaların tipleri, talep ve arz yapıları,
- İçinde faaliyette bulunulan ülke ya da ülkelerin milli gelir, kişi başına düşen ortalama gelir seviyesi, gelirin tüketim ve tasarruf olarak dağılımına ilişkin özellikleri,
- Toplumun, toplumu oluşturan grupların ve bireylerin tüketim ve tasarruf hacimleri ile tüketim ve tasarruf tercihleri, talebin gelir ve fiyat esneklikleri,
- Devletin ekonomik politikaları, harcamaları ve çeşitli ekonomik tercihleri,
- Bu yapısal faktörlerin yanında konjonktürel beklentiler, ulusal ekonomiye, dış ekonomik ilişkilere ve içinde bulunulan sektöre ilişkin çeşitli beklentiler de yer almaktadır.

Yukarıda belirtilen ekonomik çevre faktörleri başta girişimcinin alacağı yatırım kararı olmak üzere, izleyeceği stratejilerini ve gelişimini etkilemektedir. İfade ettiğimiz ekonomik çevre faktörlerini biraz açalım. Bir ekonomide sektörlerdeki tekelleşme oranları yeni kurulacak girişimlerin önündeki engelleri gösterdiği için önemli bir ekonomik çevre faktörüdür. Girişimcinin pazara girişini belirleyen bir diğer çevre faktörü de ekonominin dışa açık olma düzeyidir. Dışa açık ekonomiler ihracat ve ithalat üzerinde sınırlamalar yapmayarak yeni kurulan şirketlerin hem ülke içindeki pazara, hem de dış pazara ulaşabilmesini sağlamaktadırlar (Çetindamar, 2002: 56-58).

Yüksek enflasyon oranı ve hükümetin ekonomi üzerinde, özellikle de borçlar, borç faiz ödemeleri ile yarattığı yükler girişimcileri olumsuz olarak etkileyen ekonomik çevre faktörleri arasında yer alırlar. Yine girişimcilerin hitap ettikleri pazar büyüklüğü ve pazardaki tüketicilerin harcama düzeylerinin yüksek olması da girişimleri için olumlu etki yapabilmektedir. Ekonomik ortamı girişimci için çekici yapan başka bir özellik de ülkedeki sosyal, ekonomik ve politik istikrarın varlığı olmaktadır (Çetindamar, 2002: 59-64).

B) SOSYAL, KÜLTÜREL VE POLİTİK YAPININ ETKİSİ

Yazılı olan yasal düzenlemelerin yanı sıra, yazılı olmayan ancak işletmelerin, örgütlerin ve insanların davranışlarını etkileyen, ülkelere özgü değerler de bulunmaktadır. Toplumsal, politik, ekonomik ve ahlâkî boyutları olan bu yapısal kurallar girişimcilik için önem taşımaktadır (Çetindamar, 2002: 51-52). Başka bir anlatımla, girişimciliğin oluşması ekonomik ve teknolojik olduğu kadar, değerler, algılamalar, davranışlar ve kurumsal yapıların da etkisi altında gerçekleşmektedir. Bu nedenle bir ülkede, bir toplumda girişimciliğin gelişebilmesi için, girişimciliğin sosyal kabulü gerekmektedir. Bu bağlamda kültürel değerler ve sosyal gelenekler bir toplumda kimin bir girişimci olmasında rol oynamaktadır. Örneğin bazı toplumlardaki sosyal şartlar kadınların girişimci olmalarını engellemektedir. Bu toplumlarda iş kadını için yeni bir girişimde bulunmak onların beceri, eğitim ve iş hayatındaki başarıları için gerekli olabilecek bazı destek sistemlerinden mahrum kalmaları nedeniyle zor olabilmektedir. Bir kadının bir girişime başlayabilmesi,

onun kişisel yeterliliğe sahip olmasını ve ekonomik özgürlüğü olmasını gerektirir (Jalbert, 2000: 15-16).

C) HUKUKİ YAPININ ETKİSİ

Fikri mülkiyet hakları (patentler, standartlar), şirket hukuku, vergi ve çalışma hayatı ile ilgili yasa ve düzenlemeler, girişimcileri ilgilendiren en önemli yasal konuları oluşturmaktadır.

Devletin uygulamış olduğu vergi politikası da kadın ya da erkek girişimcilerin önünde yer alan engellerden birini oluşturmaktadır. Ancak devlet girişimciler için engel oluşturan bu vergi politikalarını farklı zaman dilimlerinde ve farklı bölgelerde yumuşatabilmektedir. Özellikle Türkiye gibi kalkınmakta olan ülkelerde devlet, değişik amaçlarla vergisel teşviklere başvurmaktadır. Bu amaçlardan ilk akla gelenleri; bölgelerarası kalkınmışlık farkını ortadan kaldırmak, istihdamı geliştirmek, ülke ekonomisi yönünden önem arz eden alanlarda üretimi sağlamak, döviz kazandırıcı işlemleri artırmaktır (Bayraklı vd., 2004: 1) diyebiliriz.

Ancak çalışmamızın temelinde kadınların girişimciliği yatmaktadır. Bu nedenle kadın girişimciler bu bahsettiğimiz yasal konular haricinde cinsiyetleri nedeniyle bir takım farklı uygulamalarda yaşamış ve yaşamaktadırlar. Konuyu kadınların iş hayatına atılmaları ve girişimciliği tercih etmeleri yönünde irdelediğimizde ise aşağıdaki sonuçlara ulaşmaktayız.

Kadın çalışanlara ilişkin ilk yasaların kabulü 19. yüzyıla dayanmaktadır. Endüstriyel Devrim sonucu daha çok sayıda kadının işgücüne katılmasıyla, kadın hakları gündeme gelmiştir. Bu durum erkek egemen iş dünyasında kadınların sahneye çıkmasına zemin hazırlamıştır. Söz konusu ilk yasalar, öncelikle çalışma koşulları ve kadınların meslek seçiminde serbesti ile ilgili olmuştur. 1919 yılında kurulan Uluslararası Çalışma Örgütü'nün (ILO-International Labor Organization) bir konferansında üyeler Analık Koruma Konvansiyonu'nu benimsemişlerdir. Bu konvansiyonun temel hedefleri arasında; kadınların haklarının korunması, onların iş dünyasında yer almaları ve iş seçme

özgürlüğüne sahip olmaları gibi pek çok konuda karar alarak, bunların uygulanmasına yönelik çalışmalar yapmak yer almaktadır. Danimarka, 1857 yılında, kadınlara meslek seçimi konusunda serbestlik tanıyan ilk ülkelerden birisi olmuştur. İsveç'te 1864 ve Norveç'te 1866 yıllarında benzer yasalar kabul edilmiştir (Gürol, 2000:217-218).

II. KADIN GİRİŞİMCİLER VE KARŞILAŞTIKLARI SORUNLAR

Toplumların genelinde, fırsatlar ve yasal haklardan yararlandırılma konusunda, kişi ve kesimler için çifte standartlar mevcuttur. Bu durum sonucunda bireylerin farklı değerlendirilmeye tabi tutulduğu görülmektedir. Günümüzde en gelişmiş, endüstrileşmiş ülkelerde bile ayrımcılığa sıkça rastlanılmaktadır. Bu anlamda ayrımcılıktan payını alan bir kesim de kadınlar olmaktadır. Genellikle çalışma yaşamında “cam tavan etkisi” olarak adlandırılan cinsler arası ayrımcılık olgusu tüm toplumlarda varlığını sürdürmektedir (Gürol, 2000: 18).

International Labour Office (2000)'in ifade ettiği gibi, “Cam tavan” 1970'lerde Amerika Birleşik Devletleri'nde ortaya çıkmış bir kavramdır. Tutumla ilgisi olan önyargılar ya da kalıplar tarafından yaratılan, kadınların üst yönetim pozisyonlarına gelmelerini engelleyen, görünmez yapay engelleri ifade etmektedir. Cam tavan olgusu politika ve iş yaşamında daha çok gözlemlenmesine rağmen, aslında bu konu sosyal ve ekonomik cinsiyet eşitsizliğinin bir yansıması olmaktadır (Ergeneli ve Akçamete, 2004: 87).

Bilindiği üzere dünya toplumları yüzyıllar boyunca kadını sosyal ve ekonomik yaşamın, dolayısıyla çalışma yaşamının dışında tutan geleneksel bir anlayış dönemini yaşamışlardır. Oysa kadınların çalışma yaşamına katılımı, onların ekonomik güç kazanmasını, üretken olmalarını, kendilerine güven duymalarını, gerektiğinde tek başına ayakta durmalarını, özgür olmalarını, haklarının bilincinde olmalarını sağlayan önemli bir unsur olmaktadır.

Kadınları çalışma yaşamının dışında tutan bu geleneksel anlayış zaman içerisinde aşılmaya çalışılmıştır. Nitekim II. Dünya savaşıdan sonra demokrasi, insan hakları, kadın-erkek eşitliği gibi kavramların hakim olduğu yeni bir dönemle birlikte, bütün topluma ve

kadınlara yeni ufuklar açmıştır. Türk toplumu da bu konudaki ilk dönüşümü Cumhuriyetle birlikte yaşamıştır. İkinci dönüşüm ise 1999 Aralık ayı AB adaylık sürecinin başlangıcı ile başlamıştır (Çelikel, 2006: 69). Ancak Cumhuriyet döneminden itibaren yapılan yasal değişikliklerin işlerlik kazanabilmesi için, kadının iş yaşamına katılımının kültürel yaşamın bir parçası olarak kabul edilmesi ve bu durumun toplum tarafından özümsemişi gerekmektedir. Bunun gerçekleşmesi için zamana ihtiyaç duyulmaktadır.

Türkiye, kadınların mesleki ayrımların üstesinden gelebilmek ve ekonomik gelişimde yerlerini alabilmek için kendi işlerini kurmaya yöneldikleri gelişmekte olan bir ülkedir. Baskın aile yapısı ve genel olarak kadınların eğitim düzeyleri Türkiye'yi diğer gelişmiş ülkelerden ayırarak sosyal statüyü ortaya koymaktadır. (Hisrich ve Öztürk, 1999:114).

Türkiye Cumhuriyetinin kurulmasıyla beraber Atatürk'ün önderliğinde kadınların toplumsal yaşama tam katılımını sağlamak ve statüsünü yükseltmek amacıyla Türkiye'de çok sayıda yasal düzenleme yapılmıştır. Türkiye Cumhuriyeti'nin temelleri kadın erkek eşitliği üzerine kurulmuştur. Kadınların siyasal, sosyal, ekonomik ve eğitim haklarını kullanırken erkeklerle eşit bireyler olarak ülke kalkınmasında görev almalarını sağlayacak yasal alt yapı hazırlanmıştır⁴.

1926 yılında bir devrim yasası olarak yürürlüğe konulan Türk Medeni Kanunu özellikle kadın hakları alanında önemli bir adım olmuştur. Ancak yine de kanunun 159. maddesine göre kadının bir meslek ve sanatla uğraşması kocanın iznine tabi tutulmuştur. Kabul edildiği tarihte bir mantığı ve açıklaması olan bu kanun içerisindeki hükümler de zaman içinde kabul edilemez hale gelmiştir⁵. Dolayısıyla 76 yıldır uygulanan Türk Medeni Kanunu'nun yeniden gözden geçirilmesi bir ihtiyaç olmuştur. 22.11.2001 tarihinde kabul edilen ve 01.01.2002 tarihinde yürürlüğe giren yeni Medeni Kanun'un 192. maddesi ile "Eşlerden her biri, meslek ya da iş seçiminde diğerinin iznini almak zorunda değildir.

⁴ T.C. BAŞBAKANLIK Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, Töre ve Namus Cinayetleri İle Kadınlara ve Çocuklara Yönelik Şiddetin Sebeplerinin Araştırılarak Alınması Gereken Önlemlerin Belirlenmesi Amacıyla Kurulan TBMM ARAŞTIRMA KOMİSYONU RAPORU, Can Ofset Matbaa, Ankara, Aralık 2006, s.93.

⁵ T.C. BAŞBAKANLIK Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, Kadın ve Çocuk Hakları Açısından Yeni Türk Medeni Kanunu, Ankara, Aralık 2003, s.20-22.

Ancak, meslek ve iş seçiminde ve bunların yürütülmesinde evlilik birliğinin huzur ve yararı göz önünde tutulur.” hükmü getirilmiştir (Türk Medeni Kanunu, 2002: 56-57). Kadınların iş dünyasına girmelerini destekleyici yönde gerçekleşen bu gelişmeler hala yeterli görülmemektedir.

Türkiye’de kadınlar eğitim, politik imkânlar ve iş bulma gibi insan haklarıyla ilgili konularda herhangi bir yasal engelle karşı karşıya değillerdir. Türkiye’de yasalar kadın ve erkek için eşit koşullar sunmaktadır. Ancak kadına karşı şiddeti ortadan kaldıracak etkili politikalar ve yardım destek politikaları yetersizdir. Dahası töre cinayetleri gibi yaşama dair doğrudan tehdit oluşturan etkenler oldukça önemli bir konu olarak ortaya çıkmaktadır. Meclis adalet komisyonuna suç konularını içeren bir dosya gönderilmiştir. Bu dosyadaki içerikle geleneksel değerlerin ve kadına karşı işlenen suçların ortadan kaldırılabilmesi için sadece birey değil tüm aile yapısının şekillendirilmesi gerektiğine dikkat çekilmiştir (KAGİDER, 2005:15-16). Sonuçta bu konudaki yasaların uygulanabilmesi için, toplumda yerleşik yargıların ve tutumların değişmesi ve toplumsal cinsiyet eşitliği bilincinin oluşturulması gerekmektedir.

Kadınların iş yaşamındaki fonksiyonlarının genel olarak artış eğiliminde olmasına rağmen, tüm dünyada olduğu gibi halen Türkiye’de de kadınların iş sahibi olmalarını engelleyen birçok sorun çözüm beklemektedir. Bunların başında ekonomik yapı, sosyo-kültürel yapı ve yasal düzenlemeler gelmektedir.

Cumhuriyet döneminden itibaren Türkiye’de çıkarılan yasalara rağmen, aile içindeki eşlerin eşitliği problemi, kadına karşı uygulanan şiddet, kadının eğitim sorunu, meslek edinmesi sorunu gibi etkenler bir bütün halinde çalışma yaşamı da dahil olmak üzere, önemli bir kadın sorunsalı oluşturmaktadır (Çelikel, 2006: 69). Burada, kadınların çalışma yaşamına girmesindeki ve girişimciliği tercih etmesindeki en önemli engelin kadınlar ile erkekler arasındaki cinsiyet ayrımı olduğunu söylemek mümkündür.

Türkiye ikili bir sosyal ve kültürel yapıya sahip bulunmaktadır. Bilindiği üzere ülkenin Doğu ve Güneydoğu bölgeleri kalkınmışlık yönünden göreceli olarak diğer bölgelerimize göre daha az gelişmiştir. Bu bölgelerimizin toplumsal yapısı da diğer bölgelerimize göre farklılık göstermektedir. Bu toplumsal yapı farklılığı kadının statüsü ve sorunlarının da

farklılaşmasına neden olmaktadır. Bu bölgelerde doğurganlık oranı ve çocuk ölüm oranları diğer bölgelere göre daha yüksektir (Doğanay, 1993: 84). Bölge toplumunun en önemli özelliği olan aşiret ilişkileri günümüzde çözülme ve dönüşmeye başlamış olmasına rağmen hala devam etmektedir. Dönüşüm süreci oldukça yavaş gerçekleşmektedir. Aşiretin değer yargısı toplumun değer yargısını doğrudan etkilemektedir. Özellikle kırsal kesimde kadının kararlara katılması gibi davranış kavramları bulunmamaktadır.

Ankara, İstanbul, Ege ve Akdeniz kıyı kentlerinde oldukça modern Avrupa yönelimi yaşanmaktadır. Doğu illerinde, küçük kasabalarda ve kentlerin dış çevrelerinde ise son derece geleneksel topluluklar görülmektedir. Bu ikili yapı girişimci kadınlar için çeşitli imkânlar yanında kısıtlamalar da getirmektedir. Ülkenin daha modern kesimlerinde ve ekonominin daha ileri sektörlerinde bile girişimci kadınların çeşitli toplumsal ve kültürel engellerle karşılaştıkları bilinmektedir⁶.

Oysa dünya hızla değişmekte, dolayısıyla değişen dünyanın kuralları da değişmektedir. Bu değişim toplumsal yapıyı da doğrudan etkilemektedir (Candaner, 2006: 167). Genç neslin ister kız, ister erkek olsun çok iyi bir şekilde eğitilerek, yeni dünya gerçeklerine hazır olarak yetiştirilmeleri gerekmektedir.

Birleşik Devletlerde Geçici İşkadınları Üzerine Araştırmalar Komitesi yaptıkları araştırma ve incelemeden sonra şu sonuca ulaşmıştır: “Yeni bir iş kurmak tüm bireyler için zor olmasına rağmen, bu süreç kadınlar için daha da zor olmaktadır. Komite açık ayrımcılığın sistematik tarihini; kadını geleneksel ‘erkek alanları’ndan koparan, girişimci olmasına yol açacak mesleki eğitim görmesini engelleyen, mesleki özlem ve tutkularını yok eden, kariyer elde etmeye çabaladığında önüne engeller dikilen bir yaşamın tarihi olarak ifade etmektedir” (Goffee ve Scase, 1992: 50).

Nitekim dünyada varlığını sürdüren erkek egemen nitelikteki sosyoekonomik ve politik yapıların tipik uzantısını, genel olarak girişimcilik konusunda da görmek mümkündür (Soyak, 2006:170). Türkiye’de de son yıllarda girişimcilik kültürünün ve kadın girişimciliğinin geliştiğini söylemek mümkündür. Ancak, sosyo-ekonomik yapılanmadaki

⁶ T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, 2000, s. 84.

eksiklikler, toplumdaki cinsiyete dayalı rol ayrımı ve aile içi ataerkil üretim ilişkileri kadın girişimcilerin önündeki en önemli engelleri oluşturmaktadır (Çakıcı, 2003: 72). Belirtmekte yarar olan bir diğer unsur da, beşeri sermayenin önemli bir bileşeni olan eğitim konusunun, Türkiye’de özellikle kadınların işgücüne ve girişimciliğe katılım oranlarını ciddi anlamda etkilemekte olduğudur.

Kadın girişimciliği ile eğitim ilişkisini bir başka boyutta incelemek mümkündür. Bu boyut da, girişimci kadınların gereksinim duydukları bilgi ve becerilerin kendilerine kazandırılmasına yönelik eğitim ve yetiştirmeyi kapsamaktadır. Çünkü girişimci kadınlar geçmişte kazandıkları bilgi ve becerileri, değişen model ve teknolojiler karşısında yenilemek zorunda kalmaktadırlar. Yine girişimci kadın eğitimi kapsamında üzerinde durulması gereken bir başka konu da kadınlara özgüven kazandırıcı, girişimciliğin gerektirdiği nitelikleri ortaya çıkarıcı, girişimcilik yeteneklerini ve yaratıcılıklarını geliştirici programların planlanıp uygulamaya konulması olmaktadır.

Birçok girişimci kadının sıkıntı çektiği bir başka konu ise, girişimci kadınlar arası örgütlenme ve işletme dışı ilişkileri kurma konusunda yaşadıkları güçlükler olmaktadır. Örgütlenme öncelikle girişimci kadınları birbirinden haberli kılarak iş yaşamında birbirlerini desteklemelerini sağlayacaktır. Ayrıca kadın girişimciliği konusunda destek hizmetleri ve politikalar da yetersiz kalmaktadır (Ecevit, 1993: 30). Kadın girişimciler özellikle başlangıç aşamasında finansmana erişim konusunda desteğe ihtiyaç duymaktadır. Kadın girişimciliğin gelişmesinde mevcut engellerin engel olmaktan çıkartılabilmesi için zamana ve çeşitli düzenlemelere gereksinim duyulmaktadır. Aksi halde, toplumun yarısını oluşturan kadınların potansiyel girişimci gücünü ortaya çıkarmak mümkün olmayacaktır.

A) KADIN GİRİŞİMCİLER

Günümüz dünyası çok büyük bir hızla değişmektedir. Politik ve ekonomik değişimler her yerde gözlemlenmektedir – bazı ülkeler ne üretirsen satarsın anlayışının hakim olduğu ekonomiden talebe yönelik ekonomiye geçerken, diktatörlükler demokrasiye dönüşmekte ve monarşiler de yeni sivil kurumlar oluşturmaktadır. Bu değişimler iş sahibi

olmak ve işleri yönetmek isteyen kadınlar için ekonomik imkânlar sunmaktadır (Jalbert, 2000: 7).

1970- 1980’li yıllar, teknolojik değişimin başladığı yıllardır. Bu değişimin yarattığı sonuçlardan biri de kadınların girişimciliğe uygun olduklarının keşfedilmesi şeklindedir. Bilgi toplumuyla birlikte, insanın fiziki gücünün ekonomik değeri hızla azalırken, fikri ve zihinsel emeğin ekonomik değeri de daha büyük bir hızla artmaya başlamıştır. Girişimcilik ise yönetim ve Ar-Ge faaliyetleri ile birlikte fikri emeğin en önemli boyutunu oluşturmaktadır. Dolayısıyla, bilgi çağı, yeni dinamik yapısı ile sanayi çağına göre kadınlara daha fazla girişimcilik fırsatı sunmaktadır (Top, 2006: 21). Kadınlar artık özel kadınısı yeteneklerini öne çıkararak kendi girişimcilik kariyerlerini geliştirmekte ve bunları erkeklere karşı özel yetenek olarak da kullanabilmektedirler.

Aslında kadınlar hangi sosyal sınıftan olursa olsun, geleneksel olarak en temel “işletme” olan ev idaresini üstlenerek, çoğu zaman kıt imkânlarla ailenin varlığını sağlayan türlü yeniliklerin yaratıcısıdır. Ancak bu yöndeki girişimler toplum nezdinde girişimcilik olarak algılanmaz. Topluma göre bu davranışlar ekonomik değeri olmayan, kadınların “doğal” görevlerindedir (Ertürk, 1993: 43) . Toplumsal anlamda girişimciliğin ise, piyasa ekonomisi içinde, doğrudan doğruya pazara yönelik ve kazanca dönüşebilen faaliyetleri içermesi gerekmektedir.

Dünya çapında pek çok girişimci; kadındır. Girişimcilik bireysel yaratıcı ruhun, uzun dönemli işletme sahipliğine, işveren olmaya ve ekonomik güvenliğe dönüşmesidir (Jalbert, 2000: 9). Carland ve meslektaşlarına göre girişimci; yenilikçi tutumlar ve stratejik idari uygulamaları değerlendirebilen, kâr ve büyüme amacını gözetken ve bu bağlamda işletmeleri kurup idare eden kişidir (Türker ve Can, 2006:2). Thompson ise girişimciyi, yeni fırsatlarla ilgili düşünceleri olan ve bir şeyler yaratmak için yeni işlere girişebilen kişi olarak ifade etmektedir (Thompson, 1999: 209).

Kadın girişimci, belli bir hedefe ulaşabilmek için, belli risklerin altına giren ve bir iş tespit edip kuran kişidir. Girişimci çalıştığı ya da çalışacağı sektörün potansiyellerini hızlı biçimde görebilen, faydalı yatırımlar için cesurca davranabilen, pazarın dinamik yapısına

uygun olarak gerekli durumlarda olası önlemleri vakit geçirmeden alabilen kişilik özelliklerini taşıyan kişidir (Çakmak, 2006: 2).

Kadın girişimci, piyasa ekonomisi içinde hesaplı riskleri göze alabilen, doğrudan doğruya pazara yönelik, nakde dönüşebilen, mal ve hizmet üretilip satan, kendi işinin sahibi olup, vergi kaydı, TESK (Esnaf ve Sanatkârlar Birlikleri ve Odaları)'e ya da TOBB (Ticaret Odaları, Sanayi Odaları, Ticaret ve Sanayi Odaları)'a üye olan ve sosyal güvenlik kurumlarından birinin şemsiyesi altında çalışan, ya da yanında başka kişileri istihdam eden işveren olarak da tanımlanmaktadır (Müftüoğlu ve Durukan, 2004:35).

Kendi hesabına çalışan kadınların bir bölümü kiradan, vergiden kaçınma gibi nedenlerle bu durumlarını belirtmekten kaçındıkları, bazılarının ise girişimci olmalarına rağmen bir esnaf-sanatkâr odasına kayıtlı olmadıkları gözlenmiştir. Dolayısıyla bu kişileri “girişimci” kavramı dışında bırakmak doğru görülmemektedir. Girişimci sınıfına kimlerin dahil edilip edilemeyeceği konusunda tam bir uzlaşmanın sağlanamamasının bir nedeni de 1992 yılına kadar Türkiye’de bu konuda bir araştırma yapılmamış olmasından kaynaklanmaktadır(Çelebi, 1993: 35; Ecevit,1993: 19-20).

Bu konuya açıklık getirmek amacıyla kadın girişimciyi şu şekilde tanımlamak mümkündür (Ecevit,1993:20):

- Kadın girişimci, ev dışında bir mekânda, kendi adına kurduğu bir ya da birkaç işyeri olan,
- Bu işyerinde tek başına ya da istihdam ettiği diğer kişilerle birlikte çalışan ve/veya işin sahibi sıfatıyla ortaklık kuran,
- Herhangi bir mal ya da hizmetin üretilmesi ile ilgili faaliyetleri yürüterek, bu mal ya da hizmetin dağıtım, pazarlama ve satışını yapan ya da yaptıran,
- İş ile ilgili olarak ilişkiye girilmesi gereken kişi, örgüt, kurum ve kuruluşlarla kendi adına ilişki kuran,
- İş sürecinin örgütlenmesi, mal ve hizmet üretiminin planlanması, iş yerinin çalıştırılması, kapatılması ya da işin geliştirilmesi konusunda kendisi karar veren,

- İşinden elde ettiği kazancın kullanım ve yatırım alanları üzerinde söz sahibi olan kişidir.

Bu ifadeler doğrultusunda kadın girişimciyi kısaca; evinin dışında kendi adına ya da ortaklık sıfatıyla bir ya da birkaç işyeri olan, herhangi bir mal ya da hizmetin üretilmesi, pazarlanması ve tüm işletme faaliyetleri ile ilgili kararlar alan, yürüten, gerçek ve tüzel kişiler ile kendi adına ilişki kuran ve işinden elde ettiği kazancın kullanımı üzerinde söz sahibi olan kişi olarak ifade etmemiz mümkündür.

B) KADIN GİRİŞİMCİ PROFİLİ

Girişimsel faaliyetin ve girişimci kişiliğin oluşumunu psikolojik, sosyolojik ve ekonomik özelliklerin her biri farklı biçimlerde etkilemektedir. Girişimcinin yatırım alanı, içinde yer aldığı pazar, müşteriler gibi özellikler girişimsel aktivitenin ekonomik koşullarını; girişimcinin aile yapısı, eğitimi, yaşı, iş tecrübesi gibi özellikler onun sosyolojik koşullarını; cesareti, özgüveni, enerji seviyesi gibi kişisel özellikler ise girişimsel aktivitenin psikolojik koşullarını oluşturmaktadır. Ve girişimcilik bu üç faktörün bileşimi sonucu şekillenmektedir (Sipahi, 1997: 55).

Çok boyutlu bir kavram olan girişimciliğin ekonomik, psikolojik ve işletme yönetimi gibi konuları kapsayarak her çeşit organizasyonda gerçekleşmesi mümkündür. Girişimcilik, modern ve geleneksel tüm sektörlerde, büyük ya da küçük ölçekli işletmelerde ve farklı mülkiyet yapıları içinde geçerli bir olgu olarak değerlendirilmektedir. Girişimcilik kavramı genellikle girişimci birey perspektifinden ele alınarak incelenilmektedir (Ağca, 2005b:151). Günümüzde gerek kadınlar, gerekse erkekler girişimcilik konusuna ilgi göstermektedirler. Bu nedenle çalışmamızın bu bölümünde konuya kadın girişimci yönünden bakılacaktır.

Aslında günümüze kadar girişimcilik konusunda yapılan araştırmaların büyük bir çoğunluğu erkekler baz alınarak yapıldığı için, girişimciliğin genelde erkekler için geçerli olduğu düşüncesi hakimdi. Ancak kadın girişimcilerin iş hayatına atılması ile girişimci tipine yeni bir boyut getirilmiştir.

Kadın girişimciliği oldukça farklı iş alanlarını ve farklı büyüklükteki faaliyetleri kapsadığı için, homojen bir grup ya da kategori oluşturmaz (Ertürk, 1993:44). Kadın girişimciliği oldukça genel bir kavram olup, bu başlık altında farklı iş kollarında, farklı işyeri örgütleri tipinde ve farklı statülerde çalışan kadınları bir araya getirmek mümkündür (Çelebi,1993:35).

Özellikle son yıllarda sosyal, politik ve ekonomik değişim kadınlar için bir takım fırsatlar yaratarak iş dünyasında daha fazla kabul görmelerine imkân tanımıştır. Günümüzde gittikçe artan sayıda kadın işletmecilik, hukuk, mühendislik ve bilgisayar programlarında öğrenim görmektedir. Bu durum gelecekte daha fazla kadının kendi işlerini kurma konusunda gerekli beceri ve güveni kazanacaklarını göstermektedir.

1. Özellikleri

Kadın girişimcilerin erkek meslektaşlarına nazaran göstermiş oldukları farklılıkların, onların yapısal (içgüdüsel) ve düşünsel özelliklerinden kaynaklanabileceği düşünülebilir. Ya da bunun tamamen beynin çalışma prensiplerinin kadınlardaki farklı dışavurumundan ibaret olduğu da varsayılabilir.

Wonder ve Donovan çalışmalarında, beynin sol bölümünün egemen yarım küre, sağ bölümünün de buyurgan olmayan yarım küre olduğunu ifade etmişlerdir. Beynimizin rasyonel olan sol bölümü daha erkeksi düşünce kalıpları ve yetenekleri içermesine rağmen, sağ bölümü ise dişil temelleri kapsamaktadır (Wonder ve Donovan, 1984: 25). Beynin sol ve sağ bölümlerinin özellikleri Tablo 2.1’de gösterilmektedir.

Tablo 2.1. Beynin Sol ve Sağ Bölümleri

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

Kaynak: Wonder ve Donovan, 1984: 25-29

İş dünyasında kadınlar genellikle, beynin sol bölümünün özelliklerine odaklanarak, liderliğin daha yumuşak ve kadınsı yanını geliştirmeyi göz ardı etmekte ve beynin sağ bölümünde sahip oldukları gücü kullanmaktan yoksun kalmaktadırlar. Oysa bu özellikler hem erkek hem de kadınlar için başarılı iş dünyasının anahtarı olmaktadır.

İş dünyasında başarıya ulaşmış ve bunu sürdürebilen çok az sayıda kadın, dişiliğe dayalı yeteneklerin önemini ve gücünü kanıtlamaktadır. Fortune dergisinde son iki yılda iş dünyasındaki en güçlü elli kadın olarak adı geçenlerin özellikleri incelendiğinde, atılgan ve gözü pek oldukları görülmüştür. Ancak onları asıl öne çıkaran nitelikleri bu erkeksi özelliklerini kadınsı yetenekleriyle birleştirmeleri olmuştur. Bu kadınlar, işletmelerinin ve meslektaşlarının gelişmesini sağlamışlar, çok iyi iletişim kurmuşlar, ilişkiler oluşturmuşlar, soğuk işletme ortamına tutku ve duygu aşılıyarak işletmelerinin varlığında ve geleceğinde değişim ve canlılık yaratmışlardır (Deemer ve Fredericks, 2006: 19).

Yapılan araştırmalar kadın ve erkek girişimcilerin birbirlerinden çok farklı olmadıklarını göstermektedir. Örneğin her iki grup girişimci de bağımsızlığa ulaşmak ve başarmak için gerekli istekle motive olmaktadır. Her iki grup, bir önceki girişimin hayal kırıklığı ve tatminsizliğinden etkilenmektedir. Her iki grup girişimci de, girişimlerine başlamak için bireysel varlıklarına ve tasarruflarına oldukça bağlıdır. Yine her iki grubun değerleri, rekabette üst sıraya geçmeyi sağlayacak güç ve ekonomik sonuçlara duyulan arzu nedeniyle benzerlik göstermektedir (Kuratko ve Hodgets, 1995:654).

Tablo 2.2. Kadın ve Erkek Girişimcilerin Karşılaştırılması

Özellikleri	Erkek Girişimciler	Kadın Girişimciler
Motivasyon	Başarı	Başarı
	Kişisel bağımsızlık	Bağımsızlık
	İş tatmini	
Çıkış Noktası	Mevcut işten memnunsuzluk	İşte ezilme
	Mevcut işin genişletilmesi	
	Deşarj ya da rahatlama	Girişime dair ilgi
	Kazanma fırsatı	Kişisel değişimler
Finansal Kaynaklar	Kişisel çaba ve birikim	Kişisel çaba ve birikimler
	Banka finansmanı	
	Yatırımcılar	Kişisel varlık
	Aile ya da arkadaş desteği	
Mesleki Altyapı	İş sahasındaki tecrübe	İş sahasındaki tecrübe
	Sahada yüksek başarı (Uzmanlık)	Sahada orta düzey yönetsel tecrübe
	Çeşitli dallarda rekabet	Hizmet sektörü ile ilgili mesleki altyapı
Kişisel Özellikler	Fikir sahibi ve ikna edici	Esneklik ve Tolerans
	Başarıya odaklanmış	Başarıya odaklanmış
	İdealist	Yaratıcı ve realist
	Yüksek düzeyde kendine güven	Orta düzeyde kendine güven
	Övgüye değer ve enerjik	Övgüye değer ve enerjik
	Kendinin patronu olması	Sosyal ve ekonomik çevre ile anlaşabilme yeteneği
Altyapı	Girişime başlama yaşı 25-35	Girişime başlama yaşı 35-40
	Babası kendi işine sahipti	Babası kendi işine sahipti
	Lisans derecesi: işletme ya da teknik saha	Lisans derecesi liberal sanat
	İlk doğan çocuk	İlk doğan çocuk
Destek Grupları	Arkadaşlar, profesyonel danışmanlar (avukat-muhasebeci)	Yakın arkadaşlar
	İş kuruluşları	Eş
	Eş	Aile
		Profesyonel kadın grupları
Kurulan İşletme Türü	Üretim ya da yapı	Ticari işletmeler
		Hizmet sektörü (eğitim servisleri, danışmanlık ya da halkla ilişkiler)

Kaynak: Hisrich ve Peters, 2002:76.

Hisrich ve Peters'ın 2002 de yaptıkları araştırma araştırmacılara erkek ve kadın girişimcileri özellikleri bakımından kıyaslayabileceğimiz bir tablo sunmaktadır.

Tablo 2.2 ye göre erkek ve kadın girişimciler yeni bir girişime atılma esnasında temel olarak başarı ve bağımsızlık duygusuyla motive olmaktadır. Bununla birlikte erkekler işlerindeki tatminsizlikle de motive olmaktadır ki kendilerini yeni ufuklara doğru yol almaya hazır hissettiklerinde yeni bir girişim için de kolları sıvayabilmektedirler.

Yeni bir girişime başlama esnasında erkeklerin çıkış noktası; mevcut işlerindeki memnuniyetsizlik yada işin genişletilmesi fikri olabilmektedir. Ya da deşarj olma ve rahatlama isteği gibi daha kişisel ihtiyaçlarla da yeni adımlar atabilmektedirler. Bunların yanı sıra erkeklerin en ayırt edici özelliklerinden biri ise kazanma fırsatı olabilmektedir.

Aynı konuda kadın girişimcilere baktığımızda erkeklere kıyasla çok daha farklı sebeplerle girişime atılma yönelimleri söz konusudur. Kadınların temel çıkış noktalarının başında mevcut işlerinde ezilme gelmektedir. Kadınların yapmayı düşündükleri girişime duydukları ilgi de önemli bir faktör olmaktadır. Bunların yanı sıra kimi kadın girişimci adaylarının işlerindeki ilerleme ve kazandıkları tecrübeler, kiminin ise yaşantılarında meydana gelen değişimler sonucu yeni bir girişime atıldıklarını söyleyebiliriz.

Bir girişimin kurulmasında önemli yeri olan finansal kaynakların temininde de erkek ve kadın girişimciler arasında farklılık görülmektedir. Erkek girişimciler kişisel çaba ve birikimlerinin yanı sıra profesyonel destek de sağlama çabasındadırlar. Bu bağlamda banka finansmanı ve yatırımcı desteği erkek yatırımcılar için önemli bir kaynak olmaktadır. Bunlarla beraber her girişimci için vazgeçilmez olan aile yada arkadaş desteği de unutulmamalıdır.

Finansal kaynak temininde kadın girişimciler belki biraz daha kaderci davranmaktadırlar demek mümkündür. Belki de iş hayatına erkekler kadar agresif bir giriş yapmaktan çekinmeleri sebebiyle daha çok kendi birikimleri ve mümkün olursa da eşlerinin desteğiyle finansal kaynak sağlama çabasındadırlar.

Mesleki altyapı yönünden de iki grubu kıyaslayacak olursak erkeklerin bu konuda kadınlara oranla daha üstün olduklarını söyleyebiliriz. Çünkü her iki grup da iş sahasındaki tecrübelerini değerlendirmek isteseler de erkekler halihazırda kadınlara oranla daha yüksek mevki ve iş standartlarında olmaları sebebiyle alanlarında kendilerini “uzman” olarak niteleyebilmektedirler. Kadınlarsa kendilerini sadece “tecrübeli” olarak ifade edip daha mütevazı bir yaklaşım içerisindeyler. Mesleki dağılım açısından da erkekler kadınlara oranla pek çok iş sahasında rekabet edebilecek düzeyde girişimlere başlamaktadırlar. Ancak kadınlar özellikle hizmet sektörü gibi alanlarda kendileri için altyapı oluşturmuş durumdadırlar.

Birçok girişimci için belirleyici olan kişisel özellikler iki grup arasındaki farkı daha net yansıtmaktadır. Erkek girişimciler fikir sahibi ve ikna edici olmaları yanı sıra idealist olma özelliklerini de ortaya koymaktadırlar. Kadın meslektaşları ise esneklik ve tolerans özelliklerinin yanı sıra realist yaklaşımlarda bulunmaktadır. Erkeklerdeki yüksek düzeyde olan kendine güven, kadınlarda daha düşük seviyelerde görülmektedir. Erkek girişimciler mücadelelerini kendi patronları olmak için verirken kadın meslektaşları ise sosyo-ekonomik yapıya uyum sağlama isteği içindedirler.

Kadın ve erkek girişimciler için bireysel altyapıya baktığımızda ortak yönler görmekteyiz. Her iki grupta da yüksek oranda ailenin ilk doğan çocuğu olma ve ailelerinin kendi işlerine sahip olma durumu söz konusudur. Erkekler girişimciliğe 25-35 yaşlarında başlarken kadın girişimciler 35-40 yaşlarında başlamaktadırlar. Altyapı bakımından temel farklılık belki de iki grubun mezuniyet durumları olarak değerlendirilebilir. Erkekler daha ziyade işletme yada teknik saha ile ilgili programlardan mezun olurken kadın girişimciler ise sanatsal programlardan mezun olmaktadır.

Girişimin oluşumu esnasında ihtiyaç duyulan desteğin (bilgi-teknik konular) elde edildiği gruplar olarak, arkadaşlar ve eşlerin yanı sıra erkek girişimciler tarafından profesyonel destek (avukat-muhasebeci) ve iş kuruluşlarının destekleri tercih edilmektedir. Kadın girişimciler ise profesyonel kadın kuruluşları ve ticari işletmelerin desteğini almaktadırlar.

Tüm bu araştırma sonuçları irdelendiğinde ortaya aslında çok da şaşırtılmaması gereken bir sonuç çıkmaktadır. Bu da kurulan işletme türüdür. Erkek girişimciler genellikle üretim ya da yapı ile ilgili sektörlerde, kadınlar ise hizmet sektöründe boy göstermeyi tercih etmektedirler.

Yapılan bir diğer araştırmada, kadınların erkeklere oranla girişimcilik yönelimleri bakımından üç temel farka sahip oldukları gözlenmiştir; kadınlar statüye kazanç elde etmekten daha fazla önem vermekte, risk almada daha temkinli davranmakta ve kendilerine daha az güvenmektedirler. Ayrıca kadın girişimciler kurumsallaşmaya erkeklerden daha yatkındırlar. Kendi şahsi zamanlarını erkeklerden daha fazla iş için ayırabilmektedirler (Hisrich ve Öztürk, 1999:118).

Erkekler kadar kadınların da girişimcilik faaliyetlerinde başarılı olabilmeleri mümkündür. Ancak, kadın girişimcilere de erkek girişimcilere olduğu gibi gerekli fırsat ve teşviklerin verilmesi ve kadın girişimci fikrine toplumun ve iş çevrelerinin de alışması gereği önem arz etmektedir. Erkek ve kadın girişimciler arasında bu dengelerin kurulması sonucunda, pek çok alanda kadın girişimcilerin erkek girişimcileri de geçebilecek potansiyele sahip olduklarını görmek mümkün olabilecektir.

2. İş Kurma Nedenleri

Toplumsal yapıdaki hızlı değişme ve gelişmeler yaşamın her alanında olduğu gibi çalışma yaşamında da etkili olmaktadır. Gün geçtikçe çalışma yaşamında erkek egemenliği sarsılmakta ve kadın girişimciler hızla artarak bu alanda kendilerini gösterme imkânına kavuşmaktadırlar. Kadınlar, günümüzde geleneksel “eş”, “anne” rolleriyle yetinemeyecekleri bilincine ulaşmışlardır. Dolayısıyla bu bilinçlenme kadını iş yaşamına itmektedir. Girişimcilik, kendi başına aslında kadınları işletme kurmaya motive eden bir var oluş güdüsüdür. Dünya genelinde kötü ekonomik koşullar, yüksek işsizlik oranları ve boşanma kadınları girişimcilik aktivitelerine itmektedir (Jalbert, 2000: 23).

Özellikle esnek çalışma saatleri kadınları girişimciliğe yönelten önemli etkenlerden biri olmaktadır. Evde çalışarak yapılabilen işler kadınlar için zamanlarını ayarlayabilme, işlerini çocuk bakımına ve zorunlu ev işlerine göre planlayabilme gibi avantajlar vermektedir. ABD’de ülke genelinde bu tür işlerin %35’inin başında kadınlar bulunmaktadır ve bu tarz işlere ilgi giderek artmaktadır (Liman, 1993: 57). Ayrıca son yıllarda üretimde zaman ve mekan esnekliğinin artması ve bu alandaki teknolojik gelişmelerin yaşanması kadın girişimciliğin yaygınlaşmasına da destek olabilecektir.

Kendi işini kurma gayretinde olan kadın girişimcileri iş kurmaya yönelten etkenleri, itici etkenler ve çekici etkenler olarak iki ana başlık altında incelemek mümkündür. İtici etkenlere, iş kurmaya mecbur kılan ekonomik etkenler demek mümkündür. Eşin ölümü, boşanma gibi etkenler bu grup içinde yer almaktadır (Sipahi, 1997:57). Kadınları iş kurmaya yönelten çekici etkenler ise, konuyla ilgili istek, kendi yeteneklerini göstermek, ev işlerinin tek düzeliğinden kurtulmak olarak saymak mümkündür. Bir işe başlatan nedenler

aslında, genellikle belli bir zamanda bir araya gelen çeşitli koşulların bileşimi olmaktadır (Carter ve Cannon, 1995:28)

Kadın girişimciliğin artmasını çalışma ortamında devam eden ayrımcılığın bir sonucu olarak görmek de mümkündür. Yapılan kanuni destek ve ayrımcılığın önüne geçme çabalarına rağmen kadınlar kendilerini iş piyasasında eşit olmayan koşullar içerisinde bulmaktadırlar (Weiler ve Bernasek, 2001:87).

Organizasyonlarda kariyer sahibi olmaya çalışma, kadınlar için sorun yaratmaya başladığında, girişimci stratejiler kadınların ekonomik ve toplumsal bağımlılıklarından kurtulmalarında bir alternatif sunmaktadır. Diğer taraftan iş güvencesi olmadan çalışma, maliyet unsuru olarak görülüp kriz zamanlarında işten çıkartılma riski, tayin edilme ve adaletsiz uygulamalarla (terfi, ücret vb yönünden) karşılaşma gibi durumlar, bireyleri çalıştıkları işten ayrılarak girişimci olmaya yöneltmektedir (Tekin, 1999: 6). Diğer taraftan kapitalist ekonomilerde, etnik ve dini azınlığa mensup olanlar, sermaye biriktirmenin ve kişisel başarı kazanmanın bir aracı olarak çoğunlukla kendi işlerini kurmayı tercih etmektedirler (Goffee ve Scase, 1992: 47).

Girişimci kadın olmak bireysel anlamda, kadına çalışma yaşamında diğer çalışma biçimlerine oranla daha fazla özerklik, özgür hareket etme ve bağımsız olma imkânı tanımaktadır. Ayrıca bu durum yine kadının, işine yönelik kısa ve uzun planlar yapma, kaynakları optimum kullanma, kişiler arası ilişki kurma, işinde edindiği deneyimleri verimli kanallara aktarma gibi yönlerini de geliştirmektedir (Ecevit,1993: 18).

Tablo 2.3. 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: Hisrich ve Öztürk, 1999:121.

Tablo 2.3.'de Türk kadın girişimcilerin iş kurma nedenleri, bu konuda onları motive eden faktörler ve onların temel yetenekleri gösterilmektedir. Türk girişimci kadınların yatırımlarına başlamaları bir çok neden sonucu ortaya çıkmıştır. En çok karşılaşılan neden, Tablo 2.3'de de görüldüğü üzere bu iş sahasıyla ilgilenmeleridir. Bunu izleyen diğer nedenler ise sırasıyla ev hanımlığından sıkılmış olmaları, yer değiştirme ve işte ezilmeleri olmaktadır. Yapılan çalışmalarda Türk kadınlarıyla yabancı hemcinsleri arasında iş kurma nedenleri arasında görülen en yüksek oranlı fark, ev kadınlığından sıkılmış olmalarıdır (Hisrich ve Öztürk, 1999:120).

Girişimci kadınları iş kurma yönünde motive eden faktörlerin başında bağımsızlık ve başarı ihtiyacı gelmektedir. Bu motive edici faktörleri; iş tatmini, ekonomik gereksinim ve güvenlik ihtiyacı izlemektedir. Türkiye'deki kadın girişimcilerin kişisel yetenekleri, diğer ülkelerdeki kadın girişimcilerle benzerlik göstermektedir. Türkiye'deki girişimci kadınlar sadece finans yönetimi hariç, insan kaynakları, pazarlama, yeni fikir-ürün üretimi, iş süreçleri, planlama/ strateji/ organizasyonda iyi olduklarını hissetmektedirler" (Hisrich ve Öztürk, 1999:120).

Özetle ifade etmek gerekirse kadınlar kendi işletmelerini; kendilerini ifade etmek, kariyer mücadelesi, hak ettikleri saygı, tanınma ve bireysel mücadelenin sağladığı itibarı görmek için kurmaktadır. Kendi işletmelerini kurma nedenleri konusunda erkeklerin

kadınlardan farkını ise, mevcut işten memnunsuzluk, mevcut işin genişletilmesi, deşarj olma, rahatlama ve kazanma fırsatı olarak ifade etmek mümkündür.

3. Kadın Girişimcilik Tipleri

Kadın girişimciler de erkek girişimciler gibi duygusal, düşünsel ve sosyal tutum ve davranışlarına uygun olarak erkek girişimcilere kıyasla biraz daha farklı girişimcilik tipleri sergilemektedirler (Top, 2006:22). Farklılıklar daha önce de üzerinde durulduğu gibi “işletmenin türü”, “sermayenin elde edilmiş biçimi”, “bireysel farklılıklar”, “mesleki altyapı” gibi konularda görülmektedir. Ayrıca kadın girişimcilerin yaşantıları iki faktörden oldukça etkilenmektedir Birincisi, “girişimci ideallere bağlılıkları”, ikincisi ise “geleneksel olarak belirlenmiş cinsiyet rollerini benimseme derecesi” olarak ifade edilebilir (Goffee ve Scase, 1992: 78).

Girişimci ideallere bağlı olmaktan kasıt, kendi başına ekonomik gelişmeye inanmak, kendi kendine yeterli ve bireysel sorumluluğa sahip olmak, gerekli çaba ve fedakârlıkları gösterenlere verilen ödül olarak görülen yüksek yaşam standardına kavuşma isteği ve bunların yanında kâr ile beraber iş etiğine verilen önemdir.

Geleneksel olarak belirlenmiş cinsiyet rollerini benimseme; kadınların erkeklere bağımlılıklarını benimseme derecesi olarak ifade edilmektedir. Erkeklere olan bağımlılık derecesi pek çok kadının sosyal konumunu etkilemektedir. Kadınların sosyal konumunun gerek evlilikle, gerekse ikili ilişkilerle kişisel ilişkide oldukları erkekler tarafından belirlendiği ileri sürülmektedir.

Robert Goffee ve Richard Scase, İngiltere’de bir grup kadın girişimci üzerinde yaptıkları araştırma sonucunda, bu iki faktöre dayalı olarak dört girişimci kadın tipi tanımlamışlardır.

Tablo 2.4. Kadın Girişimci Tipleri

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

Kaynak: Goffee ve Scase, 1992: 78.

Geleneksel girişimci kadınlar, hem girişimcilik ideallerine hem de geleneksel kadın rollerine oldukça bağlıdırlar. Genellikle evli oldukları için, işlerinden kaynaklanan baskı ile aile içi kişisel ilişkilerinden kaynaklanan baskı arasında kalırlar. Geleneksel kadın rolleri doğrultusunda kazandıkları yeteneklere dayalı iş kurmaya eğilimli olmaktadır. Genellikle misafirhane, sekreterlik ve bireysel destek ajansı (temizlik,oyuncu,modellik), lokanta, yemek fabrikası, kuaför ve güzellik salonu sahibi olmayı tercih ederler. İş yaşamları, evliliklerini tehlikeye sokabileceği için, büyümeyen istikrarlı bir iş çerçevesinde, sıkı maliyet hesaplarıyla kâr etmeye eğilimli hareket etmektedirler. (Goffee ve Scase, 1992: 78).

Yenilikçi girişimci kadınlar, yüksek düzeyde girişimciliğe motive olmuş ve geleneksel-aileci kadınlık rollerini bir anlamda terk etmişlerdir. Bu gruptaki kadın girişimciler genellikle yüksek eğitim görmüş ve ekonomik olarak bağımsızlığına düşkün kişiler olarak tanımlanmaktadır (Top, 2006:23-96).

Yenilikçi girişimci kadınlar için iş, diğer bütün kişisel ilişkileri ikinci derecede görecekte düzeyde temel bir yaşam alanıdır. Girişimcilik onlara yeni bir kişisel kimlik sağladığı için bu kadınlarda evlenmeme ve çok az arkadaşına sahip olma eğilimi görülmektedir. Bu kadınların girişimciliği seçmeleri, önceki iş deneyimlerinde cinsiyetle ilgili çeşitli önyargılarla karşılaşmaları nedeniyle mesleki geleceklerinin sınırlı olduğunu düşünmeleri, girişimciliği ekonomik ve kişisel başarı kazanmanın aracı olarak değerlendirmelerinden kaynaklanmaktadır (Sipahi, 1997: 61-62).

Yenilikçi gruba giren kadınlar, eğitim ve deneyimleri sonucunda kazandıkları bilgi ve yeteneklerle iş yaparlar. Genellikle reklam, halkla ilişkiler, basın gibi işlerle ilgilenirler.

Evcil (aileci bayan girişimci) tipi, girişimci ideallere sınırlı olarak ancak geleneksel kadın rolüne ise sıkı sıkıya bağlı olmaktadır. Büyük bir çoğunluğu evlidir. İşlerini, eş ve anne olarak öncelikli rollerinden sonra ikincil olarak görmektedirler. Geleneksel işkadınları gibi, geleneksel kadın yetenekleri ile iş görmektedirler. Sanat, el sanatları, iç dekorasyon, sağlıklı yiyecekler, güzellik bakımı ve terzilik çalışma alanlarına örnek teşkil etmektedir (Goffee ve Scase, 1992: 79).

Evcil kadın girişimcilerin çoğunluğunun orta sınıftan olması, idari ve profesyonel işlerde çalışanlarla evli olması olası olduğundan, ekonomik gereksinim, iş kurmanın asıl nedeni değildir (Anderson ve Woodcock, 1996: 197). Kişisel yeteneklerini sergilemeye ve işten zevk almaya önem verirler. Bu nedenle kâr elde etmeye ve işi büyütmeye daha az öncelik vermektedirler.

Evcil iş kadınları, mal veya hizmetlerine yoğun talep olduğu dönemlerde bile faaliyetlerini asgari düzeyde tutarlar. Çünkü ancak bu sayede, düzenli müşterilerinin istediği kalitede mal ve hizmet sunabilir ve aynı zamanda da yaptıkları işten zevk alabilirler.

Radikal (feminist) kadın girişimcilikte kadınlık olgusu girişimcilik için teşvik edici özel bir motivasyon oluşturmaktadır. Bu tipe giren kadın girişimciler feminist hareketin bir parçası olarak, erkeklerle her alanda eşit olduklarını düşünürler. Bu nedenle her alanda olduğu gibi girişimcilikte de erkeklerle aynı yerde olmaları gerektiğine inanmaktadırlar. Evli iseler işler eşler arasında birlikte, eşit ve işbirliği içinde yürütülmektedir (Top, 2006: 23-24).

Radikal kadın girişimciler, hem girişimci ideallere hem de geleneksel kadın rollerine oldukça düşük bağlılık göstermektedirler. Onlar yönünden iş kurmak, kendini geliştirmeye ya da kendi yararına kâr elde etmeye yönelik değildir. Radikal iş kadınları kendi iş faaliyetlerini, feminist ideolojiyle bağdaşır biçimde, diğer kadınlara hizmet veren kolektif mücadelenin bir parçası olarak görmektedirler (Goffee ve Scase, 1992: 79).

Radikal iş kadınlarının kurdukları işletmeleri hem ekonomik hem de sosyal bir birim olarak gördükleri düşünülebilir. Kadınlara önyargısız, içinde kendi kişisel

kimliklerini ve yaşam tarzlarını oluşturabilecekleri bir ortam sunmayı hedeflemektedirler. Bu nedenle girişimlerinin kadın hareketiyle ilişkili olması ve basın, yayın, perakende satış, eğitim ve küçük ölçekli imalat gibi çeşitli alanlarda olması muhtemeldir (Kutunis, 2006: 63).

Bir işletmeye sahip olan kadın girişimciler görüldüğü üzere homojen bir grup değildir. Bu iş kadınlarının işlerini yürütme tarzlarını, kâr elde etme ve geleneksel kadın rolüne bağlılıklarına bakarak belirlemek mümkündür.

C) KADIN GİRİŞİMCİLERİN EKONOMİYE VE TOPLUMA SAĞLADIĞI KATKI

Kadınlar özellikle 1980'li yıllardan itibaren işletme sahipleri olarak ekonomiye katılmaya başlamışlardır. Önceleri ekonomik nedenlerden dolayı iş dünyasına girmişler ancak eğitimleri arttıkça, bilgi ve yeteneklerini gösterme ihtiyacı, bağımsız olmak gibi nedenlerle kendi işlerini kurmaya yönelmişlerdir (Sipahi, 1997: 74).

Girişimci kadınların sayıca artmasının, istihdam yaratmak, bireysel ve toplumsal refahı artırmak gibi ekonomiye ve topluma yarar sağlayan etkilerinin olacağı bilinmektedir. Bir ülkede kadın girişimciliğinin eksikliği sadece kadının ekonomik statüsünü değil, ülkenin ekonomik kalkınmasını da olumsuz yönde etkilemektedir.

Tablo 2.5. Çalışma Yaşamında Kadınlar (Global Cinsiyet Dağılımı Ölçümüne Göre):

Ülke	Sıralama	Puan	Ekonomik Dağılım	Ekonomik Fırsat	Politik Dağılım	Eğitimsel Başarı	Sağlık ve Refah
İsveç	1	5,53	5	12	8	1	1
Norveç	2	5,39	13	2	3	6	9
İzlanda	3	5,32	17	7	2	7	6
Danimarka	4	5,27	6	1	20	5	2
Finlandiya	5	5,19	12	17	4	10	4
Yeni Zelanda	6	4,89	16	47	1	11	26
Kanada	7	4,87	7	27	11	12	14
Birleşik Krallık	8	4,75	21	41	5	4	28
Almanya	9	4,61	20	28	6	34	10
Avusturalya	10	4,61	15	25	22	17	18
Birleşik Devletler	17	4,40	19	46	19	8	42
Yunanistan	50	3,41	44	48	50	45	22
Brezilya	51	3,29	46	21	57	27	53
Meksika	52	3,28	47	45	41	44	51
Hindistan	53	3,27	54	35	24	57	34
Kore	54	3,18	34	55	56	48	27
Ürdün	55	2,96	58	32	58	43	43
Pakistan	56	2,90	53	54	37	58	33
Türkiye	57	2,67	22	58	53	55	50
Mısır	58	2,38	57	50	55	56	49

Kaynak: KAGİDER, 2005:3.

Tablo2.5. Dünya Ekonomik Forum'u tarafından 2005 yılı verilerini içeren ve 30 OECD üyesi ve Avrupa Birliğini kapsayan çalışmayı göstermektedir. Görüldüğü gibi, Türkiye 58 ülke içinde sondan ikinci sırada yer almaktadır. Türkiye'nin toplam puanı 1 ile 7 arasındaki puanlamada 2,7 olarak görülmektedir. 1 en düşük, 7 ise maksimum eşitliği göstermektedir. Beş etkenin dikkate alındığı ölçümde Türkiye, ekonomik dağılımda 22., ekonomik fırsatlarda 58., politik güçlülükte 53., eğitim başarısında 55., sağlık ve refahta da 50. olmuştur.

Çalışma, toplumun bir yarısını sermayeye katmayan ülkelerin insan kaynakları kullanımında talihsiz bir tutum sergilediklerini ve rekabet düzeylerini engellediklerini göstermektedir. Bu çalışma ayrıca, kadınların politik, eğitim ve sağlık standartlarında olduğu kadar, çalışma alanında da daha fazla değerlendirilmesi ihtiyacını ortaya

koymaktadır. Sonuçta bu raporu, bir ülkenin güçlü ve zayıf yönlerini ortaya çıkaran bir rehber olarak değerlendirmek de mümkündür.

Tüm OECD ülkelerinde, kadın girişimcilerin yoğun olarak faaliyet gösterdikleri alan hizmet sektörüdür. Bu durum başlıca üç nedene bağlanmaktadır (Yalkın, 1993: 108):

- Kadınların bu tür konulara bilgi, deneyim ve beceri yönünden yatkın oluşları,
- Son yıllara kadar kız öğrencilerin üniversite eğitiminde finans, yönetim, üretim, mühendislik gibi konulara fazla ilgi göstermemesi,
- Büyük sermaye gerektiren işler için yeterli desteğe sahip olmayışları.

Ancak bir ülkenin ekonomisini ayakta tutan temel faaliyetler; halkla ilişkiler, ulaşım, üretim-pazarlama, bankacılık, finansal hizmetler, sigortacılık ve diğer hizmete yönelik endüstrilerdir. Kadın girişimcilerin bu alanlara yönelmeleri onların, iş yaratıcıları ve ekonomik güvenlik sağlayıcıları olmalarına zemin hazırlamaktadır (Jalbert, 2000: 8).

Bilindiği üzere sanayi toplumu fiziki gücün ön planda olduğu ve erkek egemenliğinin hüküm sürdüğü bir dönem olmasına rağmen bilgi toplumunda bu durumun giderek önemini kaybettiği kabul edilmektedir. Daha çok kadınlara özgü nitelikler olarak bilinen koordinasyon ve işbirliğinin, bilgi toplumunda kadınları ön plana çıkaracağı fikri öne sürülmektedir. Dolayısıyla Türk kadını da bu özellikleri taşımaktadır. Türk kadını bu konuda üzerine düşenleri yapmaya ve girişimciliğin getirebileceği risklere atılmaya hazır durumdadır (Müftüoğlu ve Durukan, 2004; 45). Geçmişten günümüze Türkiye’de kadın girişimcilerin faaliyetleri gözlemlenildiğinde Türk kadınında böyle bir potansiyelin bulunduğu görülmektedir. Ayrıca bu konuda tüm dünya kadınları değerlendirilmeleri gereken önemli bir potansiyele sahip bulunmaktadırlar.

Kadınların sahip oldukları girişimci güçlerinin ortaya çıkarılması ve değerlendirilmesinin iki yönden katkısı bulunmaktadır. Bu katkılardan ilki, yeni istihdam olanaklarının yaratılarak ekonominin beslenmesi ve güçlenmesi, ikincisi ise kadının toplum içinde sahip olduğu rol ve statüsünün güçlenmesini sağlamak olmaktadır. Sağlanan bu katkılar sonucunda daha nitelikli ve sağlıklı bir toplumsal yapının oluşmasına doğru adım atılmış olacaktır (Yelkikalan ve Akatay, 2006: s.398).

Tablo 2.6. OECD Ülkeleri ve Türkiye’de Bazı Sosyal Göstergeler, 2005

SOSYAL GÖSTERGE	OECD Ülkeleri	Türkiye
Kişi başı milli gelir (\$) 2003	25.587	6.800
Doğurganlık oranları 2002	1.60	2.46
Çalışan nüfusa oranla kadın çalışanlar 2003	% 55.3	% 25.2
İş gücüne oranla işsizlerin yüzdesi 2003	% 6.9	% 10.5
Yoksulluk oranı 2000	% 10.2	% 15.9
Gelir eşitsizliği 2000	30.8	43.9
Ortalama gelirin %50'sinden daha az miktarda geçinen ev halkına ait çocuklar (17 yaş ve altı) 2000	% 12.1	% 21.1
Toplam sağlık harcamaları 2002	% 8.4	% 6.7
Hayattan beklenenlerin karşılanması 1999-2002	% 70.6	% 38.6

Kaynak: KAGİDER, 2005:17.

Tablo 2.8’deki sosyal göstergeler incelendiğinde OECD ülkeleri ve Türkiye arasındaki olumsuz fark görülmektedir. Kişi başına milli gelir Türkiye’de OECD ülkelerinin dörtte biri kadar olmasına rağmen, doğurganlık oranı Türkiye’de OECD ülkelerinin neredeyse iki katıdır. Çalışan kadınların çalışan nüfusa oranı ise Türkiye’de OECD ülkelerinin yarısını oluşturmaktadır. Bu durumun doğal sonucu olarak Türkiye’de işsizlik oranı, yoksulluk oranı, gelir eşitsizliği, ortalama gelirin %50’sinden daha az miktarda geçinen ev halkına ait çocukların oranı daha yüksektir. Toplam sağlık hizmetlerine yapılan harcama ise Türkiye’de daha azdır. OECD ülkelerinde yaşayanların hayattan beklentilerinin karşılanma oranı da Türkiye’de yaşayanlardan iki kat fazladır.

Tablo 2.6’deki sosyal göstergeler, kadın ve erkeklerin toplumda üstlenmiş oldukları rollerin eşit dağılımı sonucu oluşturulacak dengeli bir yaşama dikkat çekmektedir. Bu yaşam tarzı bireylerde daha fazla doyum sağlayacak, yaşam kalitesinin yükselmesine, kadın ve erkeklerin ayrıca onların bakmakla yükümlü oldukları kişilerin gelişimine yardımcı olacak ve insanların çalışma yaşamına optimal düzeyde katılmalarını mümkün kılacaktır.

Tablo 2.6’dan yansıyan durum Türkiye’de mevcut kadın çalışan potansiyelin ücretli olarak ekonomiye katılması gereğine dikkat çekmektedir. Ülkelerin refah seviyesinin artırılması için kişi başına düşen milli gelirin artması ile sağlanabilir. Bunun gerçekleşmesi

için de atıl kapasite olarak adlandırabileceğimiz potansiyel kadın girişimcilerin ekonomiye kazandırılması gerekmektedir.

Kadın girişimciler gerek topluma gerekse ekonomiye öncelikle akıcılık ve entegrasyon sağlamaktadırlar. Çünkü kadınlar ekonomik güce, gelişimciliğe ve yeniliğe açıktırlar (Jilbert, 2000: 9). Farklı ulusal kaynaklar şaşırtıcı bir şekilde yüksek düzeyde bölgesel kadın girişimci olduğunu göstermektedir. Kuzey Afrika'da yeni işletmelerin %10'u, Güney Amerika'da %33'ü, Almanya'da ise %40'ı kadınlar tarafından yönetilmektedir. OECD 1998 yılında ABD'deki yeni girişimlerin %75-%80'inin kadınlar tarafından kurulduğunu yayınlamıştır. Kanada'da yapılan bir araştırma 1975-90 yılları arasında kendi işine sahip kadınların oranının %172 artış gösterdiğini belirlemiştir (Jilbert, 2000: 37). Bu artan oranlar kadın girişimcilerin ekonominin yeni aktörleri olduğunu göstermektedir.

Ekonomik ve sosyal alanda yaşanan gelişmelere bağlı olarak kadın girişimcilerin sayısında bir artış gözlenmesine rağmen, gelişmiş ülkelerle Türkiye kıyaslandığında durumun hiç de iyi olmadığı anlaşılmaktadır. Türkiye'deki kadın işgücü 1955'te %72 ile ani çıkış yapmıştır. 1990'larda %30,9'a düşmüş ve 2004 yılı itibariyle ise %25,4 olarak belirtilmiştir (KAGİDER,2005:4,8). Bu düşüşün nedeni sanayileşmeyle birlikte kentlere göçün artması ve tarım kesiminde çalışan nüfusun azalması olmuştur (Müftüoğlu ve Durukan, 2004:36). Piyasa yapısındaki hatalardan ya da politik eğilimlerden dolayı kadınların iş piyasasındaki sayısı azalmaktadır. Bu durum ise ekonomik büyüme ve güçlenme yönünden olumsuz etki yaratmaktadır.

D) KADIN GİRİŞİMCİLERİN SORUNLARI

Kadınların girişimciliğe yönelme konusunda bazı engel ve sorunlarla karşı karşıya kaldıkları bilinmektedir. Bu engeller, kadınların toplumsal kimlik ve yükümlülüklerinden kaynaklanabildiği gibi, bilgi-beceri eksikliğinden, yasal düzenlemelerden ya da kurumsallaşmış geleneksel uygulamalardan da kaynaklanmış olabilir. Bu nedenle, oldukça katı sayılabilecek engeller karşısında, belli düzeylerde risk faktörü taşıyan piyasaya yönelmek, kadınlar için daha da riskli olmaktadır(Ertürk, 1993:43).

Ancak tüm olumsuzluklara rağmen istatistikler, artan bir şekilde kadınların da girişimciler olarak ve oldukça güçlü bir biçimde, ekonomik arenada ortaya çıktıklarını göstermektedir(Jalbert, 2000:9). Kadın girişimcilerin sahip olduğu yeni işletmelerde son zamanlarda belirgin derecede artışlar görülmüştür (Weiler ve Bernasek, 2001: 85). Kadınların işletme kurması ve geliştirmesi, önündeki engellerin kaldırılması ve kadın işletme sahipleri için eşit bir oyun alanı yaratılması güçlü bir girişimcilik sektörü açısından hayati önem taşımakta ve ulusal büyüme stratejilerinde de büyük bir rol oynamaktadır. Kadın işletme sahipleri girişimcilik faaliyetlerinde yeni alanlar yaratmakta ve yeni, bilgiye dayalı ekonominin önemli oyuncularını olma potansiyelini taşımaktadırlar⁷.

1980'li yıllardan itibaren kadın girişimcileri inceleme konusu yapan araştırmaların sonuçlarına göre, çoğu gelişmiş ve gelişmekte olan ülkede kadınlar, genel olarak girişimcilerin karşılaştıkları sorunların yanı sıra, kadın olmaları nedeniyle erkeklerden farklı olarak bir takım problemler yaşamaktadırlar. Girişimci kadınlar cinsiyetleri nedeniyle (Ertürk, 1993:44; Weiler ve Bernasek, 2001: 87):

- Toplumsal ilişkiler yönünden,
- Kaynak temini yönünden,
- Aynı zamanda ev işlerini de yürütmeleri gerekliliğinden,
- Kültürel ve geleneksel dirençler gibi çeşitli sebeplerle bazı engellerle karşılaşmaktadırlar.

Weiler ve Bernasek yaptıkları çalışmada kadın girişimciliğinin gelişmesindeki en önemli iki engeli şu şekilde açıklamışlardır (Weiler ve Bernasek, 2001: 87):

1. Kadınlara karşı etkin olan ayrımcılığın azalmasına rağmen, uzun bir süredir etkili olan erkek işbirliğinin işe almalarda hala hissedilmesi ve sürdürülmesi,
2. Kadınların sahip olduğu işletmelerin erkek meslektaşlarına oranla daha zayıf bir şekilde işlenmesi. Yine bunun da en önemli nedenlerinden birisi, kurulu erkek baskın

⁷ <https://www.oecd.org/document/>, 02.02.2007.

sistemlerdeki müşteriler, kredi verenler ve kaynak sağlayanların erkek olması ve bunun da kadınların karşısına kaynak bulma zorluğu olarak ortaya çıkmasıdır.

Yapılan çalışmalar göstermektedir ki, girişimci kadınların iş kurmada karşılaştıkları engellerin başında, toplumun kadınlar hakkındaki değer yargıları ve inanışları gelmektedir. Bilgi eksikliği, rakiplerin engellemeleri, sermaye bulma güçlüğü, yasal ve bürokratik engeller de bu sıralamada önemli yer almaktadır. Kadın girişimciler, genellikle iş piyasası, ticaret, satın alma, fiyatlama konusunda bilgi eksikliği duymaktadırlar. Ayrıca edinilen izlenimlere göre, kadın girişimcilerde ticari zihniyetten çok duygusallık öne çıkmaktadır. Kadın girişimciler yasal ve bürokratik engellemeler arasında ise; işlem sayısının fazlalığından, süresinin uzunluğundan, zorunlu bağıştan ve sık sık mevzuat değişikliğinden yakınmaktadırlar (Tan, 2006: 530).

Kadınlar, erkeklerden daha fazla toplumsal kısıtlamaya maruz kaldıkları için kamu ve özel hizmetlere, gelir potansiyeline sahip ürünleri pazarlama imkânlarına, teknolojik yeniliklere, kredi kaynakları bilgisine; kısaca ifade etmek gerekirse bir işletmeyi kurmak ve işletmek için gerekli tüm donanıma ulaşmada erkeklere oranla daha fazla zorluk çekmektedirler⁸.

Bilgi toplumunda kadın paylaşma, sevgi ve hoşgörünün en önemli unsurlarından biri olarak işgücü piyasasında yerini alması gerekirken yüz yüze geldiği engeller nedeniyle bu piyasada yeterince yer alamamakta ya da girişimci niteliklerini ortaya çıkaramamaktadır. Bu çalışmada kadınların girişimci ya da iş sahibi olmalarını engelleyen bu sorunlar kendi içinde;

- Mikro sorunlar
- Makro sorunlar, olarak iki ana başlık altında incelenecektir.

⁸ T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, 2000:201

1. Mikro Sorunlar

Tecrübesizlik, bilgisizlik, yalnız kalma, sosyal bilgi ağına dahil olamama, müşteri ile gerekli iletişimi kuramama, aile tepkileri, iş yükü fazlalığı, müşteri ve meslektaşların algılarındaki olumsuz tutumlar mikro boyuttaki sorunları oluşturmaktadır (Kutunis,2006: 65). Toplumun kadın girişimcilere bakış açısı ve onları algılamaları, kadınların toplumdaki konumunu etkilemektedir. Ayrıca girişimcilerin işletmelerinin performansını yüksek tutabilmek için müşterileri ve çalışanları ile iyi bir etkileşim içinde olmaları gerekmektedir. Kadın girişimciler cinsiyetleri nedeniyle bu konuda da zorlanmaktadırlar. Erkeklerin girişimcilik alt yapılarının ve geçmiş tecrübelerinin kadınlardan daha fazla olması da bu konuda bir sorun oluşturmaktadır (Kutanis, 2003:60).

Girişimci kadınların yakın çevreleri ve kendilerindeki bazı özelliklerden kaynaklanan mikro sorunlar, aşağıda ana başlıklar altında açıklanmaktadır.

a) Güvensizlik

Yeni yatırımlarda bulunacak girişimcilerin sezgi (algılama ve kavrama) durumları, bireylerin kendilerine olan güven derecelerinden etkilenmektedir. Eğer birey kendine güveni olan biri ise alınan karar daha az riskli görülmektedir. Ancak güven düzeyi düşük bir bireyse, verdiği kararlarda zorlanmakta ve daha riskli olduğuna inanmaktadır (Brindley, 2005: 148).

Kendine güven, kişinin bir bakıma kendini tanıma, sevip sevmeme derecesini göstermektedir (Bakraktaroğlu vd., 2006: 392). Kendine güven ve üstünlük duygusu insanı başarıya götüren unsurların en başında gelmektedir (Bono, 1989: 51).

Kadınların anne, baba, eş, kardeş, yakın çevre, sonra da devlette güven aramayı bırakarak öncelikle kendilerine güvenmeleri gerekmektedir (Saray, 1993:118). Güven duygusu kadının doğasında bulunmaktadır. Ancak bu duygunun ortaya çıkarılması gerekmektedir. Eğer kadın her şeye rağmen, kimseye ihtiyaç duymadan kendi ayakları üzerinde durmak için, içindeki engelleri aşmış ve özgüvenini kazanmışsa bu konuda ilk adım atılmıştır.

Kabul edilebilir ki, aşırı güven kişiliğın ya da sosyal yapının bir sonucu olarak kazanılmaktadır. Ve bazı sosyal gruplaşmalarda daha sık rastlanabilmektedir. Kendine güveni yüksek olan girişimciler, karşılaştıkları engelleri yenmede daha az sıkıntı yaşayacaklardır (Brindley, 2005: 148).

Bir girişimcinin belirlemiş olduğu hedefleri başarabileceğine inanmış olması gerekmektedir. Yani girişimci kendi işinde, kendisine saygı duyar ve işi başaracağı yönünde yeteneklerinin olduğuna inanırsa başarılı olur ve güveni yükselir (Bakraktaroğlu vd., 2006: 392). Buna karşın güvensizlik duygusu ise, kendi işini kurabilecek beceri ve yeteneği bulunan potansiyel kadın girişimcilerin ortaya çıkmasına engel teşkil edebilecektir.

b) Ticari ve Yönetmel Deneyim Eksikliği

Yönetim, sadece beşeri faktörlerin değil, işletmedeki tüm kaynakların planlanmasını, yönlendirilmesini ve koordine edilmesini içeren, geniş kapsamlı bir kavramdır. Deneyim ise, bir süreç boyunca insanların karşılaştıkları olay ve durumlar sonucunda elde etmiş oldukları, çoğu öğrenilerek elde edilemeyecek olan kazanımları ifade etmektedir. Yönetim yeteneği deneyim ile birleştirildiğinde ise girişimci, sorunların üstesinden rahatlıkla gelebilecek, yeni durumlara kendisini ve işletmesini uyarlayabilecektir (Küçük, 2005: 45).

Toplumdaki geleneksel rol dağılımı nedeniyle iş piyasasında yeterli deneyime sahip olamamaları, çıraklık ve mesleki eğitim gibi eğitimlerden mahrum kalmaları, kadınların beceri kazanmalarını engellemekte ya da geciktirmektedir (Kutunis, 2006: 68).

Kadın girişimciler de deneyimleri arttıkça işlerini büyütecek, içlerinden yeni girişimciler, yöneticiler çıkacak ve yeni projeler arayışı içinde olacaklardır. Konuyu merkezi Atina'da olan Dünya Kadın Araştırmaları Merkezince uluslar arası bir toplantıda verilen somut bir örnekle açıklamaya çalışalım. Okuma yazma oranı Türkiye'den oldukça düşük ve kişi başına gayri safı milli hâsılası da Türkiye'nin yarısı durumunda olan Hindistan'da çöpten kâğıt toplayan kadınlar kâğıtları yok pahasına sattıklarını yıllar sonra

anlamışlardır. Hiçbirisi okuma yazma bilmedikleri halde bu kadınlar, işlerini büyütme isteğiyle, daha örgütlü hale gelebilmek için, uzun yıllar çöplerde uğraş verdikten sonra bir banka kurmuşlardır. Banka kuruluş evraklarında parmak basma kabul edilmediği için de, dört günlük bir kursla her biri isimlerini yazacak ve imza atacak kadar küçük bir eğitim almış, örgütlenmiş ve bir çöp atık tesisi kurmuşlardır. (Saray, 1993: 119).

Örnekten anlaşılacağı üzere, önceleri çöpten kâğıt toplayan ve bu kâğıtları satarak geçimlerini sağlayan Hindistan'lı kadınlar zaman içerisinde çevrelerindeki fırsatları sezerek değerlendirme yoluna gitmişlerdir. Ayrıca yaşamış oldukları deneyimler onlara örgütlü çalışmaları gereğini hissettirmiştir. Hindistan'lı girişimci kadınlar, deneyimleri arttıkça işlerini büyütmüş, içlerinden yeni girişimciler çıkarmış ve örgütlenerek eksikliğini hissettikleri alanlarda yeni projeler geliştirmişlerdir.

c) Rol Çatışması

Bir toplumda yaşayan kadın ve erkeklerin üstlenmiş oldukları roller zamana, mekana ve edinilen kültüre bağlı olarak değişiklik göstermektedir. Kültürü, birey olarak bir olay karşısında takınılan tavır olarak tanımlayabiliriz. Geliştirilen tavır ise, ait olunan toplumsal ve kültürel kimliğe bağlı olarak değişim göstermektedir⁹.

Bireyin birden fazla rol ve statü içinde olması toplumsal yapıya göre değişmektedir. Toplumsal yapı karmaşıklaştıkça roller de artmaktadır. Bu nedenle karmaşık toplum yapısında, rol oynamada uyumsuzluk ya da rol karmaşıklığı rol çatışmasına dönüşmektedir. Böyle bir yapıya sahip toplumda birey, sürekli öğrenme içindedir. Çünkü etkileşme durumlarında yeni statüler işgal edildikçe ilgili rollerin uygun biçimde öğrenilmesi gerekmektedir. Rol çatışması, rollerden birinin diğeri ya da diğerlerinin baskısına girmesiyle ortaya çıkmaktadır (Doğan, 2000: 133-134).

Bir çok toplumda rastlanıldığı gibi Türkiye'de de ev işlerinin çoğu kadınlar tarafından üstlenilmektedir. Türkiye'de kadının ücretli olarak çalışabilmesi ancak, eş ve

⁹ T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, Toplumsal Cinsiyete Duyarlı Bütçeleme ve Kadının Statüsü Genel Müdürlüğünün Rolü, Ankara, Aralık 2006, s. 30-31.

anne rolünü yerine getirdiği takdirde kabul görmekte ve meşru sayılmaktadır. Bu rollerinden kaynaklanan sorumluluklar kadına önemli ölçüde zaman ve hareket darlığı getirmekte ve formel sektörde gelir getirici faaliyetlerde bulunma kapasitesini zorlamaktadır¹⁰. Kadınların kariyerlerinden vazgeçerek, erken yaşta çalışma yaşamına son vermeleri de yine iş hayatında ve aile hayatında üstlenmiş oldukları rollerin çatışmasından kaynaklanmaktadır. Toplumda kadınlar yuvayı yapan, ev işleri ile uğraşan, ailenin diğer üyelerinin iyi olmasından sorumlu tutulan kişi rolünü üstlenmişlerdir. Kadınların bu sorumluluklarını eşleri ya da devletle paylaşmaları gerekmektedir (KAGİDER, 2005:7; Altunışık vd., 2002:39). Ancak, Türkiye’de çocuk bakım servisleri devlet ve özel sektör tarafından yetersiz sunulmaktadır.

Dünya genelinde, yirminci yüzyılda kadınlar benimsemek durumunda bırakıldıkları sosyal rolleri nedeniyle karşılaştıkları engellerin büyük bir bölümünü aşma başarısı göstermişlerdir (Gürol, 2000:212). Bu anlamda iş ve aile yükümlülüklerinin eşler tarafından ortaklaşa üstlenilmesi önemli bir gelişme olarak görülmektedir.

d) Ayrımcılık

Cinsiyet kavramı canlıların ortaya çıkmasıyla birlikte varolan bir kavram olup, toplumsal yaşamda her dönem tartışmalara konu olmuştur. Yaşamın doğası gereği iki ayrı cinsiyete sahip varlıkların olması, bunlar arasındaki benzerlik ve farklılıkları gündeme getirmekte, bu özellikler doğrultusunda da çalışma yaşamındaki konumlar şekillenmektedir (Yaprak, 2003:10). Kadına karşı, çalışma yaşamında ayrımcılığı yaratan uygulamaların temelinde sosyo-kültürel nedenler bulunmaktadır. Bu tüm uluslar için geçerli bir durumdur.

İşyerinde cinsiyete dayalı ayrımcılık, dünyanın her yerindeki kadınlar için temel sorunlardan birisini oluşturmaktadır. Bu durum, görevlerde ayrımcılık, ücretlerde eşitsizlik, eğitim ve işinde ilerleme imkânının tanınmaması ya da belirli faaliyet alanlarından doğrudan doğruya dışlanma biçiminde ortaya çıkabilmektedir. Örnek olarak, Mısır’da

¹⁰ T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, Türkiye’de Kadınlara Ait Girişimlerin Desteklenmesi, Ankara, Aralık 2000, s. 17

kadınların adli görevlerde, polis gücünde ve orduda görev almalarının söz konusu olmadığı verilebilir (Gürol, 2000: 216-217).

Erkek egemen ideolojinin kurumları biçimlendirdiği toplumlarda kadınlar, hemen hemen her alanda; ekonomide, siyasette, bilimde engelleyici bir sınırlanmışlık durumunu yaşamaktadırlar. Bu sınırlamaların kalktığı ölçüde bağımsızlık, özgürlük ve hâkimiyetlerinin artması söz konusu olabilecektir. Kadınlar bu güçlerini, toplumsal ve siyasal süreçlere ancak kısıtlamaları aşabildikleri oranda yansıtabilmektedirler. İşte o zaman kadınların girişimci, yönetici, lider olma vasıfları belirmektedir (Arat, 1993: 93).

İşyerinde ayrımcılık açıkça ifade edilmeden, ince taktiklerle uygulanmakta ve kadınlar sık sık cam tavanla (glass ceiling) karşılaşmaktadırlar, bu görünmeyen ancak var olan bir bariyerdir. (KSSGM, 2000: 230). 1970’lerde ABD’de kullanılan “cam tavan” kavramı, kadınların üst düzey yönetim görevlerini üstlenmelerine engel olan ve davranışsal ve örgütsel önyargıyla oluşan “görünmez” engelleri ifade etmektedir. İstihdama ilişkin yasaların her iki cins için de eşit uygulama öngördüğü Birleşik Devletler uygulamasında bile, kadınların bir “cam tavan” etkisi ile karşı karşıya kaldıkları belirtilmektedir (Gürol, 2000:226; Aytaç, 1997: 220).

Cinsiyet ayrımı, yasalardan çok, toplumların geleneklerinden, kültürel özelliklerinden, önyargılarından, dini inançlarından kaynaklanmaktadır. Kadınların çalışma yaşamına etkin bir şekilde katılabilmesi lider, yönetici, girişimci olabilmesi, öncelikle geleneksel cinsiyetçi, ayrımcı düşüncenin silinmesiyle mümkün olabilecektir.

Türkiye’de de çalışma yaşamında cinsiyet eşitsizliği görülmektedir. Türkiye’de kadın işgücü, 1955 yılında zirve yaparak % 72’ye ulaşmıştır. 1990’larda bu oran %31’e düşmüştür. 2004 yılında kadınların işgücü paylaşımındaki oranı ise % 25. 4 düzeyinde bulunmaktadır (KAGİDER, 2005:4).

Üyesi olduğumuz Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD)’nin 2005 yılı raporuna göre OECD ülkelerinde kadınların işgücüne katılım oranı yüzde 61 olmasına rağmen Türkiye’de bu oran sadece yüzde 25’tir. Türkiye’deki kadın nüfusunun sadece binde 7’si ise girişimci olarak kayıtlarda yer almaktadır (Salih, 2006: 23).

Tablo 2.7. Türkiye'de İşgören Oranları

Grup	2000	2001	2002	2003
Toplam	% 48.90	% 47.80	% 46.71	% 45.53
Erkek	% 71.67	% 69.32	% 66.87	% 65.88
Kadın	% 26.16	% 26.30	% 26.57	% 25.19

Kaynak: KAGİDER, 2005:4.

Yukarıdaki Tablo 2.7'de Türkiye'de işgörenlerin toplam yüzdesi ve bu yüzde içerisindeki kadın ve erkek işgörenlerin yüzdesi yer almaktadır. Tablodan da açıkça görüleceği üzere Türkiye'de kadınlar toplam iş gücünün sadece çeyreğini oluşturmaktadır.

Tablo 2.8. Türkiye'de Kadın Girişimci Oranı

YIL	Kadın Girişimci Oranı
2001	% 13
2002	% 12
2003	% 10

Kaynak: Coşkun, 99: 2006.

Tablo 2.8'de toplam girişimciler içinde kadın girişimci oranına baktığımızda da oldukça düşük olduğunu görmekteyiz. Bu durumun en büyük etkeni olarak ekonomik durgunluk ve kadın girişimcilerin yeterince teşvik edilmemesi gösterilebilir.

ABD'de kadın girişimcilere ait işletme sayısının 2006 yılında 5 kat artarak 6.5 milyona ulaştığını, OECD'ye üye tüm ülkelerde girişimci kadınların toplam girişimciler içerisindeki oranının %25, Türkiye'de ise henüz %12.5 seviyelerinde olması¹¹ Türkiye'nin kadın girişimci potansiyelini değerlendiremediğini göstermektedir.

Oysa dünyadaki toplam işgücünün 2/3'ü kadınlardan oluşmakta ve tüm dünyadaki toplam gıdanın %50'si kadınlar tarafından üretilmektedir. Ancak kadınların geliri dünya gelirinin 1/10'u kadardır ve dünyada toplam mal varlığının sadece %1'i kadınlara aittir. Çalışma yaşamına aktif olarak katılmayan kadınlar aile içindeki temel birikimi sürekli

¹¹ KARADERE, Nafiz,

<http://www.garanti.com.tr/anasayfa/garantiyitaniyin/garantidenhaberler/onemligelismeler/h40.html>, erişim tarihi: 13.03.2007

kılmak, eş ve çocukların emek gücünü piyasaya sunabilmeleri için, ev içi sürekli yeniden üretimi sağlamaktadırlar (Gürol, 2000: 216). Ne yazık ki tüm bu çabalarına rağmen emeklerinin karşılığı ödenmemektedir.

2. Makro Sorunlar

Eğitim, sermaye ve mal temini, işyeri bulma, donanım, araç-gereç temini, resmi kuruluşlarla irtibat, kalifiye personel, piyasadaki dalgalanmalar, ödemeler, diğer girişimci kadınlarla örgütlenememe gibi sorunlar makro sorunları oluşturmaktadır. Daha çok devlet, yasalar ve sektörel durumla ilgili makro sorunları aşağıdaki ana başlıklarla ifade etmek mümkündür.

a) Beceri ve Mesleki Eğitim

Kadının güçlendirilmesi ve toplumsal cinsiyetten doğan ayrımcılığın azaltılması için eğitimin en değerli araçlardan biri olduğunu söylemek mümkündür¹². Bireyler, bireyin davranış kalıplarını belirlemede etkili unsur olan eğitim yoluyla yaşama hazırlanırlar(Altunışık vd., 2002: 78). Eğitim insanların işgücüne katılımlarını sağlar. Eğitim ayrıca genç bireyleri mevcut siyasi ve toplumsal düzene kazandırır. Eğitimin özellikle kadınlar için oldukça önemli dönüşümler sağlama potansiyeli bulunmaktadır¹³.

Kadının yaşam düzeyini ve statüsünü yükseltip onu ikincil konumdan kurtaran ve bireysel özgürlüğünü kazanmasını sağlayan en önemli unsurun eğitim olduğunu söylemek mümkündür (Sipahi, 1997: 67).

Kadınlar için eğitim, hem tarım harici çalışma imkânlarının artarak erkeklerinkine yaklaşması hem de yüksek statü taşıyan iş ve mesleklere girme imkânlarının artması anlamını taşımaktadır. Teknolojik gelişmelerin hızı ve karmaşıklığı genel olarak dış dünya ve özel olarak uzmanlık becerileri konusunda bilgi edinilmesini gerekli kılmaktadır (Gökdemir, 1995: 63).

¹² T.C. BAŞBAKANLIK Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, Pekin+5 Siyasi Deklarasyonu ve Sonuç Belgesi Pekin Deklarasyonu ve Eylem Platformu, Cem Web Ofset, Ankara, Mart 2003, s.12.

¹³ T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, 2000, s. 16.

Dolayısıyla eğitimi ve becerileri artan kadının, aile ve toplum içindeki saygınlığının artmasının yanı sıra söz hakkı oluşacak, bu sayede hem ailede hem toplumda daha sağlıklı kararların alınabilmesi mümkün olabilecektir. Ancak kadın bir girişimci için bir işletmeyi idare etmek, eğitim, beceri eksikliği ve harcadığı çabaya karşılık sosyal desteğin olmayışı nedeniyle oldukça zor olmaktadır.

Kişilerin kendi işlerini kurmaları için formel bir eğitim almalarına gerek olmamasına rağmen, özellikle girişimcilik ve yönetim bilimleri alanlarında öğrenim/egitim görülmüş olması önemli bir avantaj olmaktadır (Doğramacı, 1997;129).

Teknik becerileri geliştirme yönünde eğitimsel taktikler oluşturmak girişimciliğin gelişmesi için gereklidir. Teknoloji kullanımı, beceri geliştirme ve eğitim konuları oldukça önemlidir. Bunların eksikliği kadın girişimcileri potansiyeli olan fırsatların teşhis edilip değerlendirilmesinden alıkoyabilir. Dünya Bankası Başkanı James Wolfenson, 1995 yılındaki Bankanın hükümetlere yönelik açıklamasında “insanlara eğitim programlarıyla yapılan yatırımın, sosyal ve ekonomik sürecin temel motoru olduğunu ve kadınlara sağlanan bu katkının onların topluma ve ailelerine meydan okumalarını sağlayacağını vurgulamıştır”. Sekreter, Madeline Albright Wolfenson’a ek olarak “kadınlar üzerine odaklanmanın sadece doğru şey yapmak olmadığını, zekice olanı yapmak olduğunu ifade etmiştir. Bu odaklanma teknoloji, eğitim ve beceri üzerine olmalıdır.” (Jalbert, 2000: 28-29).

Kadını girişimciliğe özendirmenin temel gereksinimi olan eğitim ve yöntemlerinin ülkenin sosyal, kültürel ve ekonomik koşulları dikkate alınarak hazırlanacak programlarla uygulanması ise ayrı bir önem taşımaktadır (Doğanay, 1993: 85).

Gelişmiş ülkelerin genelinde kadın girişimciler çoğunlukla üst öğrenim görmüş kişilerdir. İçlerinde lisansüstü derecesine sahip olanların sayısı da azımsanmayacak orandadır. Birleşik devletler örneğinde kadın girişimcilerin çoğu lisansüstü derecesine sahip olmak üzere yaklaşık yüzde 70’i üst öğrenim görmüş kişilerden oluşmaktadır. Ayrıca gelişmiş ülkelerdeki girişimci kadınların, başta babaları olmak üzere eşlerinin de iyi eğitim almış kişiler oldukları görülmektedir (Gürol,2000:230).

Dünyanın her yerinde olduğu gibi Türkiye’de de kadınlar, ancak eğitim düzeylerini yükseltmeleri, bilgi ve becerilerini artırabilmeleri sayesinde genelde erkeklerin egemen oldukları iş dünyasında kendilerine yer açabilirler. İş piyasasına eğitim dezavantajı ile girmeleri halinde, az bilgi ve beceri gerektiren işlere yoğunlaşmak zorunda kalmakta, dolayısıyla girişimcilik deneyimleri elde etme şansları azalmaktadır. Alınan iyi eğitimin, kadının ekonomik yaşama katılımını, hâkimiyet elde etmesini, bireyselliğini ifade etme özgürlüğü yanı sıra, hızlı nüfus artışının düşmesini ve yaşam beklentisinin artmasını sağlayacağı öne sürülebilir. Bu bağlamda denilebilir ki eğitim, daha önce kullanılmayan ölü bir potansiyelin, üretken güce dönüştürülmesini sağlayan bir araç rolünü oynamaktadır.

b) Mesleki Örgütlenme

Örgütlenme, gerek kendi hesabına çalışanlar, gerekse gelecekte bu statüde çalışmayı düşünenler için vazgeçilmez bir faaliyettir. Örgütsüz çalışma, çalışanların emeklerinin karşılığını alamamalarına, gelir kaybına uğramalarına, rekabetçi piyasa koşullarında zorluk çekmelerine neden olmaktadır (Ecevit, 1993: 28).

Örgütlenmenin amacını, aynı iş kolunda ya da meslekte çalışan kadınların bir araya gelerek, kendi aralarında işbirliği, dayanışma ve koordinasyon sağlamaları oluşturmaktadır. Örgütlenme hem kendi işinin sahibi olan hem de gelecekte bu statüde çalışmayı düşünenler için her yönden önemli bir faaliyet olmaktadır. Aile örgütünün dışında bir faaliyete katılacak olan kadının bu faaliyetinde yine bir örgütten destek alması ve kendini bir çatı altında hissetmesinin sosyo-psikolojik yönden de önemli yararları bulunmaktadır. Ayrıca örgütlenmenin ekonomik ve politik yönü de önem taşımaktadır (Doğanay, 1993:85).

Kadın örgütleri, kadın girişimcilerin başarılı olabilecekleri uygun sektörleri belirlemede hayati bir rol üstlenmektedirler. Ayrıca bu örgütler, üyelerinin dünya çapındaki sosyo ekonomik durumunu geliştirmede ve onlara karşı uygulanan cinsiyet ayrımcılığını azaltmada önemli rol oynamaktadırlar. (Jalbert, 2000: 8, 38).

Kadın örgütleri, sosyo-ekonomik bakımdan gelişmiş, gelişen ve geçiş dönemindeki ülkelerde sürekli artış göstermektedir. Sadece ABD’de 700 kadın örgütü, tüm dünyadaki 8

milyon kadının sahip olduğu girişimi temsil etmektedir. Bu örgütler üyelerinin vizyonlarını ve önceliklerini ulusal politika ve ekonomi gündeminde öne çıkarmaktadırlar. Kuruluşu eskiye dayanan Rus Kadınları Birliği de, Pazar ekonomisine geçişle birlikte, ekonomik ve mesleki desteğini girişimci kadınlara sunmaktadır (Jalbert, 2000: 8, 39).

Türkiye’de kadın girişimciliğini desteklemek amacıyla çok sayıda dernek kurulmuş ve kurulmaya devam etmektedir. Bu kuruluşların en başta gelenlerinden biri olan KAGİDER (Kadın Girişimciler Derneği) Türk kadın girişimcileri teknik, mali, idari ve hukuki alanlarda desteklemek amacıyla 37 deneyimli kadın girişimci tarafından 12 Eylül 2002 tarihinde kurulmuştur. Amaçları arasında; geleceğin iş dünyasını yapılandırmada etkin kadın girişimciler yaratmak, ekonomik değer yaratan kadın girişimci sayısını artırmak, mevcut kadın girişimcileri güçlendirmek ve Türk kadın girişimcilerin dünya ile bütünleşmesini sağlayarak Türkiye’nin sosyal ve ekonomik gelişimine katkı sağlamak bulunmaktadır¹⁴.

c) Sermaye Teminindeki Sorunlar

Girişimin başlangıcında finansman için başvuru kaynaklar erkek ve kadın girişimciler için farklı olmaktadır. Hisrich ve Peters’in çalışmalarında belirttikleri üzere, erkek girişimciler girişimlerinin ilk başlangıç aşamasında çekirdek sermayeleri yanında finansman kaynağı olarak yatırımcı ve bankalardan da kredi temin edebilirken, kadınlar genelde sadece kişisel varlık ya da birikimlerinden yararlanmayı tercih etmektedirler (Hisrich ve Peters, 2002:76).

Girişimcilerin karşılaştıkları en önemli sorunlarından birisi de sermaye yetersizliği olmaktadır. Girişimcilik niteliğine sahip kişilerin bir çoğu, sermaye yetersizliği nedeniyle sahaya çıkamamaktadırlar. Bu engeli aşarak kendi işlerini kurabilmiş kişiler için de yine sermaye yetersizliği sınırlayıcı bir faktör olmaktadır. Devletten iş istemeden kendi istihdam sorunlarına çözüm üretebilen, vergilerini ödeyen girişimci kadınların en büyük sorunlarından biri olan sermaye temini konusunda desteklenmeleri önem taşımaktadır (Müftüoğlu ve Durukan, 2004: 43).

¹⁴ KAGİDER web sayfası, www.kagider.org, 10.10.2006.

Deneyimler, kadınların girişimlerini karşı cinslerine kıyasla daha az sermaye ile faaliyete geçirdiklerini ortaya koymaktadır. Hatta hizmet işletmelerinin evlerde kurulması durumunda ihtiyaç duyulan sermaye miktarı azalabilmektedir. Bu durumun nedenlerinden birisinin, kadınların genelde hizmet alanında faaliyet göstermeleri nedeniyle az sermayeye gereksinim duymaları olduğunu diyebiliriz. Bu durumun tersine erkeklerin çoğunlukla endüstriyel alanda girişimde bulunmaları ise daha fazla sermayeye ihtiyaç duymalarına neden olmaktadır (Gürol, 2000:232).

Kadınların sosyo-ekonomik statüsü kaynaklara erişimlerini kısıtlamada temel etken olmaktadır. Kadınların toplumsal rolü ve gelenekselcilik; kadınları evlerine kapatarak, eğitim ve diğer teknik hizmetlerden faydalanmalarını, pazarlama alanlarını genişletmelerini, profesyonel çalışmaya katılmalarını ya da erkeklerle yakın temas kurabilecekleri ortamlarda yer almalarını engellemektedir. Bu kısıtlamalar kadınları genellikle düşük kazançlı, ev temelli etkinliklere yöneltmekte ve işlerini genişletip büyütecek bilgi ve teknik yardımdan uzaklaştırmaktadır¹⁵.

Fon temini için banka kredilerine başvuran girişimci kadınların çoğunlukla banka yöneticileri tarafından ön yargılı tepki ile karşılaştıkları görülmektedir. Banka yöneticileri genellikle kadınların girişim projelerinin mali uygulanabilirliğini rasyonel olarak dikkate almayabilirler. Bunu temelde iki faktöre bağlamak mümkündür. İlki, banka yöneticileri kadın girişimcilere kadın oldukları için nazik davranırlar. İkincisi ise, yine kadın oldukları için kadınları aptal olarak değerlendirmektedirler. Çünkü onlar kadınları, hoş, hoppa ve ciddiye alınmayacak kişiler olarak görmektedirler. Daha olgun banka yöneticileri ise kadın girişimcilere kendi kızları gibi bakma eğilimindedirler ve onlara evlerinde oturmalarını tavsiye ederler (Goffee ve Scase, 1992: 63-64).

Açıkça görüleceği üzere, kadınların iş dünyasında yer almaya başlamaları kredi veren banka ve diğer kamu kuruluşlarının temsilcilerini rahatsız etmiş ve bu kişilerin girişimci kadınları destekleme sorunları gündeme gelmeye başlamıştır (Kutanis, 2006:67).

¹⁵ T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, 2000, s. 201.

Bir çok banka uygulaması kadınlara engel çıkartmaktadır. Çoğu banka kadınların kocalarından ya da bir erkek garantörden kendi adlarına borç alabilmeleri ya da teminat için gayrimenkullarını ipotek edebilmeleri için izin almalarını istemektedir. Bankaların teminat ve kefil şartları; bankaların teminat olarak kabul edecekleri varlığı olmayan ve kredi kurumlarınca kabul gören kefil bulmada sıkıntı yaşayan kadınlar için daha kısıtlayıcı olmaktadır¹⁶.

Mali kurumların bu tür tepkileri, kadın girişimcileri bazı durumlarda, kredi görüşmeleri ve mali garantör olarak hareket etmeleri için, erkek iş ortağı bulmaya zorlamaktadır. Ancak bu tür stratejiler kredi almada başarılı olunmasını sağlamasına rağmen, bireysel mali bağımsızlığın yitirilme riskini de beraberinde getirmektedir. Bu tür durumlar erkek egemen bir ekonomik sistemde kadınların savunmasızlığını göstermektedir. Her kadın girişimcinin yaşaması muhtemel bu tür güçlükler iş kurmaya niyetlenenleri ve işlerini kuranları, resmi kaynaklardan daha az mali destek aramaya yönlendirmektedir.

Bankacıların kadınların gelecekteki başarıları konusundaki ön yargıları da, kredi temini ile ilgili sorunların bir başka nedenini oluşturmaktadır. Yapılan açıklamalar, bizi kadın girişimcilerin karşı cinslerine oranla fon temini konusunda eşit şartlarda bulunmadıkları yargısına ulaştırmaktadır.

3. Piyasaya Giriş Stratejileri İle İlgili Sorunlar

Dünyanın dört bir yanında her yıl milyonlarca kişi kendi işini kurmak amacıyla iş hayatına atılmaktadır. Bireyler farklı yollarla kendi işlerini kurabilmektedirler. Kimi bireyler çalıştıkları işi satın almakta, kimi bireyler temelden başlayarak yeni bir girişim kurmaktadır. Çalışmamızda girişimcilerin piyasaya giriş stratejileri altı başlık altında toplanmaktadır. Bunlar; var olan bir işin girişimci tarafından satın alınması, var olan bir işletmeye ortak olunması, Franchise sözleşmesi ile bir girişimin başlatılması, girişimci tarafından yeni bir girişim başlatılması, evde yerleşik girişimler, çalışanların girişimciliği

¹⁶ T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, 2000, s. 148.

ve yeni bir girişim kurulması şeklinde sıralanabilir. Aşağıdaki paragraflarda başlıkların ayrıntılarına inilmektedir.

a) Var Olan Bir İşletmenin Satın Alınması

Bireyler kendi işlerini sıfırdan başlayarak kurabilecekleri gibi, halen faaliyetini sürdürmekte olan bir işletmeyi de satın alabilirler. Girişimciliğe başlama aşamasında iş kurma işlemleri oldukça karmaşık ve zor bir prosedürü gerektirmektedir. Bu zorlu süreci göze alamayan girişimci, kurulu bir işletmeyi satın almayı tercih edebilmektedir (Gürol, 2000: 85-86). Ancak kurulu bir işletmeyi satın almak düşünüldüğü kadar kolay olmadığı gibi, her zaman kârlı da olmamaktadır.

Kurulu bir işletmeyi satın almak; sahibinin işletmeyi satmak istemesi ya da girişimcinin satın almayı sahibine önermesi biçiminde gerçekleşmektedir. Her iki durumda da, satın alma konusunda kesin karar verilmeden önce, belirli faktörleri dikkate alan ayrıntılı bir değerlendirmenin yapılması gerekmektedir. Bu amaçla girişimcinin aşağıda belirtilen konularda yeterli bilgi ve deneyime sahip olması gerektiği düşünülmektedir (Alpugan,1998: 215);

- Satın alınması düşünülen işletme tarafından pazara sunulan hizmete pazarda yeterli talebin olup olmadığına ilişkin ticari bilginin elde edilmesi,
- Satın alınması düşünülen işletmenin finansal durumunu gösteren verilerin (gelir tablosu ve bilanço) elde edilmesi ve bu verileri analiz edebilecek teknik bilgiye ulaşılması,
- Satın alınması düşünülen işletme hakkında etki altında kalmadan ve duygusallıktan uzak, objektif bir kararın verilmesi.

Ancak var olan bir işletmenin satın alınmasının bir takım avantaj ve dezavantajları bulunabilecektir. Bu nedenle konuyla ilgili detayların yeterince araştırılması ve değerlendirilmesi gerekmektedir. Bazı durumlarda satın alınan işletmenin piyasada sağlamış olduğu olumlu izlenim girişimci için bir fırsat olabilecektir. Bazı durumlarda ise bunun tam tersinin söz konusu olabilmesi mümkündür. Burada girişimcinin kişisel

yetenekleri devreye girerek önceden oluşmuş olan piyasadaki olumsuz izlenimini değiştirmeye çalışacaktır. Sonuçta var olan bir işletmenin satın alınması diğer tüm girişimlerde olduğu gibi bir risk içermektedir.

b) Var Olan Bir İşletmeye Ortak Olunması

Var olan bir işletmeye ortak olmanın gerçekten kârlı bir yatırım olup olmayacağına ilişkin kararın, bu konuda yapılacak ayrıntılı bir değerlemenin sonucunda verilmesi gerekmektedir. Özellikle “kârlı bir iş için ortak aranmaktadır” biçimindeki ilanlar çoğu zaman gerçeği yansıtmaktan uzak olmaktadır. Çünkü kârlı bir işletmenin herhangi bir sorun yaşamadan sahibi tarafından satılmasını ya da ortak alınmasını düşünmek mümkün değildir. Ancak bazı durumlarda; işletme sahibinin tek başına işlerin üstesinden gelememesi, hastalık, teknik ya da ticari bilgi gereksinimi gibi zorunlu nedenlerden dolayı işletme sahibi kârlı bir işletmeye ortak almak isteyebilmektedir.

Ortak arayan işletmelerin büyük bir bölümü finansal yönden dar boğazda olmakta ve bu güçlüğü işletmeye sağlanacak ek sermaye ile aşabileceklerini ummaktadırlar. Ancak genellikle, işletmede yaşanan sorun, uygun olmayan kuruluş yeri, rekabet, demode teknoloji gibi etkenlerden kaynaklanmaktadır. Görüldüğü üzere işletmenin temel sorunu finansal olmadığı için, getirilecek ek sermaye, çoğu zaman sorunun aşılmasında yeterli olmayacaktır (Alpugan, 1998: 231). Bu nedenle kısa bir süre sonra işletmeye sonradan ortak olan kişinin sermayesinin de erimesi söz konusu olabilmektedir.

Diğer taraftan çoğu durumda kârlı olan bir işletmeye ortak olmak için istenilen katılım payının gerçek değerinin oldukça üzerinde olduğu görülmektedir. Böyle bir durumda kişi, işletmeye getireceği sermaye karşılığında normal kabul edilebilecek bir kazancın oldukça altında bir getiri elde edebilecektir. Girişimcilerin var olan bir işletmeye ortak olma kararı vermeden önce işletmeyi ayrıntılı olarak incelemesi gerekmektedir. Ortak olmaya karar vermesi halinde, ortaklık karşılığında kendisinden istenilen bedelin ortaklığın gerçek değeri olup olmadığını araştırması gerekmektedir.

c) Franchise Sözleşmesi

Franchising bir ürün veya hizmetin imtiyaz hakkına sahip tarafın, belirli bir süre şart ve sınırlamalar dahilinde işin yönetim ve organizasyonuna ilişkin bilgi ve destek sağlama yolu ile, imtiyaz hakkını ticari işler yürütmek üzere ikinci tarafa verdiği imtiyazdan doğan, uzun dönemli ve sürekli bir iş ilişkileri bütünüdür. Franchising, birbirinden bağımsız iki taraf arasında meydana getirilen sözleşmesel bir ilişkiden oluşmaktadır. Franchising, sistemin yaratılma ve ilk uygulama yeri olan A.B.D' de başlamıştır¹⁷. Franchising bir işletmenin isim ya da işletme hakkını kullanmak anlamına gelmektedir. Franchisingin temelini, belli bir ücret karşılığında, önceden belirlenmiş bir yerde, bir durumu ticari ve ekonomik anlamda değerlendirilmek üzere verilen hak ve yetkiler oluşturmaktadır (Stanworth ve Smith, 1995:9).

Franchise vericisi açısından franchising; bir dağıtım ve pazarlama yöntemi seçimi olmaktadır. Girişimci ya da franchise alıcısı yönünden ise, yatırım tercihi ya da işletme kurma biçimi olarak (Şoğur, 1993:10) girişimcilere bir alternatif sunmaktadır.

Franchise ile ilgili olarak yapılan tanımlamaları aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Cebeci, 2005: 4);

- **Franchisor**; bir ürüne, hizmete veya bilgi birikimine, bunlara ait kalitesi kanıtlanmış ve başarılı bir markaya/isme sahip olup da, bunların satış dağıtım veya işletme hakkını belirli bir bedel karşılığı veren taraf anlamına gelmektedir.
- **Franchisee**; ise doğrudan veya dolaylı olarak bir malı bedel karşılığında franchisorun ticari adını/markasını, know-how'ını, iş görme ve teknik yöntemlerini, sistemini ve diğer sınai/fikri mülkiyet haklarının kullanımını üstlenen taraf olmaktadır.
- **Franchising**, birbirinden bağımsız iki taraf arasında oluşturulan sözleşmeye dayalı bir ilişkiyi tanımlamaktadır. En yalın anlatımıyla franchisingi, 'hak sahibine verilen para karşılığında belirli sınai hakları ticari alanda kullanma izni' olarak özetlemek mümkündür. Franchising sözleşmeleri ürün, marka ya da bir hizmeti kapsayabilir.

¹⁷ Ulusal Franchising Derneği (UFRAD), <http://www.ufrad.org.tr/tr/10sorudafranchise.asp>, 21.08.2007.

İmtiyaz sahibi tarafın, belirli bir süre şartı ve bazı sınırlamalarla ticari işlerini yürütmek üzere bu hakkı ikinci bir tarafa devretmesi söz konusu olmaktadır. Franchising'in en önemli tarafı imtiyaz hakkını veren tarafın işin yönetim ve organizasyonu konusunda know-how yani bilgi ve destek sağlıyor olmasıdır.

- **Franchisee Fee;** franchisee'nin, isim, marka veya sistemi kullanma hakkı karşılığında franchisor'a ödediği başlangıç bedeli anlamına gelmektedir. Türkçe karşılığı ile 'giriş bedeli' şeklinde ifade etmek mümkündür.
- **Royalty;** ise yıllık ciro ve kardan, anlaşmada belirlenen oranlarda yüzde olarak ödenen, bir lisans veya ticari marka sahibinin sahip olduğu hakları bir başkasına devretmesi karşılığında aldığı bedel olmaktadır. Türkçe karşılığı olarak 'lisans bedeli' demek mümkündür.

Franchising'de satış hakkını alan taraf harcamanın tamamını yapmakta ve gelirden bir kısmını ödemektedir, buna karşılık satış hakkını veren taraf da işin kuruluşu, ürünün ve tüketim malzemelerinin onaylanmış satış şekli, pazarlama ve markalama konularında detaylı formüller sunmaktadır. Eğer bir işletmenin ürün ve hizmetlerin gerek sunumunda, gerekse üretim aşamasında kanıtlanmış bir formülü varsa, franchising gelişme için hızlı ve ucuz bir yol olabilmektedir (Koch,1997:160).

d) Yeni Bir Girişim Kurulması

Girişimcinin kendi işini kurabilmesi için, belirli bir iş ve çalışma planına uygun olarak yapılabilirlik araştırması sonuçlarına göre davranması gerekmektedir. Girişimci, insanların ihtiyacı olan mal ve hizmeti üreterek sonucunda kârı hedefleyen kişidir. Girişimcinin kurulacak işin kârlılık düzeyi ve işle ilgili fırsatlarla ilgili veri ve bilgi toplaması önem taşımaktadır. Girişimciler elde edecekleri bu bilgilerden yararlanarak kendi işlerini kurmaktadır. Girişimcilerin bir işi kurmadan önce yapmaları gereken başlıca araştırmaları aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Eyuboğlu, 2004: 59-84; Çonkar, 1992: 22-51);

- İşyerinin kurulacağı bina, tesis ya da işletmeyle ilgili değerlendirmenin yapılması,

- İşyerinde çalışacak olan elemanların seçim çalışması,
- Sağlanan kredi ve teşvikler konusunda yeterli bilgiye sahip olunması,
- İş kurma sürecinde hangi kanuni hükümlere göre işlem yapılacağı, vergi ve yatırım konularında yapılması gerekli kanuni işlemlerin öğrenilmesi,
- Kurulacak işle ilgili hedef pazar araştırmalarının yapılması.

Aslında girişimin, girişimcinin kendisi tarafından işin tüm ayrıntılarının dikkate alınarak kurulması ve faaliyete geçirilmesi bir takım zorlukları da beraberinde getirmektedir. Başlangıçta pek çok şey henüz yerli yerine oturmamış durumda olacağı için, kurulu bir işin satın alınması ya da bir franchise sözleşmesinin yapılmasının yanında daha büyük güçlüklerle karşılaşılmasına neden olabilecektir. Mevcut bir işin satın alınmasında avantaj, faaliyetin maddi bir varlığının olmasıdır. Temelden yeni bir işin kurulması halinde, satış, maliyet ve kâr düzeylerinin belirlenmesi gerekmektedir. Mevcut bir girişimin devralınmasında ise, kuruluşun performansını yansıtan gerçek finansal bilgiler devreden kişilerden sağlanabilmektedir. Ancak girişimciliğin özünde yatan ana unsur; yeni bir girişim kurulmasında karşılaşılabilecek bütün güçlüklerle rağmen, girişimci nitelikli kişiler için bir iş fikrinin, çeşitli aşamalardan geçerek, zaman, para, emek ve enerji tüketerek yaşama geçirilmesi oluşturmaktadır (Gürol, 2000:116).

e) Evde Yerleşik Girişimler

Ev eksenli çalışma enformel sektöre özgü bir oluşum değildir. Gerek kırsal, gerekse kentsel kesimlerde, sanayileşmiş ya da gelişmekte olan ülkelerde ortak olan bu uygulama taşeronluk zincirinin en alt ucunda tekstil ve hazır giyim endüstrilerinde, diğer iş kollarında, hatta bazen hizmet sektöründe de görülebilmektedir. Türkiye’de ise ev eksenli çalışma ya da ev içi üretim formel sistemin dışındaki durum ve koşullarda ortaya çıkmaktadır¹⁸.

Evde yerleşik girişimler bir toplumun ekonomik refahına ve sosyal sermayesine önemli katkılar sağladığı için canlı birer iş sektörü olmaktadır (Walker ve Webster, 2004:

¹⁸ T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, 2000, s. 64-65

404). Kendi işini kurup, bunu ofis evinden yürütmek şeklinde açıklayabileceğimiz evde yerleşik girişimler, bir çeşit evde çalışma biçimi olmaktadır. Çoğu kişi bir organizasyona bağlı olmadan ve kapsamlı bir işyerine gereksinim duymadan evine kurduğu bir ofiste ya da atölyede hayatını kazanmak istemektedir. Çoğu zaman tek kişilik bir organizasyondan oluşan evde yerleşik girişimler çok farklı alanlarda küçük üretimler yapabilmektedirler. Örneğin, bir ev hanımı küçük bir dikiş makinesi ile terzilik yapabilmekte, ya da evde yemek yapıp bunu dışarıya satabilmektedir. Ya da bir yazar ofis evinde yazdığı bir yazıyı yayıncılara gönderebilmektedir. Yine bir çevirmen iletişim teknolojilerini kullanarak aldığı bir yazıyı yine aynı yolla müşterisine gönderebilmektedir¹⁹

Evde yerleşik girişimlerin sayısındaki artış farklı nedenlerden kaynaklanmaktadır. Bunları aşağıdaki gibi ifade etmek mümkündür;

- Bilgisayar ve faks makinelerinin gelişimi ile ortaya çıkan elektronik devrimin evde çalışmayı mümkün kılması,
- İşletmeler tarafından gerçekleştirilen geniş çapta işten çıkarma eylemlerinin, çok sayıda insanı kendi işlerini kurma yoluyla ekonomik güvenliklerini sağlamaya yöneltmesi,
- Girişimcinin bağımsız çalışan birisi olmayı arzulaması ve kendi işini kurma isteği,
- Hizmet işletmelerine daha fazla gereksinim duyulması, uygulamada genellikle işyeri sahibi müşterinin ayağına gittiği için işyerinin (evin) konumu fazla önem taşımamaktadır,
- Şehirlerin kalabalıklaşması sonucu trafik nedeniyle uzun ve yorucu bir zamanın yollarda geçmesi ve özellikle işten dönüş zamanına rastlayan akşamları çoğunlukta olmak üzere suç oranındaki artışlar,
- Fiziki engelliler yönünden de uygun nitelikte faaliyetler olması,
- Diğer küçük işletme çeşitlerine göre, başarı şansının daha fazla olması,

¹⁹ www.insankaynaklari.com/cn/ContentBody.asp?BodyID=44

- Evde çalışarak yapılabilen işlerin kadınlar için zamanlarını ayarlayabilme, işlerini çocuk bakımına göre planlayabilme gibi önemli avantajlar sağlaması.

f) Çalışanların Girişimciliği

Girişimcilerin piyasaya giriş stratejilerinden bir diğer yolu ise iş görenlerin çalıştıkları bir girişimi satın almaları olmaktadır. Ekonomik bunalımların yaşandığı dönemlerde bu yöntem işletmelerin faaliyetlerini sürdürebilmeleri için girişimcilere bir seçenek sunmaktadır. İşletmede çalışan işgücünün işletmeye ortak olmaları durumunda iş görenler işlerini kendileri satın almaktadırlar. Bu tarz girişimlere olan ilginin çeşitli nedenleri bulunmaktadır. Bunları aşağıdaki gibi gruplandırmak mümkündür (Gürol, 2000: 135):

- Uygulama sonucu çalışanların katılımının sağlanması ile işyerinde daha uyumlu bir çalışma ortamının geliştirilmesi,
- Belli bölgelerde kuruluşların faaliyetlerini, sürekli tatil ederek ya da kapatarak başka yörelere kaydırma girişimleri halinde, sendika ve/veya yerel toplulukların bu işletmeleri satın almaları. Bu yolla yörede yaşanacak işsizlik ve yöre halkının başka yörelere göç olasılığının en aza indirilmesi,
- İşsizlik oranının yüksekliği ve verimlilikteki düşüslere, işletmeyi satın alan iş gören grubunun yeni alternatifler aramaya yönelmesi ile etkin çözüm yollarının bulunabilmesi,
- İşyerinde çalışanların girişimi kısmen ya da tamamen satın almaları ve reorganize ederek faaliyete geçirmeleri sonucu ortaya çıkan ekonomik performans artışının yarattığı olumlu bir etkinin oluşması.

E) TÜRKİYE'DE KADINLARIN GİRİŞİMCİLİĞE DAİR SORUNLARI

Türkiye'de 1980'den sonra değişen ekonomik politikalar sonucunda ekonomide çok sınırlı istihdam imkânı yaratılmış ve ortaya çıkan bu sınırlı imkânlar erkekler tarafından kullanılmıştır. Yüksek enflasyon, gelir düzeyinde önemli gerilemelere neden olmuştur.

1985-90 yılları arasında kamu kesimi işçi ücretleri %46, özel kesim işçi ücretleri ise %23 oranında gerilemiştir (Ecevit, 1995: 126-127). Ücretlerdeki artışın enflasyon artışının gerisinde kalması, daha önce çalışmayan çocuklar, işsizler, yaşlılar ve emeklilerin ek gelir aramalarına neden olmuş dolayısıyla çalışmak isteyen kadınların sayısı da artmıştır (Özbay, 1995:122).

Türkiye’de çalışan kadın sayısının artmasına rağmen, kadınların girişimcilik oranının, gelişmiş ülkelerle karşılaştırıldığında oldukça düşük olduğu görülmektedir. Gelişmiş ülkelerde kadınların girişimcilik oranı ortalama olarak %3’ten fazla iken, Türkiye’de bu oran %1’in de altında seyretmektedir. Kadınların önemli bir bölümünün hala okuma yazma bile bilmedikleri göz önüne alındığında, bunun beklenen bir sonuç olduğu anlaşılacaktır (Yaprak,2005: 196).

Gerek dünyada gerekse Türkiye’de kadınların girişimcilik konusunda sorunları benzer nitelik taşımaktadır. Ancak her ülkede yaşanan sorunlar, ülkelerin sosyo-kültürel yapısı, ekonomisi, coğrafyası, gelenek ve göreneklere hükümetin uygulamış olduğu politika gibi etkenler nedeniyle farklılık gösterebilmektedir. Türkiye’de kadın girişimcilerin karşı karşıya kaldığı sorunlar aşağıda anlatılmaya çalışılmaktadır.

Özellikle kurumsal krediye ulaşmadaki sıkıntılar gerek kadın gerekse erkek girişimciler yönünden önemli bir sorun olmaktadır. Çünkü kaynak temini bir işletmenin kurulması sırasında azami ihtiyaç duyulan faktörlerden birini teşkil etmektedir. Yapılan araştırmalar, kaynak temininde erkek girişimcilerin bireysel birikimin yanı sıra kurumsal kredi imkânlarını tercih ettiklerini, kadın girişimcilerin ise daha çok bireysel birikim ya da aile desteğini tercih ettiklerini göstermektedir. Belki bu durumu iki temel nedene dayandırmak mümkün olabilir.

Öncelikle söyleyebiliriz ki, her zaman için kadın girişimciler kafalarında “başarısız olma” durumunu erkeklere oranla daha fazla bulundurmaktadırlar. Dolayısıyla bu durum kadın girişimcilerin iş kurma esnasında daha realist davranmalarına neden olmakta ve risk alma oranlarını daha düşük seviyelerde tutmaktadır.

Kadın girişimcilerin kaynak temini tercihlerindeki diğer bir faktör de çevrenin kadına olan yaklaşımı olmaktadır. Geleneksel rollerinden tam anlamıyla kurtulamamış olan kadınlarımızın bir girişime başlama esnasında çevreden yeterince destek alabildiklerini söylemek zordur. Daha açık bir ifadeyle onlara gerçekte güvenip destek olacak insanların sayısının oldukça az olması kadınlarımızı bir başlangıç yapma konusunda daha çekimser bir konuma sokmaktadır.

Bu nedenler göz önünde bulundurulduğunda kadın bir girişimcinin kurumsal krediden yararlanmak yerine, girişimi için küçük bir kaynakla küçük bir başlangıç yapmayı tercih ettiğini söylemek mümkündür.

Bazen bir kadın için herhangi bir girişimin başlangıcını yapmak, saçını farklı bir renge boyatmakla özdeşleştirilebilir. Saçını boyatmak kimine göre sıradan, kimine göre ise sıra dışı bir davranış olarak algılanabilir. Dolayısıyla yeni rengin tenine uyup uymayacağı, çevrenin tepkisi, kendisini mutlu hissedip hissedemeyeceği, daha sonrasında gelebilecek “keşke” korkusu gibi düşünceler sebebiyle kimileri için basit gelebilecek bir durum, kimilerine göre sorun haline gelebilir. Ancak çevrede saçlarını farklı renge boyatan hemcinslerin görülmesi ve bunun kendilerine de yakışabileceği düşünmeleri kadınların bu adımı atmalarını sağlayabilir.

Bir girişime başlarken de aynı kaygıların duyulması söz konusu olabilir. İşte böyle zamanlarda kadınların belki de en çok ihtiyaç duyacakları şey bir parça cesaret ve cesaretlendirilmenin yanı sıra kendilerinden önce bazı zorlukları üstlenip belli bir yere gelmiş hemcinslerinin varlığı olmaktadır.

İş dünyasındaki sosyal iletişim ağının daha çok erkek girişimcilerce belirlenmiş olması, kadın girişimcilerin aralarında güçlü bir iletişim ağı kurmaları gereğini ortaya çıkarmaktadır (Kutaniş, 2006: 67). Bu bağlamda kadın girişimcilerin örgütlenmeleri ve kadın kuruluşlarının üyeleriyle sık sık bir araya gelmeleri ve yeni girişimci ruhlara ulaşabilmek için destek ve bilgilendirme programları yapılması kadınların girişimcilikteki rolünü artırabilir.

Kısıtlı imkânlarla kurulan, profesyonel destekten yoksun bir girişimin, kendisinin muadili konumundaki ancak daha profesyonel bir şekilde işletilen bir girişimle arasında pek çok konuda fark olabilmektedir. Daha önce de belirtildiği üzere kadın girişimcilerin girişime başlarken kurumsal kredi ve profesyonel destekten yeterince yararlanamamaları başlattıkları girişimlerin ilk etapta daha dar kalıplarda olduğunu düşündürmektedir. Bu sebeple teknik ve ticari gelişimler yanı sıra yeni teknolojilerden de uzak kalılabilmektedir. Ayrıca bir işletmenin ilerlemesi için büyük önemi olan kalifiye personel, yetenekli işgücü ve yönetici sıkıntısı da yaşanabilmektedir.

İş dünyasındaki belirsizlik ve dalgalanmalar; müşterilerin senetlerini ödememe konusu ve bunlara yönelik yasal yaptırımlar da kadın girişimciler yönünden farklı sorunlara neden olabilmektedir (Kutunis, 2006: 67).

Bir girişimi bir çocukla özdeşleştirirsek, tıpkı çocuk gibi büyümesi esnasında ve hatta büyüdüğünde bile azami dikkat ve ilgiye ihtiyacı olacağını söylemek yanlış olmayacaktır. Bu nedenle girişime yeterince zaman ayrılması ve oluşabilecek problemlerle ilgilenilmesi gerekmektedir. Ancak bir kadının aile içinde kendine yüklenmiş bazı rollerinden sıyrılarak, aile bireylerinin güvenini kazanması, kendine saygı duymalarını sağlayabilmesi gerekmektedir. Aile bireylerinin ve çevrenin güvenini, desteğini, saygısını kazandıktan sonra, artık “yeni çocuğu” yani “girişimi” ve “girişiminin problemleri” için kendisini ortaya koyabilecektir. Kültürel ve sosyal yapı düşünüldüğünde ülkemizde bunun çok da kolay olmadığını rahatlıkla görmek mümkündür.

Kadın girişimcilerin en büyük sorunlarından biri de ürün ve hizmetlerine yeterli talep oluşturulamamasıdır. Pazar koşullarındaki kararsızlık kadar politik belirsizliklerin de bu konuda rol oynadığı bilinmektedir. Ayrıca finans sektöründeki belirsizlikler de bir girişimin kurulmasını yada zor bir anında gerekli olan kredi imkanlarının kullanılmasını daha düşündürücü hale getirebilmektedir.

Türkiye Cumhuriyeti Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü tarafından İstanbul, Ankara, Gaziantep, Urfa, Çorum, Denizli ve Muğla’da 705 mikro girişimci ile yapılan anket verilerine göre aşağıdaki tablo 2.9.’dan kadın girişimcilerin karşılaştıkları başlıca engelleri görmek mümkündür.

Tablo 2.9.Girişimci Kadınların Başlıca Sorunları

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

Kaynak:T.C. Başbakanlık KSSGM, 2000: 64).

Girişimci kadınların ürün ve hizmetlerine talebin az olmasına rağmen rekabetin yoğun olması ve finansman sorunu dikkat çekmektedir. Ankete katılan Ankara'dan el sanatları üreticisi bir kadın girişimci, istenildiği kadar üretim yapılabileceğini, ancak bu üretimin Pazar bulmasının sorun oluşturduğunu belirtmiştir²⁰. Bu durum kadın girişimcileri destekleme amacıyla düzenlenecek programlarda pazar geliştirme ve genişletme konularına önem verilmesi gerektiğini göstermektedir.

Yine Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü tarafından yürütülen Kadın İstihdamını Geliştirme Projesi kapsamında gerçekleştirilen iki büyük işsizlik araştırmasında (Trio, 1996; Makro, 1997) şehirlerde yaşayan kadınların işgücü piyasası ile ilişkileri ve çalışma ya da çalışmama eğilimlerini etkileyen unsurlar sorgulanmıştır. Her iki araştırma sonuçlarında ortaya çıkan, özellikle eğitim düzeyi düşük olan kadınların erken yaşlarda çalışmaya başladıkları, nişanlılık, evlilik ve çocuk sahibi olmaları ile beraber çalışma yaşamından çekilme eğiliminde olmaları yönündedir. Bu durumun nedeni olarak da, kadınların eğitim düzeylerinin düşük olması, evlenmenin ve iyi bir aile kurmanın kadınların yaşamında önemli bir yer teşkil etmesi ve piyasada bulunan işlerin çocuk –ev bakımı giderlerini karşılamayacak, harcanan emeğe değmeyecek düzeyde düşük olması görülmektedir (Şahin, 1997; 76).

Türkiye'de kadınların girişimcilikte yeterince temsil edilmemelerinin nedenlerinden birisi de, yeterli sermaye birikimine sahip olmamalarından kaynaklanmaktadır. Kredi ve borç bulmada teminat olarak gösterebilecekleri servetleri de bulunmamaktadır. Bu konuda

²⁰ T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, 2000, s. 17.

yapılan bir araştırmaya göre, Türkiye’deki tüm gayrimenkullerin sadece %9’u kadınların üzerinde görülmekte ve mevcut girişimcilerin ise ancak %47’sinin banka hesabı bulunmaktadır. Bu nedenlerle dış kaynaklardan finansman bulmada sıkıntı yaşayan girişimci kadınların %58’i kişisel kaynaklarından, %26’sı eşinden, %16’sı da akrabalarından finansman sağlamaktadır (Kurtsan, 2004).

Kadın girişimciler Tablo 2.9’da görüldüğü üzere piyasadaki rekabet durumunu ile mücadele edebilme sorununu üçüncü sıraya yerleştirmişlerdir. Tablo 2.6’ya göre bu sorunu sırasıyla; mekan ve konum sorunları, işçiler ile sorunlar, hukuki sorunlar, beceri yetersizliği izlemektedir. Tablo 2.9’da dikkati çeken bir nokta da kadın girişimcilerin cinsiyet ayrımı nedeniyle yaşadıkları sorunların bu değerlendirmede yer almamış olmasıdır.

III. KARŞILAŞILAN SORUNLARLA BAŞETME YOLLARI

Kadın girişimciler de her girişimcinin karşı karşıya kaldığı sorunlarla yüz yüze gelmektedir ²¹. Hemen hemen her toplumda kadınların çalışma yaşamına girişlerinde çeşitli sorunlarla ve engellerle karşılaştıkları bilinmektedir. Bu nedenle kadınların da çalışma yaşamında yer almalarının sağlanabilmesi için bir takım önlemlerin alınması gereği duyulmaktadır. Çalışmamızın bu bölümünde özellikle kadın girişimciliğin önündeki sorun ve engellerin çözüm önerileri üzerinde durulmaktadır. Kadın girişimcilerin sorunlarla baş etme önerileri de yine makro ve mikro sorunlar çerçevesindeki başlıklar altında değerlendirilmektedir.

A) GÜVENSİZLİK

İnsan ilişkilerinin kurulmasında önemli bir unsur olan güven, sosyal yaşamın temel taşıdır. Güven duygusu, sosyal yaşamda iletişim kurma, iş sahibi olma ve yaşam boyu karşılaşacağı sorunları çözebilme konusunda kişinin yaşamını etkilemektedir (Uslaner, 2001: 1).

²¹ Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu, Avrupa Birliği’nde Girişimciliğin Geliştirilmesi “Türkiye’ye Yol Gösteren İlke, Politika ve Uygulamalar”, 2004, s.17.

Öncelikle bireyin karşılaştığı sorunlarla başa çıkabilmesi için kendisine inanması ve güvenmesi gerekmektedir. Güven duygusu, her bireyin doğasında bulunmaktadır. Ancak bu güven duygusunun ortaya çıkarılması ve işlerlik kazanması ise zaman içerisinde olmaktadır.

Bono (1989), güven ve üstünlük duygusunun bireyi başarıya götüren unsurların başında geldiğini ifade etmiştir. Dolayısıyla kadınların toplumda kendilerinin de önemli olduklarını hissedebilmeleri için sosyal statülerinin yükseltilmesi gereği ön plana çıkmaktadır.

Yirminci yüzyılın özellikle son çeyreği, dünyanın her tarafında kadın hareketlerinin yoğun biçimde yaşandığı bir dönem olmuştur. Kadınlar bu yüzyılda toplumsal eşitlik ve siyasal haklar konusundaki mücadeleleri ile oldukça başarılı bir profil çizmişlerdir. Dünyanın yarısını oluşturan bu demografik grup içindeki öncü kadınlar, kadın olmaktan kaynaklanan sorunlarla başa çıkmanın ilk adımının kadının statüsünü gerek aile içinde gerekse toplum düzeyinde yükseltmek olduğunu vurgulamışlardır (Arat, 2006). Çünkü ancak bu başarıldığı zaman kadın, kendi haklarının bilincine ulaşabilecek, onları kullanabilecek, koruyup geliştirebilecektir.

Avrupa Birliği ve Türkiye Esnaf ve Sanatkarlar Konfederasyonu'nun (TESK) işbirliğiyle, kadınların toplumdaki rolünün güçlendirilmesini amaçlayan, (AB-TESK) Kadın Girişimcilerin Desteklenmesi Projesi bu konuya güzel bir örnek teşkil etmektedir. Proje öncelikle, önemli bir girişimcilik potansiyeline sahip kadınların eğitim ve danışmanlık hizmetleriyle desteklenerek, iş kurmalarını sağlamayı amaçlamıştır²². 2002 Haziran ayında hayata geçirilen bu proje 6'şar aylık dönemler halinde 4 aşamada yürütülmüştür. Proje sürecinde bin 700 kadına işletme becerileri eğitimi verilmiş ve eğitim görenlerden 463'ünün iş yeri açtığı belirtilmiştir²³. Sivil toplum kuruluşlarının bu ve benzeri çalışmalarını artırarak sürdürmeleri ve çalışmalarında devlet tarafından da desteklenmeleri gerekmektedir.

²²TESK'tenKadınGirişimciyeDestek,http://www.aksam.com.tr/arsiv/aksam/2003/01/30/ekonomi/ekonomi5.html, 10.10.2006.

²³KadınlarPatron Oldu, http://www.maksimum.com/kadin/haber/49/1526.php?page=2, 07.05.200410.10.2006

Dolayısıyla kadının toplumdaki rolünün güçlendirilmesine katkı sağlamak amacıyla kurulan “Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü” ’nün etkinliğini artırması gerekmekte ve kadın sorunlarına çözüm bulabilmek için faaliyetlerini sürdüren sivil toplum kuruluşlarıyla iş birliğine gitmesi önem arz etmektedir.

B) TİCARİ VE YÖNETSEL DENEYİM EKSİKLİĞİ

Yapılan araştırmalar, kendi becerilerinden ve deneyimlerinden emin olan bireylerin yeni bir iş kurmada ve işi sürdürmede başarılı olma ihtimallerinin yüksek olduğunu göstermektedir. Bir girişim kurmak şevk, yaratıcılık ve sebat; girişimi geliştirmek ise zaman içinde etkinlik, yeterlilik ve güvenilirlik gibi daha etkin yönetim becerilerini gerektirmektedir²⁴.

Kişilik ve yönetim becerilerinin başarmanın kilit unsurları olduğu dikkate alındığında, girişimciliğe uygun kişisel becerilerin erken yaşlardan itibaren kazandırılması ve bunun üniversite eğitimine kadar sürdürülmesi önem kazanmaktadır.

Ayrıca pazar sorunlarını hafifletmek ve toplumu bilinçlendirmek, kadınların iş dünyasında yer almalarını sağlamak ve onları heveslendirebilmek için önem taşımaktadır (Jalbert, 2000: 16-17). Bu nedenle ticari yönetsel deneyim paylaşımını kolaylaştırmak ve belirtilen sorunlara çözüm önerileri geliştirmek amacıyla kadın-erkek ayrımı gözetilmeksizin ulusal ve uluslararası girişimciler ağının oluşturulması önerilebilir.

C) ROL ÇATIŞMASI

Aile içi iş bölümü hala geleneksel olmakta, erkek ekmek getiren, kadın da yuvayı kuran olarak görülmektedir. Toplumun bakış açısına göre erkeğin öncelikle iş sahibi olması gereği düşüncesi hala geçerliliğini korumaktadır (Gürol, 2000:318). Türk toplumunda kadın ev işlerini aksatmaması koşuluyla işgücüne katılabilmektedir. Bu durum ise kadınlara çifte yük getirmektedir. İş yükü fazlalığı ve aile tepkisi, aile içi çatışmalar yönünden etkili bir

²⁴ Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu, Avrupa Birliği’nde Girişimciliğin Geliştirilmesi “Türkiye’ye Yol Gösteren İlke, Politika ve Uygulamalar”, 2004, s.16.

faktör olmaktadır. Kadınlar omuzlarındaki bu çifte yükü hafifletmek için, ev işini maliyeti ucuz kadın işçilere havale etme ya da girişimlerini kurmayı, çocuklarını büyüttükten sonraya bırakma stratejisini geliştirmişlerdir. Dolayısıyla ev ve iş yaşamlarını uyumlaştırmalarına yardımcı olacak mekanizmaların oluşturulmasına ihtiyaç duyulmaktadır. Böylece kadınlar girişimleri ile ilgilenirken, çocuklarını güvenerek bu kurum ve kuruluşlara bırakabileceklerdir.

Birleşmiş Milletler 1975–1985 yılları arasındaki on yıllık zaman sürecini hemen hemen dünyadaki tüm ülkelerde yaşayan kadınların sorunlarının çözümü için ayırmıştır. Bu konuda ilk adım 1981 yılında Birleşmiş Milletler tarafından İmzaya açılan “Kadınlara karşı her türlü ayrımcılığın önlenmesi uluslararası sözleşmesi” ile atılmıştır. Bunu 1985 yılında “1985 Nairobi İleriye Yönelik Stratejiler” çalışması izlemiştir. Her iki çalışma bu konuda itici güç oluşturmuştur (Yalkın,1993: 110).

Türkiye bu uluslararası sözleşmeyi 1985 yılında imzalamış ve ulusal mekanizmaların oluşumu süreci başlamıştır. Bu sözleşme sonucu, Türkiye’de kadın sorunları ile ilgili ulusal mekanizmaların kurulması yönünde üç gelişme sağlanmıştır (Yalkın,1993: 110):

- 1989 yılında Aile ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürlüğü,
- 1990 yılında Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü (KSSGM) kurulmuştur,
- Ve 1991 yılında Devlet Bakanlıklarından biri Kadın Sorunları ile ilgili olarak görevlendirilmiştir.

Kadın sorunları ile ilgili Devlet Bakanlığı genel politikaların ve makro hedeflerin belirlenmesi ve bu alandaki çalışmaların düzen içerisinde yapılması işlevini yerine getirmektedir.

Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü ise girişimci kadınların çalışma yaşamında karşılaştıkları problemlerin çözümüne yardımcı olmak, girişimciliği teşvik

etmek, yasal ve idari düzenlemeler ile ilgili çalışmalar yapmak, kadının işveren olarak faaliyette bulunmasına öncülük etme çalışmalarını üstlenmiştir²⁵.

Burada KSSGM'nün, girişimci kadınların iş dünyasına dahil edilmeleri, özel bir fonla, özel kredi imkânları ya da vergi indirimiyle desteklenmeleri, girişimin başlangıcında karşılaşılan bürokratik kısıtların azaltılması, pazarlama, iletişim, yönetim gibi gerekli eğitim programlarından yararlandırılmaları konusunda önemli faaliyetleri gerçekleştirmesi mümkündür.

Başbakanlık Aile ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürlüğü ise, ülkemizdeki sosyal sorunların tespiti ve çözümünü üstlenmiştir. Bu bağlamda, Türk ailesinin bütünlüğünün korunması, güçlendirilmesi ve sosyal refahının artırılmasına yönelik ulusal ve uluslararası bilimsel araştırmalar yapmak veya yaptırmak, projeler geliştirmek, desteklemek, bunların uygulamaya konulmasını sağlamak ve aileye yönelik millî bir politikanın oluşmasına yardımcı olmayı amaç edinmiştir²⁶.

D) AYRIMCILIK

Kadınlar tarih boyunca cinsiyet ayrımcılığı ve eşitsizliklerle yüz yüze gelmişlerdir. Erkeklerden daha düşük statüde görülmüşler ve erkeklere göre daha az hak ve şansa sahip olmuşlardır. Cinsiyet ayrımcılığında geleneksel cinsiyet rollerinin ve bu rollerin öğrenildiği sosyalleşme sürecinin etkisi önem taşımaktadır (Demirbilek, 2007: 25).

Hemen hemen her kültürde kız ve erkek çocuklara erken yaşlardan itibaren farklı davranılmaktadır. Sosyalleşme sürecinde kız çocukların uysal, yumuşak ve özverili; erkek çocukların ise yarışmacı, atak ve girişken olma davranışları pekiştirilmektedir. Dolayısıyla bu eğitim farkı, kız ve erkek çocukların yöneldikleri serbest etkinlik türlerini ve daha ileride meslek seçim tercihlerini de belirlemektedir (Kuzgun ve Sevim, 2004: 16).

CEDAW (Birleşmiş Milletler Kadınlara Karşı Her Türlü Ayrımcılığın Ortadan Kaldırılması Sözleşmesi), bir anlamda kadın haklarının anayasası olarak algılanmaktadır.

²⁵ KSSGM, <http://www.kssgm.gov.tr/5251.html>, 03.01.2007

²⁶ T.C. Başbakanlık Aile Ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürlüğü, www.aile.gov.tr/tr/?Sayfa=AmacGorev, 03.01.2007

CEDAW sözleşmesine göre devlet, eşitliğin sağlanması ve ayrımcılığın önlenmesinin başlıca tarafı ve sorumlusu olmaktadır. Sözleşme'nin denetimi, BM bünyesinde 23 uzmandan oluşan bir Uzmanlar Komitesi tarafından yapılmaktadır. Taraf her devlet sözleşmenin öngördüğü doğrultuda çalışmalarını dört yılda bir Komite'ye sunmaktadır. Sivil toplum kuruluşlarının, özellikle de kadın kuruluşlarının bu denetim sürecinde önemli bir yeri ve rolü bulunmaktadır. Bu rol iki ayrı çalışma ile etkin olmaktadır. İlki, devletin hazırladığı resmi raporların hazırlanması sürecine doğrudan katkı ve katılım ile gerçekleşmektedir. İkincisini ise, sivil toplumun kendi içinde yürüttüğü “gölge rapor” çalışmalarıyla BM CEDAW Komitesi'ne yönelik “kulis faaliyetleri” oluşturmaktadır²⁷.

Girişimci, devlete hiçbir yük getirmeden kaynak yaratmakta, istihdam sağlamakta ve devlete vergisini vermektedir. Kadın ve erkeklerin eşit koşullarda yaşadığı, daha özgür, yaratıcı ve özgüvenli bireylerin çoğaldığı bir toplumsal düzenin oluşturulması yönünden de kadın girişimciliğin özendirilmesi ayrıca önem arz etmektedir (Çakıcı, 2003: 72). Ücretli istihdam fırsatlarının sınırlı olduğu ve devletin artık istihdam yaratmada zorlandığı günümüz koşullarında, girişimci ve kadın girişimci sayısını artırmaya yönelik programların sürekliliği önem taşımaktadır.

Girişimcilik söz konusu olduğu zaman kadınlara karşı “yapabilir mi” ya da “niçin yapıyor” gibi sorular yerine, “nasıl yapabilir” ve “yardım için nereye başvurabilir” soruları yer almalıdır. Toplumdaki kadına karşı eleştirel bakış açısı, yerini destekleyen ve çözüm üreten yapıya bırakmalıdır.

Ayrımcılık gerek yasal, gerekse etik olarak yanlış bir tutumdur. Yeni iş kanununda yapılan değişikliklerle yasal zeminde ayrımcılık konusunda AB standartlarına ulaşan Türkiye’de de (Özer, 2007: 118) bu anlamdaki zihniyet dönüşümünün tamamlanması bundan sonraki çabaların temelini oluşturmalıdır.

²⁷ CEDAW, <http://tr.wikipedia.org/wiki/CEDAW>, 03.01.2007; T.C. BAŞBAKANLIK Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, Kadınlara Karşı Her Türlü Ayrımcılığın Önlenmesi Sözleşmesi ve İhtiyari Protokol, Unicef, Ankara, Kasım 2001, s.5-6.

E) BECERİ VE MESLEKİ EĞİTİM

Eğitim ile kadınların çalışma yaşamına katılımı arasında güçlü ve olumlu bir ilişki bulunmaktadır. Ayrıca eğitim kadınların sosyal yaşamını değiştirecek bir etkiye de sahiptir (Tan, 2000: 29). Dolayısıyla kadınları girişimciliğe yönlendirecek bilgi ve becerilerin oluşturulmasında genel ve mesleki eğitim ön plana çıkmaktadır. Kendi hesabına çalışan çoğu kadının aldıkları eğitim, sahip olduğu bilgi ve beceri piyasa şartlarına uyum sağlamada yetersiz kalmaktadır. Dolayısıyla bu yöndeki eksiklikleri gidermek amacıyla işletmecilik alanında verilecek kurslar yararlı olacaktır (Müftüoğlu ve Durukan, 2004; 41).

Kadın girişimcilere verilecek bu bursların özellikle girişimlerini kurmada ve geliştirmede en etkili olan faktörleri dikkate alarak düzenlenmesi ayrıca önem taşımaktadır. Finansman imkânlarının temini, tecrübe ve bilgi edinimi, yönetim teknikleri, teknolojik yeniliklerin takibi ve uygulanması, piyasanın izlenmesi, iç-dış pazar yaratmak, piyasa ile iyi ilişki geliştirme yöntemleri gibi unsurların düzenlenecek kursların temel konularını kapsamaları da bir gereklilik olmaktadır (Eroğlu vd, 2003: 45).

Kadınların söz konusu eğitim eksikliği her ne kadar yavaş yavaş giderilmeye çalışılsa da, formel iş dünyasında tecrübe ve bilgi eksikliği hissetmelerine ve sosyal iletişim ağı içerisine dahil olamamalarına neden olmaktadır. Bu durum ise müşterileri ile ilişkilerine yansımakta, müşterileri ile aralarında itibar ve saygınlık açısından sorun yaşamalarına yol açmaktadır (Kutunis, 2006:68).

Bu nedenle girişimcilik öğreniminin ve eğitiminin ciddiyetle gündeme alınması gerekmektedir. Eğitim ve öğretim, gerek mevcut girişimciler, gerekse potansiyel girişimci adayları yönünden önem arz etmektedir. Hatta konu, daha geniş bir vizyoner yaklaşımla değerlendirilerek, girişimciliğin ayrılmaz unsuru olarak görülen yenilikçilik ve yaratıcılık özelliklerinin yeni kuşaklara küçük yaşlarda kazandırılabilmesi yönünden Türkiye'deki eğitim ve öğretim sisteminin de yeniden gözden geçirilmesi gerekmektedir (Eyuboğlu, 2004: 142-143).

F) MESLEKİ ÖRGÜTLENME

Örgüt kavramının insan yaşamında önemli bir yer tuttuğu bilinmektedir. Doğal olarak, her iş ya da faaliyet için her zaman bir örgütlenmeye gereksinim duyulabileceği gibi, her insanın da çalışma yaşamında ya da günlük yaşamında bir ya da birden fazla örgüt ile ilişki içinde olması da mümkündür(Yıldız ve Balaban, 2007: 28).

İş dünyasındaki sosyal iletişim ağının daha çok erkek girişimcilerce belirlenmiş olması da kadın girişimcilerin aralarında güçlü bir iletişim ağı kurmaları gereğini ortaya çıkarmaktadır (Kutunis, 2006:67). Kadın girişimcilerin iş tecrübelerini paylaşmaları, bilgilerini diğerlerine ulaştırmaları, potansiyel güçlerini ve kapasitelerini keşfederek birbirlerine yardım edebilmeleri için çok iyi bir iletişim ağı kurmaları gerekmektedir. Buna yönelik olarak çalışmalar yapan Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER) gibi belli başlı kurum ve kuruluşlar oluşmaya başlamıştır. Faaliyet konusu kadın olan bazı kurum ve kuruluşların kadın girişimcilerin teşvik edilip desteklenmesine yönelik olarak önemli reformlara imza atabilecekleri düşünülmektedir.

KAGİDER gibi sivil toplum kuruluşlarının kadınların iş dünyasında daha da artarak, güçlenerek kendilerini kabul ettirebilmeleri, girişimciler arası iletişim ağına dahil olabilmeleri, Türkiye'deki girişimci kadınların uluslararası pazarlara açılabilmesi ve ülkenin sosyo-ekonomik gelişimine katkıda bulunabilmeleri yönünden önemli katkıları bulunmaktadır (Kutunis, 2006: 90).

Faaliyet konusu kadın olan, Sivil Toplum Kuruluşlarının (STK), çalışma hayatında kadın erkek eşitliğinin sağlanmasında etkisi önemlidir. Özellikle STK'ların birlikte hareket ederek (Ekşioğlu, 2006: 213) bu konudaki sorunların giderilmesinde etkili olmaları mümkün görülmektedir. Temelde kadın kuruluşlarının işlevleri ile sivil toplum kuruluşlarının işlevleri aynı olmaktadır. Durum tespiti yapmak, talepte bulunmak, takipçi olmak, işbirliği geliştirmek, işbirliği içinde olmak, yaratıcılığını ortaya koymak, öncelik kadınlarda olmak üzere toplumda bu yaratıcılığı ortaya çıkarmak, kadın kuruluşlarının işlevlerini oluşturmaktadır. Ayrıca kadınların yaşama hakkıyla demokratikleşme ve kalkınma arasındaki bağı kurmaya ve canlı tutmaya çalışan bu kuruluşlar, elde ettikleri bilgiyi siyasete sunmakta ve politika olarak uygulamaya konulması için çaba

harcamaktadırlar (Işık, 2006: 217). Sivil toplum kuruluşları ise kadın-erkek ayrımı gözetmeksizin bu faaliyetleri yerine getirmektedirler.

G) SERMAYE TEMİNİNDEKİ SORUNLAR

Sermaye yetersizliği, bir iş kurmanın ya da kurulu bir işi büyütmenin önündeki en büyük engellerden birisini oluşturmaktadır. Ancak risk sermayesi piyasasının gelişmemiş olması ve bankaların riskli krediler vermekten giderek daha fazla kaçınmaları, kadın ya da erkek pek çok girişimcinin finansman sorunu yaşamasına neden olmaktadır²⁸. Bu durum kadın girişimciler için çok daha önemli bir sorun oluşturmaktadır. Çünkü bankaların istedikleri teminatları yerine getirmeleri onlar için neredeyse imkânsız olmaktadır.

Kadınlar bankaya gittiklerinde onlardan teminat olarak mal varlığı istenilmektedir. Türkiye’de ise malların sadece %9 kadınların üzerindedir (Sunar ve Çopur, 2004:72). Bu durum zorunlu olarak kadınları erkeklerin desteğine yönlendirmektedir. Bu konuda Kadın Girişimciler Derneği’nin girişim ve çabalarıyla banka ve finans kurumları tarafından, kadın girişimcilere yönelik kredi uygulamalarının başlatıldığı görülmektedir. Ancak bu uygulamalar sınırlı finans kurumları tarafından gerçekleştirildiği için yetersiz kalmaktadır. Sivil toplum kuruluşları, hükümet politikaları ve finans kurumlarının işbirliği yaparak bu konuda yeni destek projeleri geliştirmeleri, sorunun çözümüne katkı sağlaması yönünden önem arz etmektedir.

IV. KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ KONUSUNDA FAALİYET GÖSTEREN KURUM VE KURULUŞLAR

Bir ülkede emek, sermaye, doğa gibi üretim faktörleri nasıl sınırlı ve kıt ise, sanayileşme ile birlikte üretim faktörü niteliği kazanan “girişimci” faktörü de kıt ve sınırlı olarak bulunmaktadır. Üreten, bağımsız çalışma isteği olan, yenilikçi, gelişime açık olan gibi girişimci yeteneğine sahip nüfus azdır. Nüfusun %50’sini oluşturan kadınların içinde

²⁸ Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu, Avrupa Birliği’nde Girişimciliğin Geliştirilmesi “Türkiye’ye Yol Gösteren İlke, Politika ve Uygulamalar”, 2004, s.20-33.

de bu kıt kaynağa rastlamak mümkündür. Ancak erkek egemen bir toplum içerisinde ve kadına biçilen geleneksel roller nedeniyle, kadınların “girişimcilik ruhu” köreltilmektedir (Çakıcı, 2003: 72). Potansiyel yeteneklerin ortaya çıkarılması için özellikleri ve sorunları farklı olan kadın girişimcilerin desteklenmeleri, teşvik edilmeleri ve yönlendirilmeleri gerekmektedir.

Genel olarak kadın girişimciliğinin, girişimciliğe yüklenen sosyoekonomik roller doğrultusunda desteklenmesini üç farklı yaklaşım doğrultusunda incelemek mümkündür. İlk yaklaşım olan büyüme yaklaşımına göre, kadın girişimciliği ekonomik büyümenin bir kaynağı olarak ele alınmaktadır. Diğer yaklaşım olan iş yaratma yaklaşımının temelinde ise işsizlikle mücadelede daha geniş stratejiler adına kadın girişimciliğinin desteklenmesi düşüncesi bulunmaktadır. Son yaklaşım yoksulluğu azaltma yaklaşımı da yoksul kadınların ve ailelerinin hayatlarını sürdürebilmeleri için, onların kendi işlerine sahip olması gereğine öncelik vermektedir (Soyak, 2006; 169).

Kadın girişimciliğini desteklemek üç yaklaşımın gerekleri doğrultusunda önem taşımaktadır. Özellikle günümüz koşullarında herhangi bir hükümetin hazırlamış olduğu ekonomik kalkınma hedefleri eğer, gelişmiş yaşam standartlarını, yoksulluğun kaldırılmasını, onurlu bir iş bulmayı ve eşitsizliğin azaltılmasını kapsıyorsa bu işe kadınlarla başlanması gerekmektedir.

Dünyada işgücü piyasasındaki arz fazlasının giderilmesi amacıyla başta devlet olmak üzere tüm ekonomik aktörlerin, girişimciliğin geliştirilmesi için global düzeyde çalışmalar yürüttüğü, girişimciliği öğrenilebilir bir faaliyet ve disiplin olarak incelediklerini söylemek mümkündür (Özkara vd., 2006: 226). Türkiye’de de potansiyel ve mevcut girişimci kadınları desteklemek ve onlara yön vermek amacıyla kurulmuş kamu ve sivil toplum kuruluşları bulunmaktadır. Bu çalışmada bu amaçla varlığını sürdüren bu kurum ve kuruluşlar sırasıyla tanıtılmaktadır.

A) KAMU KURULUŞLARI

Kadın girişimciliği konusunda faaliyet gösteren Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB) ve Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü (KSSGM) bu konudaki kamu kurum ve kuruluşlarını oluşturmaktadırlar. Ayrıca İl Özel İdarelerinin yoksullara mikro kredi verilmesiyle ilgili yapılan çalışmaları da bulunmaktadır.

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 yılında Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'nda ilgili alt birim olarak kurulmuştur. KOSGEB sanayi sektöründe faaliyetlerini sürdüren KOBİ'lere destek vermektedir (KSSGM, 2000: 176).

Ekonomik kalkınma ve İstihdam sorunlarının çözümünde temel faktör olan girişimciliğin desteklenmesi, yaygınlaştırılması, başarılı işletmelerin kurulmasını sağlamak amacı ile KOSGEB yeni girişimcilere bir takım hizmetler sunmaktadır. Bu hizmetler danışmanlık, eğitim, laboratuvar, tanıtım ve yazılımı kapsamaktadır²⁹.

KOSGEB ayrıca küçük yeni girişimcileri işe başlama sürecinde desteklemeyi amaçlayan bir uygulama yürütmektedir. Ancak bu destekten faydalanmak için, KOSGEB'in danışmanlık havuzunda yer alan ilgili danışmanlardan iş kurma ve işletme süreçleriyle ilgili eğitim almak gerekmektedir. Eğitim sürecini başarıyla tamamlayan ve uygun bir iş planı hazırlayan girişimciler, hazırladıkları iş planı KOSGEB tarafından kabul edilirse bu destekten faydalanabilirler. Destek sözleşme tarihinden itibaren en fazla üç yıllık süre içerisinde iş kurma giderleri ile makine-teçhizat ve donanım giderlerini kapsamaktadır (Öztürk ve Özkay, 2005:25).

Türkiye ve Avrupa Birliği arasında imzalanan Çerçeve Anlaşması sonucunda AB Katılım Öncesi Mali Yardım 2005 Yılı Programlaması kapsamında "Kadın Girişimciliği

²⁹ KOSGEB, kosgeb.gov.tr/KOSGEB/Default, 10.01.2007

Destekleme” projesi oluşturulmuştur. Projenin birinci bileşeni eğitim ve danışmanlık hizmetlerini kapsamaktadır³⁰. Bu amaçla kadınların kendi işlerini kurup geliştirmeleri için ihtiyaç duyacakları hizmetleri verebilecek, gerekli altyapıya sahip danışmanlık merkezlerinin, proje kapsamında belirlenen Ankara, Bursa, Denizli, Mersin ve Çorum illerinde kurulması planlanarak, merkezler oluşturulmuştur. Bu merkezler aracılığıyla yaklaşık 1500 kadının girişimcilik konusunda eğitilmesi ve teşvik edilmesi düşünülmektedir. AB ve TESK (Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu), bu projenin gerektirdiği staj/eğitim, donanım vb. teknik yardımı birlikte karşılayacaktır. Faaliyetlerin yürütülmesinden TESK sorumludur. Proje bütçesinin % 79.6’sı AB’nin, % 20.4’ü ise TESK’in katkılarından oluşmaktadır³¹.

“Kadın Girişimciliği Destekleme” projesinin ikinci bileşeni ise KOSGEB tarafından yürütülmektedir. Bu bileşende kadın girişimciliğin KOSGEB tarafından 4 yörede oluşturulacak iş geliştirme merkezleri (İŞGEM) ile desteklenmesi düşünülmektedir. Bu merkezlerde inkübasyon hizmetleri (yer temini, ortak makine-donanım kullanımı, sekreteryaya hizmetleri, işletme geliştirme danışmanlığı vb.) verilmesi planlanmıştır. Ayrıca her bir İŞGEM’de en az 20 işletmeye yer verilmesi öngörülmüştür³².

KOSGEB, kadınlara Hazine Müsteşarlığının Ev Kadınlara Yönelik kredi fonlarının Halk Bankası yoluyla verilmesinde aracı kuruluş olarak seçilmiştir. Bu program kapsamında KOSGEB’e 3.455 kadın mikro girişimci başvuruda bulunmuştur. Küçük ve orta ölçekli sanayi için destek birimi olan KOSGEB’in faaliyet alanı, ticari ve hizmet sektörlerini ya da kadın mikro kredi işletmelerini kapsamaz (KSSGM, 2000: 177).

KOSGEB’in uluslararası pazar araştırması ve fuar tanıtma çabaları bulunmaktadır. Ancak bu çabaları hedef kitleye tam olarak ulaşamamaktadır. KOSGEB uluslararası ve ulusal fuar örgütlenmelerinden üyelerini haberdar etmekte, fuarlara katılan KOBİ sahiplerine katkıda bulunmaktadır. KOSGEB’in bir başka etkinliği ise elektronik ticaret alanında gerçekleştirdiği KOBİ-NET (Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler Bilgi Ağı)

³⁰ www.girisimciliknetwork.gen.tr/kadiringirisimciliği.html.01.12.2006

³¹ TESK, <http://www.tesk.org.tr/tr/proje/yurutulen/kadin.html>, 01.12.2006

³² Girişimcilik, www.girisimciliknetwork.gen.tr/kadiringirisimciliği.html, 03.01.2007.

projesidir (Eyuboğlu, 2004: 121-122). KOBİ-NET aracılığıyla üyeler arasında iletişimin sağlanması düşünölmüştür.

2. Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü (KSSGM)

KSSGM, kadınlara eşitlik içerisinde sosyal, ekonomik, kültürel ve siyasi alanlarda hak ettikleri statüyü kazanmalarını sağlamak amacıyla çalışmalar yapmak üzere 1990 yılında kurulmuştur. KSSGM, kadınlara karşı ayrımcılığın önlenmesi, kadın erkek eşitliği anlayışının kamu plan ve politikalarına yerleştirilmesi ve toplumsal yaşamın tüm alanlarında kadınların ilerlemesini sağlama amacıyla politikalar üretme ve koordinasyon sağlama işlevini yerine getirmek üzere hizmetlerini yürütmektedir³³.

KSSGM, ayrıca Milli Eğitim, alışma ve Sosyal Güvenlik, Kültür, Sağlık, Tarım, Sanayi ve Ticaret Bakanlıkları başta olmak üzere ilgili tüm kurum ve kuruluşların kadın politikaları uygulama faaliyetlerinde koordinasyonu sağlama görevini üstlenmektedir (KSSGM, 2000: 174).

KSSGM, kadınların iş dünyasına dahil edilmeleri ve girişimci kadınların özel bir fonla, özel kredi imkânlarıyla ya da vergi indirimi ile desteklenmeleri ya da girişimlerini başlatmaları sırasında karşılaşılan bürokratik sürecin azaltılması, pazarlama, iletişim, yönetim gibi gerekli eğitim programlarından yararlandırılmaları konularında önemli çalışmalarda katkı sağlamaktadır.

T.C. Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü (KSSGM) iş dünyasındaki kadınlara yönelik önemli verilerin elde edilmesini kolaylaştırmaktadır. KSSGM girişimci kadınların teşvik edilmeleri ve desteklenmeleri yönünden de önemli bir görev üstlenmiş bulunmaktadır (Kutunis, 2006: 68).

Halk arasında “3B” olarak tanınan Bilgi Başvuru Bankası KSSGM ev eksenli çalışan kadın mikro girişimcilere sağladığı hizmetlerden birisidir. 3B’nin hizmetlerinden çoğunlukla Ankara’nın gecekodu semtlerinden gelen kadınlar yararlanmaktadır. Bu kadınlar el işlerinin değerlendirilmesi için 3B merkezine başvuru yapmışlardır. Bu

³³ KSSGM, <http://www.kssgm.gov.tr/>, 03.01.2007.

programın çekici yönünü, kadınlara kapalı bir mekanda satış yapma imkânının sağlanması oluşturmaktadır (KSSGM, 2000: 174).

3. İl Özel İdarelerinin Kadınlara Yönelik Mikro Kredi Uygulamaları

4 Mart 2005 tarihinde yürürlüğe giren 5302 Sayılı İl Özel İdaresi Kanunu'nun 6.Maddesi ile İl Özel İdarelerine yoksullara mikro kredi verilmesine ilişkin hizmetler için görev ve yetki verilerek, kanununun 64.maddesi ile de İl Özel İdarelerinin kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşları, meslek odaları, dernekler ve vakıflar ile ortak hizmet projeleri gerçekleştirebilecekleri hükme bağlanmıştır³⁴.

Mikro kredi verilmesine ilişkin yasal yetki yerel yönetimlere verildikten sonra ilk uygulama Van ilinde gerçekleştirilmiştir. Proje; fakir insanları özellikle de geleneksel bankacılık sistemiyle kapsanmayan kadınları korumayı ve onların iş hayatına girmelerine yardımcı olmayı amaçlamaktadır. Proje kapsamında kredi alımlarında herhangi bir proje hazırlanmasına, kefil, senet ve ipotek gibi işlemlere gereksinim duyulmamaktadır. Önemli olan, kişilerin ne iş yapacaklarına karar verip kendileriyle aynı sosyo-ekonomik özelliklere sahip mahalle sakinlerinden güvenilir, beş kişilik bir grup oluşturmaları gerekmektedir. Krediler kişiye özel verilir, ancak kişinin kredi talebinde bulunabilmesi için beş kişilik grup oluşturması zorunlu olmaktadır³⁵.

Proje kapsamında 200'ün üzerinde kadına toplam 170.000 YTL kredi verilmiştir. Alınan kredilerin taksitlendirilmiş geri ödeme oranı % 100 olmuştur. Mikro Kredi alan üyeler, elışı/örgü yapım-satımı, bakkaliye, aksesuar, kozmetik, nakış-piko yapımı, tandır ekmeği yapım satımı, saat satımı ve tamiri, süt ve süt ürünleri satımı gibi çeşitli işlerle uğraşmaktadırlar³⁶.

³⁴KESK, http://www.kesk.org.tr/index.php?option=com_content&task=view&id=215&Itemid=109

³⁵ Van İli Mikro Kredi Projesi Uygulamaları, 2007, s.1-5.

³⁶ Van İli Mikro Kredi Projesi Uygulamaları, 2007, s.12-13.

Mersin Vali’liği de benzer bir projeye Mikro Kredi Uygulamasını yürütmektedir³⁷. Yürütülen bu tür projelerin, kadınların girişimci olarak kazanılmasında önemli rol oynadıklarını söylemek mümkündür.

B) SİVİL TOPLUM KURULUŞLARI (STK)

Tüm dünyada sivil toplum kuruluşları yaşamın hemen her alanında kamuoyu oluşturma, yanlışları söyleme, karar vericiler üzerinde etkili olma, sorunları gündeme getirme gibi önemli misyon üstlenmektedirler. Bu yönden STK’lar, kalkınmanın, uygarlığın devlet ve özel sektörle birlikte üçüncü dinamiğini oluşturmaktadırlar. Devlet-sermaye-sivil toplum üçlüsü kendi başlarına özerk olmalarına rağmen, ülke politikalarını oluşturmakta karşılıklı etkileşim halinde olmaktadır (Kendirci, 2006:202-203; Kula Demir ve Kula, 2007:461-462).

Sivil toplum örgütlerinin, kadının sosyal yaşama yönelmesi ve istihdama açılan yolda yürüyebilmesinde önemli katkıları bulunmaktadır. Aslında kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunların çözülmesi devletin öncelikli görevleri arasında yer almaktadır. Ancak sivil toplum örgütleri yürüttükleri projelerle sorunları kolaylaştırıcı işlev üstlenebilirler (Minibaş, 2006: 195-197).

Sivil toplum kuruluşları, kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunların çözülmesi sürecinde temel aktör rolünü üstlenerek, devletin bu konudaki eksiklikleri gidermesine öncülük yaparak konunun çözümünde etkili olabilirler. Türkiye’de de kadın girişimcilerin gelişimini destekleyen sivil toplum kuruluşları bulunmaktadır. Çalışmamızda bunların önde gelenleri kısaca gözden geçirilecektir.

1. Avrupa Birliği İş Geliştirme Merkezleri (ABİGEM)

Avrupa Birliği İş Geliştirme Merkezleri (ABİGEM), Avrupa Birliğinin himayesinde, TOBB (Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği) ve EBSO (Ege Bölgesi Sanayi Odası)’nun bölgesel destekleriyle 2002 yılında İzmir, Kocaeli ve Gaziantep’te kurulmuştur.

³⁷ T.C. Mersin İl Özel İdaresi, <http://www.mersinozelidare.gov.tr/sicerik.php?cP=Ayrıntı&hID=215>

Bölgedeki KOBİ'lerin rekabet seviyelerini yükseltmelerine ve potansiyellerini geliştirmelerine yardımcı olacak profesyonel yönetim danışmanlığı ve eğitim hizmetlerini sunmak, bölgenin ekonomik kalkınmasına destek olmak amaçları arasında yer almaktadır³⁸.

ABİGEM, "Kendi İşimi Kurmak İstiyorum" adı verilen bir proje uygulamıştır. Proje ile bölgede yaşayan kadınların daha sağlam adımlarla iş kurlarını konusunda desteklenmeleri ve verilecek olan eğitimlerle finansal konular, yönetim, iş planı, pazar gibi konularda bilgilendirilmeleri sağlanmaktadır. ABİGEM 2004-2005 yılı Kadın Girişimcilik Programı kapsamında, toplam 1643 kadın girişimci adayı çeşitli eğitim programlarına katılmıştır. Bu kadınlardan 27 tanesi, eğitimler sonrasında kendi işyerlerini kurmuşlardır³⁹.

2. Kadınlarla Dayanışma Vakfı (KADAV)

Kadınlarla Dayanışma Vakfı (KADAV), 1999 Marmara Depremi'nden sonra deprem bölgesinde sosyal ve ekonomik açıdan desteksiz kalmış kadınlara yardımcı olmak amacıyla bir araya gelen bir kadın platformu tarafından kurulmuştur. Temmuz 2001'de tüzel kişiliğini kazanan KADAV, kadınlara güçlenmenin ve özgürleşmenin yolunu açacak olan, ekonomik ve sosyal güçlenme konusunda imkân ve araçlar oluşturmayı ve onlarla dayanışmayı amaçlamaktadır. KADAV 2000 yılından itibaren Türkiye'deki Kadın Hareketinin aktif bir olarak Medeni Kanun Kadın Platformu ve TCK Kadın Platformu gibi şiddete karşı kurulan platformlar ve çeşitli kampanya grupları arasında yer almaktadır⁴⁰.

KADAV, bölgedeki istihdamla ilgili çalışma yapan resmi kurum ve kuruluşlar, çeşitli odalar ve sendikalarla da işbirliği yapmaktadır. Ayrıca kendi işini kuran kadınlara girişimcilikle ilgili eğitimler de vermektedir⁴¹.

³⁸ ABİGEM, www.abigem.org/TR, 07.01.2007.

³⁹ KADER, www.kader.org.tr/image/mentorluk.pdf, 13.03.2007.

⁴⁰ KADAV, www.kadav.org, 03.01.2007.

⁴¹ KADAV, www.girisimciliknetwork.gen.tr/kadingirisimciliği.html, 03.01.2007.

3. GAP Bölgesi Girişimci Destekleme Merkezleri (GİDEM)

GAP Bölgesi Girişimci Destekleme Merkezleri (GİDEM), Sürdürülebilir İnsani Kalkınma prensiplerinden yola çıkılarak, GAP Bölge Kalkınma İdaresi, KOSGEB, Türkiye Kalkınma Bankası ve Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği ortaklığında şekillenmiştir. GİDEM tarafından GAP Bölgesindeki kadın girişimciliğinin geliştirilmesi, kredi imkânlarından yararlandırılmaları hedeflenerek Kadın Girişimciliğin Geliştirilmesi Projesi oluşturulmuştur. Proje araştırma safhası ve uygulama safhası olarak iki aşamalı planlanmıştır⁴².

GİDEM tarafından Güneydoğu Anadolu Kadın Girişimcilik Danışma Kurulu kurulmuştur. Kurulun sekreteryasını Diyarbakır GİDEM ofisi sürdürmektedir. Kurul 2 ayda bir toplanarak GAP Bölgesinde kadın girişimciliğin geliştirilmesi yönünde görüş ve bilgi alışverişi ortamını sağlamaktadır. Kurul Diyarbakır'daki kadın STK'ları için Leonardo programına proje geliştirmiştir. 14 000 Euroluk proje AB tarafından kabul edilmiştir. Yine GİDEM tarafından ABD'den Kadın İçin Küresel Fon (GFW) kuruluşu Diyarbakır'a davet edilmiştir. 29 Nisan 2005 tarihinde bölgeden ve Doğu Anadolu'dan 24 kadın kuruluşunun katılımı ile toplantı gerçekleştirilmiştir⁴³.

4. Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER)

Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER), Türk kadın girişimcileri teknik, mali, idari ve hukuki alanlarda desteklemek amacıyla 37 deneyimli kadın girişimci tarafından 12 Eylül 2002 tarihinde ülke çapında faaliyet gösteren ve kâr amacı gütmeyen bir sivil toplum örgütü olarak İstanbul'da kurulmuştur. Amaçları arasında geleceğin iş dünyasını yapılandırmada etkin kadın girişimciler yaratmak, ekonomik değer yaratan kadın girişimci sayısını artırmak, mevcut kadın girişimcileri güçlendirmek, Türk kadın girişimcilerin dünya ile bütünleşmesini sağlayarak Türkiye'nin sosyal ve ekonomik gelişimine katkıda bulunmak yer almaktadır (Müftüoğlu ve Durukan, 2004: 44).

⁴² GİDEM, www.gap.gov.tr, 03.01.2007.

⁴³ GİDEM, www.girisimciliknetwork.gen.tr/kadingirisimciliği.html, 03.01.2007.

2007 itibariyle derneğin üye sayısı 139'a ulaşmıştır. Derneğin kurucuları arasında; her türlü hukuk ve yönetim danışmanlığı, sağlık ve ilaç, maden, gıda ve içecek, turizm, yayıncılık, halkla ilişkiler, tekstil, perakende, insan kaynakları, pazarlama, reklamcılık, finans ve bilişim, film yapım, ulaşım-nakliye ve denizcilik sektörlerinde çalışan Türkiye'nin önde gelen kadın girişimcileri bulunmaktadır⁴⁴. Çalışmanın üçüncü bölümünde KAGİDER hakkında ayrıntılı bilgi yer almaktadır.

5. Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı (KEDV)

Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı (KEDV), dar gelirli kadınları sosyal ve ekonomik olarak güçlendirmek ve onların yerel kalkınmaya katılımlarını desteklemek amacıyla 1986 yılında kurulmuştur. Merkezi İstanbul'da olan KEDV, Marmara ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde yer alan toplam 12 ilde yaklaşık 35 yerel kadın grubunu desteklemektedir. Vakıf çalışmalarını sürdürürken, kamu, özel sektör ve diğer sivil toplum kuruluşları ile işbirliği yapmaktadır (Azap, 2006; 10).

KEDV, kadının ekonomik olarak güçlendirilmesi, istihdam ve girişimciliğinin artırılması için çeşitli programlar uygulamaktadır. KEDV, geliştirdiği programların yaygınlaşması için eğitici eğitimi programlara ve yayınlara da öncülük etmektedir. Kadının ekonomik yaşama katılması yönünden çok önemli bulduğu çocuk bakım ve eğitim hizmetlerinin yaygınlaştırılması ve kalitesinin artırılmasına yönelik oluşturduğu program bunlardan bir tanesidir. KEDV böylelikle, çocuk bakım ve eğitim hizmetleri konusunda özellikle yoksul kadınlar yönünden ciddi bir istihdam ve girişimcilik alanı da yaratmaktadır⁴⁵.

KEDV ayrıca, tüm dünyada yoksullukla mücadelede ve özellikle kadınların güçlendirilmesinde önemli bir strateji olduğuna inanılan ve 1976 yılında Bangladeş'te Muhammed Yunus tarafından kurularak Grameen Bank tarafından uygulanan mikro kredi sistemi⁴⁶'nin, Türkiye'deki ilk uygulayıcısı olmuştur. Maya adı verilen mikro kredi

⁴⁴ KAGİDER, <http://www.kagider.org/>, 03.01.2007.

⁴⁵ KEDV, www.kedv.org.tr, 07.01.2007.

⁴⁶ İhlas.net, www.ihlas.net.tr/pr.asp?id=697411, 06.04.2007.

kurumunun amacı, evinde, tezgâhında, ya da dükkanında kendi işini yapan ya da bir iş kurmak isteyen dar gelirli kadınlara maddi destek vermektir. Küçük miktarlarda krediler veren bu kurumun, verdiği kredilerin geri dönüş oranı %98 olmuş (Soyak, 2006: 173) ve aldığı borç para ile bir çok girişimci kadın iş dünyasına katılmıştır.

C) ÖZEL SEKTÖR

Kadın girişimciliğin gelişiminde kamu kurum ve kuruluşları ile sivil toplum kuruluşlarının yanı sıra özel sektörde çalışmalar sürdürmektedir. Türkiye’de özel sektörün mesleki üst kuruluşu ve yasal temsilcisi olan Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB)⁴⁷, bünyesinde Kadın Girişimciler Kurulu oluşturmuştur⁴⁸. 2007 yılında kurulan Kadın Girişimciler Kurulu, kadın girişimcilere eğitim, kapasite geliştirme desteği, AB ülkelerindeki işletmelerde staj imkânı ve girişimci fikirlerini hayata geçirmelerinde destek vermeyi hedeflemektedir⁴⁹.

Anadolu’nun çeşitli yerlerinden 40 üyenin aynı çatı altında bir araya gelmesiyle oluşturulan Kadın Girişimciler Kurul’u, TOBB’un örgütlü olduğu 157 ilçe ve 81 ilden 10 bin kadını iş dünyasına kazandırmayı planlamaktadır. Bu sayede, resmi kayıtlarda 72 bin olarak belirlenen kadın girişimci sayısının, 100 bine doğru ilerlemesinin sağlanması düşünülmektedir. İlk uygulama için ise Diyarbakır ve Kayseri illeri seçilmiştir⁵⁰.

Kadın Girişimciler Kurulu, projesi olan kadınlara iki finans aracı da temin etmiş bulunmaktadır. Bunlardan ilki, Kredi Garanti Fonu’ndan (KGF),teminat verilerek, 12 banka ve Eximbank’tan kredi imkânı, diğeri ise KOBİ AŞ vasıtasıyla risk sermaye fonundan yararlanma imkânının sağlanmasıdır⁵¹.

⁴⁷TOBB,<http://www.tobb.org.tr/yonetim/eskibaskanlar.php>

⁴⁸ TOBB’da Kadın Devrimi, Bugün Gazetesi, 30.10.2007, www.interpress.com.

⁴⁹ Destek TOBB’dan, iş yapmak için Cesaret Girişimci Kadından, Referans Gazetesi, 30.10.2007, www.interpress.com; Kadın Girişimciler TOBB Çatısı Altında, Posta Gazetesi, 30.10.2007, www.interpress.com.

⁵⁰ Girişimci Kadınlar Meydana Çıkacak, Cumhuriyet Gazetesi, 30.10.2007, www.interpress.com.

⁵¹ Kadın Girişimciler Kurulu 40 Üye İle Yola Çıktı, Milliyet Gazetesi, 30.10.2007, www.interpress.com.

TOBB Başkanı, Küresel Cinsiyet Eşitliği 2006 raporunda Türkiye'nin özel sektörde kadın erkek eşitliği konusunda 115 ülke arasında 54'üncü sırada yer aldığını bildirmiştir⁵². Mustafa Kemal Atatürk'ün yıllar önce ifade ettiği "İnsan topluluğu kadın ve erkek denilen iki cins insandan oluşur. Kabil midir bu kütlenin bir parçasını ilerletelim, ötekini ihmal edelim de kütlenin bütünü ilerleyebilsin? Mümkün müdür ki bir cismin yarısı toprağa bağlı kaldıkça, öteki yarısı göklere yükselebilsin?" sözleri, bu konuda da rehber olmalıdır. Dolayısıyla Türkiye'nin de dünyadaki güçlü ekonomiler arasında yer alabilmesi için, nüfusun yarısını oluşturan kadınların da ekonomik yapı içinde aktif olarak yer almaları gerekmektedir.

Kadın girişimcilerin sayıca artması, çalışmalarında desteklenmeleri, faaliyetleri sürecinde karşılaşılabilecekleri sorunların çözümünde destek alabilecekleri kamu kuruluşları, sivil toplum kuruluşları ve özel sektör temsilcileri bulunmaktadır. Ayrıca mevcut bu kurum ve kuruluşların el ele vermeleri ile sorunların çözümünde çok daha etkili olabilecekleri düşünülmektedir.

⁵²Odalar Birliği, 10 Bin Kadına Müteşebbislik Eğitimi Verecek, Zaman Gazetesi, 30.10.2007, www.interpress.com.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KADIN GİRİŞİMCİLERİN SORUNLARININ ÇÖZÜLMESİNDE

KAGİDER ÖRNEĞİ

Kadın girişimcilerin iş dünyasında daha da artarak yer edinebilmeleri, girişimciler arası iletişim ağına dahil olabilmeleri, ayrıca Türkiye’deki kadın girişimcilerin uluslararası pazarlara açılabilmesi ve ülkenin sosyo-ekonomik gelişimine katkıda bulunmalarının sağlanması gerekmektedir. Çalışmamızın bu bölümünde Türkiye’de bu misyonu üstlenen Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER)’nin kadın girişimcilerin, girişimcilik sürecinde karşılaştıkları sorunların çözümünde etkisi incelenmektedir.

I. KADIN GİRİŞİMCİLER DERNEĞİ (KAGİDER)

Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER), Eylül 2002’de 37 kadın girişimci tarafından ülke çapında faaliyet gösteren ve kar amacı gütmeyen bir sivil toplum örgütü olarak İstanbul’da kurulmuştur⁵³. Birleşmiş Milletler’in (BM) düzenlemiş olduğu kadın girişimciler forumuna Türkiye’den katılan 9 girişimci kadından biri ve aynı zamanda KAGİDER’in kurucu üyelerinden olan Meltem Kurtsan, böyle bir dernek kurma fikrinin bu forumda oluştuğunu belirtmiştir. Türkiye’den bu foruma katılan kadın girişimciler, diğer ülkelerde kadın girişimci derneklerinin bulunduğunu görerek, Türkiye’de de böyle bir oluşuma gereksinim olduğunu düşünmüşlerdir. Bu foruma katılan kadın girişimcilerimiz Türkiye’ye döndüklerinde KAGİDER’i kurmak için çalışmalara başlamışlardır. 2007 Türkiye’sinde de kadın ile ilgili çok sayıda sivil toplum örgütü bulunmasına rağmen, KAGİDER günümüzde iş konusu ile ilgili tek dernek olma özelliğini sürdürmektedir

⁵³ <http://www.ntv.com.tr/news/293623.asp>, KURTSAN Meltem, “Kadın Girişimcilere Kurumsal Destek”, Röportaj, 28 Ekim 2004.

(Sunar ve Çopur, 2004: 73-74). KAGİDER ayrıca Anadolu’da da çok sayıda kadın derneğinin kurulmasına destek vermiştir⁵⁴.

2002 yılında 37 kadın girişimci tarafından kurulan KAGİDER, 2007 yılı itibariyle 139 üyeye ulaşmıştır. Kısa bir süre içerisinde etkili bir dernek haline gelen KAGİDER’in bu gelişimini KAGİDER yönetimi, kamuoyunda duyulan ihtiyaca bağlamaktadır. Özellikle Avrupa Birliği’ne girme süreci ve kadınların iş dünyasında etkin olması gerekliliği fikri, bu ihtiyacın önemli nedenlerini oluşturmaktadır (Sunar ve Çopur, 2004: 73).

Ancak Kadın Girişimciler Derneği’nin üyeleri arasında istisnai bir üye dikkat çekmektedir. Girişimci, patron ve üst düzey yönetici kadınların üye olduğu dernekte, istisnai olarak bir de erkek girişimci üye yer almıştır. KAGİDER’in ilk ve tek erkek üyesi olan Şerif Kaynar, Türkiye’nin her yerindeki kadınların iş hayatında etkin olmaları ve kendi işlerini kurmalarını desteklemek amacı olan bu derneğe üye olduğu ilk günden itibaren farklı bir cinsi temsil etmesine rağmen derneğe sahip çıkmıştır. Ancak derneğin tek erkek üyesi işlerinin yoğunluğu nedeniyle dernekte aktif olamayacağını bildirerek 2006 yılında dernekten ayrılmıştır⁵⁵. Bu durum belki de erkek egemen iş dünyasında kadınların yer edinmesinin zor olduğunu, buna karşılık erkeklerin de kadın egemen bir dernekte yer almasının kolay olmadığını göstermektedir.

A) KADIN GİRİŞİMCİLER DERNEĞİ’NİN MİSYON, VİZYON VE ORGANİZASYON YAPISI

Kadın Girişimciler Derneği’nin varoluş nedenini ya da misyonunu kadın girişimciliğini geliştirmek; ekonomik ve sosyal yaşamda kadının konumunu güçlendirmek olarak ifade etmek mümkündür. Dernek uzun vadedeki amacını ya da vizyonunu ise; kadının üretmek ve varlığını özgürce ortaya koyarak, kadının tüm karar süreçlerinde etkin rol aldığı bir dünya yaratmak olarak belirtmiştir⁵⁶.

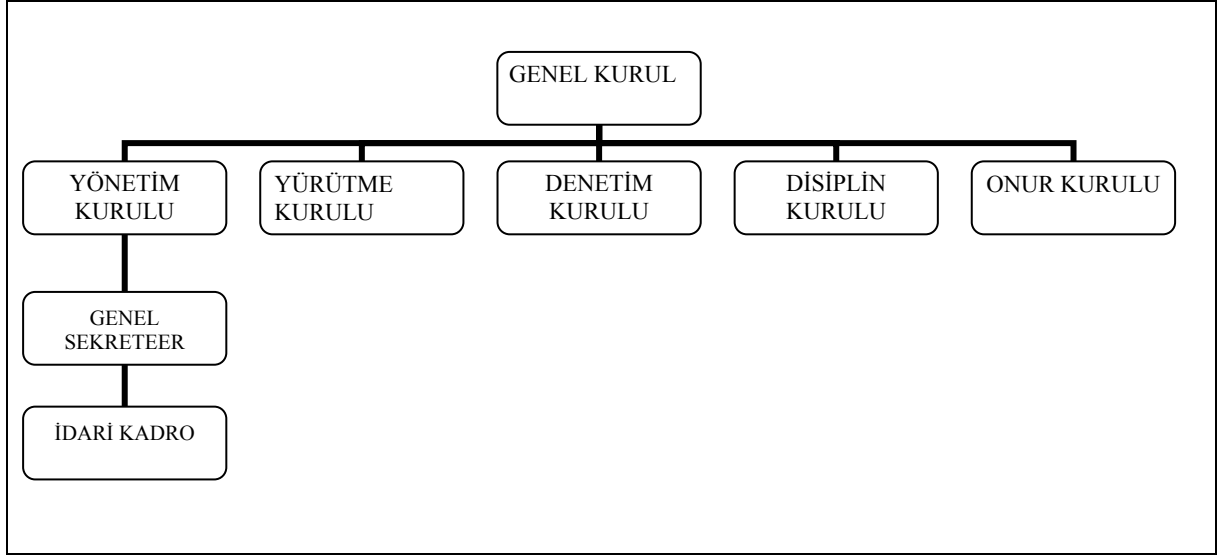
⁵⁴ TÜRK Eylem, “Kadın Girişimciler Federasyon Kurdu”, www.milliyet.com.tr/2007/02/23

⁵⁵ <http://www.aksam.com.tr/yazar.asp?a=26010,10,116>, ERÜS Nurten Yalçın, KAGİDER Elindeki Tek Erkeği Kaçırıldı”, Akşam Gazetesi, 02-02-2006.

⁵⁶ KAGİDER, <http://www.kagider.org/>, 03.01.2007.

Ancak bir örgütün misyon ve vizyonunu hayata geçirebilmesi için planlı ve düzenli bir organizasyon yapısına ihtiyaç duyulmaktadır. Sürekli kendini geliştirip yenileyen KAGİDER oluşturduğu organizasyon yapısı ile bir çok örgüte de örnek teşkil etmektedir.

Şekil 3.1. KAGİDER Organizasyon Yapısı



Kaynak: KAGİDER, <http://www.kagider.org/>, 03.01.2007

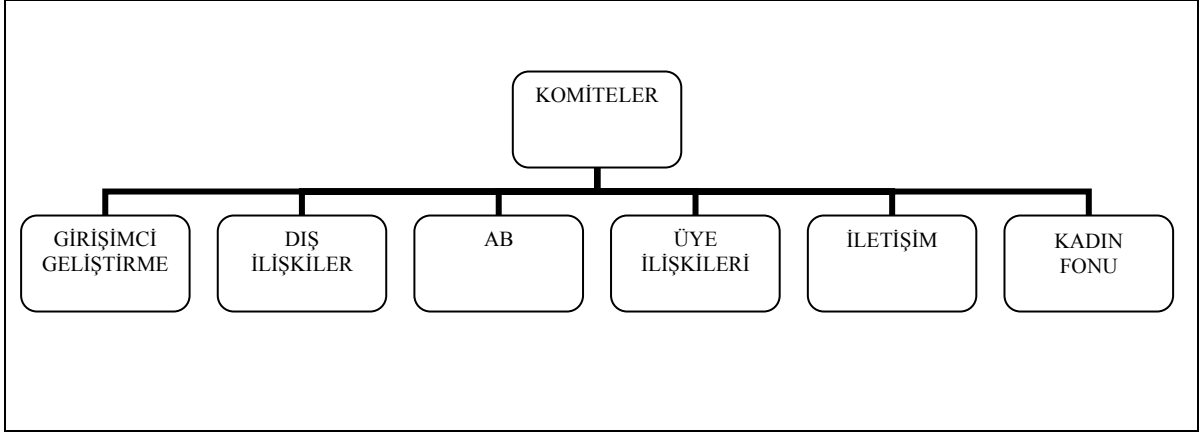
KAGİDER'in organizasyon yapısı Şekil 3.1'de görüldüğü üzere, genel kurula bağlı yönetim kurulu, yürütme kurulu, denetim kurulu, disiplin kurulu ve onur kurulundan oluşmaktadır. Ayrıca organizasyon yapısı içinde yönetim kuruluna bağlı genel sekreter ve genel sekretere bağlı idari kadro da yer almaktadır.

B) KADIN GİRİŞİMCİLER DERNEĞİ'NDE YER ALAN KOMİTELER

Kadın Girişimciler derneği (KAGİDER), dinamik yapısını sürdürmek ve amaçlarına daha etkili ulaşabilmek amacıyla bünyesinde çeşitli komiteler bulundurmaktadır. Şekil 3.2'de yer alan bu komiteleri ve kısaca görevlerini aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür⁵⁷:

⁵⁷ KAGİDER, <http://www.kagider.org/>, 03.01.2007.

Şekil 3.2. KAGİDER Bünyesinde Yer Alan Komiteler



Kaynak: KAGİDER, <http://www.kagider.org/>, 03.01.2007

- **Girişimci Geliştirme Komitesi (GGK):** Yeni kadın girişimci geliştirmek, var olan kadın girişimcilerin talepleri doğrultusunda, mentörlük, eğitim, finans, vb. gibi konularda destek sağlamak, AB, Dünya Bankası, UNESCO, UNDP,vb. gibi kuruluşlar ile özel projeler üreterek kaynak yaratmak,
- **Dış İlişkiler Komitesi (DİK):** Yurtiçi ve Yurtdışında KAGİDER ile aynı misyonu paylaşan örgütlerle iletişim ağı oluşturmak, bu ağlar üzerinden KAGİDER'in ve girişimci Türk kadınlarının doğru tanıtımının yapılmasını sağlamak, ortak amaçları belirlemek, mevcut kaynakları belirleyerek ortak projeler geliştirmek,
- **AB İlişkileri Komitesi (ABİK):**
 - Türkiye'nin AB entegrasyon sürecindeki gelişmeleri gözlemek üzere bir danışma grubu oluşturmak,
 - AB komisyonu, üye ve aday ülkelerindeki benzer misyondaki kuruluşlar ile iletişim ağını genişletmek,
 - Kadın ve girişimcilik konularında Türkiye ye ilişkin politikalar geliştirerek Türkiye kamuoyunu bilgilendirmek,

- **Üye İlişkileri Komitesi (ÜİK):** Derneğin, vizyon, misyon ve ilkelerine uygun olarak yeni üyeler kazandırmak ve mevcut üyeler arası ilişkileri ve desteği güçlendirmek,
- **İletişim Komitesi (İK):** Derneğin tanıtımından sorumludur. Basınla ilişkiler, iletişim materyalleri ve KAGİDER'in stratejik anlamda doğru konumlandırılmasını sağlar.
- **Kadın Fonu Komitesi (KFK):** Türkiye'de ulusal ve uluslararası kurum, kişi ve topluluklardan kaynak yaratır ve bu kaynakları toplumsal cinsiyet eşitliğine ulaşılması ve kadınların ekonomik, sosyal ve siyasal olarak güçlenmeleri için faaliyet gösteren kadın sivil toplum kuruluşlarına (STK) ulaştırır.

C) KADIN GİRİŞİMCİLER DERNEĞİ'NİN ÜYE OLDUĞU ULUSLARARASI ÖRGÜTLER

Kadın Girişimciler derneği ülke içerisinde kadın girişimcilerin örgütlenmelerini desteklemenin yanı sıra Türk kadınının uluslararası platformda hak ettiği yeri alabilmesi için de çeşitli kuruluşlara üye olmaktadır.

Dünya Kadın Girişimciler Derneği (FCEM), Avrupa Kadın Lobisi (EWL), Akdeniz İş Kadınları Birliği (AFAEMME) ve Balkan İş Kadınları Koalisyonu'na üye olan KAGİDER bu derneklerle ortaklaşa çalışmalar sürdürmektedir. 2006 yılında FCEM ve KAGİDER'in ortaklaşa düzenlemiş oldukları Forum sonucunda küresel boyutta kadın girişimcilere yönelik kararlar almışlardır. Bu kararlara göre Küresel boyutta kadın girişimciler arasında

⁵⁸,

- Bağlantılar kurmak, geliştirmek, güçlendirmek,
- Tüm ulusal derneklerin iletişim ve bilgi teknolojilerine ulaşımını sağlamak ve güçlendirmek,
- Kadının medyadaki görüntüsü ve imajını geliştirmek,

⁵⁸ KAGİDER, <http://www.kagider.org/>, 10.10.2006.

- İletişimi ve iş dillerinin öğrenimini arttırmak, Türkiye özelinde ise;
- Türkiye Cumhuriyet Hükümeti'nin KAGİDER'i ekonomik karar alma sürecine dahil etmesini sağlamak,
- Türkiye Cumhuriyet Hükümeti'nden KAGİDER temsilcilerinin uluslararası etkinliklere Türkiye'nin Ekonomik Elçileri olarak katılmaları konusunda destek sağlamak.

D) KADIN GİRİŞİMCİLER DERNEĞİ'NİN ÇALIŞMALARI HAKKINDA

KAGİDER, kadın girişimcilere yatırım yapmayı düşündükleri alanla ilgili olarak tüm donanımı temin etmekte yardımcı olmaktadır. Ayrıca kadın girişimcilere eğitim ve danışmanlık hizmeti de sunmaktadır. Ancak KAGİDER, bireysel girişimciye herhangi bir finansal kaynak temin etmemektedir. Bununla birlikte KAGİDER tarafından 2004 yılında, Türkiye'de kadının ekonomik, sosyal ve siyasal alanlarda güçlenmesi için çalışan sivil toplum kuruluşlarının çalışmalarında finansal olarak desteklenmeleri amacıyla "Kadın Fonu" kurulmuştur (Öztürk ve Özkay, 2005: 20). Bu fonun misyonu; ulusal ve uluslararası kurum, kişi ve topluluklardan kaynak yaratmak ve bu kaynakları Türkiye'de toplumsal cinsiyet eşitliğine ulaşılması ve kadınların ekonomik, sosyal ve siyasal olarak güçlenmeleri için faaliyet gösteren kadın sivil toplum kuruluşlarına ulaştırmaktır. Kadın fonu tarafından aktarılacak kaynaklar ile⁵⁹;

- Parlametonun % 4,4'ünü oluşturan kadın milletvekillerinin sayısının artırılması,
- İşverenlerin % 6.18'ini oluşturan kadın işverenlerin sayısının artırılması,
- Yasalarda toplumsal cinsiyet eşitliğine aykırı maddelerin giderilmesi,
- Var olan yasaların/hakların/kaynakların geniş kadın kitlelerine ulaştırılabilmesinin sağlanması,

⁵⁹ KAGİDER, <http://www.kagider.org/>, 10.10.2006

- İş yaşamına katılanların %26sını oluşturan çalışan kadınların sayısının artırılması,
- “Namus” ve “aile içi şiddet” yüzünden hayatı tehlikeye giren genç kızlar ve kadınlar için güvenli mekânların oluşturulması,
- Kadınların yerel yönetimlerdeki temsil oranının % 1’in üstüne çıkarılması,
- Kadınların kendi hayatlarıyla ilgili kararları kendilerinin alabilmeleri için olanakların yaratılması,
- Kadınların beşte birini oluşturan okuma yazma bilmeyen kadınların sayısının azalması,
- Gayrimenkul sahibi olanların % 8,5’ini oluşturan kadınların sayısında artış olması,
- Mutlak yoksul kesimin yarısından fazlasını oluşturan kadınların ve ailelerinin durumunda iyileşme sağlanması,
- Kadınlar ve kadın STK’ları arasında dayanışma ağları oluşturulabilecek ortak politika üretme zemininin yaratılması,
- Kadınların yaşam kalitelerinin yükselmesi ve kendilerine güvenlerinin artması için çaba harcanması hedeflenmektedir.

Görüldüğü gibi kadın Fonu’nun aktaracağı kaynaklar ile yine oldukça önemli toplumsal, ekonomik ve siyasal eksiklikler tamamlanılmaya çalışılmaktadır(Şenol vd, 2007:798).

KAGİDER ayrıca girişimci geliştirme programı kapsamında, aday girişimci çalışması ve banka işbirlikleri projelerini de yürütmektedir.

KAGİDER bünyesinde oluşturulmuş olan Kadın Fonu’ndan yararlanmada özellikle mikro girişimci kadınlara öncelik verilmesi; bu dağılım sırasında tarafsızlık, şeffaflık ve uzmanlık gibi ilkelerin olması; kadınların iş dünyasına katılmalarında ve ekonomik özgürlüklerini kazanabilmelerinde önemli adımlara öncülük etmektedir (Kutunis, 2006: 90).

Ayrıca Garanti Bankası, 2007 yılı itibariyle KAGİDER desteği ile hazırladığı “Kadın Girişimci Destek Paketi”ni de hizmete sunmuştur. Kadın girişimcilerin ihtiyaçlarına uygun olarak yapılandırılan paket kapsamında 30.000 dolara kadar KOBİ proje kredisinin yanı sıra, ihtiyaç ve yatırım kredileri, nakit kredileri ve işyeri kredisi bulunmaktadır. Ayrıca, kadın girişimcilerin dış ticaret hizmetleri, teminat mektupları, bireysel emeklilik, işyeri sigortası gibi ürünlerden de yararlanmaları mümkün olabilecektir. Yine paketten faydalanan kadın girişimcilerin, KAGİDER bünyesindeki eğitimlerden ücretsiz olarak faydalanabilmesi ve 2006-2007 yılı içinde bu eğitimlerden faydalanan 100 kadın girişimci arasından seçilecek 5 kadına da KAGİDER üyeleri tarafından 6 ay boyunca mentörlük desteği verilmesi proje kapsamında yer almaktadır⁶⁰.

KAGİDER’in kadın girişimcilerin iş dünyasında daha da artarak yer edinebilmeleri, girişimciler arası iletişim ağına dâhil olabilmeleri, ayrıca Türkiye’deki kadın girişimcilerin uluslararası pazarlara açılabilmesi ve ülkenin sosyo-ekonomik gelişimine katkıda bulunabilmeleri yönünden önemli bir destek unsuru olduğunu söylemek mümkündür.

II. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ VE AMACI

Araştırmaya daha önce girişimcilik, kadın girişimciler ve iç girişimcilik alanında yapılan araştırmalar incelenerek başlanmış, farklı kaynaklardan yararlanılarak bilgi sahibi olunmaya çalışılmıştır. Yapılan çalışmalar dikkate alınarak çalışmamızı amacına ulaştıracak bir anket formu geliştirilmiştir⁶¹.

Bu çalışmanın amacını kadın girişimcilerin girişimcilik sürecinde karşılaştıkları sorunların çözümünde, çevresel özelliklerin (sosyal ve kültürel çevre, ekonomik ve çevre, hukuki ve politik çevre), KAGİDER’in yönetiminin örgütsel özelliklerinin (yönetim yapısı, denetim, iletişim ve koordinasyon) ve kadın girişimcilerin örgütlenmiş olmalarının, girişimcilik sürecinde karşılaştıkları sorunların çözümünde etkisini analiz etmek oluşturmaktadır. Bu bağlamda çalışmanın temel amacı, kadın girişimcilerin girişimcilik

⁶⁰ KAGİDER, <http://www.kagider.org/>, 03.01.2007.

⁶¹ AĞCA, V., 2005b; Pelos, G.S.,2000, Yağcı, F,1999; Erberk,M, 2003, Uzun ve Günlük, 2006; KUTANİS, R.Ö. ve A.HANCI,2004;

sürecinde karşılaştıkları sorunların çözümünde, bir sivil toplum örgütü olan KAGİDER kuruluşunun etkisini irdelemektir. Girişimci risk alarak yenilik yapan ya da gelişme kaydeden kişi olarak tanımlanmaktadır (Brindley, 2005:148). Dolayısıyla girişimcilik, yeni kaynaklarla, yeni teknolojilerle toplumu tanıştırmakta bu sayede daha önce kullanılmayan ya da daha az kullanılan kaynaklar ekonomiye kazandırılmakta ve üretimde artış meydana gelmektedir (Anna vd, 1999: 279-280). Yeni açılan bir işletme ya da yeniden yapılandırılan bir işletme ülke istihdam hacmini artırarak iktisadi kalkınmayı da hızlandırmaktadır. İşsizliğin giderek arttığı günümüz koşullarında nüfusun önemli bir bölümünü oluşturan kadınların da ülke ekonomisine katılmalarını sağlamak gerekmektedir. Ancak günümüzde kadınlar her alanda olduğu gibi girişimcilik sürecinde de çeşitli engellemelerle karşılaşmaktadırlar.

Özellikle bilgi toplumunda kadın; kendine özgü özellikleri nedeni ile işgücü piyasasında yerini alması gerekirken, bir takım nedenlerden dolayı bu piyasada yer bulamamakta ya da girişimci niteliklerini ortaya çıkaramamaktadır (Heilman ve Chen, 2003: 347-348). Kadın girişimciliğinin eksikliği sadece kadının ekonomik statüsünü değil, ülke ekonomik kalkınmasını da olumsuz yönde etkilemektedir. Ayrıca girişimci kadınların sayıca artmasının, başta istihdam yaratmak, bireysel ve toplumsal refahı artırmak gibi topluma ve ekonomiye yarar sağlayan etkileri de bulunmaktadır.

Kadın girişimcilerin özelliklerini, karşılaştıkları güçlükleri, çalışma koşullarını, yönetim biçimlerini, işlerini kurma ve geliştirme biçimlerini ve destek beklentilerini ortaya koyan geniş çaplı araştırmalara gereksinim duyulmaktadır. Günümüzde, bu konuda yapılan araştırmalar, kadınların iş hayatı ve girişimcilikte eskiye oranla belirgin bir aşama kaydettiklerini göstermektedir. Türkiye’de yapılan araştırmalarda da, iş yeri açma cesareti gösteren kadın sayısının giderek artmasına rağmen, kadınların iş piyasası ve ticaret konusunda bilgi ve deneyim eksikliği ile sırf cinsiyetleri nedeniyle belli engellerle karşılaştıkları vurgulanmaktadır (Çakıcı, 2003: 73). İş dünyasında erkeklerin çoğunlukta olması, kadınların faaliyet gösterebilecekleri sektörlerin sınırlı kalması, toplum tarafından kendilerine yüklenen görevler, kadın girişimcilerin önündeki darboğazları oluşturmaktadır.

Çalışmamızda Türkiye’de kadın girişimciliğe ilişkin bilgilere ulaşarak, kadın girişimcilere gerek finansal, gerekse örgütlenme ve girişimcilik eğitimi konusunda bu süreçte destek olabilecek kurum ve kuruluşlara yönelik bilgi verilmesi, kadınlardaki girişimcilik potansiyelinin hayata geçirilmesine katkı sağlanması düşünülmektedir. Bu temel yaklaşımdan yola çıkarak çalışmanın önemini ve diğer amaçlarını şu şekilde sıralamak mümkündür;

- Kadın girişimciliğe ilişkin yapılan/yapılacak çalışmalara katkı sağlamak,
- Kadın girişimcilerin girişimcilik sürecinde karşılaştıkları düşünülen en önemli sorunların açığa çıkarılması,
- Kadın girişimcilerin girişimcilik sürecinde destek alabilecekleri kurum ve kuruluşların tespit edilmesi,
- Yapılan bu çalışmanın potansiyel kadın girişimcilere rehber olması yoluyla, kadın girişimci sayısının artmasına katkı sağlamak.

Dolayısıyla çalışmanın temel amacı, KAGİDER’in bu sorunların aşılmasına katkısını değerlendirmektir.

III. ARAŞTIRMA SORULARI VE HİPOTEZLERİ

Bu çalışma ile ilgili araştırma soruları dört grupta ele alınmıştır. Birinci grupta, demografik özellikler ile ilgili sorular, ikinci grupta çevresel sorunlar, üçüncü grupta girişimcilik sürecinde karşılaşılan sorunlar ve dördüncü grupta KAGİDER yönetim yapısı ile ilgili sorulara yer verilmiştir. Bu sorular doğrultusunda, kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunlar ortaya konularak, sorunlara yönelik çözüm önerileri geliştirilmeye çalışılmıştır. Ankete katılan KAGİDER üyelerine yöneltilen soruların ana temasını aşağıdaki gibi ifade etmek mümkündür:

- Toplumun kadın girişimcilere bakış açısı, kadının çalışma yaşamındaki konumunu etkiler mi?

- Gerek siyasi yapılanmada, gerekse iş dünyasında erkek baskın yapının olması, kadın girişimcileri etkiler mi?
- Kredi kuruluşlarının kadın girişimcilere negatif ayrımcılık yapması kadın girişimcileri etkiler mi?
- Avrupa Birliği'ne üyelik yolunda yapılan yasal düzenlemeler kadın girişimcileri etkiler mi?
- Kadın girişimcilerin örgütlenmesi, kadın girişimcilerin başarısını etkiler mi?

Bu sorular anketin ikinci, üçüncü ve dördüncü bölümlerinde konu ile ilgili literatür taraması sonucunda elde edilen teorik ve ampirik bulgular yardımı ile oluşturulmuş ve cevaplanmaya çalışılmıştır. Kadın girişimcilerin sorunlarının çözümüne yönelik etki unsurları bu bölümde yer almıştır. Bunlar;

- Çevresel belirleyiciler (sosyal ve kültürel çevre, ekonomik ve çevre, hukuki ve politik çevre), kadın girişimcilerin girişimcilik sürecinde karşılaştıkları sorunların üzerinde nasıl bir etkiye sahiptir?
- Piyasaya giriş stratejileri, kadın girişimcilerin girişimcilik sürecinde karşılaşılabilecekleri sorunlar üzerinde nasıl bir etkiye sahiptir?
- Mikro ve Makro sorunlar, kadın girişimcilerin girişimcilik sürecinde karşılaşılabilecekleri sorunlar üzerinde nasıl bir etkiye sahiptir?
- KAGİDER'in yönetim yapısı (örgütsel özellikleri) bu sorunların çözümüne nasıl bir katkı sağlamaktadır?

Yukarıda ortaya konulan araştırmanın amacından ve burada ifade edilen araştırma sorularından yola çıkılarak uygulama bölümünde test edilmek üzere aşağıda belirtilen hipotezler geliştirilmiştir. Kadın girişimcilerin faaliyet gösterdikleri/gösterecekleri çevrenin özellikleri kadın girişimcilerin girişimcilik sürecinde karşılaştıkları sorunlarla baş edebilmesinde önemli bir belirleyici özelliği sahiptir. Bu nedenle anketimizde yer alan

çevresel belirleyiciler (sosyal ve kültürel çevre, ekonomik çevre, hukuki ve politik çevre) doğrultusunda oluşturduğumuz ilk hipotezimiz şudur:

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

- a. Sosyal ve kültürel çevre ile ilgili özellikler, kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunları aşmada belirleyici bir etkiye sahiptir.
- b. Ekonomik çevre ile ilgili özellikler, kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunları aşmada belirleyici bir etkiye sahiptir.
- c. Hukuki ve Politik çevre ile ilgili özellikler, kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunları aşmada belirleyici bir etkiye sahiptir.

Başka bir anlatımla, kadın girişimcilerin faaliyet gösterdikleri/gösterecekleri çevrenin sunduğu fırsatlar ve tehditler, kadın girişimcileri çeşitli girişimsel stratejiler geliştirmeye ve sergilemeye zorlamaktadır.

Bir toplumda kadın girişimcilerin, gerek kamu kurum ve kuruluşları, gerek özel kurum ve kuruluşlar, gerekse sivil toplum örgütleri tarafından desteklenerek, kabulünün sağlanması büyük önem taşımaktadır. Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER)'in, kadın girişimcilere, girişimcilik sürecinde karşılaştıkları sorunların çözümünde destek olduğu düşünülmektedir. Çalışmamızda örnek olarak aldığımız bir sivil toplum kuruluşu olan KAGİDER'in, örgüt yapısının kadın girişimcilerin sorunlarının çözümüne katkısının ölçülmesi arzu edilmektedir. Bu nedenle araştırmada ikinci hipotezimiz;

H2: KAGİDER yönetiminin örgütsel özellikleri, kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunları aşmada belirleyici bir etkiye sahiptir.

- a. KAGİDER yönetiminin, iletişim ve koordinasyon yönü ile ilgili örgütsel özellikleri, kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunları aşmada belirleyici bir etkiye sahiptir,
- b. KAGİDER yönetiminin, denetim yönü ile ilgili örgütsel özellikleri, kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunları aşmada belirleyici bir etkiye sahiptir.

- c. KAGİDER yönetiminin, yönetim yapısı ile ilgili özellikleri, kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunları aşmada belirleyici bir etkiye sahiptir.

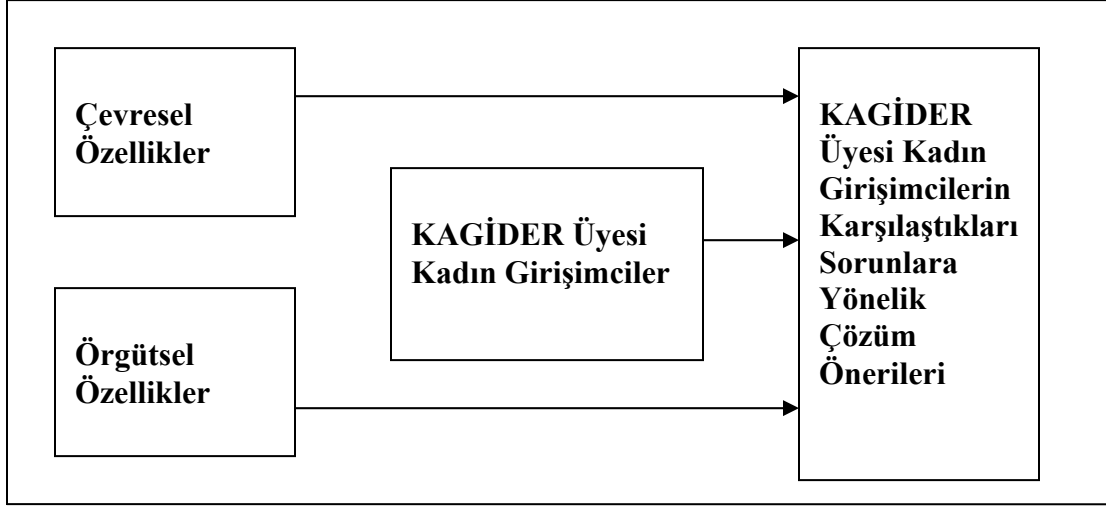
Başka bir anlatımla KAGİDER yönetiminin, üyesi olan kadın girişimciler ile olan iletişim ve işbirliğinin yoğunluğunun kadın girişimcilerin sorunlarının çözümünde etkili olacağı düşünülmektedir. Ayrıca, yine KAGİDER yönetiminin üyesi olan kadın girişimcilere ait girişimleri denetleme yönündeki örgütsel özelliklerinin ve yönetim yapısının, kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunları aşmada belirleyici bir etkiye sahip olduğu düşünülmektedir.

Hemen hemen tüm toplumlarda erkek egemen bir çalışma piyasası olduğu bilinmektedir. Bu nedenle kadın girişimciler çalışma yaşamında yer edinebilmeleri ve faaliyetlerini sürdürmelerinde çeşitli sorunlar yaşamaktadırlar. Kadın girişimcilerin bu nedenden kaynaklanan sorunlarının çözümünde, onların örgütlenmelerinin büyük katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu nedenle araştırmada üçüncü hipotezimiz aşağıdaki gibi geliştirilmiştir.

H3: Kadın girişimcilerin örgütlenmiş olmaları girişimcilik sürecinde karşılaştıkları sorunlarla baş etmede etkilidir.

Bu hipotezler doğrultusunda araştırma için Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER) ve dernek üyesi kadın girişimciler ile ilgili olarak Şekil 3.3'de gösterildiği gibi bir işleyiş ortaya çıkarmak mümkündür.

Şekil 3.3. KAGİDER Üyesi Kadın Girişimcilerin Sorunlarının Çözümüne Yönelik Etki Unsurlarının İşleyişi



IV. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Araştırmanın metodolojisi gereğince verilere ulaşmada standardize anket yöntemi kullanılmıştır. Elde edilecek verilerle, kadın girişimcilerin girişimcilik sürecinde karşılaştıkları sorunların çözümünde çevresel belirleyiciler (sosyal ve kültürel çevre, ekonomik çevre, hukuki ve politik çevre), piyasaya giriş stratejileri, mikro ve makro sorunlar ve KAGİDER'in yönetim yapısının (örgütsel özelliklerin) sağladığı katkı ortaya konulacaktır. Araştırma amacı yönünden hem tanımlayıcı hem de açıklayıcı niteliktedir. Çünkü çalışmanın önceki bölümlerinde girişimcilik ve kadın girişimciler olgusu bütün yönleriyle ele alınmış, çeşitli bakış açıları ve yaklaşımlardan hareketle tanımlanmaya çalışılmıştır. Konuyla ilgili daha önce yapılmış araştırmalar incelenerek entegre bir Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER) ve dernek üyesi kadın girişimciler ile ilgili model geliştirilmiş ve bu model içerisinde yer alan değişkenler arasında elde edilen ampirik bulgularla neden- sonuç ilişkisi aranmıştır. Bu nedenle araştırmanın açıklayıcı bir yönü de bulunmaktadır.

Bu kısımda araştırmanın ana kütle ve örneklem büyüklüğünün seçiminin nasıl yapıldığı açıklanacaktır. Devamında veri toplama aracının geliştirilmesi, veri toplama aracının yapısı ve içerisinde yer alan soruların niceliği ve niteliğiyle birlikte veri toplama süreciyle ilgili açıklamalar yapılacaktır.

A) ARAŞTIRMANIN ANA KÜTLE YAPISI

Bu araştırmanın ana kütlelerini Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER) üyeleri oluşturmaktadır. KAGİDER'in tekstil, danışmanlık, reklâm, turizm, hukuk, gıda vb. sektörlerde faaliyet gösteren 140 üyesi bulunmaktadır. Araştırma için hazırlanan anket formları Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER) üyelerine gönderilmiştir.

B) VERİ TOPLAMA ARACININ GELİŞTİRİLMESİ

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket formu kullanılmıştır. Bu tür araştırmalar için genellikle "5-li ya da 7-li likert tipi" soruların (ifadelerin) yer aldığı tutum ölçekleri geliştirilmektedir. Güvenilirliği ve geçerliliği birçok çalışmada test edilmiş bu ölçeklere daha çok Kuzey Amerika ve Batı Avrupa literatüründe rastlanılmaktadır. Bu ölçeklerden yararlanılarak araştırmamıza uygun bir anket formu hazırlanmıştır.

Ek 1'de görüleceği gibi anket formu 4 kısımdan ve 47 sorudan oluşmaktadır. Birinci kısımda KAGİDER üyesi kadın girişimcilere yönelik demografik soruların yanı sıra, onlara ait girişimleri tanımaya yönelik 8 adet soru yer almaktadır. İkinci bölümde, KAGİDER üyesi kadın girişimcilerin girişimcilik sürecinde karşılaştıkları çevresel belirleyicilere (sosyal ve kültürel çevre, ekonomik çevre, hukuki ve politik çevre) yönelik 15 adet soru yer almaktadır. Üçüncü bölümde, piyasaya giriş stratejileri, mikro ve makro sorunlara yönelik 13 soru bulunmaktadır. Dördüncü ve son bölümde ise KAGİDER üyesi kadın girişimcilerin girişimcilik sürecinde karşılaştıkları sorunların çözümünde KAGİDER'in yönetim yapısının (örgütsel özelliklerin) etkilerini ölçmeye yönelik 11 adet soru yer almaktadır.

Ankete katılanlara anket sorularını; “Tamamen Katılıyorum, Katılıyorum, Kararsızım, Katılmıyorum, Hiç Katılmıyorum” şeklinde cevaplandırmaları istenmiştir. Anket verilerinde kararsızım seçeneği nötr bir ifade olarak değerlendirilmiştir. Katılmama yönündeki kararlar ise 1 ve 2. seçeneklerin toplamı olarak ele alınmıştır. 4. ve 5. seçenekler ise katılma yönündeki kararlar olarak dikkate alınmıştır. Ayrıca anketin anlaşılabilirliğini test etmek amacıyla Afyonkarahisar İli’nde faaliyet gösteren birkaç kadın girişimci üzerinde ön araştırma yapılmıştır.

C) VERİLERİN TOPLANMASI

Veri toplamak için geliştirilen anketler KAGİDER üyesi kadın girişimcilere gönderilmeden önce dernek yönetiminden bu konuda bizi desteklemeleri istenilmiştir. Dernek yönetiminin onayı alındıktan sonra, anket dernek yönetiminin mail adresine gönderilmiştir. Dernek yönetimi tarafından çeşitli periyotlarla anketin dernek üyelerine ulaştırılması sağlanmıştır. Ayrıca dönüşümün hızlandırılabilmesi için dernek üyelerine telefonlarından ve mail adreslerinden de ulaşılmaya çalışılmıştır. Ancak KAGİDER üyesi olan kadın girişimcilerin işlerinin yoğunlukları nedeniyle anketlerin bize dönüşümü yavaş gerçekleşmiştir. Dönüşüm sürecini hızlandırılması için Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü yetkilileri de KAGİDER yönetimi ile iletişime geçmiştir. Bu sayede 76 anketin bize geri dönüşümü sağlanmıştır. Elde edilen veriler, SPSS (Statistical Package for Social Science) 10,0 istatistik programında, analize uygun şekilde yanıtlar numaralandırılarak, 76 anket formundaki yanıtlar gerekli yerlere tek tek girilmiştir. Verileri girerken ya da anketi yanıtlayanlardan kaynaklanan yanlış işaretlemeler sık sık kontrol edilerek, verilerin doğru girişi sağlanmıştır.

D) ARAŞTIRMA KISITLARI

Bu araştırmaya özgü bazı kısıtlamalardan söz etmek mümkündür. Öncelikle bu araştırmada verileri elde etmek için standart bir anket formu kullanılmaktadır. Bir anket çalışmasında her zaman karşılaşılabilecek kapsam, ölçüm ve cevaplama hataları bu

çalışmada da söz konusu olmuş olabilir. Bu hatalardan arındırılmış bir anket çalışması neredeyse imkânsız gibi görülmektedir.

Ayrıca, bir diğer kısıt da genellikle anket cevaplandırmaya pek sıcak bakılmamasıdır. Anketlerde soru adedi fazla algılanabilmektedir. Anket çalışmasında elde edilen bilgilerin gizli tutulacağı anket üzerinde açıkça ifade edilmiş ve bu konuda gerekli hassasiyet gösterilmiştir.

V. ARAŞTIRMA BULGULARI

A) ARAŞTIRMA ÖRNEKLEMİNİN ÖZELLİKLERİ

Anket Çalışması sonucunda toplam 76 geçerli anket formu elde edilmiştir. Bu anketlerdeki kadın girişimcilerin demografik verilerine ilişkin istatistiksel sonuçlar Tablo 3,1.'de ve bu kadın girişimcilere ait girişimlerin demografik verileri de Tablo 3,2 'de yer almaktadır. Araştırmada yer alan girişimlerin sahibi olan kadın girişimcilerin tamamını KAGİDER üyesi kadın girişimciler oluşturmaktadır.

Araştırmada yer alan kadın girişimcilerin % 77,6'sı 40 yaş ve üzeri, % 22,3'ü ise 20–40 yaşları arasında oldukları görülmektedir. Kadın girişimcilerin %82,9'unun evli, %7,9'unun bekâr ve % 9,2'sinin ise boşanmış ya da eşi ölmüştür. Ve yine araştırmamızdaki kadın girişimcilerin % 79,7'sinin 1 ya da 2 çocuğa sahip oldukları, %18,4'ünün ise çocuklarının olmadığı görülmektedir. Ayrıca araştırmamızda yer alan kadın girişimcilerin % 88,2'si faaliyet gösterdikleri sektöre girmeden önce mesleki bir eğitim almış, %11,8'i ise faaliyet gösterdikleri sektöre girmeden önce mesleki bir eğitim almamıştır.

Tablo 3.1. Kadın Girişimcilere İlişkin Özellikler

Yaş	Sayı	Yüzdelerik Dağılım
20 ve aşağısı	0	% 0
21–30	2	% 2.6
31–40	15	%19.7
41–50	53	%69.7
51–60	6	% 7.9
60 ve üzeri	0	% 0
Medeni Durum	Sayı	Yüzdelerik Dağılım
Bekâr	6	% 7.9
Evli	63	% 82.9
Boşanmış-Eşi Ölmüş	7	% 9.2
Çocuk Sayısı	Sayı	Yüzdelerik Dağılım
1	28	% 36.8
2	33	% 43.4
3	1	% 1.3
4 ve 4'ten fazla	0	% 0
Çocuğu yok	14	% 18.4
Eğitim	Sayı	Yüzdelerik Dağılım
Evet	67	% 88.2
Hayır	9	% 11.8

Araştırmada yer alan kadın girişimcilere ait girişimlerin % 67,1'i 10 yılı aşkın bir süredir faaliyet gösterirken, % 33,9'u 10 yıldan az bir süredir faaliyet göstermektedir. Araştırmada yer alan girişimlerin % 71,1'i danışmanlık, pazarlama, turizm sektörlerinde faaliyet göstermekte, % 6,6'sı bilişim, %9,2'si sağlık, % 13,2'si ise tekstil sektöründe faaliyet göstermektedir. Ayrıca örnekleme yer alan girişimlerin % 61,8'inin 0–50 arasında çalışanı bulunmakta, % 38,2'sinin 50'nin üzerinde çalışanı bulunmaktadır.

Türkiye İstatistik Kurumu 1–49 arası çalışanı bulunan işletmeleri küçük, 50–99 arası çalışanı bulunan işletmeyi orta ve 100 ve daha fazla çalışanı bulunan işletmeleri de büyük ölçekli işletme olarak sınıflandırmaktadır (Mucuk, 2006,66).

Tablo 3.2. Kadın Girişimcilere Ait Girişimlere İlişkin Özellikler

Yıl	Sayı	Yüzdelerik Dağılım
1-5	9	%11.8
5-10	16	%21.1
10-15	2	%2.6
15-20	26	%34.2
20 ve üzeri	23	%30.3
Sektör	Sayı	Yüzdelerik Dağılım
Bilişim	5	%6.6
Danışmanlık	20	%26.3
Pazarlama	17	%22.4
Turizm	17	%22.4
Sağlık	7	%9.2
Tekstil	10	%13.2
Büyükük	Sayı	Yüzdelerik Dağılım
0-50	47	%61.8
50-100	5	%6.6
100-150	5	%6.6
150 ve üzeri	19	%25.0

B) ANKET FORMUNUN GÜVENİLİRLİĞİ

Yapılan araştırmada kullanılan anket formundaki ölçeklerin anlamlı sonuçlar verebilmesi için, kullanılan ölçeklerin güvenilirlik boyutunun araştırılması gerekmektedir. Güvenilirlik, aynı şeyin bağımsız ölçümleri arasındaki tutarlılık olarak ifade edilmektedir. Güvenilirlik analizi ile; ölçek ile ölçülmek istenilen ortak değeri eşit olarak paylaşmayan değişkenleri belirlemek ve bu değişkenleri analiz dışı bırakarak, ölçeğin iç tutarlılığının artırılması hedeflenilmektedir (Baş, 2001:191). Diğer taraftan güvenilirlik, bir ölçümün hatadan bağımsız kalma derecesini de göstermektedir. Bir ölçümün güvenilirliği çeşitli yöntemlerle bulunmaktadır (Naktiyok, 2004:243). Diğer benzer çalışmaların bir çoğunda olduğu gibi bu araştırmada da bu yöntemle hesaplanan Cronbach's Alpha güvenilirlik testi kullanılmıştır. Bu testteki güvenilirlik katsayısı 0 ile 1 arasında yer almaktadır. Nunnally bu katsayının 0,70 ve daha yukarıda olmasını tavsiye etmektedir. Başka bir anlatımla, bir ölçeğin güvenilir olarak kabul edilebilmesi için bu katsayının 0,70 ya da daha büyük değerde olması istenmektedir. Güvenilirliği düşük olan bir ölçme bilimsel bir değer ifade etmez. Ancak güvenilirliğin yüksek olması da yapılan ölçümün amacına uygun olduğunu garanti etmemektedir. Anketin sadeleştirilmesi ve geliştirilmesinde, başka bir anlatımla ölçülmek istenilen ortak değeri temsil etmeyen değişkenlerin tespitinde Nunnally tarafından

tavsiye edilen Cronbach' Alpha testi kullanılmıştır. Cronbach'Alpha testinde, ilgili değişkenin (sorunun) ölçüm dışı bırakılması halinde ölçeğin güvenilirliğinin nasıl etkilendiğini gösteren “değişken çıkarıldığında alfa katsayısı” verisi kullanılmaktadır.

Tablo 3.3. Alfa Katsayısının Güvenirliği

Katsayı	Güvenirlilik Derecesi
0,01-0,20	Hiç Güvenilmez
0,21-0,40	Güvenilmez
0,41-0,60	Nispeten Güvenilir
0,61-0,80	Güvenilir
0,81-100	Çok Güvenilir

Nakip, 2006:146

Katsayıların yorumu Tablo 3.3.'deki Alfa Katsayısının Güvenirliği tablosundan yararlanarak yapılabilir (Nakip, 2006:146). Anket formumuz içerisinde yer alan “kadın girişimcilerin faaliyette bulunduğu çevreye ilişkin özellikler”, “KAGİDER yönetiminin uygulamaları” ve “kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunlar” ile ilgili ölçeklere Cronbach'Alpha testi ayrı ayrı SPSS Versiyon 10.0 kullanılarak uygulanmıştır. Bu ölçeklere ilişkin güvenilirlik analiz sonuçları Tablo 3.4'de yer almaktadır.

Tablo 3.4. KAGİDER Üyesi Kadın Girişimcilere Uygulanan Anketin Güvenirlilik Analizi Sonuçları

Kadın girişimcilerin faaliyette bulunduğu çevreye ilişkin özellikler	KAGİDER yönetiminin uygulamaları	Kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunlar
Alpha Katsayısı: 0,6356	Alpha Katsayısı:0,8561	Alpha Katsayısı:0,8367

Cronbach'Alpha testi sonunda kadın girişimcilerin faaliyette bulunduğu çevresel özelliklere ait ölçeğin alfa katsayısı 0,635; KAGİDER yönetiminin uygulamalarına ait ölçeğin alfa katsayısı 0,8561 ve kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunlara ait ölçeğin alfa

katsayısı 0,8367 olarak bulunmuştur. Bu üç oran da Tablo 3.3.'de yer alan alfa katsayısı oranları ile ilişkilendirildiğinde, ankette yer alan ölçeklerin güvenilir olduğunu göstermektedir.

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 dağılımlarına yer verilmiştir. Tablo 3.5'de 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, bilinçli ve eğitimli Türk aile yapısının oluşturulmasının KAGİDER üyelerinin başarısını olumlu etkileyeceğine dair görüşün 4, 09'la en yüksek ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Bu görüş, kadın girişimcilerin %75'inin, toplumun kadın girişimcilere bakış açısı ve onları algılamalarının, kadının çalışma yaşamındaki konumunu etkilediğine dair düşünceleri ile desteklenmektedir. Ayrıca kadın girişimcilerin %40, 8'i, çalışma yaşamında yer alan erkek girişimcilerin baskın yapısının, kadın girişimcileri etkilemediğini düşünmektedirler.

Tablo 3.5. Sosyal ve Kültürel Çevreye İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

DEĞİŞKENLER	X	SS	1	2	3	4	5
			%	%	%	%	%
Toplumun kadın girişimcilere bakış açısı ve onları algılamaları kadının çalışma yaşamındaki konumunu etkilemektedir	3,84	1,13	7,9	3,9	13,2	46,1	28,9
Tüketici tercih ve beklentilerindeki değişimler kadın girişimcileri olumlu yönde etkilemektedir	3,79	0,96	3,9	3,9	22,4	48,7	21,1
Erkek girişimcilerin baskın yapısı, kadın girişimcilerin başarısına olumsuz etki yapmaktadır	2,84	1,28	17,1	30,3	11,8	32,9	7,9
Bilinçli ve eğitimli Türk aile yapısının oluşturulması KAGİDER üyelerinin başarısını olumlu etkiler	4,09	1,15	3,9	7,9	13,2	25,0	50,0

1=Kesinlikle katılmıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum

Tablo 3.6'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 4, 04'le en yüksek ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Ayrıca kadın girişimcilerin %63,1'i çalıştıkları sektörde büyümek için yeterli fırsat bulunduğunu düşünmektedirler. Anketi cevaplayan kadın girişimcilerin %54'ü, pazardaki erkek rakiplerin artış hızının yüksekliğinin kadın girişimcileri olumsuz etkilemediğini düşünmektedir. Yine kadın girişimcilerin %44,7'si son üç yıldır pazarda erkek rakiplerle yoğun (kıran kırana) rekabet yaşanmadığını, %57,9'u da son üç yıldır pazarda kadın rakiplerle yoğun (kıran kırana) rekabet yaşanmadığını belirtmektedirler.

Tablo 3.6. Ekonomik Çevreye İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

DEĞİŞKENLER	X	SS	1	2	3	4	5
			%	%	%	%	%
Pazardaki erkek rakiplerin artış hızının yüksekliği kadın girişimcileri olumsuz etkilemektedir	2,74	1,06	5,3	48,7	21,1	17,1	7,9
Kadın girişimcilerin çalıştıkları sektörde büyümeleri için yeni teknolojiye ihtiyaç duyulmaktadır.	4,04	0,89	0,0	3,9	25,0	34,2	36,8
Çalıştığım sektörde büyümek için yeterli fırsat mevcuttur	3,39	1,12	5,3	23,7	7,9	52,6	10,5
Çalıştığım sektörün gelecekteki büyüme planları kadın girişimciler için çekici fırsatlar sunmaktadır	3,36	1,25	13,2	11,8	15,8	44,7	14,5
Son üç yıldır pazarda erkek rakiplerle yoğun (kıran kırana) rekabet yaşanmaktadır	2,91	1,27	17,1	27,6	7,9	42,1	5,3
Son üç yıldır pazara yeni giren kadın rakiplerle yoğun (kıran kırana) rekabet yaşanmaktadır.	2,54	1,22	22,4	35,5	11,8	26,3	3,9

1=Kesinlikle katılmıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum

Tablo 3.7'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, bir kadın olarak; iş, aile ve toplumsal yapı yönünden hukuki hakların bilinmesinin kadın girişimcilerin başarısını olumlu etkilediğine dair görüşün dair 4, 12 ile en yüksek ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Bu görüş, kadın girişimcilerin %79'u tarafından, AB'ye üyelik yolunda yapılan yasal düzenlemelerin kadın girişimcileri olumlu yönde etkilediği görüşü ile desteklenmektedir. Ayrıca, ankete katılan kadın girişimcilerin %84,2'si, Türkiye'de siyasi yapılanmadaki erkek baskın yapının olmasının, kadın girişimcileri olumsuz olarak etkilediğini düşünmektedir. Ancak, kadın girişimcilerin %79'u çalıştıkları sektöre ait yasal düzenlemelerin, kadın girişimcilerin başarısını olumsuz

etkilemediğini düşünmektedir. Ve yine kadın girişimcilerin %50'si, kredi kuruluşlarının kadın girişimcilere negatif ayrımcılık yapmasının kadın girişimcileri olumsuz olarak etkilemediğini düşünmektedirler.

Tablo 3.7. Hukuki ve Politik Çevreye İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

DEĞİŞKENLER	X	SS	1	2	3	4	5
			%	%	%	%	%
Çalıştığım sektöre ait yasal düzenlemeler, kadın girişimcilerin başarısını olumsuz etkilemektedir	2,42	1,26	14,5	64,5	1,3	3,9	15,8
Kredi kuruluşlarının kadın girişimcilere negatif ayrımcılık yapması kadın girişimcileri olumsuz olarak etkilemektedir	2,76	1,27	18,4	31,6	13,2	28,9	7,9
Türkiye'deki siyasi yapılanmada erkek baskın yapısının olması, kadın girişimcileri olumsuz olarak etkilemektedir	3,96	1,18	7,9	7,9	0,0	48,7	35,5
Bir kadın olarak hukuki hakların (iş, aile ve toplumsal yapı yönünden) bilinmesi kadın girişimcilerin başarısını olumlu etkilemektedir	4,12	1,03	3,9	7,9	0,0	48,7	39,5
AB'ye üyelik yolunda yapılan yasal düzenlemeler kadın girişimcileri olumlu yönde etkilemektedir	4,03	0,92	3,9	0,0	17,1	47,4	31,6

1=Kesinlikle katılmıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum

D) KAGİDER YÖNETİMİNİN UYGULAMALARINA İLİŞKİN TANIMLAYICI İSTATİSTİKLER

Araştırmaya konu olan KAGİDER üyesi kadın girişimcilerin, KAGİDER'in yönetim uygulamalarına yönelik düşüncelerini belirlemeye yönelik olarak, Tablo 3.8'de KAGİDER'in yönetim yapısına ilişkin tanımlayıcı istatistikler yer almaktadır. Kadın girişimcilere KAGİDER'in yönetim yapısına yönelik beş soru sorulmuştur. Bu sorulara verilen cevaplar incelendiğinde, KAGİDER'in değer yargılarında katılımcılığın esas olduğuna dair görüşün 3,84'le en yüksek ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Bu durum dernek yönetiminin karar almada dernek üyelerinin görüşüne başvurduğunu göstermektedir. Ayrıca dernek üyelerinin yaklaşık %67'si, dernek yönetiminin üyelerinin fikir ve önerilerini dikkate aldığı, üyeler arası çalışma ve işbirliğini teşvik ettiği ve yenilik getirici projelere gerekli imkân ve destek verdiği görüşüne katılmaktadırlar. Ancak dernek üyelerinin %44.7'si, dernek yönetiminin üyelerinin beklenti ve tercihlerini rutin olarak izlediği görüşünde birleşmektedirler.

Tablo 3.8. KAGİDER'in Yönetim Yapısına İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

DEĞİŞKENLER	X	SS	1	2	3	4	5
			%	%	%	%	%
KAGİDER yönetimince üyelerin beklenti ve tercihleri rutin olarak takip edilmektedir	3,04	1,22	11,8	26,3	17,1	35,5	9,2
KAGİDER yönetimi üyelerinin fikir ve önerilerine karşı açık duruş sergilemektedir	3,36	1,11	7,9	5,3	19,7	46,1	21,1
Yenilik getirici proje geliştirmek isteyen üyelere gerekli imkân ve destek verilmektedir	3,76	0,73	0,0	3,9	28,9	53,9	13,2
Üyeler arası çalışma ve işbirliği teşvik edilmektedir	3,68	0,94	0,0	15,8	17,1	50,0	17,1
KAGİDER'in değer yargılarında katılımcılık esastır	3,84	1,02	3,9	7,9	13,2	50,0	25,0

1=Kesinlikle katılmıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum

Tablo 3.9'da araştırmaya konu olan KAGİDER üyesi kadın girişimcilerin, KAGİDER yönetiminin iletişim ve koordinasyon bağlantılarına ilişkin düşüncelerini belirlemeye yönelik olarak istatistikler yer almaktadır. Kadın girişimcilere KAGİDER yönetiminin iletişim ve koordinasyon bağlantılarını ölçmeye yönelik üç soru sorulmuştur. Bu sorulara verilen cevaplar incelendiğinde, KAGİDER üyelerinin kendi aralarındaki iletişimin kalitesi ve sıklığının çok yüksek olduğuna dair görüşün 3,49'la en yüksek ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Ayrıca dernek üyelerinin %50'si dernek yönetimi ile dernek üyeleri arasındaki iletişimin kalitesi ve sıklığının çok yüksek olduğunu düşünmektedirler. Ancak sadece dernek üyelerinin %27'sinin, KAGİDER üyelerinin KAGİDER üyesi olmayan sektördeki diğer rakipleriyle iletişim kalitelerinin çok yüksek olduğunu düşündükleri görülmektedir. Bu durum KAGİDER üyelerinin kendi aralarındaki iletişimin kalitesinin ve sıklığının çok yüksek olduğunu, ancak sektördeki KAGİDER üyesi olmayan diğer rakipleriyle iletişim kalitelerinin ve sıklığının çok yüksek olmadığını göstermektedir.

Tablo 3.9. KAGİDER'in Yönetiminde İletişim ve Koordinasyona İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

DEĞİŞKENLER	X	SS	1	2	3	4	5
			%	%	%	%	%
KAGİDER yönetimi ile KAGİDER üyeleri arasındaki iletişimin kalitesi ve sıklığı çok yüksektir	3,36	1,15	5,3	21,1	23,7	32,9	17,1
KAGİDER üyelerinin kendi aralarındaki iletişimin kalitesi ve sıklığı çok yüksektir	3,49	1,06	2,6	22,4	11,8	50,0	13,2
KAGİDER üyelerinin KAGİDER üyesi olmayan sektördeki diğer rakipleriyle iletişim kaliteleri çok yüksektir	3,04	0,92	0,0	31,6	40,8	19,7	7,9

1=Kesinlikle katılmıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum

Araştırmaya konu olan KAGİDER üyesi kadın girişimcilerin, KAGİDER yönetiminin denetim uygulamalarına yönelik düşüncelerini belirlemeye yönelik olarak tanımlayıcı istatistikler Tablo 3.10'da yer almaktadır. Kadın girişimcilere KAGİDER yönetiminin denetim uygulamalarına yönelik üç soru sorulmuştur. Bu sorulara verilen cevaplar incelendiğinde, yönetimin KAGİDER üyelerinin üyeliklerinin başlamasında ve devamında uymak zorunda oldukları pek çok politika ve prosedürü izlediğine dair görüşün 2.99'la en yüksek ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Ancak ankete katılan kadın girişimcilerin yaklaşık %63'ü, üyelerin KAGİDER yönetimi tarafından çok sıkı bir biçimde kontrol edilmediğini ve üyelerin girişimlerinin gidişatıyla ilgili olarak yıldı birkaç kez yazılı rapor sunmalarının zorunlu olmadığı görüşünde birleştikleri görülmektedir.

Tablo 3.10. KAGİDER'in Yönetiminde Denetime İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

DEĞİŞKENLER	X	SS	1	2	3	4	5
			%	%	%	%	%
Tüm üyeler KAGİDER yönetimi tarafından çok sıkı bir biçimde kontrol edilmektedir	2,61	1,10	7,9	55,3	13,2	15,8	7,9
KAGİDER üyeleri, girişimlerinin gidişatıyla ilgili olarak KAGİDER yönetimine yıldı birkaç kez yazılı rapor sunmaları zorunludur	2,24	1,08	28,9	34,2	25,0	7,9	3,9
KAGİDER üyelerinin üyeliklerinin başlamasında ve devamında uymak zorunda oldukları pek çok politika ve prosedürü yönetim izlemektedir	2,99	1,22	13,2	30,3	5,3	47,4	3,9

1=Kesinlikle katılmıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum

E) KADIN GİRİŞİMCİLERİN KARŞILAŞTIKLARI SORUNLARA İLİŞKİN
TANIMLAYICI İSTATİSTİKLER

Araştırmaya konu olan kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunlara ilişkin algıladıklarını belirlemeye yönelik olarak Tablo 3.11’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, yeni bir girişim kurularak piyasaya girilmesi konusunda KAGİDER’in verdiği desteğin, kadın girişimcilerin başarısını olumlu etkilediğine dair görüşün 3.97 ile en yüksek ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Bu görüşü %80.3 ile bir işletmenin isim ya da işletme hakkının kullanılarak piyasaya girilmesi konusunda KAGİDER’in verdiği desteğin kadın girişimcilerin başarısını olumlu etkilediği görüşü izlemektedir. Yine bu görüşü %72.3 ile var olan bir işletmenin satın alınarak piyasaya girilmesi ve var olan bir işletmeye ortak olunarak piyasaya girilmesi konusunda KAGİDER’in verdiği desteğin, kadın girişimcilerin başarısını olumlu etkilediği görüşü takip etmektedir.

Tablo 3.11. Kadın Girişimcilerin Piyasaya Giriş Stratejilerine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

DEĞİŞKENLER	X	SS	1	2	3	4	5
			%	%	%	%	%
Var olan bir işletmenin satın alınarak piyasaya girilmesi konusunda KAGİDER’in verdiği destek, kadın girişimcilerin başarısını olumlu etkiler	3,76	0,81	3,9	0,0	23,7	60,5	11,8
Var olan bir işletmeye ortak olunarak piyasaya girilmesi konusunda KAGİDER’in verdiği destek, kadın girişimcilerin başarısını olumlu etkiler	3,76	0,81	3,9	0,0	23,7	60,5	11,8
Bir işletmenin isim ya da işletme hakkının kullanılarak piyasaya girilmesi konusunda KAGİDER’in verdiği destek, kadın girişimcilerin başarısını olumlu etkiler.	3,88	0,82	3,9	0,0	15,8	64,5	15,8
Yeni bir girişim kurularak piyasaya girilmesi konusunda KAGİDER’in verdiği destek, kadın girişimcilerin başarısını olumlu etkiler.	3,97	0,91	5,3	0,0	10,5	60,5	23,7

1=Kesinlikle katılmıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum

Tablo 3.12’de kadın girişimcilerin mikro sorunlarına yönelik tanımlayıcı istatistikler yer almaktadır. Kadın girişimcilere, mikro sorunlara ilişkin dört soru sorulmuştur. Bu sorulara verilen cevaplar incelendiğinde, aile desteğinin artmasının güvensizliğin aşılmasında etkin bir role sahip olduğuna dair görüşün 4, 14’le en yüksek ortalamaya sahip olduğunu söylemek mümkündür. Yine bu görüş, ankete katılan dernek üyesi kadın girişimcilerin yaklaşık %72’si tarafından, Türk aile yapısında kadına yüklenen rolün girişimci olmalarına engel teşkil etmesinin kadın girişimcileri olumsuz olarak etkilediğine dair görüş ile desteklenmektedir. Ankete katılanların yaklaşık %55’i, KAGİDER’in potansiyel kadın girişimcilerin girişimlerinin oluşumu aşamasında ihtiyaç duydukları tüm profesyonel destek için yeterli olmadığı konusunda görüş bildirmişlerdir. Ayrıca, ankete katılanların yaklaşık %51’inin, kadın girişimci olmanın cinsiyet ayrımcılığı yönünden girişimin başarısını olumsuz etkilemediği konusunda birleştikleri görülmektedir.

Tablo 3.12. Kadın Girişimcilerin Mikro Sorunlarına İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

DEĞİŞKENLER	X	SS	1	2	3	4	5
			%	%	%	%	%
Aile desteğinin artması güvensizliğin aşılmasında etkin bir role sahiptir	4,14	1,12	3,9	9,2	3,9	34,2	48,7
KAGİDER potansiyel kadın girişimcilerin, girişimlerinin oluşumu aşamasında ihtiyaç duyulan tüm profesyonel destek için yeterlidir	2,71	1,20	11,8	43,4	17,1	17,1	10,5
Türk aile yapısında kadına yüklenen rol nedeniyle girişimci olmalarına engel teşkil etmesi kadın girişimcileri olumsuz olarak etkiler	3,62	1,28	7,9	19,7	0,0	47,4	25,0
Kadın girişimci olmak cinsiyet ayrımcılığı yönünden girişimin başarısını olumsuz etkiler	2,70	0,91	3,9	47,4	25,0	22,4	1,3

1=Kesinlikle katılmıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum

Tablo 3.13’de kadın girişimcilerin makro sorunlarına yönelik tanımlayıcı istatistikler yer almaktadır. Kadın girişimcilere, makro sorunlara ilişkin beş soru sorulmuştur. Bu sorulara verilen cevaplar incelendiğinde, kredi kuruluşlarının KAGİDER üyesi kadın girişimcilere desteklerinin artırılmasının kadın girişimcilerin başarısını olumlu etkilediğine dair görüşün 4, 39’la en yüksek ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Ankete katılan dernek üyesi kadın girişimcilerin yaklaşık %96’sı, KAGİDER üyeleri arasındaki işbirliğinin, fırsatların değerlendirilmesi için önem taşıdığını düşünmektedirler.

Yine anket katılımcılarının yaklaşık %92'sinin kadın girişimcilerin örgütlenmelerinin, sorunların çözümüne katkı sağladığı konusunda görüş bildirdikleri görülmektedir. Katılımcıların yaklaşık %88'i, KAGİDER'in üyelerine girişimcilik eğitimi olanaklarını sunmasının, üyelerinin başarısını olumlu etkilediğini düşünmektedirler. Ancak ankete katılan kadın girişimcilerin %75'i, Türkiye'de kadın girişimcilerin örgütlenme düzeyinin yetersiz olduğuna dair görüş bildirmektedirler.

Tablo 3.13. Kadın Girişimcilerin Makro Sorunlarına İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

DEĞİŞKENLER	X	SS	1	2	3	4	5
			%	%	%	%	%
KAGİDER'in üyelerine girişimcilik eğitimi olanaklarını sunması, üyelerinin başarısını olumlu etkiler	3,96	1,18	11,8	0,0	0,0	56,6	31,6
KAGİDER üyeleri arasındaki işbirliği, fırsatların değerlendirilmesi için önem taşır	4,37	0,85	3,9	0,0	0,0	47,4	48,7
Kredi kuruluşlarının KAGİDER üyesi kadın girişimcilere desteklerinin artırılması kadın girişimcilerin başarısını olumlu etkiler	4,39	0,85	3,9	0,0	0,0	44,7	51,3
Türkiye'de kadın girişimcilerin örgütlenme düzeyi yeterlidir	1,88	0,88	40,8	34,2	21,1	3,9	0,0
Kadın girişimcilerin örgütlenmeleri sorunların çözümüne katkı sağlar	4,12	1,03	7,9	0,0	0,0	56,6	35,5

1=Kesinlikle katılmıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum

F) KADIN GİRİŞİMCİLERİN ÖRGÜTLÜ OLMALARININ, ÇEVRESEL VE YÖNETSEL BELİRLEYİCİLERİN VE PİYASAYA GİRİŞ STRATEJİLERİNİN, MİKRO VE MAKRO SORUNLARIN ÇÖZÜMÜNE ETKİSİ

Çalışmanın bu bölümünde öncelikle KAGİDER üyesi kadın girişimcilerin girişimcilik sürecinde karşılaştıkları çevresel (sosyal ve kültürel çevre, ekonomik çevre, hukuki ve politik çevre) ve KAGİDER'in yönetim yapısındaki (örgütsel özelliklerindeki) belirleyiciler ve piyasaya giriş stratejilerinin, mikro ve makro sorunların çözümünde etkileri test edilmiştir. Daha sonra kadın girişimcilerin örgütlenmesinin sorunların çözümüne etkisi irdelenmiştir. İlişkilerin gücünü belirlemek için öncelikle korelasyon analizi kullanılmıştır. Bilindiği üzere korelasyon analizi, aralık ve rasyo seviyesinde ölçülmüş iki değişken arasındaki ilişkinin ya da bağımlılığın şiddetini belirlemeye yönelik bir analiz tekniğidir. Bu testin güvenilir sonuçlar verebilmesi için, verinin metrik özellikler taşıması

gerekmektedir (Altunışık vd, 2002: 184). Bu analizde ölçülmeye çalışılan ilişki, değişkenler arasındaki ilişkinin doğrusal olan kısmıyla ilgilenir. Korelasyon analiziyle hesaplanan korelasyon katsayısı r ile gösterilir ve -1 ile +1 arasında değerler alabilir. Katsayının +1 olması iki değişken arasında mükemmel bir doğrusal ilişkinin (x değişkeni bir birim artarken, y değişkeninin değeri de bir birim artmaktadır) olduğunu gösterirken, katsayının -1 olması değişkenler arasında yine mükemmel bir ters yönlü ilişkinin olduğunu göstermektedir. Katsayının sıfır olması ise iki değişken arasında herhangi bir görülebilir ilişkinin olmadığı anlamını taşımaktadır (Altunışık vd, 2004: 197-198). Korelasyon katsayısının büyüklük bakımından yorumlanmasında üzerinde tam olarak görüş birliğine varılan aralıklar olmamasına rağmen, korelasyonu yorumlamada şu sınırların kullanıldığı görülmektedir. Korelasyon katsayısının, mutlak değer olarak 0,70-1,00 arasında olması, yüksek; 0,70- 0,30 arasında olması, orta; 0,30- 0-00 arasında olması ise; düşük düzeyde bir ilişki olarak tanımlanabilmektedir (Büyüköztürk, 2003: 32).

Tablo 3.14’de KAGİDER üyesi kadın girişimcilerin girişimcilik sürecinde karşılaştıkları çevresel (sosyal ve kültürel çevre, ekonomik çevre, hukuki ve politik çevre) değişkenler, KAGİDER’in yönetim yapısındaki (örgütsel özelliklerindeki) değişkenler ve piyasaya giriş stratejileri, mikro ve makro sorunların çözümüyle olan ilişkilere ait değişkenler arasındaki korelasyon katsayıları verilmiştir. Tabloda yer alan değerlere göre kadın girişimcilerin örgütlü olmaları değişkeni ile çevresel belirleyicilerden sosyal ve kültürel çevre ($r=0,24$) belirleyicisi arasında %95 güven aralığında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki görülürken, diğer çevresel belirleyicilerden olan ekonomik çevre (0,04) ile pozitif ama oldukça düşük bir ilişki, hukuki-politik çevre ($r=-0,11$) ile negatif ve oldukça düşük bir ilişki olduğu görülmektedir.

Kadın girişimcilerin örgütlü olmaları değişkeni ile KAGİDER yönetiminin uygulamalarına yönelik olan belirleyicilerden yönetim yapısı ($r=0,18$) belirleyicisi arasında pozitif ama oldukça düşük bir ilişki, iletişim-koordinasyon ($r=0,33$) ve denetim ($r=0,61$) belirleyicisi arasında %99 güven aralığında orta düzeyli ve olumlu bir ilişki olduğu görülmektedir.

Kadın girişimcilerin örgütlü olmaları değişkeni ile piyasaya giriş stratejileri ($r=0,72$), mikro sorunlar ($r=0,50$) ve makro sorunlar ($r=0,47$) belirleyicileri arasında%99 güven aralığında orta düzeyli ve olumlu bir ilişki olduğu görülmektedir.

Tablo 3.14. Çevresel-Yönetmel Belirleyicilerin, Piyasaya Giriş Stratejilerinin, Mikro ve Makro Sorunların Çözümünde Kadın Girişimcilerin Örgütlü Olmalarının Etkisi

DEĞİŞKENLER	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1-Sosyal ve Kültürel Çevre	1									
2-Ekonomik Çevre	,04	1								
3-Hukuki ve Politik Çevre	,48**	-,04	1							
4-Yönetim Yapısı	,51**	,10	,33**	1						
5-İletişim ve Koordinasyon	,30**	,01	,05	,69**	1					
6-Denetim	-,00	-,04	-,33**	,22	,53**	1				
7-Piyasaya Giriş Stratejileri	,12	,10	-,18	,28*	,39**	,37**	1			
8-Mikro Sorunlar	,46**	-,00	,30**	,35**	,22	,33**	,13	1		
9-Makro Sorunlar	,52**	-,14	,19	,21	,13	,07	,46**	,48**	1	
10-Örgütlü Olma	,24*	,04	-,11	,18	,33**	,61**	,70**	,50**	,47**	1

* $p<0,05$ anlamlılık seviyesinde ilişki anlamlı, ** $p<0,01$ anlamlılık seviyesinde ilişki anlamlı

Korelasyon analizi sonucu ortaya çıkan bu anlamlı ve anlamsız ilişkiler araştırma için oluşturulan hipotezlerin test edilmesinde kullanılacaktır. Bunun için doğrusal regresyon analizinden yararlanılarak anlamlılık düzeyleri ortaya konulacaktır.

Korelasyon analizi ile değişkenler arasındaki ilişkinin varlığını ve derecesini inceledikten sonra, geliştirdiğimiz hipotezleri test etmek için ortaya koyduğumuz bu değişkenlere çoklu doğrusal regresyon analizi uygulanmıştır. Çoklu regresyon analizi, bağımlı değişkenle ilişkili olan iki ya da daha fazla bağımsız değişkene dayalı olarak, bağımlı değişkenin açıklanmasına yönelik analiz tekniğidir. Bir olayın **sonuç** olarak doğmasına **neden** olan faktörler genelde birden fazladır. O nedenle regresyon modelinde bir bağımlı değişkenle birden fazla bağımsız değişkenin ilişkisi aranabilir (Nakip, 2006: 330). Çoklu regresyon analizi, bağımsız değişkenler tarafından bağımlı değişkende açıklanan toplam varyansın yorumlanmasına, açıklanan varyansın istatistiksel anlamlılığına, bağımsız değişkenlerin istatistiksel olarak anlamlılığına ve bağımsız

değişkenlerle bağımlı değişken arasındaki ilişkinin yönüne ilişkin yorum yapma imkânı vermektedir (Büyüköztürk, 2003:94).

Regresyon analizinin ilk adımında kadın girişimcilerin karşılaştıkları mikro sorunların çözümünde belirleyici etkiye sahip olduğu ileri sürülen çevresel belirleyiciler bağımsız, kadın girişimcilerin karşılaştıkları mikro sorunlar bağımlı değişken olarak alınmıştır. Burada öncelikle bağımsız değişkenlerle bağımlı değişken arasındaki korelasyonlar incelendiğinde, sosyo- kültürel çevre ($r=,46$), hukuki ve politik çevre ($r=,30$) ile kadın girişimcilerin karşılaştıkları mikro sorunlar arasında pozitif ve orta seviyeli bir ilişkinin olduğu, ancak ekonomik çevre ($r=-,00$) ile kadın girişimcilerin karşılaştıkları mikro sorunlar arasında negatif ve anlamlı olmayan bir ilişkinin olduğu görülmektedir (Tablo 3.14). Çevresel belirleyiciler değişkenleri ile kadın girişimcilerin karşılaştıkları mikro sorunlar değişkeni arasındaki ilişkinin ortaya çıkarılmasına yönelik çoklu regresyon analizinin sonuçları Tablo 3.15’de gösterilmektedir. Çevresel belirleyiciler değişkenleri birlikte, kadın girişimcilerin karşılaştıkları mikro sorunlar ile orta düzeyde ve anlamlı bir ilişki vermektedir ($R= 0,475^a$, $R^2= 0,225$, $p <,05$). Söz konusu üç değişken birlikte kadın girişimcilerin karşılaştıkları mikro sorunların toplam varyansının ancak yaklaşık %23’ünü açıklamaktadır. Bu durum değişkenler arasındaki ilişkinin zayıf olduğunu göstermektedir. Standardize edilmiş regresyon katsayısına (beta) göre, bağımsız değişkenlerin kadın girişimcilerin karşılaştıkları mikro sorunlar üzerindeki göreceli önem sırası; sosyo-kültürel çevre, hukuki-politik çevre ve ekonomik çevredir. Beta değerleri incelendiğinde sosyo-kültürel çevrenin kadın girişimcilerin karşılaştıkları mikro sorunlar üzerindeki etkisi % 42’dir. Regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t testi sonuçları incelendiğinde ise sadece sosyo- kültürel çevrenin kadın girişimcilerin karşılaştıkları mikro sorunlar üzerinde anlamlı ($p=0,001$) bir belirleyici olduğu görülmektedir. Hukuki-politik çevre ve ekonomik çevre önemli bir etkiye sahip değildir. Regresyon analizi sonuçlarına göre kadın girişimcilerin karşılaştıkları mikro sorunlara ilişkin regresyon eşitliği (matematiksel model) aşağıda verilmiştir.

KADIN GİRİŞİMCİLERİN KARŞILAŞTIKLARI MİKRO SORUNLAR =

$$1,436 + 0,421 \text{ SOSYO-KÜLTÜREL ÇEVRE} + -2,027\text{E-}02 \text{ EKONOMİK ÇEVRE} + 0,112 \text{ HUKUKİ- POLİTİK ÇEVRE}$$

Bu durumda kadın girişimcilerin karşılaştıkları mikro sorunların çözümünde belirleyici etkiye sahip olan değişkenin sadece sosyo- kültürel çevre değişkeni olduğu anlaşılmaktadır. Dolayısıyla sosyo-kültürel çevre ile ilgili özelliklerin, kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunları aşmada belirleyici etkiye sahip olduğu bu nedenle **H1a** hipotezinin **mikro sorunlar** yönünden doğrulandığı görülmektedir.

Tablo 3.15. Çevresel Belirleyicilerin Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Mikro Sorunların Çözümünde Etkisi

Bağımsız Değişkenler	B Değerleri	Standart Hata	Beta Değerleri	T Değerleri	P Anlamlılık Düzeyleri
Sabit	1,436	0,616	-	2,330	0,023
Sosyo-Kültürel Çevre	0,421	0,120	0,417	3,495	0,001
Ekonomik Çevre	-2,027E-02	0,131	-0,016	-0,155	0,877
Hukuki- Politik Çevre	0,112	0,131	0,102	0,854	0,396
R= 0,475 ^a R ² = 0,225 F= 6,987 p= 0,000 ^a					

Tablo 3.16'da makro sorunların çözümünde belirleyici etkiye sahip olduğu ileri sürülen çevresel belirleyicilere ilişkin değişkenlerle, kadın girişimcilerin karşılaştıkları makro sorunlar değişkeni arasındaki çoklu regresyon analizi sonuçları yer almaktadır. Bu analizdeki bağımsız değişkenlerle bağımlı değişken arasındaki korelasyonlar incelendiğinde, sosyo- kültürel çevre (r=,52) ile kadın girişimcilerin karşılaştıkları makro sorunlar arasında pozitif ve orta seviyeli bir ilişkinin olduğu, hukuki-politik çevre (r=,19) ile kadın girişimcilerin karşılaştıkları makro sorunlar arasında pozitif ve düşük düzeyde bir ilişkinin olduğu, ancak ekonomik çevre (r=-,14) ile kadın girişimcilerin karşılaştıkları makro sorunlar arasında negatif ve anlamlı olmayan bir ilişkinin olduğu görülmektedir (Tablo 3.14). Çevresel belirleyiciler değişkenleri birlikte, kadın girişimcilerin karşılaştıkları makro sorunlar ile orta düzeyde ve anlamlı bir ilişki vermektedir (R= 0,554^a, R² = 0,307, p <,05). Buna göre çoklu belirlilik katsayısı R² = 0,307 olup kadın girişimcilerin karşılaştıkları makro sorunların %31'i bağımsız değişkenler olan çevresel belirleyiciler

tarafından açıklanmaktadır. Başka bir anlatımla adı geçen bu üç değişken birlikte kadın girişimcilerin karşılaştıkları makro sorunlardaki toplam varyansın %31'ini açıklamaktadır. Standardize edilmiş regresyon katsayısına (beta) göre, bağımsız değişkenlerin kadın girişimcilerin karşılaştıkları makro sorunlar üzerindeki görece önem sırası; sosyo-kültürel çevre, ekonomik çevre (negatif) ve hukuki-politik çevredir (negatif). Regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t testi sonuçları incelendiğinde ise sosyo- kültürel çevre (p=0,000) ve %10 güven aralığında ekonomik çevrenin (p=0,086) kadın girişimcilerin karşılaştıkları makro sorunlar üzerinde anlamlı belirleyici olduğu görülmektedir. Hukuki-politik çevre önemli bir etkiye sahip değildir. Regresyon analizi sonuçlarına göre iç girişimciliğin açıklanmasına ilişkin regresyon eşitliği (matematiksel model) aşağıda verilmiştir.

KADIN GİRİŞİMCİLERİN KARŞILAŞTIKLARI MAKRO SORUNLAR =

$$3,008 + 0,661 \text{ SOSYO-KÜLTÜREL ÇEVRE} + (-0,244) \text{ EKONOMİK ÇEVRE} + (-0,116) \text{ HUKUKİ- POLİTİK ÇEVRE}$$

Bu durumda kadın girişimcilerin karşılaştıkları makro sorunların çözümünde sosyo-kültürel çevre değişkeni ve ekonomik çevre değişkeninin belirleyici etkiye sahip olduğu anlaşılmaktadır. Dolayısıyla sosyo-kültürel çevre ile ilgili özellikler kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunları aşmada belirleyici etkiye sahiptir hipotezi olan **H1a**'nın ve ekonomik çevre ile ilgili özellikler kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunları aşmada belirleyici etkiye sahiptir hipotezi olan **H1b**'nin **makro sorunlar** yönünden irdelendiğinde kabul edildiği görülmektedir.

Tablo 3.16. Çevresel Belirleyicilerin Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Makro Sorunların Çözümünde Etkisi

Bağımsız Değişkenler	B Değerleri	Standart Hata	Beta Değerleri	T Değerleri	P Anlamlılık Düzeyleri
Sabit	3,008	0,663	-	4,535	0,000
Sosyo-Kültürel Çevre	0,661	0,130	0,575	5,099	0,000
Ekonomik Çevre	- 0,244	0,140	-0,171	-1,739	0,086
Hukuki- Politik Çevre	-0,116	0,141	-0,093	-0,824	0,413
R= 0,554 ^a R ² = 0,307 F= 10,626 p= 0,000 ^a					

Tablo 3.17’de çevresel belirleyiciler değişkenleri ile kadın girişimcilerin piyasaya giriş stratejileri ile ilgili karşılaştıkları sorunlar değişkeni arasındaki çoklu regresyon analizi sonuçları yer almaktadır. Bu analizdeki bağımsız değişkenlerle bağımlı değişken arasındaki korelasyonlar incelendiğinde, sosyo- kültürel çevre ($r=,12$) ve ekonomik çevre ($r=,10$) ile kadın girişimcilerin piyasaya giriş stratejileri ile ilgili karşılaştıkları sorunlar arasında pozitif ve düşük seviyeli bir ilişkinin olduğu, ancak hukuki-politik çevre ($r= -,18$) ile kadın girişimcilerin piyasaya giriş stratejileri ile ilgili karşılaştıkları sorunlar arasında negatif ve düşük düzeyde bir ilişkinin olduğu görülmektedir (Tablo 3.14). Çevresel belirleyiciler değişkenleri birlikte, kadın girişimcilerin piyasaya giriş stratejileri ile ilgili karşılaştıkları sorunlar ile düşük düzeyde ve anlamlı bir ilişki vermektedir ($R= 0,321^a$, $R^2 = 0,103$, $p <,05$). Buna göre çoklu belirlilik katsayısı $R^2 = 0,103$ olup kadın girişimcilerin karşılaştıkları makro sorunların ancak %10’u bağımsız değişkenler olan çevresel belirleyiciler tarafından açıklanmaktadır. Standardize edilmiş regresyon katsayısına (beta) göre, bağımsız değişkenlerin kadın girişimcilerin piyasaya giriş stratejileri ile ilgili karşılaştıkları sorunlar üzerindeki görece önem sırası; hukuki-politik çevre (negatif), sosyo-kültürel çevre ve ekonomik çevredir. Regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t testi sonuçları incelendiğinde ise hukuki-politik çevre ($p=0,015$) ve sosyo- kültürel çevre ($p=0,032$) değişkeninin kadın girişimcilerin piyasaya giriş stratejileri ile ilgili karşılaştıkları sorunlar üzerinde anlamlı bir belirleyici olduğu görülmektedir. Ekonomik çevre önemli bir etkiye sahip değildir. Regresyon analizi sonuçlarına göre iç girişimciliğin açıklanmasına ilişkin regresyon eşitliği (matematiksel model) aşağıda verilmiştir.

KADIN GİRİŞİMCİLERİN PİYASAYA GİRİŞ STRATEJİLERİ İLE İLGİLİ KARŞILAŞTIKLARI SORUNLAR =

$$2,726+ 0,458 \text{ SOSYO-KÜLTÜREL ÇEVRE} + 9,560\text{E-}02 \text{ EKONOMİK ÇEVRE} + (-0,122) \text{ HUKUKİ- POLİTİK ÇEVRE}$$

Bu durumda kadın girişimcilerin piyasaya giriş stratejileri ile ilgili karşılaştıkları sorunların çözümünde hukuki-politik çevre ve sosyo- kültürel çevre değişkenlerinin belirleyici etkiye sahip olduğu anlaşılmaktadır. Dolayısıyla sosyo-kültürel çevre ile ilgili

özellikler, kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunları aşmada belirleyici etkiye sahiptir hipotezi olan **H1a**'nın ve hukuki-politik çevre ile ilgili özellikler, kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunları aşmada belirleyici etkiye sahiptir hipotezi olan **H1c**'nin kadın **girişimcilerin piyasaya giriş stratejileri yönünden** irdelendiğinde kabul edildiği görülmektedir.

Tablo 3.17. Çevresel Belirleyicilerin Kadın Girişimcilerin Piyasaya Giriş Stratejileri İle İlgili Karşılaştıkları Sorunların Çözümünde Etkisi

Bağımsız Değişkenler	B Değerleri	Standart Hata	Beta Değerleri	T Değerleri	P Anlamlılık Düzeyleri
Sabit	3,735	0,681	-	5,485	0,000
Sosyo-Kültürel Çevre	0,291	0,133	0,281	2,186	0,032
Ekonomik Çevre	9,560E-02	0,144	0,074	0,663	0,509
Hukuki- Politik Çevre	-0,362	0,145	- 0,321	-2,501	0,015
R= 0,321 ^a R ² = 0,103 F= 2,754 p= 0,049 ^a					

Burada kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunlar kapsamında mikro, makro ve piyasaya giriş stratejileri birlikte yer almaktadır. Kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunların (mikro, makro ve piyasaya giriş stratejileri) çözümünde belirleyici etkiye sahip olduğu ileri sürülen çevresel belirleyicilere ilişkin değişkenlerle, kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunlar değişkeni arasındaki çoklu regresyon analizi sonuçları Tablo 3.18'de yer almaktadır. Çevresel belirleyiciler değişkenlerinin birlikte, kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunlar ile orta düzeyde ve anlamlı bir ilişki verdiği tablodan görülmektedir ($R= 0,511^a$, $R^2 = 0,261$, $p < ,05$). Buna göre çoklu belirlilik katsayısı $R^2 = 0,261$ olup kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunların %26'sı bağımsız değişkenler olan çevresel belirleyiciler tarafından açıklanmaktadır. Standardize edilmiş regresyon katsayısına (beta) göre, bağımsız değişkenlerin kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunlar üzerindeki göreceli önem sırası; sosyo-kültürel çevre, hukuki-politik çevre (negatif), ve ekonomik çevredir (negatif). Regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t testi sonuçları incelendiğinde ise sadece sosyo- kültürel çevre ($p=0,000$) değişkeninin kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunlar üzerinde anlamlı bir belirleyici olduğu görülmektedir. Regresyon analizi sonuçlarına göre iç girişimciliğin açıklanmasına ilişkin regresyon eşitliği (matematiksel model) aşağıda verilmiştir.

KADIN GİRİŞİMCİLERİN KARŞILAŞTIKLARI SORUNLAR =

$$3,735 + 0,291 \text{ SOSYO-KÜLTÜREL ÇEVRE} + 9,560E-02 \text{ EKONOMİK ÇEVRE} + (-0,362) \text{ HUKUKİ- POLİTİK ÇEVRE}$$

Bu durumda kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunların çözümünde sadece sosyo-kültürel çevre değişkeninin belirleyici etkiye sahip olduğu anlaşılmaktadır. Dolayısıyla sosyo-kültürel çevre ile ilgili özellikler, kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunları aşmada belirleyici etkiye sahiptir hipotezi olan **H1a**'nın **sorunlar** yönünden irdelendiğinde kabul edildiği görülmektedir.

Tablo 3.18. Çevresel Belirleyicilerin Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunların Çözümünde Etkisi

Bağımsız Değişkenler	B Değerleri	Standart Hata	Beta Değerleri	T Değerleri	P Anlamlılık Düzeyleri
Sabit	2,726	0,483	-	5,640	0,000
Sosyo-Kültürel Çevre	0,458	0,094	0,564	4,844	0,000
Ekonomik Çevre	-5,628E-02	0,102	-0,056	-0,550	0,584
Hukuki- Politik Çev.	-0,122	0,103	-0,138	-1,188	0,239
R= 0,511 ^a R ² = 0,261 F= 8,474 p= 0,000 ^a					

KAGİDER'in yönetim uygulamalarının kadın girişimcilerin karşılaştıkları mikro sorunların çözümünde etkisi bağımsız değişkenler, kadın girişimcilerin karşılaştıkları mikro sorunlar bağımlı değişken olarak alınmıştır. Bağımsız değişkenlerle bağımlı değişken arasındaki korelasyonlar incelendiğinde, yönetim yapısı (r=,35) ve denetim (r=,33) ile kadın girişimcilerin karşılaştıkları mikro sorunlar arasında pozitif ve orta seviyeli bir ilişkinin olduğu, ancak iletişim-koordinasyon (r=,22) ile kadın girişimcilerin karşılaştıkları mikro sorunlar arasında pozitif ve düşük düzeyde bir ilişkinin olduğu görülmektedir (Tablo 3.14). KAGİDER'in yönetim uygulamalarıyla ilgili belirleyici değişkenler ile kadın girişimcilerin karşılaştıkları mikro sorunlar değişkeni arasındaki ilişkinin ortaya çıkarılmasına yönelik çoklu regresyon analizinin sonuçları Tablo 3.19'da gösterilmektedir. KAGİDER'in yönetim uygulamalarıyla ilgili belirleyici değişkenler birlikte, kadın girişimcilerin karşılaştıkları mikro sorunlar ile orta düzeyde ve anlamlı bir ilişki

vermektedir ($R= 0,488^a$, $R^2= 0,238$, $p<,05$). Söz konusu üç değişken birlikte kadın girişimcilerin karşılaştıkları mikro sorunların toplam varyansının ancak yaklaşık %24'ünü açıklamaktadır. Bu durum değişkenler arasındaki ilişkinin zayıf olduğunu göstermektedir. Standardize edilmiş regresyon katsayısına (beta) göre, bağımsız değişkenlerin kadın girişimcilerin karşılaştıkları mikro sorunlar üzerindeki görece önem sırası; yönetim yapısı, denetim ve iletişim-koordinasyondur (negatif). Regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t testi sonuçları incelendiğinde ise yönetim yapısı ($p=0,001$), denetim ($p=0,002$) ve iletişim-koordinasyonun ($p=0,045$) kadın girişimcilerin karşılaştıkları mikro sorunlar üzerinde anlamlı belirleyiciler oldukları görülmektedir. Regresyon analizi sonuçlarına göre kadın girişimcilerin karşılaştıkları mikro sorunların açıklanmasına ilişkin regresyon eşitliği (matematiksel model) aşağıda verilmiştir.

$$\text{KADIN GİRİŞİMCİLERİN KARŞILAŞTIKLARI MİKRO SORUNLAR} = \\ 1,600+ (-0,320) \text{ İLETİŞİM-KOORDİNASYON}+ 0,395 \text{ DENETİM} + 0,477 \\ \text{YÖNETİM YAPISI}$$

Bu durumda kadın girişimcilerin karşılaştıkları mikro sorunların çözümünde yönetim yapısı, denetim ve iletişim-koordinasyon değişkeninin belirleyici etkiye sahip olduğu anlaşılmaktadır. Dolayısıyla iletişim-koordinasyon ile ilgili özellikler, kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunları aşmada belirleyici etkiye sahiptir hipotezi olan **H2a**, denetim ile ilgili özellikler, kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunları aşmada belirleyici etkiye sahiptir hipotezi olan **H2b** ve yönetim yapısı ile ilgili özellikler, kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunları aşmada belirleyici etkiye sahiptir hipotezi olan **H2c'nin mikro sorunlar** yönünden irdelendiğinde kabul edildiği görülmektedir.

Tablo 3.19. KAGİDER'in Yönetim Uygulamalarının Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Mikro Sorunların Çözümünde Etkisi

Bağımsız Değişkenler	B Değerleri	Standart Hata	Beta Değerleri	T Değerleri	P Anlamlılık Düzeyleri
Sabit	1,600	0,404	-	3,960	0,000
İletişim Koordinasyon	-0,320	0,157	-0,348	-2,041	0,045
Denetim	0,395	0,122	0,409	3,242	0,002
Yönetim Yapısı	0,477	0,139	0,505	3,426	0,001
R= 0,488 ^a R ² = 0,238 F= 7,495 p= 0,000 ^a					

KAGİDER'in yönetim uygulamalarının kadın girişimcilerin karşılaştıkları makro sorunların çözümünde etkisi bağımsız değişkenler, kadın girişimcilerin karşılaştıkları makro sorunlar bağımlı değişken olarak alınmıştır. Bağımsız değişkenlerle bağımlı değişken arasındaki korelasyonlar incelendiğinde, yönetim yapısı (r=,21), iletişim-koordinasyon (r=,13) ve denetim (r=,07) ile kadın girişimcilerin karşılaştıkları makro sorunlar arasında pozitif ve düşük seviyeli bir ilişkilerin olduğu görülmektedir (Tablo 3.14). KAGİDER'in yönetim uygulamalarıyla ilgili belirleyici değişkenler ile kadın girişimcilerin karşılaştıkları makro sorunlar değişkeni arasındaki ilişkinin ortaya çıkarılmasına yönelik çoklu regresyon analizinin sonuçları Tablo 3.20'de gösterilmektedir. KAGİDER'in yönetim uygulamalarıyla ilgili belirleyici değişkenler birlikte, kadın girişimcilerin karşılaştıkları makro sorunlar ile düşük düzeyde ve anlamlı bir ilişki vermemektedir (R= 0,218^a, R²= 0,047, p>,05). Söz konusu üç değişken birlikte kadın girişimcilerin karşılaştıkları mikro sorunların toplam varyansının ancak yaklaşık %5'ini açıklamaktadır. Bu durum değişkenler arasındaki ilişkinin zayıf olduğunu göstermektedir. Standardize edilmiş regresyon katsayısına (beta) göre, bağımsız değişkenlerin kadın girişimcilerin karşılaştıkları mikro sorunlar üzerindeki görece önem sırası; yönetim yapısı, iletişim-koordinasyon (negatif) ve denetimdir. Regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t testi sonuçları incelendiğinde ise yönetim yapısı (p=0,141), denetim (p=0,691) ve iletişim-koordinasyonun (p=0,732) kadın girişimcilerin karşılaştıkları makro sorunlar üzerinde anlamlı belirleyiciler olmadıkları görülmektedir. Regresyon analizi sonuçlarına göre kadın girişimcilerin karşılaştıkları mikro sorunların açıklanmasına ilişkin regresyon eşitliği (matematiksel model) aşağıda verilmiştir.

KADIN GİRİŞİMCİLERİN KARŞILAŞTIKLARI MAKRO SORUNLAR =

$$3,357+ (-6,850E-02) \text{ İLETİŞİM-KOORDİNASYON}+ 6,187E-02 \text{ DENETİM} + 0,263 \text{ YÖNETİM YAPISI}$$

Bu durumda kadın girişimcilerin karşılaştıkları makro sorunların çözümünde yönetim yapısı, denetim ve iletişim-koordinasyon değişkeninin belirleyici etkiye sahip olmadıkları anlaşılmaktadır. Dolayısıyla iletişim-koordinasyon ile ilgili özellikler, kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunları aşmada belirleyici etkiye sahiptir hipotezi olan **H2a**, denetim ile ilgili özellikler, kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunları aşmada belirleyici etkiye sahiptir hipotezi olan **H2b** ve yönetim yapısı ile ilgili özellikler, kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunları aşmada belirleyici etkiye sahiptir hipotezi olan **H2c'nin makro sorunlar** yönünden irdelendiğinde desteklenmediği görülmektedir.

Tablo 3.20 KAGİDER'in Yönetim Uygulamalarının Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Makro Sorunların Çözümünde Etkisi

Bağımsız Değişkenler	B Değerleri	Standart Hata	Beta Değerleri	T Değerleri	P Anlamlılık Düzeyleri
Sabit	3,357	0,514	-	6,535	0,000
İletişim Koordinasyon	-6,850E-02	0,199	-0,065	-0,344	0,732
Denetim	6,187E-02	0,155	0,056	0,400	0,691
Yönetim Yapısı	0,263	0,177	0,245	1,488	0,141
R= 0,218 ^a R ² = 0,047 F= 1,196 p= 0,318 ^a					

KAGİDER'in yönetim uygulamalarının kadın girişimcilerin piyasaya giriş stratejileri ile ilgili karşılaştıkları sorunların çözümünde etkisi bağımsız değişkenler, kadın girişimcilerin piyasaya giriş stratejileri ile ilgili karşılaştıkları sorunlar bağımlı değişken olarak alınmıştır. Bağımsız değişkenlerle bağımlı değişken arasındaki korelasyonlar incelendiğinde, iletişim-koordinasyon (r=,39) ve denetim (r=,37) ile kadın girişimcilerin piyasaya giriş stratejileriyle ilgili karşılaştıkları sorunlar arasında pozitif ve orta seviyeli ilişki olduğu görülmektedir. Yönetim yapısı (r=,28) ile kadın girişimcilerin piyasaya giriş stratejileriyle ilgili karşılaştıkları sorunlar arasında pozitif ve düşük seviyeli ilişki olduğu görülmektedir (Tablo 3.14).

KAGİDER'in yönetim uygulamalarıyla ilgili belirleyici değişkenlerle kadın girişimcilerin piyasaya giriş stratejileriyle ilgili karşılaştıkları sorunlar değişkeni arasındaki ilişkinin ortaya çıkarılmasına yönelik çoklu regresyon analizinin sonuçları Tablo 3.21'de gösterilmektedir. KAGİDER'in yönetim uygulamalarıyla ilgili belirleyici değişkenler birlikte, kadın girişimcilerin piyasaya giriş stratejileriyle ilgili karşılaştıkları sorunlarla orta düzeyde ve anlamlı bir ilişki vermektedir ($R= 0,442^a$, $R^2= 0,195$, $p<,05$). Söz konusu üç değişken birlikte kadın girişimcilerin piyasaya giriş stratejileriyle ilgili karşılaştıkları sorunların toplam varyansının ancak yaklaşık %20'sini açıklamaktadır. Bu durum değişkenler arasındaki ilişkinin zayıf olduğunu göstermektedir. Standardize edilmiş regresyon katsayısına (beta) göre, bağımsız değişkenlerin kadın girişimcilerin karşılaştıkları mikro sorunlar üzerindeki görece önem sırası; denetim, iletişim-koordinasyon ve yönetim yapısıdır. Regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t testi sonuçları incelendiğinde ise sadece denetimin %10 güven aralığında ($p=0,070$) kadın girişimcilerin piyasaya giriş stratejileriyle ilgili karşılaştıkları sorunlar üzerinde anlamlı bir belirleyici olduğu görülmektedir. Regresyon analizi sonuçlarına göre kadın girişimcilerin piyasaya giriş stratejileriyle ilgili karşılaştıkları sorunların açıklanmasına ilişkin regresyon eşitliği (matematiksel model) aşağıda verilmiştir.

KADIN GİRİŞİMCİLERİN PİYASAYA GİRİŞ STRATEJİLERİ İLE İLGİLİ KARŞILAŞTIKLARI SORUNLAR =

2,283 + 0,198 İLETİŞİM-KOORDİNASYON+ 0,236 DENETİM + 8,124E-02 YÖNETİM YAPISI

Bu durumda kadın girişimcilerin piyasaya giriş stratejileri ile ilgili karşılaştıkları sorunların çözümünde sadece denetim değişkeninin belirleyici etkiye sahip olduğu anlaşılmaktadır. Dolayısıyla KAGİDER yönetiminin denetimle ilgili örgütsel özellikleri, kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunları aşmada belirleyici etkiye sahiptir hipotezi olan **H2b**'nin kadın girişimcilerin **piyasaya giriş stratejileri yönünden** irdelendiğinde kabul edildiği görülmektedir.

Tablo 3.21. KAGİDER'in Yönetim Uygulamalarının Kadın Girişimcilerin Piyasaya Giriş Stratejileri İle İlgili Karşılaştıkları Sorunların Çözümünde Etkisi

Bağımsız Değişkenler	B Değerleri	Standart Hata	Beta Değerleri	T Değerleri	P Anlamlılık Düzeyleri
Sabit	2,283	0,426	-	5,355	0,000
İletişim Koordinasyon	0,198	0,165	0,210	1,199	0,235
Denetim	0,236	0,128	0,238	1,841	0,070
Yönetim Yapısı	8,124E-02	0,147	0,084	0,553	0,582
R= 0,442 ^a R ² = 0,195 F= 5,812 p= 0,001 ^a					

KAGİDER'in yönetim uygulamalarıyla ilgili belirleyici değişkenler ile kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunlar değişkeni arasındaki ilişkinin ortaya çıkarılmasına yönelik çoklu regresyon analizinin sonuçları Tablo 3.22'de gösterilmektedir. Burada kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunlar kapsamında mikro, makro ve piyasaya giriş stratejileri birlikte yer almaktadır. KAGİDER'in yönetim uygulamalarıyla ilgili belirleyici değişkenler birlikte, kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunlar (mikro, makro ve piyasaya giriş stratejileri) ile orta düzeyde ve anlamlı bir ilişki vermektedir (R= 0,451^a, R²= 0,204, p<,05). Söz konusu üç değişken birlikte kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunların toplam varyansının ancak yaklaşık %20'sini açıklamaktadır. Bu durum değişkenler arasındaki ilişkinin zayıf olduğunu göstermektedir. Standardize edilmiş regresyon katsayısına (beta) göre, bağımsız değişkenlerin kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunlar üzerindeki göreceli önem sırası; yönetim yapısı, denetim ve iletişim-koordinasyondur (negatif). Regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t testi sonuçları incelendiğinde ise yönetim yapısı (p=0,019) ve denetimin (p=0,024) kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunlar üzerinde anlamlı belirleyiciler oldukları görülmektedir. Regresyon analizi sonuçlarına göre kadın girişimcilerin karşılaştıkları mikro sorunların açıklanmasına ilişkin regresyon eşitliği (matematiksel model) aşağıda verilmiştir.

KADIN GİRİŞİMCİLERİN KARŞILAŞTIKLARI SORUNLAR =

2,413 + (-6,339E-02) İLETİŞİM-KOORDİNASYON+ 0,231 DENETİM + 0,274 YÖNETİM YAPISI

Bu durumda kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunların çözümünde yönetim yapısı ve denetim değişkeninin belirleyici etkiye sahip oldukları anlaşılmaktadır. Dolayısıyla, KAGİDER yönetiminin, denetimle ilgili örgütsel özellikleri, kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunları aşmada belirleyici etkiye sahiptir hipotezi olan **H2b** ve KAGİDER yönetiminin, yönetim yapısı ile ilgili örgütsel özellikleri, kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunları aşmada belirleyici etkiye sahiptir hipotezi olan **H2c'nin sorunlar** yönünden irdelendiğinde kabul edildiği görülmektedir.

Tablo 3.22. KAGİDER'in Yönetim Uygulamalarının Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunların Çözümünde Etkisi

Bağımsız Değişkenler	B Değerleri	Standart Hata	Beta Değerleri	T Değerleri	P Anlamlılık Düzeyleri
Sabit	2,413	0,332	-	7,278	0,000
İletişim Koordinasyon	-6,339E-02	0,129	-0,086	-0,493	0,624
Denetim	0,231	0,100	0,298	2,312	0,024
Yönetim Yapısı	0,274	0,114	0,361	2,397	0,019
R= 0,451 ^a R ² = 0,204 F= 6,138 p= 0,001 ^a					

Çalışmanın bu bölümünde doğrusal regresyon analizi kullanılarak kadın girişimcilerin örgütlü olmalarının, karşılaştıkları sorunların çözümünde etkisi incelenmektedir. Tablo 3.23'de kadın girişimcilerin örgütlü olmalarının, karşılaştıkları mikro sorunların çözümünde etkisiyle ilgili regresyon analizinin sonuçları yer almaktadır. Analiz sonuçları incelendiğinde, kadın girişimcilerin örgütlü olmalarının, karşılaştıkları mikro sorunların çözümünde etkili bir değişken olduğu görülmektedir (R= 0,507^a , R²= 0,257, p<,05). Burada örgütlü olmanın kadın girişimcilerin karşılaştıkları mikro sorunlara ilişkin toplam varyansın yaklaşık %26'sını açıkladığını söylemek mümkündür. Bu oran her ne kadar düşük gözükse de pozitif ilişkinin var olduğunun bir göstergesidir. Ayrıca standardize edilmiş regresyon katsayısına (beta) göre, kadın girişimcilerin örgütlü olmalarının, karşılaştıkları mikro sorunların çözümünde etkisi %51 olarak görülmektedir. Regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t testi sonuçları incelendiğinde kadın girişimcilerin örgütlü olmalarının (p=0,000), kadın girişimcilerin karşılaştıkları mikro sorunlar üzerinde açıklayıcı etkiye sahip olduğu görülmektedir. Kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunlarla

baş etmede örgütlenmiş olmaları belirleyici etkiye sahiptir hipotezi olan **H3** hipotezi **mikro sorunlar** yönünden irdelendiğinde kabul edilmektedir. Regresyon analizi sonuçlarına göre kadın girişimcilerin karşılaştıkları mikro sorunların açıklanmasına ilişkin regresyon eşitliği (matematiksel model) aşağıda verilmiştir.

$$\text{KADIN GİRİŞİMCİLERİN KARŞILAŞTIKLARI MİKRO SORUNLAR} = 1,485 + 0,602 \text{ ÖRGÜTLÜ OLMA}$$

Tablo 3.23. Kadın Girişimcilerin Örgütlü Olmalarının, Karşılaştıkları Mikro Sorunların Çözümünde Etkisi

Bağımsız Değişkenler	B Değerleri	Standart Hata	Beta Değerleri	T Değerleri	P Anlamlılık Düzeyleri
Sabit	1,485	0,365	-	4,070	0,000
Örgütlü Olma	0,602	0,119	0,507	5,061	0,000
R= 0,507 ^a R ² = 0,257 F= 25,617 p= 0,000 ^a					

Tablo 3.24’de kadın girişimcilerin örgütlü olmalarının, karşılaştıkları makro sorunların çözümünde etkisiyle ilgili regresyon analizinin sonuçları yer almaktadır. Analiz sonuçları incelendiğinde, kadın girişimcilerin örgütlü olmalarının, karşılaştıkları makro sorunların çözümünde etkili bir değişken olduğu görülmektedir (R= 0,473^a, R²= 0,224, p<,05). Burada örgütlü olmanın kadın girişimcilerin karşılaştıkları makro sorunlara ilişkin toplam varyansın yaklaşık %22’sini açıkladığını söylemek mümkündür. Oran düşük olmasına rağmen, pozitif ilişkinin olduğu görülmektedir. Ayrıca standardize edilmiş regresyon katsayısına (beta) göre, kadın girişimcilerin örgütlü olmalarının, karşılaştıkları makro sorunların çözümünde etkisi %47 olarak görülmektedir. Regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t testi sonuçları incelendiğinde kadın girişimcilerin örgütlü olmalarının (p=0,000), kadın girişimcilerin karşılaştıkları makro sorunlar üzerinde açıklayıcı etkiye sahip olduğu görülmektedir. Kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunlarla baş etmede örgütlenmiş olmaları belirleyici etkiye sahiptir hipotezi olan **H3** hipotezi **makro sorunlar** yönünden irdelendiğinde kabul edilmektedir. Regresyon analizi sonuçlarına göre kadın

girişimcilerin karşılaştıkları makro sorunların açıklanmasına ilişkin regresyon eşitliği (matematiksel model) aşağıda verilmiştir.

$$\text{KADIN GİRİŞİMCİLERİN KARŞILAŞTIKLARI MAKRO SORUNLAR} = 2,323 + 0,639 \text{ ÖRGÜTLÜ OLMA}$$

Tablo 3.24. Kadın Girişimcilerin Örgütlü Olmalarının, Karşılaştıkları Makro Sorunların Çözümünde Etkisi

Bağımsız Değişkenler	B Değerleri	Standart Hata	Beta Değerleri	T Değerleri	P Anlamlılık Düzeyleri
Sabit	2,323	0,424	-	5,475	0,000
Örgütlü Olma	0,639	0,138	0,473	4,620	0,000
R= 0,473 ^a R ² = 0,224 F= 21,345 p= 0,000 ^a					

Tablo 3.25’de kadın girişimcilerin örgütlü olmalarının, kadın girişimcilerin piyasaya giriş stratejileriyle ilgili karşılaştıkları sorunların çözümünde etkisiyle ilgili regresyon analizinin sonuçları yer almaktadır. Analiz sonuçları incelendiğinde, kadın girişimcilerin örgütlü olmalarının, kadın girişimcilerin piyasaya giriş stratejileriyle ilgili karşılaştıkları sorunların çözümünde etkili bir değişken olduğu görülmektedir (R= 0,702^a, R²= 0,493, p<,05). Burada örgütlü olmanın kadın girişimcilerin piyasaya giriş stratejileriyle ilgili karşılaştıkları sorunların çözümüne ilişkin toplam varyansın yaklaşık %49’unu açıkladığını söylemek mümkündür. Ayrıca standardize edilmiş regresyon katsayısına (beta) göre, kadın girişimcilerin örgütlü olmalarının, kadın girişimcilerin piyasaya giriş stratejileriyle ilgili karşılaştıkları sorunların çözümünde etkisi %70 olarak görülmektedir. Regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t testi sonuçları incelendiğinde kadın girişimcilerin örgütlü olmalarının (p=0,000), kadın girişimcilerin piyasaya giriş stratejileriyle ilgili karşılaştıkları sorunlar üzerinde açıklayıcı etkiye sahip olduğu görülmektedir. Kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunlarla baş etmede örgütlenmiş olmaları belirleyici etkiye sahiptir hipotezi olan **H3** hipotezi **piyasaya giriş stratejileri yönünden** irdelendiğinde kabul edilmektedir. Regresyon analizi sonuçlarına göre kadın girişimcilerin piyasaya giriş stratejileri ile ilgili karşılaştıkları sorunların açıklanmasına ilişkin regresyon eşitliği (matematiksel model) aşağıda verilmiştir.

KADIN GİRİŞİMCİLERİN PİYASAYA GİRİŞ STRATEJİLERİ İLE İLGİLİ
KARŞILAŞTIKLARI SORUNLAR = 1,276 + 0,857 ÖRGÜTLÜ OLMA

Tablo 3.25. Kadın Girişimcilerin Örgütlü Olmalarının, Piyasaya Giriş Stratejileri İle İlgili Karşılaştıkları Sorunların Çözümünde Etkisi

Bağımsız Değişkenler	B Değerleri	Standart Hata	Beta Değerleri	T Değerleri	P Anlamlılık Düzeyleri
Sabit	1,276	0,309	-	4,122	0,000
Örgütlü Olma	0,857	0,101	0,702	8,486	0,000
R= 0,702 ^a R ² = 0,493 F= 72,018 p= 0,000 ^a					

Tablo 3.26’da kadın girişimcilerin örgütlü olmalarının, karşılaştıkları sorunların (mikro, makro ve piyasaya giriş stratejileri birlikte) çözümünde etkisiyle ilgili regresyon analizinin sonuçları yer almaktadır. Analiz sonuçları incelendiğinde, kadın girişimcilerin örgütlü olmalarının, karşılaştıkları sorunların çözümünde etkili bir değişken olduğu görülmektedir (R= 0,733^a, R²= 0,538, p<,05). Burada örgütlü olmanın kadın girişimcilerin karşılaştıkları makro sorunlara ilişkin toplam varyansın yaklaşık %54’ünü açıkladığını söylemek mümkündür. Ayrıca standardize edilmiş regresyon katsayısına (beta) göre, kadın girişimcilerin örgütlü olmalarının, karşılaştıkları sorunların çözümünde etkisi %73 olarak görülmektedir. Yine regresyon katsayısının anlamlılığına ilişkin t testi sonuçları incelendiğinde kadın girişimcilerin örgütlü olmalarının (p=0,000), kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunlar üzerinde açıklayıcı etkiye sahip olduğu görülmektedir. Kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunlarla baş etmede örgütlenmiş olmaları belirleyici etkiye sahiptir hipotezi olan **H3** hipotezi **sorunlar** yönünden irdelendiğinde kabul edilmektedir. Regresyon analizi sonuçlarına göre kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunların açıklanmasına ilişkin regresyon eşitliği (matematiksel model) aşağıda verilmiştir.

KADIN GİRİŞİMCİLERİN KARŞILAŞTIKLARI SORUNLAR = 1,695+ 0,699
ÖRGÜTLÜ OLMA

Tablo 3.26. Kadın Girişimcilerin Örgütlü Olmalarının, Karşılaştıkları Sorunların Çözümünde Etkisi

Bağımsız Değişkenler	B Değerleri	Standart Hata	Beta Değerleri	T Değerleri	P Anlamlılık Düzeyleri
Sabit	1,695	0,231	-	7,333	0,000
Örgütlü Olma	0,699	0,075	0,733	9,279	0,000
R= 0,733 ^a R ² = 0,538 F= 86,102 p= 0,000 ^a					

G) KONTROL DEĞİŞKENLER YÖNÜNDEN KADIN GİRİŞİMCİLERİN VE KADIN GİRİŞİMCİLERE AİT GİRİŞİMLERİN KARŞILAŞTIKLARI SORUNLARIN ÜSTESİNDEN GELEBİLME EĞİLİMLERİ

Araştırmada kadın girişimcilerin medeni durumları, girişimcilik eğitimi almaları, çocuk sahibi olmaları ve kadın girişimcilere ait girişimlerin faaliyet gösterdikleri sektörlerle girişimlerdeki çalışan sayısı kontrol değişkenler olarak belirlenmiştir. Bu değişkenler bakımından kadın girişimcilerin medeni durumları, girişimcilik eğitimi almaları, çocuk sahibi olmaları itibariyle ikili karşılaştırmalar, kadın girişimcilere ait girişimlerin faaliyet gösterdikleri sektörler ve girişimlerdeki çalışan sayısı itibariyle beşli karşılaştırmaları gerekli kılmaktadır. Bunun için kadın girişimcilere ait girişimlerin faaliyet gösterdikleri sektörler ve girişimlerdeki çalışan sayısı kontrol değişkenleri yönünden karşılaştıkları sorunların üstesinden gelebilmeleriyle ilgili pozisyonları tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ile test edilmiştir. ANOVA, ikiden fazla grup arasında karşılaştırmaların yapıldığı ya da farklılıkların incelenmesine yönelik analiz tekniğidir (Altunışık vd., 2002: 158).

Kadın girişimcilerin medeni durumları (evli olup olmadıkları), girişimcilik eğitimi alıp almadıkları, çocuk sahibi olup olmadıkları yönünden de karşılaştıkları sorunların üstesinden gelebilmeleriyle ilgili pozisyonlarını belirlemek için “bağımsız iki grup t-testi” analizi uygulanmıştır. T-testi, örnek boyutunun küçük olduğu ve ana kitleye ait standart sapmaların bilinemediği durumlarda incelenen bir değişken açısından bir gruba ait ortalama değerinden önceden belirlenen (öngörülen) değerden farklı olup olmadığının incelenmesine yönelik hipotezleri test etmeye çalışan bir analiz yöntemidir (Altunışık vd., 2002: 158-159).

1. Kadın Girişimcilere Ait Girişimlerin Faaliyet Gösterdikleri Sektörler Yönünden Karşılaştıkları Sorunların Üstesinden Gelebilmelerinde Durumları

Tablo 3.27’de görüleceği gibi kadın girişimcilere ait girişimlerin faaliyet gösterdikleri sektörlerin, karşılaştıkları sorunların üstesinden gelebilmelerinde istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar ortaya çıkmamıştır. Başka bir anlatımla istatistiksel verilere göre; kadın girişimcilere ait girişimlerin farklı sektörlerde olması, sorunlarla başa çıkmalarında etkili olmamaktadır. Çünkü varyans analizi sonucu elde edilen değişkenlerin anlamlılık düzeyleri 0’ın çok üzerindedir.

Tablo 3.27. Kadın Girişimcilere Ait Girişimlerin Sektörel Dağılımı Yönünden Tek Yönlü Varyans Analizi

DEĞİŞKENLER	Değişim Kaynağı	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F Değerleri	Anlamlılık Düzeyi
1-Sosyal ve Kültürel Çevre	Grup Arası Grup İçi Toplam	2, 870 39,297 42,167	5 70 75	,574 ,561	1,022	,411
2-Ekonomik Çevre	Grup Arası Grup İçi Toplam	,658 26,730 27,387	5 70 75	,132 ,382	,344	,884
3-Hukuki ve Politik Çevre	Grup Arası Grup İçi Toplam	1,919 33,746 35,665	5 70 75	,384 ,482	,796	,556
4-Yönetim Yapısı	Grup Arası Grup İçi Toplam	,363 47,877 48,240	5 70 75	7,270E-02 ,684	,106	,991
5-İletişim ve Koordinasyon	Grup Arası Grup İçi Toplam	1,961 48,920 50,882	5 70 75	,392 ,699	,561	,729
6-Denetim	Grup Arası Grup İçi Toplam	2,010 44,076 46,086	5 70 75	,402 ,630	,638	,671
7-Piyasaya Giriş Stratejileri	Grup Arası Grup İçi Toplam	3,664 41,707 45,371	5 70 75	,733 ,596	1,230	,304
8-Mikro Sorunlar	Grup Arası Grup İçi Toplam	2,808 40,240 43,049	5 70 75	,562 ,575	,977	,438
9-Makro Sorunlar	Grup Arası Grup İçi Toplam	5,052 50,636 55,689	5 70 75	1,010 ,723	1,397	,236

2. Kadın Girişimcilere Ait Girişimlerdeki Çalışan Sayısı Yönünden Karşılaştıkları Sorunların Üstesinden Gelebilmeleri Durumları

Tablo 3.28’de görüleceği gibi sadece ekonomik çevrenin, kadın girişimcilere ait girişimlerdeki çalışan sayısı yönünden karşılaştıkları sorunların üstesinden gelebilmelerinde sadece %90 güven aralığında anlamlı sayılabilecek etkisi olduğu yönünde istatistiksel farklar ortaya çıkmıştır. Başka bir anlatımla istatistiksel verilere göre; sadece ekonomik çevrenin, kadın girişimcilere ait girişimlerdeki çalışan sayısının sorunlarla başa çıkma süreçlerinde etkili olduğu anlaşılmaktadır. Çünkü varyans analizi sonucu elde edilen diğer değişkenlerin anlamlılık düzeyleri 0’ın çok üzerindedir.

Tablo 3.28. Kadın Girişimcilere Ait Girişimlerde Çalışan Sayısı Yönünden Tek Yönlü Varyans Analizi

DEĞİŞKENLER	Değişim Kaynağı	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F Değerleri	Anlamlılık Düzeyi
1-Sosyal ve Kültürel Çevre	Grup Arası	,723	3	,241	,418	,740
	Grup İçi	41,444	72	,576		
	Toplam	42,167	75			
2-Ekonomik Çevre	Grup Arası	2,351	3	,784	2,254	,089
	Grup İçi	25,036	72	,348		
	Toplam	27,387	75			
3-Hukuki ve Politik Çevre	Grup Arası	,369	3	,123	,251	,860
	Grup İçi	35,296	72	,490		
	Toplam	35,665	75			
4-Yönetim Yapısı	Grup Arası	,489	3	,163	,246	,864
	Grup İçi	47,751	72	,663		
	Toplam	48,240	75			
5-İletişim ve Koordinasyon	Grup Arası	,755	3	,252	,362	,781
	Grup İçi	50,126	72	,696		
	Toplam	50,882	75			
6-Denetim	Grup Arası	2,512	3	,837	1,384	,255
	Grup İçi	43,574	72	,605		
	Toplam	46,086	75			
7-Piyasaya Giriş Stratejileri	Grup Arası	1,737	3	,579	,956	,419
	Grup İçi	43,634	72	,606		
	Toplam	45,371	75			
8-Mikro Sorunlar	Grup Arası	2,775	3	,925	1,654	,185
	Grup İçi	40,274	72	,559		
	Toplam	43,049	75			
9-Makro Sorunlar	Grup Arası	3,708	3	1,239	1,712	,172
	Grup İçi	51,980	72	,722		
	Toplam	55,689	75			

3. Kadın Girişimcilerin Medeni Durumları Yönünden Karşılaştıkları Sorunların Üstesinden Gelebilmeleri Durumları

Tablo 3.29’da “Medeni durum” kontrol değişkeni bakımından sadece kadın girişimcilerin karşılaştıkları hukuki- politik çevre (p değeri=,028< 0,05) ve denetimle (p değeri=,025< 0,05) ilgili sorunlar arasında anlamlı farklılıklar görülmektedir. Başka bir anlatımla, araştırmada yer alan söz konusu kadın girişimcilerin evli olup olmamalarının, girişimcilik sürecinde karşılaşmış oldukları hukuki- politik çevre ve denetimle ilgili sorunlarla başa çıkmalarında istatistiksel verilere göre anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. İstatistiksel verilere göre hukuki- politik çevre ile ilgili bu farklılığı yaratan evli olan kadın girişimcilerdir. Tabloyu incelediğimizde evli olan kadın girişimcilerin daha yüksek ortalamalara sahip oldukları için bu farklılığı yarattıkları görülmektedir. Ancak denetimle ilgili bu farklılığı yaratan grup evli olmayan kadın girişimcilerden oluşmaktadır. Kadın girişimcilerin medeni durumlarının karşılaştıkları diğer sorunlarla başa çıkmalarında etkili olmadıkları, T testi sonucu elde edilen p değerlerinin yüksek çıkmasından anlaşılmaktadır.

Tablo 3.29. Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunları Çözmede Medeni Durumlarının Etkisinin T-Testi İle Analizi

KADIN GİRİŞİMCİLERİN KARŞILAŞTIKLARI SORUNLAR	Evli		Evli Değil		T-TESTİ SONUÇLARI	
	Ort.	S.Sapma	Ort.	S.Sapma	t-değeri	p-değeri
1-Sosyal ve Kültürel Çevre	3,6389	,7223	3,6538	,9045	,065	,948
2-Ekonomik Çevre	3,1402	,6122	3,2692	,5755	,698	,487
3-Hukuki ve Politik Çevre	3,5365	,6414	3,0769	,8105	-2,246	,028
4-Yönetim Yapısı	3,6159	,8209	3,5231	,7282	-,378	,707
5-İletişimve Koordinasyon	3,2804	,8059	3,3590	,9375	,311	,757
6-Denetim	2,5185	,7568	3,0513	,7917	2,294	,025
7-PiyasayaGiriş Stratejileri	3,8611	,7293	3,7692	1,0127	-,386	,701
8-Mikro Sorunlar	3,3016	,7542	3,2500	,8036	-,222	,825
9-Makro Sorunlar	4,2857	,8206	4,0256	1,0494	-,991	,325
10-Örgütlü Olma	2,9921	,6123	3,0385	,7763	,237	,813

4. Kadın Girişimcilerin Çocuk Sahibi Olma Yönünden Karşılaştıkları Sorunların Üstesinden Gelebilmeleri Durumları

Tablo 3.30’da “Çocuk Sahibi Olma” kontrol değişkeni bakımından sadece kadın girişimcilerin karşılaştıkları hukuki- politik çevre %95 güven aralığında (,045), iletişim-koordinasyon (,076) ve denetimle (,073) ilgili sorunlar arasında %90 güven aralığında anlamlı farklılıklar görülmektedir. Başka bir anlatımla, araştırmada yer alan söz konusu kadın girişimcilerin çocuk sahibi olup olmamalarının, hukuki- politik çevre, iletişim-koordinasyon ve denetim unsurlarının etkisiyle girişimcilik sürecinde karşılaştıkları sorunlarla başa çıkabileceklerini yönünde istatistiksel verilere göre anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. İstatistiksel verilere göre hukuki- politik çevre ile ilgili bu farklılığı yaratan çocuğu olan kadın girişimcilerdir. Tabloyu incelediğimizde çocuğu olan kadın girişimcilerin daha yüksek ortalamalara sahip oldukları için bu farklılığı yarattıkları görülmektedir. İletişim-koordinasyon ve denetimle ilgili bu farklılığı yaratan grup ise çocuğu olmayan kadın girişimcilerden oluşmaktadır. Kadın girişimcilerin çocuk sahibi olmalarının karşılaştıkları diğer sorunlarla başa çıkmalarında etkili olmadıkları, T testi sonucu elde edilen p değerlerinin yüksek çıkmasından anlaşılmaktadır.

Tablo 3.30. Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunları Çözmede Çocuk Sahibi Olmalarının Etkisinin T-Testi İle Analizi

KADIN GİRİŞİMCİLERİN KARŞILAŞTIKLARI SORUNLAR	Çocuğu Var		Çocuğu Yok		T-TESTİ SONUÇLARI	
	Ort.	S.Sapma	Ort.	S.Sapma	t-değeri	p-değeri
1-Sosyal ve Kültürel Çevre	3,6774	,7388	3,6250	,3273	,197	,844
2-Ekonomik Çevre	3,1290	,6129	3,2708	,6543	-,612	,543
3-Hukuki ve Politik Çevre	3,5742	,6663	3,0750	,5007	2,041	,045
4-Yönetim Yapısı	3,6290	,8367	3,5250	,3991	,345	,731
5-İletişimve Koordinasyon	3,2419	,8279	3,7917	,6652	-1,801	,076
6-Denetim	2,5054	,7700	3,0417	,8986	-1,820	,073
7-PiyasayaGiriş Stratejileri	3,8105	,8392	4,1250	,3536	-1,043	,301
8-Mikro Sorunlar	3,2823	,7702	3,4063	,3765	-,446	,657
9-Makro Sorunlar	4,2527	,8335	4,5417	,5020	-,955	,343
10-Örgütlü Olma	2,9516	,6447	3,3125	,5939	-1,502	,138

5. Kadın Girişimcilerin Girişimcilik Eğitimi Almaları Yönünden Karşılaştıkları Sorunların Üstesinden Gelebileme Durumları

Tablo 3.31’de “Girişimcilik Eğitimi Alma” kontrol değişkeni bakımından kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunlar arasında anlamlı farklılıklar görülmemektedir. Kadın girişimcilerin girişimcilik eğitimi almalarının karşılaştıkları sorunlarla başa çıkmalarında etkili olmadıkları, T testi sonucu elde edilen p değerlerinin yüksek çıkmasından anlaşılmaktadır.

Tablo 3.31 Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunları Çözmede Girişimcilik Eğitimi Almalarının Etkisinin T-Testi İle Analizi

KADIN GİRİŞİMCİLERİN KARŞILAŞTIKLARI SORUNLAR	Girişimcilik Eğitimi almış		Girişimcilik Eğitimi almamış		T-TESTİ SONUÇLARI	
	Ort.	S.Sapma	Ort.	S.Sapma	t-değeri	p-değeri
1-Sosyal ve Kültürel Çevre	3,6306	,7874	3,7222	,3841	-,342	,733
2-Ekonomik Çevre	3,1567	,5917	3,2037	,7302	-,218	,828
3-Hukuki ve Politik Çevre	3,4507	,7121	3,5111	,5207	-,245	,807
4-Yönetim Yapısı	3,5970	,8272	3,6222	,6200	-,088	,930
5-İletişim ve Koordinasyon	3,2637	,8499	3,5185	,5800	-,870	,387
6-Denetim	2,6070	,8081	2,6296	,6111	-,081	,936
7-PiyasayaGiriş Stratejileri	3,8134	,8146	4,0833	,3536	-,977	,332
8-Mikro Sorunlar	3,2985	,7873	3,2500	,5134	,179	,858
9-Makro Sorunlar	4,2189	,9000	4,4074	,4938	-,614	,541
10-Örgütlü Olma	2,9701	,6506	3,2222	,5069	-1,115	,268

H) HİPOTEZLER VE ANALİZ SONUÇLARI

KAGİDER üyesi kadın girişimcilere uygulanan ankete bağlı olarak elde edilen bulgular istatistikî programlar yardımıyla değerlendirilmiştir. Tablo 3.32’de bu değerlendirmeler ışığında çalışmada oluşturulan hipotezlerin desteklenip desteklenmediği açıkça görülmektedir. Birinci hipotezimiz olan **H1** hipotezi, çevresel özelliklerin, kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunları aşmada belirleyici bir etkiye sahip olduğunu iddia etmektedir. Ancak anket sorularımız çevresel belirleyicileri üç ana bölümde incelemiştir. Bu nedenle H1 hipotezi de üç alt hipoteze ayrılmıştır. Sosyal ve kültürel çevre ile ilgili özelliklerin, kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunları aşmada belirleyici bir etkiye sahip

olduğunu iddia eden **H1a hipotezinin**, genel, mikro, makro sorunlar ve piyasaya giriş stratejileri yönünden desteklendiği görülmektedir. Ekonomik çevre ile ilgili özelliklerin, kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunları aşmada belirleyici bir etkiye sahip olduğunu iddia eden **H1b hipotezinin**, sadece makro sorunlar yönünden desteklendiği görülmektedir. Hukuki ve Politik çevre ile ilgili özelliklerin, kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunları aşmada belirleyici bir etkiye sahip olduğunu iddia eden **H1c hipotezinin** de sadece piyasaya giriş stratejileri yönünden desteklendiği görülmektedir.

Çalışmamızın ikinci hipotezi olan **H2** hipotezi KAGİDER yönetiminin, örgütsel özelliklerinin, kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunları aşmada belirleyici bir etkiye sahip olduğunu iddia etmektedir. Anket sorularımızda KAGİDER yönetiminin örgütsel özellikleri de üç ana bölümde incelenmiştir. Bu nedenle H2 hipotezi de üç alt hipoteze ayrılmıştır. Bu bağlamda bakıldığında, KAGİDER yönetiminin iletişim ve koordinasyon yönü ile ilgili örgütsel özelliklerinin, kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunları aşmada belirleyici bir etkiye sahip olduğunu iddia eden **H2a hipotezinin**, sadece mikro sorunlar yönünden desteklendiği görülmektedir. KAGİDER yönetiminin, denetim yönü ile ilgili örgütsel özelliklerinin, kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunları aşmada belirleyici bir etkiye sahip olduğunu iddia eden **H2b hipotezinin**, genel (mikro, makro sorunlar ve piyasaya giriş stratejilerin hepsi birlikte)sorunlar, piyasaya giriş stratejileri ve mikro sorunlar yönünden desteklendiği görülmektedir. KAGİDER yönetiminin, yönetim yapısı ile ilgili özellikleri, kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunları aşmada belirleyici bir etkiye sahip olduğunu iddia eden **H2c hipotezinin** de genel (mikro, makro sorunlar ve piyasaya giriş stratejilerin hepsi birlikte)sorunlar ve mikro sorunlar yönünden desteklendiği görülmektedir. .

Çalışmamızın üçüncü ve son hipotezi, Kadın girişimcilerin örgütlenmiş olmalarının, girişimcilik sürecinde karşılaştıkları sorunlarla baş etmede etkili olduğunu iddia eden H3 hipotezidir. **H3** hipotezi, genel (mikro, makro sorunlar ve piyasaya giriş stratejilerin hepsi birlikte), mikro, makro sorunlar ve piyasaya giriş stratejileri yönünden desteklenmiştir.

Tablo 3.32. Hipotezler ve Analiz Sonuçları

Hipotezler	Analiz Sonucu
H1: Çevresel özellikler, kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunları aşmada belirleyici bir etkiye sahiptir.	
H1a: Sosyal ve kültürel çevre ile ilgili özellikler, kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunları aşmada belirleyici bir etkiye sahiptir.	Genel, mikro, makro sorunlar ve piyasaya giriş stratejileri yönünden desteklenmiştir.
H1b: Ekonomik çevre ile ilgili özellikler, kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunları aşmada belirleyici bir etkiye sahiptir.	Makro sorunlar yönünden desteklenmiştir.
H1c: Hukuki ve Politik çevre ile ilgili özellikler, kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunları aşmada belirleyici bir etkiye sahiptir.	Piyasaya giriş stratejileri yönünden desteklenmiştir.
H2: KAGİDER yönetiminin, örgütsel özellikleri, kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunları aşmada belirleyici bir etkiye sahiptir.	
H2a: KAGİDER yönetiminin, iletişim ve koordinasyon yönü ile ilgili örgütsel özellikleri, kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunları aşmada belirleyici bir etkiye sahiptir.	Mikro sorunlar yönünden desteklenmiştir.
H2b: KAGİDER yönetiminin, denetim yönü ile ilgili örgütsel özellikleri, kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunları aşmada belirleyici bir etkiye sahiptir.	Genel ve mikro sorunlar ile piyasaya giriş stratejileri yönünden desteklenmiştir.
H2c: KAGİDER yönetiminin, yönetim yapısı ile ilgili özellikleri, kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunları aşmada belirleyici bir etkiye sahiptir.	Genel ve mikro sorunlar yönünden desteklenmiştir.
H3: Kadın girişimcilerin örgütlenmiş olmaları girişimcilik sürecinde karşılaştıkları sorunlarla baş etmede etkilidir.	Genel, mikro, makro sorunlar ve piyasaya giriş stratejileri yönünden desteklenmiştir.

DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Girişimci, risk alarak yenilik yapan veya gelişme gösteren kişi olarak tanımlanmaktadır. Dolayısıyla girişimci, yeni kaynaklarla, yeni teknolojilerle toplumu tanıştırmaktadır. Bu sayede daha önce kullanılmayan ya da daha az kullanılan kaynaklar ekonomiye kazandırılmakta ve üretimde artış meydana getirilmektedir. Yeni açılan bir işletme ya da yeniden yapılandırılan bir işletme ülke istihdam hacmini artırarak iktisadi kalkınmayı hızlandırmaktadır. İşsizliğin ve yoksulluğun giderek arttığı günümüz koşullarında nüfusun önemli bir bölümünü oluşturan kadınların da ülke ekonomisine katılmalarını sağlamak gerekmektedir.

Özellikle bilgi toplumunda kadının kendine özgü özellikleri nedeni ile işgücü piyasasında yerini alması önem taşımaktadır. Ancak bir takım nedenlerden dolayı kadınlar bu piyasada yer bulamamakta ya da girişimci niteliklerini ortaya çıkaramamaktadırlar. Oysa kadın girişimciliğinin eksikliği sadece kadının ekonomik statüsünü değil, toplumun ekonomik kalkınmasını da olumsuz yönde etkilemektedir. Girişimci kadınların sayıca artmasının, istihdam yaratmak, bireysel ve toplumsal refahı artırmak gibi topluma ve ekonomiye yarar sağlayan etkileri bulunmaktadır.

Dolayısıyla kadın girişimcilerin özelliklerini, karşılaştıkları güçlükleri, çalışma koşullarını, yönetim biçimlerini, işlerini kurma ve geliştirme biçimlerini ve destek beklentilerini ortaya koyan geniş çaplı araştırmalara gereksinim duyulmaktadır. Literatürde kadın girişimcilerin girişimcilik sürecinde karşılaştıkları sorunları (mikro,makro sorunlar ve piyasaya giriş stratejileri), çevresel etkileri, ayrıca bu süreçte onlara destek olabilecek bir örgütün yönetim uygulamalarının etkilerini araştıran bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu durum çalışmanın önemini ortaya koymaktadır. Ayrıca, kadın girişimcilik, girişimcilik literatüründe çok önemli bir araştırma alanı olarak değerlendirilmektedir.

Bu çalışmanın ana amacını KAGİDER üyesi kadın girişimcilerin girişimcilik sürecinde karşılaştıkları piyasaya giriş stratejileri, mikro ve makro sorunların çözümünde çevresel özelliklerin (sosyal ve kültürel çevre, ekonomik ve çevre, hukuki ve politik çevre), ve KAGİDER'in yönetim yapısının (örgütsel özelliklerin) etkisini belirlemek oluşturmaktadır. Ayrıca çalışma, kadın girişimcilerin girişimcilik sürecinde karşılaştıkları

sorunlarla baş etme yollarını araştırırken bu konuda KAGİDER kuruluşunun etkisini irdelemektedir.

Çalışmamızda Türkiye’de kadın girişimciliğe ilişkin bilgilere ulaşarak, kadın girişimcilere finans, örgütlenme ve girişimcilik eğitimi konusunda bu süreçte destek olabilecek kurum ve kuruluşlara yönelik bilgi verilmesi, kadınlardaki girişimcilik potansiyelinin hayata geçirilmesine katkı sağlanması düşünülmektedir. Bu temel yaklaşımdan yola çıkarak çalışmanın önemini ve diğer amaçlarını şu şekilde sıralamak mümkündür;

- Kadın girişimciliğe ilişkin yapılan/yapılacak çalışmalara katkı sağlamak,
- Kadın girişimcilerin girişimcilik sürecinde karşılaştıkları düşünülen önemli sorunların açığa çıkarılması,
- Kadın girişimcilerin girişimcilik sürecinde destek alabilecekleri kurum ve kuruluşların tespit edilmesi,
- Yapılan bu çalışmanın potansiyel kadın girişimcilere rehber olması yoluyla, kadın girişimci sayısının artmasına katkı sağlamak.

Belirtilen bu amaçlara ulaşılması için çalışmada öncelikle girişimcilik kavramı, tarihsel süreci ve temel boyutları ile ilgili bilgiler yer almıştır. Ayrıca, girişimcilik çeşitleri ve girişimciler için piyasaya giriş stratejileri de açıklanmıştır. Daha sonra kadın girişimciler, karşılaştıkları sorunlar ve karşılaşılan sorunlarla baş etme yolları üzerinde durulmuştur. Çalışmanın devamında kadın girişimciliği konusunda faaliyet gösteren kurum ve kuruluşlar hakkında bilgiler de yer almıştır. Oluşturulan bu teorik zemin üzerinde, kadın girişimcilerin girişimcilik sürecinde karşılaştıkları sorunların çözümünde, çevresel belirleyicilerin (sosyal ve kültürel çevre, ekonomik ve çevre, hukuki ve politik çevre), KAGİDER’in yönetiminin örgütsel özelliklerinin (yönetim yapısı, denetim, iletişim ve koordinasyon) ve kadın girişimcilerin örgütlenmiş olmalarının etkilerinin yer aldığı işleyiş çizelgesi geliştirilmiştir. Bu işleyişi test etmek için hipotezler geliştirilmiştir. Bu hipotezlerle kadın girişimcilerin girişimcilik sürecinde karşılaştıkları sorunların (mikro,makro sorunlar ve piyasaya giriş stratejileri) çözümünde, çevresel belirleyiciler ve

bu süreçte onlara destek olabilecek bir örgüt olan KAGİDER yönetiminin uygulamalarının etkileri test edilmiştir.

Kadın girişimcilerin faaliyet gösterdikleri sosyal ve kültürel çevreye yönelik soruların cevapları incelendiğinde, bilinçli ve eğitimli Türk aile yapısının oluşturulmasının KAGİDER üyelerinin başarısını olumlu etkileyeceğine dair görüşün 4, 09'la en yüksek ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Bu görüş, kadın girişimcilerin %75'inin, toplumun kadın girişimcilere bakış açısı ve onları algılamalarının, kadının çalışma yaşamındaki konumunu etkilediğine dair düşünceleri ile desteklenmektedir. Ayrıca kadın girişimcilerin %40, 8'i, çalışma yaşamında yer alan erkek girişimcilerin baskın yapısının, kadın girişimcileri etkilemediğini düşünmektedirler. Bu durum çevresel belirleyicilerden sosyal ve kültürel çevre belirleyicilerinin kadın girişimcilerin girişimcilik sürecinde karşılaştıkları sorunlarla baş etmede etkili olduğunu göstermektedir

Kadın girişimcilerin faaliyet gösterdikleri ekonomik çevreye yönelik soruların cevapları incelendiğinde, kadın girişimcilerin çalıştıkları sektörde büyümeleri için yeni teknolojiye ihtiyaç duyduklarına dair görüşün 4, 09'la en yüksek ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Ayrıca kadın girişimcilerin %63,1'i çalıştıkları sektörde büyümek için yeterli fırsat bulunduğunu düşünmektedirler. Anketi cevaplayan kadın girişimcilerin %54'ü, pazardaki erkek rakiplerin artış hızının yüksekliğinin kadın girişimcileri olumsuz etkilemediğini düşünmektedir. Yine kadın girişimcilerin %44,7'si son üç yıldır pazarda erkek rakiplerle yoğun (kıran kırana) rekabet yaşanmadığını, %57,9'u da son üç yıldır pazarda kadın rakiplerle yoğun (kıran kırana) rekabet yaşanmadığını belirtmektedirler. Elde edilen verilere göre kadın girişimciler bu süreçte teknolojik gelişmelere ihtiyaç duymaktadırlar. Ancak kadın ya da erkek rakiplerin onların faaliyetlerini etkilemediğini düşünmektedirler.

Kadın girişimcilerin faaliyet gösterdikleri hukuki ve politik çevreye yönelik soruların cevapları incelendiğinde, bir kadın olarak; iş, aile ve toplumsal yapı yönünden hukuki hakların bilinmesinin kadın girişimcilerin başarısını olumlu etkilediğine dair görüşün 4, 12 ile en yüksek ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Bu görüş, kadın girişimcilerin %79'u tarafından, AB'ye üyelik yolunda yapılan yasal düzenlemelerin kadın

girişimcileri olumlu yönde etkilediği görüşü ile desteklenmektedir. Ayrıca, ankete katılan kadın girişimcilerin %84,2'si, Türkiye'de siyasi yapılanmadaki erkek baskın yapının olmasının, kadın girişimcileri olumsuz olarak etkilediğini düşünmektedir. Ancak, kadın girişimcilerin %79'u çalıştıkları sektöre ait yasal düzenlemelerin, kadın girişimcilerin başarısını olumsuz etkilemediğini düşünmektedir. Ve yine kadın girişimcilerin %50'si, kredi kuruluşlarının kadın girişimcilere negatif ayrımcılık yapmasının kadın girişimcileri olumsuz olarak etkilemediğini düşünmektedirler. Yapılan yasal düzenlemelerin kadın girişimcilerin faaliyetlerini olumlu yönde etkilediklerini söylemek mümkündür.

Kadın girişimcilere KAGİDER'in yönetim yapısına yönelik soruların cevapları incelendiğinde, KAGİDER'in değer yargılarında katılımcılığın esas olduğuna dair görüşün 3,84'le en yüksek ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Bu durum dernek yönetiminin karar almada dernek üyelerinin görüşüne başvurduğunu göstermektedir. Ayrıca dernek üyelerinin yaklaşık %67'si, dernek yönetiminin üyelerinin fikir ve önerilerini dikkate aldığı, üyeler arası çalışma ve işbirliğini teşvik ettiği ve yenilik getirici projelere gerekli imkân ve destek verdiği görüşüne katılmaktadırlar. Dernek üyelerinin ancak %44.7'si, dernek yönetiminin üyelerinin beklenti ve tercihlerini rutin olarak izlediği görüşünde birleşmektedirler. Veriler değerlendirildiğinde KAGİDER yönetiminin, üyelerini faaliyetleri süresince desteklediğini ifade edebiliriz.

KAGİDER yönetiminin iletişim ve koordinasyon bağlantılarını ölçmeye yönelik soruların cevapları incelendiğinde, KAGİDER üyelerinin kendi aralarındaki iletişimin kalitesi ve sıklığının çok yüksek olduğuna dair görüşün 3,49'la en yüksek ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Ayrıca dernek üyelerinin %50'si dernek yönetimi ile dernek üyeleri arasındaki iletişimin kalitesi ve sıklığının çok yüksek olduğunu düşünmektedirler. Ancak sadece dernek üyelerinin %27'sinin, KAGİDER üyelerinin KAGİDER üyesi olmayan sektördeki diğer rakipleriyle iletişim kalitelerinin çok yüksek olduğunu düşündükleri görülmektedir. Bu durum KAGİDER üyelerinin kendi aralarındaki iletişimin kalitesinin ve sıklığının çok yüksek olduğunu, ancak sektördeki KAGİDER üyesi olmayan diğer rakipleriyle iletişim kalitelerinin ve sıklığının çok yüksek olmadığını göstermektedir. Girişimcilik sürecinde iletişim ağlarının güçlü olması önem taşımaktadır.

Bilgi alış verişinin yüksek olması sorunlarla baş etmede önemli bir göstergedir. KAGİDER yönetiminin üyeleri arasında güçlü bir iletişimin olması oldukça önemlidir.

Kadın girişimcilere KAGİDER yönetiminin denetim uygulamalarına yönelik sorulan soruların cevapları incelendiğinde, yönetimin KAGİDER üyelerinin üyeliklerinin başlamasında ve devamında uymak zorunda oldukları pek çok politika ve prosedürü izlediğine dair görüşün 2.99'la en yüksek ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Ancak ankete katılan kadın girişimcilerin yaklaşık %63'ü, üyelerin KAGİDER yönetimi tarafından çok sıkı bir biçimde kontrol edilmediğini ve üyelerin girişimlerinin gidişatıyla ilgili olarak yönetime yılda birkaç kez yazılı rapor sunmalarının zorunlu olmadığı görüşünde birleştikleri görülmektedir. Bu veriler bize KAGİDER yönetiminin üyelerini politika ve prosedürler ile sıkmadığını, çalışmalarında üyelerini özgür bıraktığını göstermektedir.

Kadın girişimcilere, girişimcilik sürecinde karşılaştıkları önemli sorunlardan birisi olan piyasaya giriş stratejileriyle ilgili sorulan soruların cevapları incelendiğinde, yeni bir girişim kurularak piyasaya girilmesi konusunda KAGİDER'in verdiği desteğin, kadın girişimcilerin başarısını olumlu etkilediğine dair görüşün 3.97 ile en yüksek ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Bu görüşü %80.3 ile bir işletmenin isim ya da işletme hakkının kullanılarak piyasaya girilmesi konusunda KAGİDER'in verdiği desteğin, kadın girişimcilerin başarısını olumlu etkilediği görüşü izlemektedir. Yine bu görüşü %72.3 ile var olan bir işletmenin satın alınarak piyasaya girilmesi ve var olan bir işletmeye ortak olunarak piyasaya girilmesi konusunda KAGİDER'in verdiği desteğin, kadın girişimcilerin başarısını olumlu etkilediği görüşü takip etmektedir. Elde edilen verilere göre piyasaya giriş stratejilerinin tümünde KAGİDER'in verdiği desteğin önemli olduğunu ifade etmek mümkündür.

Kadın girişimcilere, mikro sorunlara yönelik sorulan soruların cevapları incelendiğinde, aile desteğinin artmasının güvensizliğin aşılmasında etkin bir role sahip olduğuna dair görüşün 4, 14'le en yüksek ortalamaya sahip olduğunu söylemek mümkündür. Yine bu görüş, ankete katılan dernek üyesi kadın girişimcilerin yaklaşık %72'si tarafından, Türk aile yapısında kadına yüklenen rolün girişimci olmalarına engel teşkil etmesinin, kadın girişimcileri olumsuz olarak etkilediğine dair görüş ile

desteklenmektedir. Ankete katılanların yaklaşık %55'i KAGİDER'in potansiyel kadın girişimcilerin girişimlerinin oluşumu aşamasında ihtiyaç duydukları tüm profesyonel destek için yeterli olmadığı konusunda görüş bildirmişlerdir. Ayrıca, ankete katılanların yaklaşık %51'inin, kadın girişimci olmanın cinsiyet ayrımcılığı yönünden girişimin başarısını olumsuz etkilemediği konusunda birleştikleri görülmektedir.

Kadın girişimcilere makro sorunlara yönelik soruların cevapları incelendiğinde, kredi kuruluşlarının KAGİDER üyesi kadın girişimcilere desteklerinin artırılmasının kadın girişimcilerin başarısını olumlu etkilediğine dair görüşün 4, 39'la en yüksek ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Ankete katılan dernek üyesi kadın girişimcilerin yaklaşık %96'sı, KAGİDER üyeleri arasındaki işbirliğinin, fırsatların değerlendirilmesi için önem taşıdığını düşünmektedirler. Yine anket katılımcılarının yaklaşık %92'sinin kadın girişimcilerin örgütlenmelerinin, sorunların çözümüne katkı sağladığı konusunda görüş bildirdikleri görülmektedir. Katılımcıların yaklaşık %88'i, KAGİDER'in üyelerine girişimcilik eğitimi olanaklarını sunmasının, üyelerinin başarısını olumlu etkilediğini düşünmektedirler. Ancak ankete katılan kadın girişimcilerin %75'i, Türkiye'de kadın girişimcilerin örgütlenme düzeyinin yetersiz olduğuna dair görüş bildirmektedirler.

Çalışmamızda oluşturulan hipotezlerle öncelikle KAGİDER üyesi kadın girişimcilerin girişimcilik sürecinde karşılaştıkları piyasaya giriş stratejileri, mikro ve makro sorunların çözümünde, KAGİDER'in yönetim yapısının (örgütsel özelliklerin) ve çevresel özelliklerin (sosyal ve kültürel çevre, ekonomik ve çevre, hukuki ve politik çevre) ikinci olarak da örgütlü olmalarının etkisi test edilmiştir. Birinci hipotezimiz olan **H1** hipotezi çevresel özelliklerin, kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunları aşmada belirleyici bir etkiye sahip olduğunu iddia etmektedir. Ancak anket sorularımız çevresel belirleyicileri üç ana bölümde incelemiştir. Bu nedenle H1 hipotezi de üç alt hipoteze ayrılmıştır. Sosyal ve kültürel çevre ile ilgili özelliklerin, kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunları aşmada belirleyici bir etkiye sahip olduğunu iddia eden **H1a hipotezinin**, genel (mikro, makro sorunlar ve piyasaya giriş stratejilerin hepsi birlikte), mikro, makro sorunlar ve piyasaya giriş stratejileri yönünden desteklendiği görülmektedir. Bu bağlamda, bilinçli

ve eğitimli Türk aile yapısının oluşturulması ve toplumun kadın girişimcilere bakış açısı ve onları algılamaları karşılaştıkları sorunlarla başetmede etkilidir. Ekonomik çevre ile ilgili özelliklerin, kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunları aşmada belirleyici bir etkiye sahip olduğunu iddia eden **H1b hipotezinin**, sadece makro sorunlar yönünden desteklendiği görülmektedir. Makro sorunlarla (KAGİDER'in üyelerine girişimcilik eğitimi olanaklarını sunması, üyeleri arasında işbirliği sağlaması, kredi kuruluşlarının KAGİDER üyesi kadın girişimcilere desteklerini artırması ve kadın girişimcilerin örgütlenmeleri) başetmede ekonomik çevre belirleyicileri etkilidir. Hukuki ve Politik çevre ile ilgili özelliklerin, kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunları aşmada belirleyici bir etkiye sahip olduğunu iddia eden **H1c hipotezinin** de sadece piyasaya giriş stratejileri yönünden desteklendiği görülmektedir. Bu durum, kadın girişimcilerin piyasaya giriş stratejileriyle ilgili karşılaştıkları sorunların çözümünde hukuki ve politik düzenlemelerin etkili olduğunu vurgulamaktadır.

Çalışmamızın ikinci hipotezi olan **H2** hipotezi, KAGİDER yönetiminin örgütsel özelliklerinin, kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunları aşmada belirleyici bir etkiye sahip olduğunu iddia etmektedir. Anket sorularımızda KAGİDER yönetiminin örgütsel özellikleri de üç ana bölümde incelenmiştir. Bu nedenle H2 hipotezi de üç alt hipoteze ayrılmıştır. Bu bağlamda bakıldığında, KAGİDER yönetiminin iletişim ve koordinasyon yönü ile ilgili örgütsel özelliklerinin, kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunları aşmada belirleyici bir etkiye sahip olduğunu iddia eden **H2a hipotezinin**, sadece mikro sorunlar yönünden desteklendiği görülmektedir. Bu sonuç kadın girişimcilerin toplumsal bakış açısından kaynaklanan sorunların çözümünde KAGİDER yönetiminin, iletişim ve koordinasyon yönü ile ilgili örgütsel özelliklerinin etkili olduğunu göstermektedir. KAGİDER yönetiminin, denetim yönü ile ilgili örgütsel özelliklerinin, kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunları aşmada belirleyici bir etkiye sahip olduğunu iddia eden **H2b hipotezinin**, genel (mikro, makro sorunlar ve piyasaya giriş stratejilerin hepsi birlikte)sorunlar, piyasaya giriş stratejileri ve mikro sorunlar yönünden desteklendiği görülmektedir. KAGİDER yönetiminin, yönetim yapısı ile ilgili özellikleri, kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunları aşmada belirleyici bir etkiye sahip olduğunu iddia

eden **H2c hipotezinin** de genel (mikro, makro sorunlar ve piyasaya giriş stratejilerin hepsi birlikte) sorunlar ve mikro sorunlar yönünden desteklendiği görülmektedir.

Çalışmamızın üçüncü ve son hipotezi, Kadın girişimcilerin örgütlenmiş olmalarının, girişimcilik sürecinde karşılaştıkları sorunlarla baş etmede etkili olduğunu iddia eden H3 hipotezidir. **H3** hipotezi, genel (mikro, makro sorunlar ve piyasaya giriş stratejilerin hepsi birlikte), mikro, makro sorunlar ve piyasaya giriş stratejileri yönünden desteklenmiştir.

Kontrol değişkenleri yönünden de kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunlarla baş etme yönünden istatistiksel olarak bazı anlamlı farklılıkların sergilendiği görülmektedir. Burada elde ettiğimiz sonuçları yine kısaca ifade edelim. Kadın girişimcilere ait girişimlerin farklı sektörlerde olması, kadın girişimcilerin sorunlarla başa çıkmalarında etkili değildir. Bu anlamda inşaat sektöründe çalışmakla, turizm sektöründe çalışmak bir farklılık yaratmamaktadır diyebiliriz. Çalışan sayısı yönünden incelendiğinde, sadece ekonomik çevre ile ilgili özellikler, kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunlarla baş etmelerinde %90 güven aralığında etkilidir. Ekonomik çevrenin bu etkisini şu şekilde açıklayabiliriz; kadın girişimciler, çalıştıkları sektörde büyümeleri için yeterli fırsatların olduğunu ve erkek ya da kadın rakiplerinin karşılaştıkları sorunlarla ilgisi olmadığını düşünmektedirler. Kadın girişimcilerin medeni durumlarının karşılaştıkları sorunların çözümünde etkisine bakıldığında iki açıdan farklılık görülmektedir. Bunlardan ilki, evli olan kadınların karşılaştıkları sorunların çözümünde sadece hukuki-politik çevrenin etkili olduğudur. Yada farklı bir ifadeyle, evli olan kadın girişimciler, çalıştıkları sektörle ilgili yapılan yasal düzenlemeleri ve kadın olarak hukuki haklarını bilinçli olarak kullanarak sorunların üstesinden gelebileceklerini düşünmektedirler. Evli olmayan kadın girişimciler ise karşılaştıkları sorunlarda üyesi oldukları KAGİDER yönetiminin denetim uygulamalarının katkısıyla, karşılaştıkları sorunlarla baş edebileceklerini düşünmektedirler. Başka bir sonuca göre, istatistiksel verilere göre kadın girişimciler hukuki- politik çevre ile ilgili özelliklerden yararlanarak, karşılaştıkları sorunlarla baş edebileceklerini düşünmektedirler. Çocuğu olmayan kadın girişimciler ise, KAGİDER yönetiminin iletişim-koordinasyon ve denetimle ilgili uygulamalarından destek alarak karşılaştıkları sorunlarla baş edebileceklerini düşünmektedirler. Başka bir anlatımla, çocuğu olmayan kadın

girişimcilerin gerek KAGİDER üyeleri kendi aralarında, gerek KAGİDER yönetimi ile aralarında, ya da sektördeki rakipleriyle güçlü bir iletişim ağı oluşturarak, karşılaştıkları sorunlarla baş edebileceklerini ifade etmişlerdir. İstatistiki verilere göre elde edilen bir diğer sonuç da, kadın girişimcilerin girişimcilik eğitimi almalarının karşılaştıkları sorunların çözümünde etkili olmadığıdır. Ancak bu durum teoride ifade edilen duruma tezat oluşturmaktadır. Aslında istatistiki verilere göre böyle bir sonucun alınması şaşırtıcı değildir. Çünkü bizim anketi uyguladığımız kadın girişimcilerin büyük bir bölümü oldukça iyi eğitim almış kadın girişimcilerden oluşmaktadır. Dolayısıyla almış oldukları bu eğitimi çalışma yaşamına entegre edebilme yeteneklerini ya da aileden bu girişimcilik eğitimini almış olabilecekleri gerçeğini gözden kaçırmamak gerekmektedir.

Çalışmada öne çıkan en önemli hususlardan biri kadın girişimcilerin girişimcilik sürecinde karşılaştıkları sorunlarla baş etmelerinde çevresel özelliklerin ve örgütlü olmanın etkisinin öneminin ortaya konulmuş olmasıdır. Literatürde, kadın girişimcilerin sorunlarına yönelik olarak bu tarz bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Çalışma kadın girişimcilerin sorunlarını piyasaya giriş stratejileri ile ilgili sorunlar ile makro-mikro sorunlar adı altında üç ana bölümde incelemiştir. Kadın girişimcilerin girişimcilik sürecinde karşılaştıkları bu sorunları da çevresel özelliklerin, KAGİDER yönetim uygulamalarının ve örgütlü olmanın etkisi ışığında açıklamaya çalışmıştır. Çalışma çevresel özellikleri sosyal- kültürel çevre, ekonomik çevre ve hukuki- politik çevre başlıkları altında toplamıştır. KAGİDER yönetim uygulamaları; iletişim ve koordinasyon, denetim ve yönetim yapısı çerçevesinde değerlendirilmiştir. Örgütlü olmayı ise KAGİDER yönetim uygulamalarını örnek alarak ifade etmeye çalışmıştır. Çalışma bu tarz bir yaklaşımla, literatürde yer alan bu alandaki çalışmaların alt yapısından yola çıkarak daha zengin içerikli bir kadın girişimcilik kavram ve yapısını ortaya koymaktadır.

Diğer önemli bir husus ise, kadın girişimcilerin girişimcilik sürecinde karşılaştıkları sorunlarla baş etmelerinde çevresel özellikler ve örgütlü olma etkenlerinin doğrudan ilişkili olduğunun vurgulanmasıdır. Analizden ortaya çıkan sonuçlara bakıldığında; kadın girişimcilerin girişimcilik sürecinde karşılaştıkları sorunlarla baş etmelerinin gerek çevresel

belirleyicilere, gerekse bağılı oldukları örgütün yönetim yapısı ile ilgili belirleyicilere duyarlı olduğu söylenebilir. Bu bağlamda önemle vurgulanması gereken unsurlar;

1. Toplumun kadın girişimcilere bakış açısının olumlu yönde olması,
2. Bilinçli ve eğitimli aile yapısının oluşturulması,
3. Sektörler bazında yapılan yasal düzenlemeler kadınlara negatif ayrımcılık içermemesi,
4. Siyasi yapılanmada erkek baskın yapının, cinsler arası eşitlik yönünde değişmesinin sağlanması,
5. Kredi kuruluşlarının kadın girişimcilere yönelik pozitif ayrımcılık yapmasının sağlanması,
6. Kadın girişimcilerin kendi aralarında güçlü bir iletişim ve destek ağının oluşturulması.

Kadın girişimcilerin toplumda kabulünün sağlanmasının, sorunlarla baş etmelerinde en önemli destek olacağı düşünülmektedir. Örgütlü olmaları ise onlara ikinci destek unsuru olarak görülmektedir. Yapılan bu öneriler geliştirilen bu modelin işlevselliğini de göstermektedir.

KAYNAKÇA

KİTAPLAR

- AKDEMİR, A., 1996, Girişimcilik Kültürü Para İle Mutlu Olunur Mu?, Kütahya.
- _____, 1999, İşletme Bilimine Giriş, Birlik Ofset, Eskişehir.
- AKMUT, Ö. vd., 2003, Girişimciler İçin İşletme Yönetimi, Ed.: Tülin Durukan, GaziKitapevi, Ankara.
- ALPUGAN, O., 1998, Küçük İşletmeler Kavramı, Kuruluşu ve Yönetimi, B:3, Özgün Matbaacılık, Ankara.
- ALTUNIŞIK, R., ÖZDEMİR, Ş. ve TORLAK, Ö. 2002, Modern Pazarlama, DeğişimYayınları, B:2, İstanbul.
- _____, Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E., 2004, Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri, Sakarya Kitabevi, Adapazarı.
- _____, Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E., 2002, Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri, Sakarya Kitabevi, Adapazarı.
- ANDERSON, A.H. Ve WOODCOCK, P., 1996, Effective Entrepreneurship, Massachusetts:Blackwell.
- ARIKAN, S., 2002, Girişimcilik Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular, Siyasal Kitabevi, Ankara.
- AUDRETSCH, D.B., 2002, Entrepreneurship: A Survey of The Literature, Entreprise Directorate-General European Commission, Institute for Development Strategies, Indiana University&Centre for Economic Policy Research (CEPR), London.
- AYTAÇ, S., 1997, Çalışma Yaşamında Kariyer, Epsilon Yayıncılık, İstanbul.
- BARNET, R. ve CAVANAGH, J., 1996, Küresel Düşler İmparator Şirketler ve Yeni Dünya Düzeni, Çev: Gülden Şen, Sabah Kitapları, İstanbul.

- BAŞ, T., 2001, Anket, Anket Nasıl Hazırlanır, Uygulanır, Değerlendirilir?, Seçkin Kitapevi, Ankara.
- BAYRAKLI, H.H., vd., 2004, Yatırımların Teşviki ve İstihdamın Artırılması (Uşak İlinin Konumu), Afyon Kocatepe Üniversitesi Uşak İ.İ.B.F ve USİAD Yayını, Uyum Ajans, Ankara.
- BEAVER, G., 2002, Small Business Entrepreneurship and Enterprise Development, Prentice Hall, London.
- BHAVE, M.P., 1994, A Process Model of Entrepreneurial Venture Creation, Journal of Business Venturing, Vol:9.
- BIÇAKCI U., 2001, Paradigma ve Yaşam Kalitesi, Sistem Yayıncılık, İstanbul.
- BIRCH, D.L., 1979, The Job Creatin Process, US Department of Commerce: Washington DC.
- BIRD, B.J., 1989, Entrepreneurial Behavior, Scott, Foresman and Company, Glenview, Illinois.
- BONO, E.D., 1989, Başarı Taktikleri, Çev: Nesrin Yalçın, İlgı Yayınları, İstanbul.
- BÜYÜKÖZTÜRK, Ş., 2003, Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı, Pegem A Yayıncılık, Ankara.
- BYGRAVE, W.D., 1994, The Portable MBA in Entrepreneurship, John Wiley & Sons Inc., New York.
- CASSON, M.C., 1982, The Entrepreneur: An Economic Theory, Martin Robertson and Company Ltd, Oxford.
- CEBECİ, R., 2005, Franchising Rehberi, KOSGEB Girişimciliği Geliştirme Merkezi Yayınları, Ankara.
- CEYLAN, A., 2001, İşletmelerde Finansal Yönetim, Ekin Kitapevi, B:7, Bursa.

- CHRISTENSEN, P.S., MADSEN, O.O., ve PETERSON, R., 1994, Conceptualizing Entrepreneurial Opportunity Identification, Marketing and Entrepreneurship: Research Ideas and Opportunities, G.E. Hills, Quorum Books, Wesport.
- CHURCHILL, N. C., 1992, Research Issues in Entrepreneurship, In Section, D.L.; Kasarda, J.D., eds., The State of The Art of Entrepreneurship, PWS-KENT, Boston, MA.
- COULTER, M., 2003, Entrepreneurship in Action, Second Edition, Prentice Hall, New Jersey.
- CYERT, M.R., ve G.MARCH, 1963, A Behavioral Theory of the Firm, Printice-Hall, Englewood Cliffs.
- ÇETİN, C., 1996, Yeniden Yapılanma-Girişimcilik-KOBİ'ler ve Bunların Özendirilmesi, Der Yayınları, İstanbul.
- ÇETİNDAMAR, D., 2002, Türkiye'de Girişimcilik, TÜSİAD (Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği), İstanbul.
- ÇONKAR, M.K., 1992, Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerde Yatırım Kararı ve Yatırım Teşvikleri, BİAR & Konrad-Adenauer-Stiftung, Ankara.
- ÇONKAR, M.K. ve ESEN, A., 1999, Orta Anadolu (Konya, Kayseri, Sivas ve Tokat) Girişimcilerinin Sosyo-Ekonomik Özellikleri, İşletmecilik Anlayışları ve Beklentileri Araştırması, Konya Ticaret Odası, Konya.
- DEEMER, C. ve FREDERİCKS, N., 2006, Cam Tavan Üstünde Dans, Çev: Sinem Özer, Optimist Yayınları, İstanbul.
- DİNÇER, Ö., 1998, Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası, B:5, Beta Yayınları, İstanbul.
- DİNLER, Z., 1998, İktisada Giriş, B:4, Ekin Yayınları, Bursa.
- DOĞAN, İ., 2000, Sosyoloji Kavramlar ve Sorunlar, Sistem Yayıncılık, İstanbul.
- DOĞAN, M., 1995, İşletme Ekonomisi ve Yönetimi, Anadolu Matbaacılık, İzmir, 1995.
- DOĞRAMACI, E., 1997, Türkiye'de Kadının Dünü ve Bugünü, Türkiye İş Bankası Kültür

Yayımları, Genel Yayın No:300, Sosyal Felsefe Dizi: 31, Doğuş Matbaacılık, Ankara.

DRUCKER, P.F., 1985, Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principle, Harper Business, New York.

_____, 1993, Managing for The Future: The 1990's and Beyond, Penguin Books, U.S.A.

ECEVİT, Y., 1995, Kentsel Üretim Süreci İçinde Kadın Emeğinin Konumu ve Değışen Biçimleri, 1980'ler Türkiye'sinde Kadın Bakış Açısından Kadınlar, Der:Şirin Tekeli, İletişim Yayınları, İstanbul.

ERDOĞAN, S., ve KURT, M., 2002, Afyon İli Girişimcilik Profiline Coğrafi Bilgi Sistemleri İle Analizi", II. Bilgi Teknolojileri Kongresi, Denizli.

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

EYÜBOĞLU, D., 2004, Girişimciliğın Geliştirilmesi, MPM Yayınları, No:668, B:2, Ankara.

FİDAN Y., 2002, Girişimcilik ve Girişimci Özellikleri (Sivas Örneğı), Beta Basım, Yayım Dağıtım A.Ş., İstanbul.

GERBER, M.E., 2003, Girişimcilik Tutkusu, Çev:Tayfur Keskin, Sistem Yayıncılık, B:5, İstanbul.

GEUS, A.P.D., 1999, Öğrenme Olarak Planlama, Belirsizliğı Yönetmek, Çev: Gündüz BULUT, MESS Yayınları, İstanbul.

GOFFEE, R. ve SCASE, R., 1992, Kadınlar İş Başında Kadın Girişimcilerin Deneyimleri, Çev: Ahmet Fethi, Eti Kitapları, İstanbul.

GOLDFRE, J., 1993, Our Wildest Dreams: Women Entrepreneurs Making Money, Having Fun, Doing Good, Harper Business Publishers, New York.

GUNN, R., vd., 1993, İş Planlaması, Çev: Vedat Üner, Rota Yayınları, B: 1, İstanbul.

- GÜZELCİK, E., 1999, Küreselleşme ve İşletmelerde Değişen Kurum İmajı, Sistem Yayıncılık, İstanbul.
- GÜROL, M.A., 2000, Türkiye’de Kadın Girişimci ve Küçük İşletmesi: Fırsatlar, Sorunlar, Beklentiler ve Öneriler, Atılım Üniversitesi Yayını No:2, Ankara.
- HALLORAN, J. W., 1992, The Entrepreneur’s Guide to Starting A Successful Business, McGraw-Hill Inc., Ed.:2, New York.
- HINDLE K. ve RUSHWORTH, S., 2001“Regional Differences in Business Start-Up in Australia: Implications for Future Research and Public Policy”, Unitec and Massey University, Auckland.
- HISRICH D.R. ve PETERS, M.P., 1985, Entrepreneurship: Starting”, Developing And Managing A New Enterprise, Third Ed., Richard D. Irwin Inc.
- _____, PETERS, M.P., 2002, Entrepreneurship, Fifth Edition, McGraw-Hill Higher Education, USA.
- INTERNATIONAL LABOUR OFFICE (2000), Breaking Through The Glass Ceiling: Women In Management, Geneva: ILO.
- İRAZ, R., 2005, Yaratıcılık ve Yenilik Bağlamında GİRİŞİMCİLİK ve KOBİ’LER, Çizgi Kitapevi, Konya.
- JALBERT S.E., 2000, Women Entrepreneurs in the Global Economy, New Jersey.
- KOCH, Richard, 1997, -A’dan Z’ye- İşletme ve Finans, Dünya Yayıncılık, İstanbul.
- KSSGM, 2000, Ders Kitaplarında Cinsiyetçilik, KSSGM Yayını, Ankara.
- KURATKO, D.F. ve HODGETTS R.M., 1995, Entrepreneurship, Third Edition, The Dreyden Pres, Orlanda.
- KURATKO, D.F. ve HODGETTS R.M., 2001, Entrepreneurship A Contemporary Approach, South-Western Thomson Learning, Mason, Ohio.
- KUTANİS, R.Ö., 2006, Girişimci Kadınlar, Değişim Yayınları, İstanbul.
- KÜÇÜK O., 2005, Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi, Seçkin Yayıncılık.

- MAKRO, 1997, Çalışmaya Hazır İşgücü Olarak Kentli Kadın ve Değişimi, T.C. Başbakanlık KSSGM yayınlanmamış araştırma raporu.
- MCCLELLAND, D.C., 1961, The Achieving Society, Collier-Macmillan, New York.
- MORRIS, M.H. ve KURATKO, D.F., 2002, Corporate Entrepreneurship: Entrepreneurial Development within Organizations, Harcourt College Publishers, Orlando, Florida.
- MUCUK, İsmet, 2006, Temel İşletme Bilgileri, Türkmen Kitapevi, İstanbul.
- MÜFTÜOĞLU, T., 1991, 1990'lı Yıllarda Türkiye'de Esnaf-Sanatkâr ve Küçük Sanayi, TES-AR, Ankara.
- _____, ve DURUKAN, T., 2004, Girişimcilik ve KOBİ'ler, Gazi Kitabevi, Ankara.
- NAKİP M., 2006, Pazarlama Araştırmaları Teknikler ve (SPSS Destekli) Uygulamalar, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- NAKTİYOK, A., 2004, İç girişimcilik, Beta Yayınları, İstanbul.
- ÖZBAY, F., 1995, Kadınların Ev İçi ve Ev Dışı Uğraşlarındaki Değişme, 1980'ler Türkiye'sinde Kadın Bakış Açısından Kadınlar, Der:Şirin Tekeli, İletişim Yayınları, İstanbul.
- ÖZER P.Ö., 2007, Çeşitliliği Yeniden Düşünmek ve Çeşitliliklerin Yönetimi, Türkiye'de İşletmecilikte Yeni Perspektifler, Ed.: Mustafa Kurt ve Serkan Bayraktaroğlu, Gazi Kitapevi, Ankara.
- PINCHOT, G., 1985, Intrapreneuring, Harper and Row, New York.
- SCHUMPETER Joseph A, 1950, Capitalizm, Socializm and Democracy, Third Edition, Harper Torchbooks, New York.
- SHOW, G., Brown, R. ve Bromiley, P., 2002, "3M İş Planlamasını Nasıl Yeniden Yazıyor", Stratejik İlerlemeler, Çev: Ahmet Kardan, Mess Yayınları, İstanbul.
- STANWORTH J. ve Smith, B., 1995, Franchising, Epsilon Yayınları, İstanbul.
- SWENEY, N.R., 1989, Zirveye Tutunmanın Yolları, Çev: Yakut EREN, İstanbul.
- ŞOĞUR, M., 1993, İşletme Sistemi Olarak Franchising, Der Yayınları, İstanbul.

- TAN, M., 2000, “Eğitimde Kadın-Erkek Eşitliği ve Türkiye Gerçeği”, Kadın-Erkek Eşitliğine Doğru Yürüyüş: Eğitim, Çalışma Yaşamı ve Siyaset, TÜSİAD Yayın No: 2000-12/290, İstanbul.
- T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, 2000, Türkiye’de Kadınlara Ait Girişimlerin Desteklenmesi, Beyda Basımevi, Ankara.
- T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, 2001, Kadınlara Karşı Her Türlü Ayrımcılığın Önlenmesi Sözleşmesi ve İhtiyari Protokol, Unicef, Ankara.
- T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, 2006, Töre ve Namus Cinayetleri İle Kadınlara ve Çocuklara Yönelik Şiddetin Sebeplerinin Araştırılarak Alınması Gereken Önlemlerin Belirlenmesi Amacıyla Kurulan TBMM ARAŞTIRMA KOMİSYONU RAPORU, Can Ofset Matbaa, Ankara.
- T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, 2003, Kadın ve Çocuk Hakları Açısından Yeni Türk Medeni Kanunu, Ankara.
- T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, 2003, Pekin+5 Siyasi Deklarasyonu ve Sonuç Belgesi Pekin Deklarasyonu ve Eylem Platformu, Cem Web Ofset, Ankara.
- T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, TRİO, 1997, Kentlerde Kadınların İş Yaşamına Katılım Sorunlarının Sosyo-Ekonomik ve Kültürel Boyutları, T.C. Başbakanlık KSSGM yayınlanmamış araştırma raporu.
- T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, 2006, Toplumsal Cinsiyete Duyarlı Bütçeleme ve Kadının Statüsü Genel Müdürlüğünün Rolü, Ankara.
- TEKİN M., 1999, Girişimcilik, B:2, Damla Ofset, Konya.
- _____, 2004, Girişimcilik, B:4, Ankara.
- TIMMONS, J.A., 1994, New Venture Creation: Entrepreneurship for The 21. Century, Fourth Edition, Irwin Pres, Burr Ridge, IL.

- TOFFLER, A., 1992, Yeni Güçler Yeni Şoklar, Çev: Belkıs Dişbudak Çorakçı, Altın Kitaplar, İstanbul.
- TOP, S., 2006, Girişimcilik Keşif Süreci, Beta Yayınları, İstanbul.
- TOSUN K., 1990, İşletme Yönetimi, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayın No:226, İstanbul.
- TUTAR, H. ve KÜÇÜK, O., 2003, Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- TÜGİAD, 1993, Ekonomik Kalkınmada Girişimciliğin Önemi ve Değişen Girişimci Nitelikleri, Simge Matbaacılık, İstanbul.
- Türk Medeni Kanunu, 2002, Beta Yayınları, İstanbul.
- Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu, 2004, Avrupa Birliği'nde Girişimciliğin Geliştirilmesi "Türkiye'ye Yol Gösteren İlke, Politika ve Uygulamalar", Ankara.
- TÜSİAD (Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği), 1987, Türkiye'de Girişimcilik ile İlgili Sorunlar ve Çözümler, İstanbul.
- ÜRPER, Yılmaz vd., 2004, Girişimcilik, Editör: Yavuz ODABAŞI, Anadolu Üniversitesi Yayını No:1567, Eskişehir.
- VAN İLİ MİKRO KREDİ PROJESİ UYGULAMALARI, 2007, T.C. Van İli Mikro Kredi Proje Uygulama Merkezi.
- WICKHAM, A.P., 2001, Strategic Entrepreneurship, Second Edition, Prentice Hall, United Kingdom.
- YENİÇERİ, Ö. ve İNCE, M., 2005, Bilgi Yönetim Stratejileri ve Girişimcilik, IQ Kültür Sanat Yayıncılık, İstanbul.
- YILDIZ G. ve BALABAN, Ö., 2007, Örgütlerde Post-Modern Dönüşümler, Türkiye'de İşletmecilikte Yeni Perspektifler, Ed.: Mustafa Kurt ve Serkan Bayraktaroğlu, Gazi Kitapevi, Ankara.
- YURTSEVER ERTEKİN G. Vd., 2006, Girişimcilik, Karahan Kitapevi, Adana.

MAKALELER

- AĞCA, V., 2005b, Girişimcilik, Girişimcilik Yaklaşımları ve Girişimsel Süreç: Kavramsal Bir Çerçeve, Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi, Cilt 7, Sayı 1, s. .
- ANNA L.A., vd., 1999, Women Business Owners In Traditional and Non-Traditional Industries, *Journal of Business Venturing* 15, s. 279-303.
- ANTONCIC, B., HİSRICH, R.D. (2001), "Intrapreneurship: construct refinement and cross- cultural validation", *Journal of Business Venturing*, Vol. 16 No.5, pp.495-527.
- ARSLANTAŞ, C.C., 2001, Girişimcilikte Yaratıcılık ve Yenilik, İ.Ü. İşletme Fak.İşlt.İktisadı Enst. Yönetim Dergisi, Yıl 12, Sayı 38, s.17-23.
- ATİK, S., 2003, Kültürün Girişimciliğe Etkileri, Kara Harp Okulu Bilim Dergisi, Sayı 3, s.38-44.
- AZAP, Y., 2006, KEDV, Kadın Girişimci Yetiştiriyor, Girişim, TOSYÖV, Sayı:85, Ankara, s.24-30.
- BEDÜK, A., ALODALI, M.F.B., ve GÜNEŞ, İ., 2003, Yenilikçilik, Yaratıcılık ve Bilgi Yönetimi, KalDer Forum, Yıl: 3, Sayı: 12, s. 27-30.
- BARON, Robert A. ve Gideon D. MARKMAN, "Beyond Social Capital: How Social Skills Can Enhance Entrepreneurs Success", *Academy of Management Executive*, Vol: 14(1), 2000, s.106-116.
- BATSTONE, S. ve PHEBY, J., 1996, Entrepreneurship and Decision Making: The Contribution of G.L.S. Shackle, *International Journal of Entrepreneurial Behavior&Research*, Volume 2, No:2, s.34-51.
- BRINDLEY, C., 2005, Barriers to Women Achieving Their Entrepreneurial Potential: Women and Risk, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, Vol.11, No:2, s.144-161.

- BROCKHAUS, R.H., 1980, Psychological and Environmental Factors Which Distinguish the Successful from Unsuccessful Entrepreneur: A Longitudinal Study, *Academy of Management Review*, Vol. 5, No.2, s. 368-372.
- BRUSH, C.G., vd., 2001, From Initial Idea to Unique Advantage: The Entrepreneurial Challenge of Constructing A Resource Base, *Academy of Management Executive*, Vol.15, No.1, s.64-78.
- CARTER, S. ve ANNON, T., 1995, Kadın Girişimciler, Çev: Sadık Doğru, *Küçük İşletme Dergisi*, Sayı 4, s.25-30.
- ÇONKAR, M.K, 2005, Anadolu Girişimciliği ve Geleceği, *Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği Dergisi*, 13 (35), s.74-78.
- _____ ve Veysel AĞCA, 2005, Ekonomik Kalkınmanın Temel Dinamiği Girişimci ve Girişimcilik, *Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği Dergisi*, 13 (35), s.48-54.
- _____ ve B. İLTER, 2005, Ülke Kalkınmasında Girişimcilik ve Entelektüel Sermaye Boyutu, *İktisat ve Girişimcilik Üniversitesi Türk Dünyası İşletme Fakültesi Ülkümüz Dergisi*, Yıl:2, Sayı:3, s.193-204.
- DEMİRBİLEK, S., 2007, Cinsiyet Ayrımcılığının Sosyolojik Açından İncelenmesi, *Finans Politik &Ekonomik Yorumlar*, Yıl:44,Sayı:511, s.12-25.
- DİKBAŞ, K., 2005, Dünyaya Açılan Türk Girişimciliği, Çerçeve, *Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği Dergisi*, 13 (35), s.61-63.
- DOLU Ş., 2005, Dünün Özlemi, Bugünün Gerçeği Ortadirek Girişimcilik, *Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği Dergisi*, 13 (35), s.14-21
- DRUCKER, P.F., 1984, Our Entrepreneurial Economy, *Harvard Business Review*, January, s.59-64.
- ERGENELİ A. ve C.AKÇAMETE, 2004, Bankacılıkta Cam Tavan: Kadın ve Erkeklerin Kadın Çalışanlar ve Kadınların Üst Yönetime Yükseltilmelerine Yönelik Tutumları, *H.Ü. İ.İ.B.F.Dergisi*, Cilt 22, Sayı 2, 2004, s.85-109.

- HISRICH D.R. ve ÖZTÜRK, S.A., Women Entrepreneurs In A Developing Economy, The Journal of Management Development, Vol.18, No:2, 1999, s.114-124.
- HEILMAN E.M. ve Chen, J.J., 2003, Entrepreneurship As A Solution: The Allure Of Self-Employment For Women and Minorities, Human Resource Management Review, s. 347-364.
- _____ ve Chen, J.J., 2003, “Entrepreneurship As A Solution: The Allure Of Self-Employment For Women and Minorities”, Human Resource Management Review, s. 347-364.
- KETS DE VRIES, M.F.R., 1977, The Entrepreneurial Personality: A Person at The Crossroad, Journal of Management Studies, Vol.14, No.1, s.34-57.
- KOH, H.C, 1996, Testing Hypoheses of Entrepreneurial Characteristics: A Study of Hong Kong MBA Students, Journal of Management Psychology, Vol.11, No. 3, s.12-25.
- KUZGUN, Y., ve SEVİM, A.S., 2004, Kadınların Çalışmasına Karşı Tutum ve Dini Yönelim Arasındaki İlişki”, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi , C:37, S:1, s.14-27.
- LITTUNEN, H., 2000, Entrepreneurship and Characteristics of The Entrepreneurial Personality, International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research, Vol.6, No.2, s. 295-310.
- MINER, J.B., 1997, The Expanded Horizon for Achieving Entrepreneurial Succes, Organizational Dynamics, Vol. 25, Issues 3, s.54-68.
- MORIS M.H., ve LEVIS, P.S., 1991, Entrepreneurship As A Significant Factor in Societal Quality of Life, Journal of Business Research.
- _____ ve SEXTON, D.L., 1996, The Concept of Entrepreneurial Intensity: Implications for Company Performance, Journal of Business Research 36, s.5-13.
- ODABAŞI, Y., 2006, Değişimin ve Dönüşümün Aracı Olarak Girişimci Üniversite, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi,Cilt 1, Sayı 1, s.87-104.

- ÖZTÜRK K. ve ÖZKAY, B., 2005, 20 Soruda Küçük Girişimci Kredileri, Ekonomist Dergisi, Sayı 2005/9, s.20-26.
- POWELL, W.W., KORUT K.W. ve L.SMITH-DOERR, L., 1996, Interorganizational Collaborations and the Locus of Innovation: Networks of Learning in Biotechnology”, Administrative Science Quarterly, Vol:41, s.116-145.
- ROTTER, J.B., 1996, Generalized Expectancies for Internal Versus External Control of Reinforcement, Psychological Monographs: General and Applied, Vol. 80 (1), s.609-616.
- SALİH, Y., 2007, Anadolu'nun Dişı Kaplanları, Para Haftalık Ekonomi Dergisi, 18-24 Mart, s.23-27.
- SEXTON, D.L. ve BOWMAN, N., 1985, The Entrepreneur: A Capable Executive And More, Journal Of Business Venturing, Vol.1, Issues 1, s. 129-140.
- SUNAR, L. ve ÇOPUR, H., 2004, Peki Niye Öyleyse Girişimciler Hep Erkek, Sivil Toplum Düşünce ve Araştırma Dergisi, Yıl 2, Sayı 8, s. 34-40.
- STEVENSON, H.H., ve JARILLO, J.C., 1990, A Paradigm of Entrepreneurship: Entrepreneurial Management, Strategic Management Journal, Vol.11, No.7, s.17-27
- TEKİNAY, N.A., 2003, Dünyada Kadına Teşvik, Capital, Yıl: 11, Sayı: Şubat, s.106-110.
- THOMPSON, L., 1999, The World Of The Entrepreneur- A New Perspective, Journal Of Workplace Learning: Employee Counselling Today Volume 11.Number 6, s.209-224.
- UFUK, H. ve ÖZGEN, Ö., 2001, The Profile of Women Entrepreneurs: A Sample From Turkey, International Journal of Consumer Studies, 25 (4), s. 299-308.
- USLANER, E.M., 2000-2001, Producing and Consuming Trust”, Political Science Quarterly, Vol.115, Number 4, s. 569-590.
- WALKER, E. ve WEBSTER, B., 2004, Gender Issues In Home-Based Businesses, Women In Management Review Volume 19, Number:8, s. 404-412.

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.

BİLDİRİLER

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

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, s.389-396.

CANDANER, P., 2006, Kadın İstihdamını Artırmada İyi Uygulama Örnekleri, Kadın İstihdamı Zirvesi, İstanbul, 10-11 Şubat, s.165-170.

CEYLAN, A. ve DEMİRCAN, N., 2001, Girişimciliği Etkileyen Faktörler iltir Girişimci Kişilik Arasındaki İlişkilere Yönelik Bir Araştırma, 9. Ulusal Yönetim Organizasyon Kongresi Bildiriler, 24-26 Mayıs, s. 827-840.

COŞKUN, S., 2006, AB VE Türkiye’de Kadın İstihdamının Önündeki Engeller ve Çözüm Önerileri, Kadın İstihdamı Zirvesi, İstanbul, 10-11 Şubat, s.94-103.

ÇAKICI, A., 2003, Mersindeki Kadın Girişimcilerin İş Kurma Öyküsü ve İş Kuracak Kadınlara Önerileri, Afyon Kocatepe Üniversitesi, 11.Ulusal Yönetim Kongresi, Afyon, s.71-90.

ÇAKMAK, D., 2006, Is There A Female Entrepreneurship Profile in Turkey, 1st Biennial International Women’s Studies Conference, Izmir Universty of Economics, 22-24 Haziran.

ÇELEBİ, N., 1993, Kadın Girişimciliğini Özendirme ve Destekleme Konusunda Politikalar, 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. 35-42.
- ÇELİKEL, A., 2006, AB VE Türkiye’de Kadın İstihdamının Önündeki Engeller ve Çözüm Önerileri, Kadın İstihdamı Zirvesi, İstanbul, 10-11 Şubat, s.65-70.
- DOĞANAY, F., 1993, Türkiye’de Kadın Girişimciliğini Özendirme ve Destekleme Konusunda Görüşler ve Öneriler, 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.84-86.
- ECEVİT, 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.
- EKŞİOĞLU, S., 2006, Sivil Toplum Kuruluşlarının Kadın İstihdamına Katkıları, Kadın İstihdamı Zirvesi, İstanbul, 10-11 Şubat, s.212-217.
- 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.
- EROĞLU, F., İRMİŞ A. ve AKSEL, İ., 2003, Girişimcilerin İşletmelerin Gelişmesinde Etkili Ve Engelleyici Olarak Gördükleri Faktörler Denizli Örneği, 11.Ulusal Yönetim Ve Organizasyon Kongresi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyon, s. 45-53.
- ERTÜRK Y., 1993, Girişimcilikte Örgütlü Dayanışma Yaklaşımı, 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.43-48.
- İŞİK, S.N., 2006, Sivil Toplum Kuruluşlarının Kadın İstihdamına Katkıları, Kadın İstihdamı Zirvesi, İstanbul, 10-11 Şubat, s.217-226.

- KAYA, N., 2001, İşletmelerde Girişimcilik Özelliği Yüksek Çalışanların GÜdülenmesi, 9.Ulusal Yönetim Organizasyon Kongresi Bildiriler, 24-26 Mayıs, s. 541-551.
- KENDİRCİ, Sema, 2006, Sivil Toplum Kuruluşlarının Kadın İstihdamına Katkıları, Kadın İstihdamı Zirvesi, İstanbul, 10-11 Şubat, s.202-207.
- KULA DEMİR N. ve KULA, S., 2007, Kadın Sorununa Yönelen Sivil Toplum Örgütlerinin Kadınların Yoksulluğu Konusuna Eğilimleri, IV.Uluslararası Sivil Toplum Kuruluşları Kongresi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Biga İ.İ.B.F, Çanakkale, s.461-477.
- KUTANİS, R.Ö., 2005, Kadın ve Erkek Girişimcilerin Algılama Farklılıkları: Sakarya Örneği, III. Uluslar arası Türk Dünyası Sosyal Bilimler Kongresi, Kırgızistan, s.61-69.
- _____, 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.
- LİMAN, F., 1993, Amerika Birleşik Devletleri Kanada ve İngiltere’de Kadın Girişimciliğinin Gelişimi, 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.54-58.
- MİNİBAŞ, T., 2006, Sivil Toplum Kuruluşlarının Kadın İstihdamına Katkıları, Kadın İstihdamı Zirvesi, İstanbul, 10-11 Şubat, s.190-198.
- ÖZKARA, B., KARAYORMUK, K. ve KÖSEOĞLU, M.A., 2006, Girişimcinin Son Köyü: Girişimlerin Sürekliliğinin Sorgulanması, Uluslararası Girişimcilik Kongresi, Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, Bişkek, 25-27 Mayıs, s.221-233.

- 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.
- SOYAK, M., 2006, Kadın Girişimciliği ve Mikro Finans : Türkiye Deneyimi, Uluslar arası Girişimcilik Kongresi, Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, Bişkek, 25-27 Mayıs, s.168-175.
- TAN, Z.S.,2006, Tarihi Akış İçinde Kastamonu Kadın Girişimciliği, Atatürk Üniversitesi 14.Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı, Erzurum, s.528-539.
- TÜRKER, D. ve CAN, H.Ö., 2006, Fostering Women Entrepreneurship in the Accession Process: A Field Study on the Entrepreneurial Propensity of Turkish University Students, 1st Biennial International Women’s Studies Conference, Izmir Universty of Economics, 22-24 Haziran.
- UZUN, Ç.A. ve M.GÜNLÜK, 2006, Kadın Girişimcilerin Özellikleri, Hareket Noktaları ve Karşılaşılan Sorunlara İlişkin Muğla İli Araştırması, Uluslararası Girişimcilik Kongresi, Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, Bişkek, 25-27 Mayıs, s, 340-350.
- YALKIN, 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.
- YAPRAK, Ş., 2005, Türkiye’de KOBİ’lerdeki Kadın Girişimciler ve Avrupa Birliği Üyeliğine Bakışları, Uluslar arası AB’ne giriş sürecinde KOBİ’ler: Türkiye ve Benzer Ülke Deneyimleri Sempozyumu, 19-22 Mayıs, Bandırma, Bildiri Kitabı, s.182-197.

YAPRAK, Ş., C. YILMAZ Ve B.İlter, 2007, Kadın Girişimciliğin Gelişiminde STK'ların Etkisi: KAGİDER Örneği, IV.Uluslararası Sivil Toplum Kuruluşları Kongresi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Biga İ.İ.B.F, Çanakkale, s.795-799.

YELKİKALAN, 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.

TEZLER

AĞCA, V., 2005a, İç Girişimcilik Yapısı ve Firma Performansına Etkileri:Denizli Tekstil Sektöründeki Firmalarda Bir Araştırma, Doktora Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyon, (yayınlanmamış).

ERBERK, M.E., 2003, Girişimciler Ve Girişimci Olmayanların Girişimci Özelliklerinin Karşılaştırılması, Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

GÖKDEMİR Aysel, 1995, Türkiye'de Kadın İşgücü, Yüksek Lisans Tezi, İ.Ü.Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

PELOS, S.G., 2000, Career Orientations Of Female Entrepreneurs: A Study Using Schein's Career Anchor Theory, Thesis for The Degree of Doctor of Philosophy, The University Of San Fransisco.

SAEMUNDSSON, R., 2003, Entrepreneurship, Technology, and The Growth Process: A Study of Young, Medium-Sized Technology-Based Firms, Thesis for The Degree of Doctor of Philosophy, Department of Industrial Dynamics Chalmers University of Technology Göteborg, Sweden.

SİPAHİ Ebru, 1997, Türkiye'de Girişimcilik ve Kadın Girişimciler Üzerine Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi, İ.Ü.Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

ŞAHİN Özlem, 1997, Kadın Emeginin Piyasaya Yeniden Çıkması: Dünyada ve Türkiye’de Kadın Girişimciliği ve Politik Sonuçları, Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

YAĞCI Funda, 1999, Girişimci Kadınların Demografik ve Genel Özellikleri İle Kadınları Girişimciliğe Motive Eden Faktörler, Bilim Uzmanlığı Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

YAPRAK Şenol, 2003, Kadın İşgücünün İstihdama Etkileri :Eskişehir Bölgesinde Bir Uygulama, Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.

İNTERNET KAYNAKLARI

ARAT, N., 26.09.2006, Türkiye’nin Kadınları”, Panel Konuşması, <http://www.baskonsolosluk.ch/3633/>, (05.10.2006).

ERÜS, N.Y., KAGİDER Elindeki Tek Erkeği Kaçırды, Akşam Gazetesi, 02-02-2006, <http://www.aksam.com.tr/yazar.asp?a=26010.10.116>, (10.12.2006).

CEDAW, <http://tr.wikipedia.org/wiki/CEDAW>, (03.01.2007).

Destek TOBB’dan, iş yapmak için Cesaret Girişimci Kadından, 30.10.2007, Referans Gazetesi, , www.interpress.com, (15.11.2007).

Eskişehir Anadolu Üniversitesi, <http://aofsitesi.com/girisimcilik3.htm>, (11.01.2006).

Girişimci Kadınlar Meydana Çıkacak, Cumhuriyet Gazetesi, 30.10.2007, www.interpress.com, (15.11.2007).

Girişimcilik, www.girisimciliknetwork.gen.tr/kadin_girisimciliği.html,01.12.2006.

Girokrasi ve Girokratlar, <http://www.fikritakip.com/news.asp?pg=3&yazi=295>, (23.04.2008)

İHLAS.NET, 06.04.2007, Grameen Bank Başkanvekili Barua: Mikrokredi modeli, fakirliği yenebilir”, www.ihlas.net.tr/pr.asp?id=697411, (15.11.2007).

İnsan Kaynakları web sayfası,

[https:// www.insankaynaklari.com/cn/ContentBody.asp?BodyID=44](https://www.insankaynaklari.com/cn/ContentBody.asp?BodyID=44) (09.08.2002)

Kadın Girişimciler Kurulu 40 Üye İle Yola Çıktı..., 30.10.2007, Milliyet Gazetesi, www.interpress.com, (15.11.2007).

Kadın Girişimciler TOBB Çatısı Altında, Posta Gazetesi, 30.10.2007, www.interpress.com, (15.11.2007).

Kadınlar Patron Oldu, 07.05.2004,

<http://www.maksimum.com/kadin/haber/49/1526.php?page=2>, (10.10.2006).

KAGİDER, 2005, Social and Economical Status of Women in Turkey, KAGİDER web sayfası, (10.10.2006).

KAGİDER web sayfası, <http://www.kagider.org/tr>, (10.10.2006).

KAGİDER, <http://www.kagider.org/tr>, (03.01.2007).

KARADERE, N.,

http://www.garanti.com.tr/ana_sayfa/garantiyi_taniyin/garantiden_haberler/onemli_gelismeler/h_40.html, (13.03.2007).

KESK,

http://www.kesk.org.tr/index.php?option=com_content&task=view&id=215&Itemid=109

KSSGM, <http://www.kssgm.gov.tr/5251.html>, (03.01.2007).

KURTSAN, M., 2004, <http://insankaynaklari.com/cn/Contentbody.asp?BodyID=3105>, (06.11.2005)

KURTSAN, M., 28 Ekim 2004, Kadın Girişimcilere Kurumsal Destek, Röportaj, <http://www.ntv.com.tr/news/293623.asp>, (03.07.2005) .

LUMPKIN, G.T. ve ERDOĞAN B., 1999, If Not Entrepreneurship, Can Psychological Characteristic Predict Entrepreneurial Orientation,

<http://www.usasbe.org/knowledge/proceedings/1999/Lumpkin.pdf>-(29.07.2004)

Odalar Birliği, 10 Bin Kadına Müteşebbislik Eğitimi Verecek, Zaman Gazetesi, 30.10.2007, www.interpress.com, (11.11.2007).

OECD, <https://www.oecd.org/document/>, 02.02.2007.

T.C. Başbakanlık Aile Ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürlüğü,
www.aile.gov.tr/tr/?Sayfa=AmacGorev, (03.01.2007).

T.C. Mersin Valiliği İl Özel İdaresi,
http://www.mersinozelidare.gov.tr/s_icerik.php?cP=Ayrinti&hID=215,
(11.11.2007).

TESK'ten Kadın Girişimciye Destek, 30.01.2003,
<http://www.aksam.com.tr/arsiv/aksam/2003/01/30/ekonomi/ekonomi5.html>, (10.10.2006).

TOBB, <http://www.tobb.org.tr/yonetim/eskibaskanlar.php>, (21.11.2007).

TOBB'da Kadın Devrimi, Bugün Gazetesi, 30.10.2007, www.interpress.com, (21.11.2007).

TÜRK, E., 23.02.2007, Kadın Girişimciler Federasyon Kurdu,
www.milliyet.com.tr/2007/02/23, (13.03.2007).

Ulusal Franchising Derneği (UFRAD), <http://www.ufrad.org.tr/tr/10sorudafranchise.asp>,
(21.08.2007).

EK
KAGİDER Üyesi Kadın Girişimcilere Uygulanan Anket

Sayın katılımcı, bu anket “**Girişimcilik Sürecinde Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunlar Ve Bu Sorunlarla Başetme Yolları: KAGİDER Örneği**” isimli doktora tez çalışmasının uygulama kısmında kullanılmak üzere hazırlanmıştır. Bir ülkede, bir toplumda girişimciliğin gelişebilmesi için, girişimciliğin sosyal kabulü gerekmektedir. Gerçekte kültürel değerler ve sosyal gelenekler bir toplumda kimin bir girişimci olmasında rol oynamaktadır. Dünya nüfusunun yarısını oluşturan kadınların da ülke ekonomisine katılmalarını sağlamak gerekmektedir. Ancak dünya toplumları kadını yüzyıllardır sosyal ve ekonomik yaşamın dışında tutan geleneksel bir anlayışa sahip olmuşlardır. Günümüzde de bu anlayışın etkileri sürmektedir. Her alanda olduğu gibi kadınlar girişimcilik sürecinde de çeşitli engellemelerle karşılaşmaktadırlar. Kadın girişimcilerin iş dünyasında daha da artarak yer edinebilmeleri, girişimciler arası iletişim ağına dahil olabilmeleri ayrıca, Türkiye’deki kadın girişimcilerin uluslararası pazarlara açılabilmesi ve ülkenin sosyo-ekonomik gelişimine katkıda bulunabilmeleri yönünden önemli bir destek unsuru olması nedeniyle çalışmamızda, KAGİDER’in kadın girişimcilere sağlamış olduğu katkı incelenmektedir.

Anketteki ifadeleri değerlendirirken, düşüncelerinize en yakın olduğunu belirlediğiniz cevap seçeneğine (X) işareti koyunuz. Bütün cevaplar kesinlikle gizlilik ilkesine uygun bir biçimde saklanacaktır. Bu anket formunun doldurulması için ayıracağınız 10 dakikalık zaman bu çalışmanın başarısına çok büyük bir katkı yapacaktır. Yapacağınız bu katkı, hem bilimsel literatürün gelişmesine hem de bu yolla sizinde yararlanacağınız bir bilgi ortamının oluşmasına imkân sağlayacaktır.

Saygılarımla

Öğr.Gör.Berfu LTER

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?

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 KAGİDER 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 (kıran kırana) rekabet yaşanmaktadır.					
11. Son üç yıldır pazara yeni giren kadın rakiplerle yoğun (kıran 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.KISIM

KAGİDER yönetim uygulamaları ile ilgili ifadelere katılma derecenizi lütfen belirtiniz

	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
YÖNETİM YAPISI					
1. KAGİDER yönetimince üyelerin beklenti ve tercihleri rutin olarak takip edilmektedir.					
2. KAGİDER yönetimi üyelerinin fikir ve önerilerine karşı açık duruş sergilemektedir.					
3. Yenilik getirici proje geliştirmek isteyen üyelere gerekli imkân ve destek verilmektedir.					
4. Üyeler arası çalışma ve işbirliği teşvik edilmektedir.					
5. KAGİDER'in değer yargılarında katılımcılık esastır.					
İLETİŞİM VE KOORDİNASYON					
6. KAGİDER yönetimi ile KAGİDER üyeleri arasındaki iletişimin kalitesi ve sıklığı çok yüksektir.					
7. KAGİDER üyelerinin kendi aralarındaki iletişimin kalitesi ve sıklığı çok yüksektir.					
8. KAGİDER üyelerinin KAGİDER üyesi olmayan sektördeki diğer rakipleriyle iletişim kaliteleri çok yüksektir.					
DENETİM					
9. Tüm üyeler KAGİDER yönetimi tarafından çok sıkı bir biçimde kontrol edilmektedir.					
10. KAGİDER üyeleri, girişimlerinin gidişatıyla ilgili olarak KAGİDER yönetimine yılda birkaç kez yazılı rapor sunmaları zorunludur.					
11. KAGİDER üyelerinin üyeliklerinin başlamasında ve devamında uymak zorunda oldukları pek çok politika ve prosedürü yönetim izlemektedir.					

IV.KISIM

Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunlarla ilgili ifadelere katılma derecenizi lütfen belirtiniz

	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
PIYASAYA GİRİŞ STRATEJİLERİ İLE İLGİLİ SORUNLAR					
1.Var olan bir işletmenin satın alınarak piyasaya girilmesi konusunda KAGİDER'in verdiği destek, kadın girişimcilerin başarısını olumlu etkiler.					
2.Var olan bir işletmeye ortak olunarak piyasaya girilmesi konusunda KAGİDER'in verdiği destek, kadın girişimcilerin başarısını olumlu etkiler.					
3.Bir işletmenin isim ya da işletme hakkının kullanılarak piyasaya girilmesi konusunda KAGİDER'in verdiği destek, kadın girişimcilerin başarısını olumlu etkiler.					
4.Yeni bir girişim kurularak piyasaya girilmesi konusunda KAGİDER'in verdiği destek, kadın girişimcilerin başarısını olumlu etkiler.					
MİKRO SORUNLAR					
5. Aile desteğinin artması güvensizliğin aşılmasında etkin bir role sahiptir.					
6. KAGİDER 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. KAGİDER'in üyelerine girişimcilik eğitimi olanaklarını sunması, üyelerinin başarısını olumlu etkiler.					
10. KAGİDER üyeleri arasındaki işbirliği, fırsatların değerlendirilmesi için önem taşır.					
11. Kredi kuruluşlarının KAGİDER 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.					