

**T.C.
YALOVA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**TÜRKİYE’DE KADIN GİRİŞİMCİLERİN ÇALIŞMA
HAYATINDA KARŞILAŞTIKLARI SORUNLAR:
KAHRAMANMARAŞ ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Nesibe Şule ERYILMAZ

**Enstitü Anabilim Dalı: Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri
Enstitü Bilim Dalı: İnsan Kaynakları ve Çalışma İlişkileri**

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Muharrem ES

HAZİRAN – 2014

BEYAN

Bu tezin yazılmasında bilimsel ahlak kurallarına uyulduğunu, başkalarının eserlerinden yararlanılması durumlarda bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunulduğunu, kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapılmadığını, tezin herhangi bir kısmının bu üniversite veya başka üniversite veya başka bir üniversitedeki başka bir tez çalışması olarak sunulmadığını beyan ederim.

Nesibe Şule ERYILMAZ
11.06.2014

ÖNSÖZ

Çalışma, ikisi teorik biri uygulama olmak üzere 3 ana bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın uygulama kısmı Kahramanmaraş ilinde toplam 52 kadın girişimciyle yapılan anket çalışmasına dayalıdır. Çalışmada kadın girişimcilerle sayısı ve faaliyet gösterdikleri sektörleri saptamak konusunda yardımları esirgemeyen Kahramanmaraş Ticaret ve Sanayi Odası (KMTSO) Başkanı Sayın Kemal Karaküçük ve Genel Sekreteri Eyyüp Ozan'a, her türlü güven ve desteğini esirgemeyip, yoğun iş takviminde bana da bir yer ayıran danışman hocam Sayın Doç. Muarrem Es'e teşekkürü bir borç bilirim. Son olarak; bu yoğun çalışma sürecinde desteklerini hep hissettiren ailem ve özellikle eşime çok teşekkür ederim.

Nesibe Şule ERYILMAZ

11.06.2014

İÇİNDEKİLER

KISALTMALAR.....	iii
TABLO LİSTESİ.....	iv
ÖZET.....	v
SUMMARY.....	vi
GİRİŞ.....	1
BÖLÜM 1: KAVRAMSAL BOYUT.....	4
1.1. Girişimcilik.....	4
1.1.1. Girişimcilik Kavramı ve Gelişimi.....	4
1.1.2. Girişimci Olmanın Şartları.....	6
1.1.3. Ülke Kalkınmasında Girişimciliğin Yeri.....	7
1.1.4. Girişimciliğin Fonksiyonları.....	10
1.1.4.1. Ekonomik Fonksiyonu.....	10
1.1.4.2. Sosyal Fonksiyonu.....	10
1.2. Kadın Girişimciliği.....	11
1.2.1. Tarihsel Süreçte Kadın Emegi.....	11
1.2.2. Kadın Girişimciliğine Genel Bakış.....	15
1.2.2.1. Kavramsal Boyut.....	15
1.2.2.2. Kadın Girişimci Türleri.....	25
1.2.2.3. Kadın Girişimciler ile Erkek Girişimciler Arasındaki Farklar.....	26
1.2.3. Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Fırsatlar ve Engeller.....	30
1.2.3.1. Kadınları Girişimci Olmaya İten Faktörler.....	30
1.2.3.2. Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Engeller.....	32
1.2.3.2.1. Cinsiyetten Kaynaklanan Engeller.....	33
1.2.3.2.2. Örgüt ve Çevresel Şartlardan Kaynaklanan Engeller.....	38
BÖLÜM 2: DÜNYADA VE TÜRKİYE’DE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ.....	41
2.1. Dünya’da Kadın İşgücü ve Kadın Girişimciler.....	41
2.2. Türkiye’de Kadın Girişimciliği.....	43

2.2.1. Türkiye’de Girişimcilik.....	43
2.2.2. Türkiye’de Kadın Girişimciliği.....	46
2.2.2.1. Tarihsel Gelişim S¼reci.....	46
2.2.2.2. Sayısal Verilerle Türkiye’de Kadın Girişimciliği.....	52
2.2.2.3. Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunlar.....	54
2.2.2.4. Kadın Girişimciliğini Destekleme Politikaları ve Konuyla İlgili Kuruluşlar.....	57
2.2.2.4.1. Kalkınma Ajansları.....	60
2.2.2.4.2. KOSGEB.....	61

BÖLÜM 3: KAHRAMANMARAŞ İLİNDE KADIN GİRİŞİMCİLERİN ÇALIŞMA HAYATINDA KARŞILAŞTIKLARI SORUNLARA YÖNELİK ALAN ARAŞTIRMASI.....64

3.1. Kahramanmaraş İline Genel Bakış.....	64
3.1.1. Kahramanmaraş İlinde Sosyal Yapı.....	64
3.1.2. Kahramanmaraş İlinde Ekonomik Yapı.....	66
3.2. Kahramanmaraş İli Alan Araőtirması.....	68
3.2.1. Araőtirmanın Amacı.....	68
3.2.2. Araőtirmanın Kapsamı.....	68
3.2.3. Araőtirmada Kullanılan Anket ve Yöntem.....	69
3.2.4. Araőtirme Bulgularının Değerlendirilmesi.....	69

SONUÇ VE ÖNERİLER.....82

KAYNAKÇA.....86

ÖZGEÇMİŞ.....92

EK 1: ANKET FORMU.....93

KISALTMALAR

ABİGEM	: Avrupa Birliği İş Geliştirme Merkezleri
BM	: Birleşmiş Milletler
DİE	: Devlet İstatistik Enstitüsü
IMF	: Uluslar arası Para Fonu
İGEME	: İhracatı Geliştirme Etüt Merkezi
GEM	: Dünya Girişimcilik Platformu
GSMH	: Gayri Safi Milli Hasıla
GSYİH	: Gayri Safi Yurt İçi Hasıla
OECD	: Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü
KAGİDER	: Kadın Girişimciler Derneği
KEİG	: Kadın Emeği ve İstihdamı Girişimi
KSSGM	: Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü
KOBİ	: Küçük ve Orta Boy İşletmeler
KOSGEB	: Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme Başkanlığı
MEK-SA	: Mesleki Eğitim ve Küçük Sanayii Geliştirme Vakfı
MPM	: Milli Produktivite Merkezi
STK	: Sivil Toplum Kuruluşları
TESK	: Türkiye Esnaf ve Sanatkarlar Konfederasyonu
TOBB	: Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
TOSYÖV	: Türkiye Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler, Serbest Meslek Mensupları ve Yöneticiler Vakfı
TUBİTAK	: Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
TUSİAD	: Türkiye Sanayici ve İş Adamları Derneği
TTGV	: Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı
UNDP	: Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı
vd.	: ve diğerleri

TABLO LİSTESİ

Tablo 1: Kahramanmaraş İli Nüfusu.....	65
Tablo 2: Kahramanmaraş'ta İstihdam 2014.....	68
Tablo 3: Kadın Girişimcilerin Yaş Grupları.....	70
Tablo 4: Kadın Girişimcilerin Büyüdükleri Yerler.....	70
Tablo 5: Kadın Girişimcilerin Eğitim Durumları.....	71
Tablo 6: Kadın Girişimcilerin Medeni Durumları.....	72
Tablo 7: Kadın Girişimcilerin Sermaye Kaynakları.....	72
Tablo 8: Kadın Girişimcilerin Yetiştirilme Ortamları.....	74
Tablo 9: Kadın Girişimcilerin Çalıştırdıkları İşçi Sayıları.....	75
Tablo10: Girişimci Olmalarında Kadın Girişimcileri Etkileyen Faktörler.....	77
Tablo 11: Kadın Girişimcilerin Faaliyet Alanları.....	77
Tablo 12: İşletme Açmada Etkili Olan Faktörler.....	79
Tablo 13: İşletmeyi Kurarken Karşılaşılan Sorunlar.....	80
Tablo 14: İşletmeyi Kurduktan Sonra Karşılaşılan Sorunlar.....	81

ÖZET

Toplumumuzun yarısını oluşturan kadınların 1980'lerden itibaren hızlı bir gelişme gösteren girişimcilik konusunda, özellikle son yıllarda büyük bir atılım içinde oldukları gözlemlenmektedir. Kadın girişimciliği, kadınların kendi kazançlarını elde ederek ekonomik bağımsızlıklarını kazanmalarında ve sahip oldukları yetenek ve becerilerini kullanmada önemli bir araçtır.

Bu çalışmada Kahramanmaraş ilinde çeşitli sektörlerde faaliyette bulunan kadın girişimcilerin; girişimcilik özellikleri, girişimciliği tercih etme nedenleri ile karşılaştıkları sorunlar ve bu sorunların aşılmasında etkili faktörlerin incelenmesi amacıyla yapılan araştırmadan elde edilen bulgular değerlendirilmiştir.

Araştırma sonucunda Kahramanmaraş ilindeki kadın girişimcilerin gerekli önemi görememeleri sonucu işgücü piyasasında uzun soluklu yer alamadıkları ortaya çıkmaktadır. Kadın girişimciler sadece belirli sektörlerde varlıklarını kısmen sürdürmektedirler.

Anahtar kelimeler: Girişimcilik, Kadın Girişimciliği, Kahramanmaraş

SUMMARY

Women who are half of our society, from the 1980s showing a rapid development of entrepreneurship, especially in recent years is to be observed that in a major breakthrough. Women entrepreneurship, women gain economic independence by getting their earnings in that they have the abilities and skills is an important tool in use.

In this paper, of women entrepreneurs in various sectors in the province of Kahramanmaras; entrepreneurial characteristics, preferences, reasons for entrepreneurship and the problems they face, in order to overcome these problems in order to examine the factors that affect the findings from the research are evaluated.

In research results, necessary importance of women entrepreneurs in the province of Kahramanmaras see a consequent labor market has emerged in the long-term can not take place. Women entrepreneurs are continuing partly just their presence in certain sectors.

Keywords: Entrepreneurship, women entrepreneurship, Kahramanmaras

GİRİŞ

Tarihsel süreç içinde, iki cins arasında dışının doğurganlığına bağlı olarak gelişen iş bölümü, kadın ile erkeklere tamamen ayrı roller biçmiştir. Kadın; toplumsal yaşam, kültür, sanat, siyaset, edebiyat ve bilimde olduğu gibi girişimcilik alanında da ikincil ve bağımlı konumda kalmıştır. Kadınların kamusal yaşamın her alanında olduğu gibi, işletmecilik faaliyetlerinde de eşit şartlarda işe başlamadıklarını kabul etmek gerekir. Kadınların genelde bir iş kurmak ve kurdukları işi başarıyla yönetmek için gerekli deneyim, beceriler ve öz güven açısından yetersiz kaldığı gözlenmektedir.

Kadınlar, toplumsal cinsiyet kalıplarına göre beceriler edindiğinden çoğunlukla hizmet sektöründe, sağlık, eğitim, tekstil, gıda gibi alanlarda kitlesel bir biçimde çalışmakta veya bu alanlarda iş yeri açmaktadırlar. Kadın bakış açısının hakim olduğu yaklaşımlar, kadının rolünün doğal olmadığını, bunun toplumsal olarak biçimlendirilmiş bir rol olduğunu ve değişebileceğini savunmaktadırlar. Tüm bu gerekçelerle, kadın girişimcileri ayrıca teşvik eden ve geliştiren politikalara gereksinim vardır. Bu politikaların etkili ve yararlı olabilmesi, kadın girişimcileri tüm yönleriyle ortaya koyan araştırmalara gereksinimi artırmaktadır.

Bu bağlamda özellikle 2000’li yıllarla birlikte girişimcilik ve kadın girişimciliği konuları üzerine yapılan araştırmalarda belirgin bir artışın olduğu görülmektedir. Bununla birlikte kadın girişimcilerin sayılarının nasıl artırılacağına ve işletmecilik becerilerinin nasıl geliştirilebileceğine ilişkin araştırmalara ve projelere gereksinim duyulduğu açıktır. Bunun en önemli nedeni, özellikle ekonomik kriz sonrası artan işsizlik ve devletteki istihdam olanaklarının sınırlılığı, dolayısıyla girişimci sayısını artırma gereğidir. Hatta hükümet üst düzey yetkilileri, devlette iş bulmanın artık çok zor ve sınırlı kaldığını, tek seçeneğin özel sektörü ve ihracatı teşvik etmek olduğunu genel bir önlem olarak belirtmektedirler.

Nüfusun %50’sini oluşturan kadınların, potansiyelinden yararlanma ve ekonomik hayata katılımın sağlanması, bazı çevrelerce savunulmaktadır. Ancak, Türkiye’de son yıllarda iş kuran kadınların sayısında belirgin bir artış olduğu görülse de, cinsiyete dayalı iş bölümü ile aile içi ataerkil üretim ilişkileri, kadınların ev dışı iş deneyimlerini ve bilgilerini sınırlandırmakta ve kadınların sermaye birikimlerini zorlaştırmaktadır.

Her girişimci gibi, kadın girişimciler de ekonomiye hiçbir yük getirmedikleri gibi, ekonomiyi güçlendirir, rekabetin geliştirilmesine katkıda bulunurlar. Devlete vergisini verir, iş edinir, iş edindirir ve yeni girişimciler yetiştirirler. Ancak kadın girişimcilerin yerel ekonomilerde oynadıkları rol toplumun büyük bir kesimi tarafından ihmal edilmektedir. Oysa sürdürülebilir kalkınmanın sağlanabilmesi için özellikle yerel ekonomilerde kadın girişimcilerin rolü büyüktür. Hal böyleyken kadın girişimciliği alanındaki teşviklerin ve desteklerin artması ülke ekonomisi için bir hayli önemli bir konu haline gelmektedir.

Gelişmiş ülkelere göre Türkiye kadın girişimciliğini destekleme konusunda gerideyken, aynı durum ülke içinde bölgeler arasında da farklılık arz etmektedir. Şöyle ki; batı illerinde bu konuda az da olsa yol katedilmişken, doğu illerinde henüz başlangıç aşamasındadır. Bu tablonun daha kötüsü ise henüz kadın girişimciliği konusundan bi-haber olan yerlerin varlığıdır.

Toplumumuzun ataerkil bir yapıya sahip olması, erkeklerin daha baskın yapıda olmaları kadınların iş hayatı için zorluklar yaratmaktadır. Kadın girişimcilerin yaşadığı sorunların tespiti ve bu sorunların çözümü için yapılacak çalışmaların toplumu daha ileri bir safhaya taşıyacağı açıktır. Daha iyi nesiller ve daha iyi çalışma koşulları için kadınların durumunun iyileştirilmesi gerekir.

Çalışmanın Konusu:

Çalışmada öncelikle kavramsal anlamda girişimcilik ve Türkiye’de girişimcilik konusunda genel bir çerçeve oluşturulmaya çalışılmıştır. Sonrasında kadın emeğinin tarihsel sürecine değinerek kadın girişimciliği konusuna giriş yapılmıştır. Bu başlık altında kadın girişimciliği kavramsal boyutu, Türkiye’de ve dünyada kadın girişimciliği, kadın girişimciliği türleri, kadın girişimciliğine destek veren kuruluşlar, kadın girişimcilerin karşılaştıkları fırsatlar ve yaşadıkları sorunlar sırasıyla incelenmiştir.

Çalışmanın son bölümü olan araştırma kısmında ise Kahramanmaraş ilindeki kadın girişimcilerle yüzyüze yapılan bireysel olarak hazırlanmış olan anketlerin sonucu aktarılmış ve sonuç değerlendirilmesi yapılmıştır.

Çalışmanın Amacı:

Bu çalışmanın amacı; doğası gereği pek çok alanda erkeklerden farklı bir bakış açısına sahip kadınların girişimcilik konusunda gerekli desteği gördüklerinde çok daha başarılı olabileceklerini ortaya koymaktır. Ayrıca Türkiye’de kadın girişimciliği konusunda bölgeler arası farklılıkların olup olmadığını görebilmek için araştırmada Kahramanmaraş ili baz alınmıştır. Bu bağlamda çalışmanın bir diğer amacı Kahramanmaraş ilindeki kadın girişimcilerin genel profillerini çizmektir.

Çalışmanın Önemi:

Araştırma sonucunda karşımıza çıkan tabloya baktığımızda kadın girişimcilerin hem ülke bazında hem de Kahramanmaraş ili ölçeğinde çeşitli sorunlarla karşılaştıklarını görmekteyiz. Çalışmada tüm bu sorunların gerekçeleri hakkında bilgi verilmeye ve çözüm için öneriler sunulmaya çalışılmıştır. Bunun yanında Kahramanmaraş’taki kadın girişimcilerin iş kurarken çeşitli kurumlardan destek alıp almadıkları, eğitim alma imkanlarının olup olmadığı araştırılmıştır.

Çalışmanın Yöntemi:

Alan araştırmasında, kadın girişimciliği ile ilgili araştırma yapan akademisyenlerin çalışmalarında esas aldıkları konulardan yola çıkılarak, bireysel olarak oluşturulan bir anket kullanılmıştır. Toplam 30 sorudan oluşan anket formunda yer alan bazı sorularda deneklerden birden fazla seçenek işaretlemeleri ve önem derecelerine göre sıralamaları istenmiştir. Bu tür sorulardan elde edilen yanıtların önem derecesi 1’den 3’e doğru göreceli olarak azalmaktadır. Bu sebeple, önem derecesine göre sıralanan seçenekler ağırlıklandırılarak, seçeneklerin toplam ağırlıklı oranları tespit edilmiştir. Bu tür soruların ve sonuçların değerlendirilmesinde SPSS paket programına başvurulmuştur.

BÖLÜM 1: KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1.GİRİŞİMCİLİK

1.1.1. Girişimcilik Kavramı ve Gelişimi

Günümüz dünyasında yaşanan bilimsel ve teknolojik ilerlemeler, üretim sistemleriyle birlikte rekabetin dinamiklerini de köklü bir şekilde değiştirmiştir. Bu değişimler, İşletme bilimi içerisinde pek çok alana olduğu gibi girişimcilik alanına da farklı bir boyut kazandırmıştır (Şahin, 2006: 288). Günümüz piyasalarının rekabet yoğun yapısı, girişimcilik özellikleri yüksek ülkelerin, uluslar arası ticarete ve ulusal kalkınmada avantaj sağlaması sonucunu doğurmaktadır. Ekonomik büyüme ve gelişme açısından taşıdığı önem, girişimcilik olgusunun daha yakından anlaşılmasını zorunlu kılmaktadır (Öktem vd., 2007: 50). Yatırıma yönelen bireysel çabaları ifade eden girişimcilik, geliştirilmesi ve güçlendirilmesi yönünde teşvikleri içeren bir alan halini almaktadır (Fidan ve Yılmaz, 2005: 12).

Girişimcilik ve buna bağlı olarak yenilik ve yaratıcılık, yeni bir değer yaratılmasında ve insanın yaşam kalitesinin artırılmasında önemli bir dinamik öge olarak görülmektedir. Bununla birlikte bilgi toplumunda, sanayi toplumunun işçi ve işveren şeklindeki ikili yapısının yerini, girişimciler toplumunun alacağını ileri süren görüşler bulunmaktadır. Girişimcilik niteliğine sahip insanlar, sistemin kalbi, ekonomik büyümenin en önemli aktörü olarak görülmektedir. Girişimcilik konusuna olan tüm ilgiye rağmen uluslar arası alanda kabul görmüş bir tanım bulunmamaktadır (Çakıcı, 2004: 65).

Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçiş ile birlikte daha büyük önem kazanmaya başlayan girişimcilik kavramı orta çağdan günümüze kadar pek çok teorisyenin tanımlamaya çalıştığı bir kavram olarak hem işletme, hem de iktisat literatüründe en fazla ilgi çeken konulardan biri olmuştur (Marangoz, 2008: 23). Girişimci en basit şekliyle girişimi gerçekleştiren kişi olarak tanımlanabilir. Ancak, girişimciyi sadece yeni bir yatırım yapan kişi olarak tanımlamak doğru olmayacaktır (Marangoz, 2008: 28).

Girişimcinin kim olduğu ve dolayısıyla girişimciliğin ne olduğu konusunda literatürde birçok açıklama bulunmaktadır. Sözlük anlamı olarak girişimci; risk alarak kar elde

etmeyi amaç edinmiş kimse olarak ifadelendirilmektedir (Fidan ve Yılmaz, 2005: 15). Girişimcilik kavramının iktisat literatürüne girişi 19. ve 20. yıllara rastlamaktadır. Bu kavramı literatüre Fransız ekonomist Cantillon kazandırmıştır (Aytaç, 2006: 141). Cantillon 1755 yılında basılan “Essai sur la nature du commerce en general” adlı eserinde, girişimcinin risk alma özelliğini vurgulamaktadır (Bozkurt vd., 2012: 232).

Frank Knight, girişimciliği belirsiz üstlenme ve yargısal kararlarda bulunma olarak tanımlarken, Joseph Schumpeter ise girişimcinin özünde bilindik çalışma kalıplarından sıyrılıp yeni bir tarz oluşturarak çalışmasını sürdürdüğünü belirtmiştir. Hisrich ve Peters, girişimcinin temel üretim faktörlerini iktisadi mal ya da hizmet üretimi için bir araya getirerek girişimciliği başlatan kişi olduğunu belirtmiştir (Öktem vd., 2007: 50). Tanımlardan yola çıkarak girişimcilik kavramında yer alan ortak özellikler şu şekilde sıralanabilir; inisiyatif kullanma, kaynakları uygulamaya dönüştürme, sosyal ve ekonomik mekanizmaların organizasyonu, risk üstlenme ya da başarısızlığı göze alma.

1800’lerde yaşamış olan ünlü iktisatçı Jean Baptiste Say girişimciyi, “İktisadi kaynakları verimliliği düşük yerden verimlilik düzeyi yüksek başka bir yere taşıyan ve bunu çoğaltan kimsedir” şeklinde tanımlar (Hurley, 1999: 59). Girişimciler teknoloji, hammadde ve işgücünü kullanarak bir değişim süreci içerisinde önemli bir değer yaratırlar. Yenilikleri içerisinde barındıran bu süreç girişimciler için hayati bir önem taşır.

Girişimciliği açıklama konusunda bir yaklaşım olarak sosyolojik teori, çevrenin girişimciliği nasıl etkilediği konusuyla ilgilenir. Bu yöndeki çalışmalar 1961’de Mc Clelland tarafından Başarı İhtiyacı isimli çalışmalarla başlamıştır (Hurley, 1999: 57). Mc Clelland’ın insan davranışlarının ardında yatan psikolojik itici gücün başarı elde etme arzusu olduğu yönündeki bu teorisi başarı güdüsünün girişimcinin davranışlarını etkilediği ve buna şekil verdiği yönündedir. Konuyla ilgili olarak özellikle uygulamaya dönük çalışmalarda girişimcilik ile başarı elde etme arasında çok yakın bir bağ olduğu belirtilmektedir (Koh, 1996: 13).

Girişimcilik teorisine, muhtemelen en önemli ve en bilinen katkı “The Theory of Economic Development” adlı kitabında girişimciyi yeniliği sunan birey olarak tanımlayan Joseph Schumpeter tarafından yapılmıştır (Bozkurt vd., 2012: 232). Bygrave

ve Hofers ise girişimciyi, "fırsatları algılayarak, fırsatlar doğrultusunda işletmesini şekillendiren kişi" olarak, tanımlamıştır (Bozkurt vd., 2012: 232).

1.1.2. Girişimci Olmanın Şartları

Günümüzde insanların girişimci olabilmelerinin temel koşulu risk alabilmeleri ve bu riski taşıyabilecek donanımına sahip olmalarıdır. Bir girişimcinin aldığı eğitimden başlayarak bu eğitimi kullanabilme yetisine, ailede ve toplumda kendisine tanınan olanaklara ve iş yüküne kadar her şey girişimcinin hareket noktası olmaktadır. Girişimci olmak, girişimcileri harekete geçiren özelliklerin yanında farklı özellikler taşımayı da gerektirmektedir. Kişilik yapısı, iş fırsatlarını görüp değerlendirme yetisi, iş kurmaya hevesli olma, azimli ve hırslı olma, yaratıcı olma, yeterli motivasyona sahip olma gibi özellikler örnek olarak verilebilir (Şahin, 2006: 288). Girişimcinin özellikleri içinde, cinsiyet faktörü de önemli bir değişken olarak ortaya çıkmaktadır. Kişilik özelliklerini de etkileyen cinsiyet faktörü, cinsiyet rollerinin ortaya çıkması sonucu girişimcilik kavramını da etkilemektedir. Cinsiyet rolleri, toplumun kadın ve erkek arasında sahip oldukları roller açısından bir farklılık olduğu anlayışından kaynaklanmaktadır.

Özetle bir girişimci, faaliyette bulunduğu alan ne olursa olsun üç temel özelliğe sahip olmalıdır. Bunlar (Öktem vd., 2007: 50);

- Hedeflediği alanda başarılı olmaya yönelik yüksek bir motivasyona sahip olma,
- Risk alma ve yenilikçi olma,
- Girişilen alanla ilgili bilgi sahibi olma temelinden yükselen bir koordinasyon becerisine sahip olma.

Bu bağlamda, girişimci pazarın fırsatlarını görebilen, insanların isteklerinde ortaya çıkan değişiklikleri sezebilen ve bunu değerlendirebilen, karlı gördüğü bir iş için sermayesini ve emeğini riske ederek pazara katılma cesaretini gösteren kişi olarak da tanımlanabilir. Girişimciler ya yepyeni bir alanı keşfeder ya da mevcut durumda değişikliklere giderek kendilerine belli başlı ayrıcalıklar kazandırır (Kutunis, 2009: 259).

Girişimcilik gelişi güzel olabilecek bir eylem değil, süreç gerektiren bir eylemdir. Bu süreçler; fırsatları görme, iş planı geliştirme, gerekli kaynakları temin etme ve işi

yönetme süreçleridir. Bu süreçlerin gerçekleşeceği platformda talep, hükümet, özel sektör ve siyasi etkiler rol oynamaktadır. Girişimcinin iş fırsatlarını görüp faaliyete geçebilmesi için, piyasada yeterli talebi bulması, hükümet tarafından desteklenmesi ve diğer rakipleriyle rekabet edebilecek güce sahip olması gerekmektedir. Girişimcilik niteliğine sahip insanlar, sistemin kalbi, ekonomik büyümenin en önemli aktörü olarak görülmektedir (Çakıcı, 2004: 2).

Son dönemlerde girişimciliği kişiye özgü karakteristiklerle açıklamanın dışında, bölgelerin sosyal, kültürel ve ekonomik özellikleri ile birlikte değerlendiren çalışmalar da yoğunluk kazanmıştır. Bölgelerin sosyo-ekonomik özellikleri ile girişimcilik arasında oldukça belirgin ilişkiler bulunmaktadır (Zapalska ve Fogel, 1998: 136). Girişimciler, toplumda etkili, olumlu ve kayda değer kişiler olarak görülmektedir. Girişimci her şeyden önce bir insandır. Bu nedenle girişimciler, yaşadıkları sosyo-ekonomik ortamın ürünüdürler (Can ve Karataş, 2007: 252). Girişimcilik bireyin içinde bulunduğu sosyo-ekonomik yapının yanında kültürel yapının da bir ürünüdür. Aile, toplumsal davranış örüntüleri, eğitimin kalite ve düzeyi ile genel ekonomik koşullar, bireyin girişimcilik ruhunu geliştirmesini ve sahip olduğu girişimci niteliklerini olumlu ya da olumsuz etkileyebilmektedir (KSSGM, 2000: 10). Ayrıca kişi ya da birey içerisinde yaşadığı toplumun sosyal yapısından, teknolojik altyapıdan, ekonomik faaliyetlerden ve eğitim durumundan büyük oranda etkilenmekte ve düşünce yapısına bu ortam şekil vermektedir (Ersoy, 2010: 73).

1.1.3. Ülke Kalkınmasında Girişimciliğin Yeri

Bir ülkenin kalkınmasında girişimciliğin artırılması, girişimci özelliklerinin ve niteliğinin geliştirilmesi son derece önemlidir. Başarılı girişimcilik faaliyetleri ülkede istihdam yaratılmasında, ekonomik büyümenin hızlandırılmasında, yeni endüstrilerin ortaya çıkmasında, toplumun değişim ve gelişim sürecinde oldukça işlevseldir (Bozkurt vd., 2012: 229). Ekonomi ve işletme literatüründe girişimcilik, işsizliğin önlenmesinde, ekonomik büyümenin hızlandırılmasında ve toplumsal yapıda değişimci/yenilikçi bir sürecin başlatılmasında temel faktör olarak görülmektedir (Bozkurt vd., 2012: 230). Teknolojik gelişmeler girişimciyle birlikte hareket eder. Bu nedenle girişimci içinde bulunduğu bölgeye üstünlük kazandırır. Bu üstünlük sadece yatırımları ve dolayısıyla iş gücünü bir bölgeye yığmakla kalmaz, aynı zamanda bölgede kişi başına düşen geliri de

artırır (Eren vd., 2012: 371). Girişimciliğin az gelişmiş ülkelerde yapılanmanın, gelişmekte olan ülkelerde kalkınmanın ve gelişmiş ülkelerde ise dinamizmin, yeni zenginlik ve refah yaratmanın bir aracı görevini gördüğünü söyleyebiliriz (Göküş vd., 2013: 89).

Bomsa ve Levie yaptıkları araştırmalarda girişimcilik ile nüfus yapısı, satın alma gücü paritesi, demografik yapı, yeni ürün-yeni girişim oranı, büyüme oranı, GSYİH v.s. gibi faktörlerin yakın ilişkisi olduğunu göstermişlerdir (Ersoy, 2010: 72).

Babson College ve London School of Economics tarafından oluşturulan Dünya Girişimcilik Platformunun yaptığı çalışmaya göre girişimciliği etkileyen unsurlar ülke alt yapısı ve girişimcilik alt yapısı olarak temel iki boyutta toplanmaktadır. Ülke alt yapısı olarak ekonominin dışa açıklığı, devletin rolü, finans sektörünün etkinliği, teknoloji yoğunluğu, fiziksel alt yapı, yönetim becerileri, esnek işgücü pazarı, yasal kurumlar, ekonomik büyüme, sosyal, politik ve kültürel ortam sayılmaktadır. Girişimcilik alt yapısı olarak finans, devlet politikaları, devlet programları, eğitim, Ar-Ge transferi, ticari alt yapı, iç pazarın dışa açık olması, fiziksel alt yapı ve kültürel normlar yer almaktadır (Bozkurt vd., 2012: 230-231).

Ülkelerin ekonomik anlamda büyümesi ve gelişmesi o ülkenin girişimcilik kültürünün gelişmesi ile mümkün olmaktadır. Bir ülkede girişimcilik kültür haline getirilmiş ve girişimcilik bilinci geliştirilmiş ise o ülkenin işveren sayısında, üretiminde ve ekonomisinde önemli ölçüde büyüme ve gelişme söz konusu olmaktadır (Uluköy vd., 2013: 80).

Girişimciliğin ülke gelişiminde ve toplumsal refahın artmasında etkili olduğu görülmektedir. Bu bağlamda ülkeler girişimciliğin gelişmesi için girişimcilik eğitimlerine ayrı bir önem vermektedirler (Uluköy vd., 2013: 80). Girişimcilik eğitimleri ile iş fikirlerinin değerlendirilmesi, finansman kaynaklarının araştırılması, iş planının hazırlanması ve hukuki süreçlerin takibi olmak üzere birçok konuda girişimci adayları desteklenmektedir (Erdoğan, 2009: 19).

Girişimciler gelecekte nereye varmak istediklerini, gelecekte ne yapmak istediklerini ve hedeflerine nasıl ulaşacaklarını önceden planlayan kişilerdir. Bunun için gelecekle ilgili beklentilerini bugünden planlar. Örneğin Apple Şirketinin sahibi Steve Jobs bu vizyona

çocukluğundan iş dünyasına kadar korumuş ve şirketini mikro bilgisayarlar üzerine kurgulamıştır. Bu vizyon Apple şirketini pazarda en güçlü konuma yükseltmiştir (Uluköy vd., 2013: 83).

Girişimcilerin, fırsatları gözleyerek ve yenilik düşüncesini risk olarak organizasyonel gerçeklere dönüştürmesi aynı zamanda işsizlik sorununa önemli bir çözüm sunacaktır. Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçiş sürecinde beşeri sermaye, artık kalkınmayı sağlama anlamında fiziki sermayeden daha önemli bir hale gelmiştir. Kalkınmanın tam manasıyla gerçekleşebilmesi doğal kaynaklar, fiziki sermaye ve insan gücü kaynaklarının etkin bir şekilde bir araya getirilmesine bağlı olduğu için, bu üretim faktörlerinin hayata geçirilmesi noktasında girişimcilik yeteneğine sahip nitelikli insan kaynağının olması özel bir önem taşımaktadır (Göküş vd., 2013: 90).

Küreselleşme, işletmelerin ve girişimcilerin daha şiddetli bir rekabet ortamında çalışmaları sonucunu doğurmuştur. Çünkü kapalı ekonomi döneminin dış rekabete karşı devletçe korunan işletmecilik anlayışı yerini müşteri odaklı, sürekli kendini yenileyen, esnek ve hızlı üretim ve yönetim anlayışına bırakmıştır. Bu anlayışı tüm ekonomik hayata uygulayabilmenin yolu ise etkin girişimcilik faaliyetinden geçmektedir. Özellikle dünyadaki gelir dağılımındaki adaletsizlik, ekonomik gelişmişlik açısından bölgesel farklar, giderek artan işsizlik, yoksullaşma, yeterince büyüyememe ve etkin bir rekabet ortamının oluşturulamaması girişimcilik faktörüne günümüz dünyasında hayati bir önem kazandırmıştır. Bu bağlamda girişimcilik ile üretim ve dağıtım faaliyetleri gerçekleştirilerek bölge ve ülke kalkınmasında ekonomik bir temel yaratılır. Bunun yanında girişimciliğin, bilim ve piyasa arasındaki boşluğu kapatmanın, yeni iş yaratmanın ve piyasaya yeni mal ve hizmet sunmanın en etkili yolu olduğu söylenebilir (Tamer, 2013: 649).

Girişimcilik günümüzde iktisadi gelişme ve istihdam sorununa çareler üretebilme noktasında değer kazanan bir olgu olarak ön plana çıkmaktadır. Yatırıma yönelik bireysel çabaları ifade eden girişimcilik, geliştirilmesi ve güçlendirilmesi yönünde teşvikleri içeren bir alan olmaktadır. Özellikle kadın girişimciliği, yakın dönemin ulusal ve uluslararası düzlemde ilgi çeken bir alandır. Kadınların girişimcilik potansiyeli ve girişimcilik kabiliyetlerinin güçlendirilmesi yönündeki çabalar her geçen gün artmakta

ve çeşitli stratejiler üretilmektedir. Ancak kadın girişimciliği kendine ait dinamikleri dolayısıyla da sorunları olan bir yapıya sahiptir (Fidan ve Yılmaz, 2005: 14).

1.1.4. Girişimciliğin Fonksiyonları

1.1.4.1. Ekonomik Fonksiyonu

Girişimciliğin ekonomik ve sosyal fonksiyonu olmak üzere temel iki önemli fonksiyonu vardır. Girişimciliğin ekonomik fonksiyonunun içeriği yukarıdaki bilgiler ışığında maddeler halinde aşağıdaki gibi sıralanabilir (Öktem vd., 2007: 51):

- İstihdam hacminin genişletilerek işsizliğin önlenmesinde,
- Ekonomik büyümenin hızlandırılmasında,
- Yeni endüstrilerin doğmasında,
- Refah düzeyinin yükseltilerek geniş bir toplumsal tabana yaygınlaştırılmasında ve orta sınıfın güçlendirilmesinde,
- Bölgesel gelişmişlik farklarının ortadan kaldırılmasında ya da azaltılmasında işlevseldir.

Ekonomik boyutta girişimciliğin önünde önemli engeller bulunmaktadır. Bunlar yabancı sermaye yatırımlarının azlığı, rekabet gücünün zayıflığı, ekonomik istikrarsızlık ve yolsuzluk olarak belirtilebilir. Kayıt dışı ekonomi önemli boyutlardadır ve bu hem devlet için hem de özel sektör için haksız rekabet doğurmaktadır. Ekonomik altyapı, girişimcilik ortamı için yeterli olmadığı gibi elektrik, akaryakıt gibi üretim için girdi olan hammaddelerin pahalı olması işletmeler için temel bir sorun oluşturmaktadır (Öktem vd., 2007: 52).

1.1.4.2. Sosyal Fonksiyonu

Girişimciliğin ekonomik girişimciliğin yanında bir de sosyal girişimcilik boyutu bulunmaktadır. Ekonomik girişimcilik hem tarihi itibari ile eskiye dayanmasına hem de çok fazla ilgi çekmesine karşın, sosyal girişimcilik yeni yeni ilgi çekmeye başlamıştır (Mair ve Marti, 2006: 36). Sosyal girişimcilik tanımı henüz tam olarak yapılmamış olmakla birlikte, genel olarak kar amacı gütmeyen faaliyetler olarak tanımlanmaktadır. Sınırları tam olarak çizilmiş değildir (Mair ve Marti, 2006: 36).

Toplumdaki hakim sosyo-kültürel yapı bu tür girişimciliğin ana etmeni olmaktadır. “Toplumdaki hakim sosyal ilişki biçimleri de, girişimciliğe açıklık ya da kapalılığı belirleyebilmektedir. Parsons’ın ifade ettiği gibi, girişimcilik, aile ve akrabalık bağlarına dayalı yüz yüze, samimi sosyal ilişkiler yerine, daha çok ikincil, rasyonel, gayrişahsi ve anonim nitelik taşıyan sosyal ilişki konseptlerinden beslenir (Aytaç, 2006: 148).

Girişimciliğin sosyal alandaki fonksiyonları ise şu şekilde sıralanabilir (Bozkurt vd., 2012: 233-234);

- Birçok teknolojik buluşun toplumun yararı için yenilikçi ürün ya da hizmetlere dönüştürülmesinde,
- Değer yaratmada,
- Toplumsal yapıda da değişimci/yenilikçi bir sürecin başlatılmasında,
- Girişimciliğin risk üstlenme, yenilikçi ve öncü olma niteliğinden dolayı tüm toplumların değişim ve gelişim süreçlerinde işlevseldir.

KOBİ’lerde sosyal sermaye girişimcinin eğitim düzeyi, cinsiyeti, etnik kökeni, yönetim ve iletişim becerisi ile ilişkilidir. Bununla birlikte girişimciler, iş kurma ve iş genişletme kararlarında sosyal ilişkilerini kullanmaktadır. Girişimciler iş sürecini planlamada, işle ilgili kararlarına destek almada, arkadaş, akraba gibi sosyal destek mekanizmalarını harekete geçirebilirler. Bu boyutta ele alındığında sosyal sermaye girişimcilerin amaçlarına erişmesini kolaylaştıran ilişki kaynaklarıdır (Yetim, 2008: 498).

Girişimciliğe yol açan ya da engelleyen faktörlerin bulunması ve ölçülmesi zordur. Bu konuda en ciddi çalışmalar Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (Organization for Economic Co-operation and Development- OECD) ve Dünya Girişimcilik Platformunu (Global Entrepreneurship Monitor- GEM) tarafından yapılmaktadır (Bozkurt vd., 2012: 234).

1.2. KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ

1.2.1. Tarihsel Süreçte Kadın Emeği

“Kadın sorununun çözümü için öncelikli olarak bir gelecek öngörümüzün olması gerekir yani kadınlar olarak kadınları özgürleştirebilecek yeni bir toplumsal ilişkiler modeli geliştirmeliyiz.” (Durukanoğlu, 2013)

Tarihsel süreç içerisinde çalışarak üreten erkeklerin yanında kadınların da emeğini kullanarak toplumların gelişmesine ve uygarlıkların yayılmasına katkıda buldukları bilinmektedir. Kadınların çalışma yaşamında yer almaları toplumsal kurumlarda yaşanan bir takım süreçlerin sonucudur. 1970'lerden bu yana toplumda her alanda büyük bir atılım ve aktiflik içerisinde olan kadınlar, özellikle çalışma hayatı içerisinde ağırlıklarını gittikçe artan bir oranda hissettirmeye başlamışlardır. Kadınlar; sahip oldukları yetenek ve becerileri kullanabilme, bağımsız olabilme, esnek çalışma saatlerine sahip olabilme, toplumda sosyal rollerinde değişiklik yaparak ağırlıklarını hissettirebilme, ücret ve maaşla çalışmak yerine kendi gelirlerini kendi işlerinden elde edebilme vb. nedenlerle büyük ölçüde kişisel gayretleri ile kendi işlerini kurma yolunu tercih etmektedirler. Tüm bu gayretler geçmişte erkek egemenliğinde görülen pek çok alanda kadınlara başarıyı vaat etmektedir (Şahin, 2006: 292).

Toplumda, erkeklerin bir kısmınca kadınlara yakıştırılan duygusallık, her zaman akılcı olmama, dar kapasiteli olup çok yönlü düşünememe, insancılık, pasiflik gibi özelliklerin, yöneticilikte olumsuz sonuçlar doğurabileceği şeklinde yanlış ve yaygın bir kanı vardır. Serinkanlık, rasyonellik, çok yönlü düşünebilme, kararlarında örgütsel amaçları ön planda tutma, dolayısıyla örgütten insan, para ve ham madde girdilerini en verimli şekilde mal ve hizmet biçimindeki çıktılarına dönüştürme faaliyetlerinde görülen niteliklerin ne yazık ki sadece erkeklerde bulunduğu gibi yanlış düşünceler hala geçerliliğini sürdürebilmektedir (Bedük, 2005: 113).

Yüzyıllar boyunca her toplumda kadın ve erkek arasında ayırım yapıldığı gibi, yine her toplumda ataerkil aile ve toplum yapısının egemen olduğu bir gerçektir. Kadın ve erkek arasında cinsiyet ayırımının bütün toplumlarda bir rol ayırımına yol açtığı, bu nedenle kadının ev ve özel yaşamla sınırlandığı, erkeğin ise toplumda evin ekmeğini kazanan, aile gelirini temin eden, kararlarda söz sahibi olan bir güç olarak etkin bir rol oynadığı görülmektedir. Bir diğer ifade ile üretim işlevi erkeğe, üreme ve ev işleri kadına aittir. Kadının eğitim, çalışma ve çalışmasının karşılığını alarak toplumsal ekinliklere katılması hep kadın olduğu için engellenmiş ve sınırlanmıştır (Koray, 2000: 211).

Ülkemizde toplumsal düzlemde cinsiyete bağlı rol ayrımı olgusunun özgül, toplumsal, dinsel ve kültürel değerler ve yapıların etkisiyle yer yer iyice belirgin bir biçimde geçerli olduğu gözlenmektedir (Bedük, 2005: 114). Cinsiyete dayalı ayrımcılıktan

dolayı sistemi değiştirmeyen kadınlar, daha çok kendi cinsel kimliklerini yok sayarak, erkek değerlerini kabul etmek yoluyla işlerinde başarıya ulaşabilmektedirler.

Erkek egemen ideolojisinin kurumları biçimlendirdiği toplumlarda kadınlar her alanda; ekonomide, siyasette, bilimde engelleyici bir sınırlanmışlık durumu yaşamaktadırlar. Bu sınırlama ve ölçüler kalktığı ölçüde bağımsızlık, özgürlük ve iktidarı artmaktadır. Kadınlar, bu güçlerini toplumsal ve siyasal süreçlere, ancak kısıtlamaları aşabildikleri zaman yansıtabilmektedirler. İşte o zaman girişimci, yönetici, lider olma vasıfları belirlemektedir (Arat, 1986: 93).

Sanayi devriminden itibaren işten çıkartılan kadınları iş yaşamında korumaya yönelik yasalardan birinin erkek ve kadınların farklı ücret almalarını yasaklayan yasalar olduğu görülmektedir. Ancak yine de bu yasaların yetersiz kaldığı görülmektedir. İstihdam edilen kadınlara ödenen ortalama ücret, her ne kadar geçen 20 yılda aradaki fark biraz daraldıysa da, erkeklere ödenenin çok daha altındadır (Bedük, 2005: 115).

İşin düzenlenmesi, ücrette eşitlik, çalışma ve ilerleme şartları ile teşkilatlanma gibi konularda bütün işçiler içinde kadınlar ayrıca kadın olmalarından kaynaklanan bazı dezavantaj ve sorunlarla karşılaşmaktadırlar (Bedük, 2005: 115).

Diğer taraftan kadınların sendikal faaliyetlere katılmaları da sınırlı olmaktadır. Kadının sendikal faaliyetlere daha aktif olarak katılabilmesi için kendinden kaynaklanan sorunlar dışında bazı sosyal engeller bulunmaktadır. Bu noktada öncelikle kadının kendisini neye layık gördüğü ve nasıl gördüğü önemli olmaktadır. Çünkü önemli olan esas husus, kadının sendikal faaliyetlere katılmayı gerçekten istemesi ve bunun sonucunda karşılaşacağı zorluklarla mücadele etmeye hazır olması gerekmektedir. Bu mücadeleye hazır olayı sağlayacak hususlardan birisi aile ve çevrenin olaya olumlu gözle bakmasıdır (Bedük, 2005: 114).

İşgücü piyasasının rekabetçi özelliği ve kadınların bu piyasaya ancak eğitim seviyesini yükselttikleri ölçüde girebildikleri görülmüştür. Bu özelliklere sahip olmayan kadınların devlet ya da kamu kesiminde istihdam edilmeden, kendi başlarına iş kurabilmeleri için güç ve yeteneklerini arttırmak önem kazanmaktadır. Bu bağlamda en önemli sorun, kadınların bir finansman kaynağı nasıl bulacaklarıdır (Ecevit, 1993: 24).

Erkeklerle göre çalışma ömrü kısa, güvencesiz, beceri istemeyen ve düşük ücretli işlerde yoğunlaşan ve çok genç yaşta işgücü piyasasına girip evlilikle birlikte ayrılan kentli kadın işgücü düşünüldüğünde, kendi hesabına çalışan kadınların özellikle sahip oldukları işletmeler büyüdükçe hızla bu görünümünden uzaklaştıkları gözlenmiştir (Bedük, 2005: 115-116).

Ülkemizde kendi hesabına çalışan kadınların birçoğunun evli ve çocuklu olmaları, ülkedeki işgücüne katılmak isteyen evli ve çocuklu kadınlar için bu tür çalışma biçiminin yaygınlaştırılabileceğinin ipuçlarını vermektedir (Bedük, 2005: 116).

Kendi hesabına çalışan kadınların yaptıkları işten duydukları memnuniyet ve kendilerine olan güvenleri de dikkate alındığında, bu tür iş yapmanın kadınlara hiç olmazsa aile içinde ve yakın çevrelerinde pazarlık gücü kazandırdığı ve çalışmalarının daha kolay onaylandığı da söylenebilir. Kendi işinin sahibi olan kadınların çocuk sahibi olduklarında işlerine ara verme süresinin diğer alanlara göre daha kısa olması kadınların ne pahasına olursa olsun bu alanda kalmakta direndiklerinin bir göstergesi olarak değerlendirilebilir. Kuşkusuz bu noktada kendi işinin sahibi olan kadınların işletmeleri büyüdükçe ve kazançları attıkça çocuk bakımı için ücretli emeğe başvurma olanağının artmasını da değerlendirmeye katmak gerekmektedir (Bedük, 2005: 116).

İşgücü piyasasının kadına sınırlı imkânlar sunduğu böylesi bir ortamda kadın işgücü, geçimlik üretim, ev içi üretim ve gönüllü çalışma gibi alanlara hapsolmaktadır. Bu durum da kadınların kalkınmanın gerçekleşmesindeki paylarının yüksek olmasına rağmen, kalkınmadan aldıkları payın ne denli düşük olduğunun önemli bir göstergesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Oysa uzun bir zaman dilimini kapsayacak şekilde birçok ülkede yapılan araştırmalar göstermiştir ki, kadınların kayda geçmeyen faaliyetlerinin ekonomiye katkısı ülke GSMH'lerinin 1/3'ü ile 1/2'sine ulaşmaktadır (Göküş vd., 2013: 92).

Ekonomik kalkınmaya olan etkisi bu denli önemli olan kadınların istihdamını ve girişimciliğini arttırmak son derece önemlidir. Bu nedenle, gelecekteki politikaların belirlenmesinde etkin kadın girişimcilerin yaratılması yerel ekonomilerin ve dolayısıyla ülke ekonomisinin kalkınması açısından önem arz etmektedir (Göküş vd., 2013: 92).

Kadınlar tarih boyunca hemen hemen her dönemde içinde yaşadıkları toplumun özelliklerine göre değişen şartlarda ekonomik faaliyetlere katılmışlardır. Özellikle sanayileşme ile bu sürecin hızlandığı söylenebilir. Gerçekten, 21. yüzyıla doğru hızla ilerlerken her alanda kendini gösteren değişim ve gelişmeler çerçevesinde kadınların bir zamanlar sadece erkeklere açık olan iş dünyasına girdikleri ve bu dünyada güç, yetki, mevkii elde etmek için yoğun bir mücadele verdikleri gözlenmektedir (Tamer, 2013: 652-653) . Çalışma yaşamında küreselleşme çerçevesinde yaşanan değişimler ve yeni değerler, iş dünyasında erkek hakimiyetinin kırılarak kadının güçlenmesine neden olmuştur.

Geçmişte kadınların; okuma yazma ve iş yaşamına katılma oranlarının düşüklüğü, finansmana erişim olanaklarının yetersizliği gibi nedenlerle girişimci olmaları daha düşük düzeyde kalırken, son yıllarda yapılan çalışmalarda, kadınların iş yaşamında, karşı cinse göre daha başarılı oldukları gözlemlenmiştir (Tamer, 2013: 653). Bunun nedeni ise önceden erkeklere özgü olduğuna inanılan işlerde başarılı olmaları, erkeklerle aralarındaki girişimcilik konusundaki bilgi ve deneyim farkının giderek azalması, çok daha iyi örgütlenir hale gelmeleri ve doğaları gereği olaylara karşı daha duyarlı, daha sakin, daha yoğun insan ilişkilerine sahip olmalarıdır. Diğer taraftan gelişmiş ya da gelişmekte olan hemen hemen tüm ülkelerde cinsler arası eşitsizliğe karşı birtakım önlemler alınmaya başlanmış olması da kadınları girişimciliğe teşvik etmede önemli bir politika açılımı olarak algılanabilir. Günümüzde küreselleşmenin birlikte getirdiği hızlı değişim ve rekabet, yeni teknoloji ve anında iletişim karşısında geleneksel yöntemler etkin olamamakta ve bunun üstesinden gelebilmek için “yeni düşünce ve uygulama tarzlarına, bir anlamda “kadına has liderlik stili, kapasite ve niteliklere gereksinim duyulmaktadır. Yani yapısal değişim, değerler sisteminde de değişimi beraberinde getirmektedir. Örgütlerde değişim “değişen değerler sistemi ekonomik gereklilikle birlikte sergilendiğinde” daha belirgin bir şekilde göze çarpacaktır (Tamer, 2013: 655).

1.2.2. Kadın Girişimciliğine Genel Bakış

1.2.2.1. Kavramsal Boyut

Son yıllarda, kadınların, çalışma hayatına büyük oranda katılması ve daha aktif rol alarak girişimcilik faaliyetlerinde bulunmaları, gelişen ekonomiler için “stratejik” bir

öneme sahiptir. Çünkü iş dünyasında zengin olmanın, kullanılmayan potansiyeli etkin hale getirmenin ve yeni iş sahaları oluşturmanın yolunun, kadınların girişimciliğinin teşvik edilmesinden geçtiği gerek akademik çevrede, gerekse iş dünyasında ifade edilmektedir.

Özellikle, 2000’li yıllarla birlikte girişimcilik ve kadın girişimciliği konuları üzerine yapılan araştırmalarda belirgin bir artışın olduğu görülmektedir. Kadınların ekonomik hayatta erkeklerin yanında yer almalarını sağlayacak politika ve projelere öncelik verilmesi ile onları ekonomik ve sosyal gelişmeye önemli katkılar sağlayan potansiyel güç haline getirmek mümkündür (Tamer, 2013: 654).

Kadın Girişimciler ile ilgili yazarların fikir birliği yaptığı tanıma göre girişimci kadın (Ecevit, 1993: 69; Göküş vd., 2013: 91; Bedük, 2005: 112) ;

- Evinde veya ev dışı bir mekanda, kendi adına kurduğu bir (veya birkaç) işyeri olan,
- Bu işyerinde tek başına veya istihdam ettiği diğer kişilerle çalışan ve/ya işin sahibi olması sıfatıyla ortaklık kuran,
- Herhangi bir mal veya servisin üretilmesiyle ilgili faaliyetleri yürüten, bu mal veya servisin dağıtım, pazarlama ve satışını yapan/yaptıran,
- İşi ile ilgili olarak ilişkiye girmesi gereken kişi, örgüt, kurum ve kuruluşlarla kendi adına ilişki kuran,
- İş sürecinin örgütlenmesi, mal ve hizmet üretiminin planlaması, işyerinin işletilmesi, kapatılması veya işin geliştirilmesi konusunda kendisi karar veren,
- İşinden elde ettiği kazancın yatırım ve kullanım alanları üzerinde söz sahibi olan kadındır.

Başka bir tanıma göre kadın girişimci; işveren, işyerinin idari ve hukuki sorumluluğunu üstlenmiş, bizzat işinin başında bulunan ve iş yerinde fiilen çalışan kadındır (Bedük, 2005: 111).

Diğer bir tanıma göre ise; piyasa ekonomisi içinde, hesaplanmış riskleri göze alarak, doğrudan doğruya pazara yönelik, nakde dönüştürülebilen mal veya hizmeti üretip satan, kendi işinin sahibi olup vergi kaydı ve TESK’e bağlı Esnaf ve Sanatkarlar odalarına veya TOBB odalarına üye kaydı olan sosyal güvenlik kurumlarından birinin

şemsiyesi altında, tek başına ya da yanında başka kişileri istihdam eden kadın “Kadın Girişimci” olarak tanımlanabilir (Saray, 1993: 118).

DİE ‘nin kadın girişimci sınıflamaları da dikkate alınarak; iş kadınları, işteki durumu işveren veya kendi hesabına çalışan şeklinde belirlenen, işinin idari ve hukuki sorumluluğunu üstlenmiş olan, işinin başında fiilen bulunan, sunduğu ürün ve hizmetin fiyatı arz-talep ilişkisi içinde belirlenen kadınlardır (Yetim, 2008: 82).

Kendi mesleğini icra eden kadınlar girişimci olarak kabul edilmemektedir (doktor, avukat, eczacı gibi). Bunun nedeni ise girişimciliğin, üretim faktörlerini cesaretle bir araya getirme, kar veya zararı göze alma anlamına geliyor olmasıdır (Bedük, 2005: 111). Kendi mesleğini yapan kadınlar eğitimini gördükleri alanlarda çalışmaktadırlar (Özdevecioğlu ve Çelik, 2000: 488).

Kadın girişimcileri tanımlayan kişisel karakteristikler, dinamik, bağımsız, özgüvenli, rekabetçi ve amaç yönelimli olmalarıdır. Ayrıca girişimcilik faaliyetini sürdüren kadınlar hırslı olma, risk alma, kendi işini kontrol etme gibi özellikler çerçevesinde de betimlenmektedir (Yetim, 2008: 81).

Kadın eğer “girişimci kimliği” bağlamında yeterli özgüvene sahip ise bu durum olaylara ilişkin algı biçimini de etkilemektedir. Örneğin özgüvene sahip bir kadın girişimci alacağı kararların kendisi için daha az riskli olacağını düşünmekte, aksine özgüveni yetersiz veya olmayan kadın girişimci ise alacak olduğu kararların kendisi için büyük riskler taşıyacağı yönünde bir inanca sahip olmaktadır. Özellikle erkeklerin kendileri ile rekabeti göze alamayacakları alanlarda iş kurmaya eğilimli olan kadın girişimciler, performanslarının göreceli olarak düşük, başarı durumlarının ise pekte parlak olmamasına rağmen iş hayatının vazgeçilmez unsurudurlar. Elbette ki olumsuzluklar bir takım uygulamalarla ortadan kaldırılabılır. Belki de bunlardan en önemlisi özgüvendir.

Özgüven dışında bir kadın girişimcinin iş başarısında şu unsurlar da rol oynar (Levent vd, 2003: 1141):

- Kişisel tutum ve davranışlar
- İşe tutku ile bağlılık
- Sabır

- Azim
- Disiplinli ve sıkı çalışmak
- Müşterilerle iyi ilişkiler içerisinde olmak
- İşi sevmek
- İşi doğru ve layığı ile yapmak
- Eşi ve ailesi tarafından desteklenmek

Aileden veya yakın akraba çevresinden başarılı girişimcilerin çıkmış olması kadınların bu kişileri kendisi için model almasına imkan sağlamaktadır. Bu yapının, kadını girişimcilik konusunda cesaretlendirici bir rol oynadığı söylenebilir. Bu durumun kadını erkeklerden daha çok motive ettiği yapılan çalışmalarla ortaya konmuştur (Orhan ve Scott, 2001: 236). Aile, kadın girişimci için bir model olma yanında gerekli iş gücünün temin edilmesi açısından diğer bir fonksiyonu da yerine getirmektedir. Verilerin yetersiz olmasına karşın genel olarak bakıldığında gelişmiş ülkelerde kadınların sahip olduğu veya kadınlar tarafından yönetilen işletmelerin oranı önemli ölçüde fazladır.

Kadınların eğitim olanaklarından yeterince yararlanamamaları, kadınların girişimcilik konusundaki yeterliliklerini etkileyebilmektedir (Yetim, 2008: 82). Kadınlar girişimcilik eğitimi almaları doğrultusunda kendilerini hem geliştirme fırsatı bulurken, girişimci faaliyetlerde bulunmak isteyen diğer kadınlarla bir araya gelip güç birliği de yapabilmekte, bu girişimleri kooperatiflere dönüşebilmektedir. Çağımızın iletişim ve ulaşım olanaklarının çok geliştiği dikkate alınırsa kadın girişimcilerin özellikle ürün ve hizmetlerini pazarlamaları aşamasında bu olanaklardan daha etkin yararlanması etkiyi artıracaktır (Sungur, 2013: 647).

Araştırmalara göre kadın girişimciler evli, çocuksuz ya da az çocuklu, genellikle girişimci veya yönetici ailelerden gelen, iyi eğitilmiş, aileleri tarafından desteklenen, girişimcilik konusunda kendilerine güvenen ve erkekler ile benzer girişimcilik performansını bazı farklılıklarla da olsa gösterebileceklerini düşünen kişilerdir (Kutunis, 2009: 1). Kadın ve erkek girişiciler, girişimcilikle ilgili olarak birbirlerine çok benzer yaklaşımlara sahiptirler. Aralarında en önemli görüş ayrılığı, girişimcilikte cinsiyet faktörüne yönelik eğilimlerinden kaynaklanmaktadır.

Aile sorumluluğu ve annelik rollerinin etkisiyle kadınlar genellikle kariyerlerine ara vermek zorunda kalırlar. İşte bu noktada “girişimcilik”, kadına kariyerine farklı bir noktadan devam etme imkanı sunarken annelik rolünü de sağlıklı bir biçimde oynamasına imkan vermektedir (Orhan ve Scott, 2001: 233).

Gerçekten de kadınların geleneksel olarak kendilerine biçilen “kadınlık ve annelik” rollerinden sıyrılıp; ev kadınlığı dışında bir meslek edinme çabaları hem kadınlar için hem toplum için yeni ve ivedi olarak çözülmesi gereken sorunları gündeme getirmiştir. Kadınlar, meslek yaşamlarında erkek rakipleri ile yarışmalarının yanı sıra kadınlık rollerini de aksatmamaya çalışarak; iki misli sorumluluk üstlenerek “özgürleşmenin bedelini” ağır bir şekilde ödemek durumundadırlar (Bedük, 2005: 106).

Ülkemizin gerek geleneksel değer ve tutumlar, gerekse sosyo-ekonomik yapısından kaynaklanan nedenlerle kadınlar dezavantajlı duruma düşmektedirler. Ancak toplumsal yapımızdaki hızlı değişme, yaşamın her alanını olduğu kadar çalışma yaşamını da etkilemiştir. Çalışma yaşamında erkek egemenliği sarsılmaya ve kadın girişimcilerde bu alanda kendilerini gösterme imkanlarını bulmaya başlamışlardır.

Hala süregelen geleneksel düşünce sistemine göre kadının yeri evidir ve alışılmış görevi kocasının eşi, çocuklarının annesi olmaktır. Ancak kadının bu rolüne sanayileşme ve kentleşme olgusu içinde ve toplumsal değişme sürecine bağlı olarak yeni sosyal roller eklenmektedir (Bedük, 2005: 110). Bu kaçınılmaz değişim sonucu kadın ister kendi iradesiyle, isterse ekonomik zorunluluklar nedeniyle olsun, çalışma yaşamına girmek suretiyle ekonomik bağımsızlığını kazanarak daha özgür, güçlü ve bilinçli olma yolundadır. Bunun sonucu olarak da, kendi işinin sahibi olmayı isteyen kadın girişimciler ortaya çıkmıştır.

Son yıllarda kadınların işgücüne katılımlarındaki artış genellikle 20.yy’ın en önemli sosyal ve ekonomik gelişmesi olarak algılanmaktadır. Kadının çalıştığı ailelerden birden fazla gelirin paylaşılmaya başlanmasıyla erkeğin tek başına ailenin geçimini sağlayan birey konumu değişmiştir. Her iki eşin çalıştığı aileler genellikle daha genç, daha iyi eğitim görmüş, daha az sayıda çocuğu olan ve yalnızca erkeğin çalıştığı ailelere göre geliri daha yüksek olan ailelerdir (Bedük, 2005: 112).

Uzun yıllar iş çevreleri tüm alışverişlerin % 80'inin kadınlar tarafından yapıldığını ve bunların önemli bir bölümünü ev kadınlarının oluşturduğunu ve alışverişin sosyal bir olay olarak görüldüğünü düşünmüşlerdir. Oysa bugün durum oldukça farklıdır. Çünkü çalışan kadınlar yeni ve farklı ihtiyaçları olan ancak bunları karşılayabilmek için çok az zamana sahip olan önemli bir tüketici grubunu oluşturmaktadır. Kadının değişen profilini pazarlama açısından daha iyi anlayabilmek için bazı önemli değişimler dikkate alınmalıdır. Örneğin (Bayraktar, 1995: 89-90):

- Yaşam maliyetinin sürekli artması, düşük ve orta gelir düzeyindeki ailelerde kadının ek gelir getirmesini gerekli kılmıştır. Enflasyon, gerçek gelirle arzu edilen ürün ve hizmetler için gerekli gelir arasındaki farkın büyümesine neden olmuştur.

- Ev işlerinin yapılması, yiyeceklerin hazırlanmasında işgücü ve zamandan tasarruf sağlayan araçlar ve bunun yanı sıra pazarda birçok hizmetin varlığı ortalama olarak kadına önemli miktarda serbest zaman bırakmaktadır. Bugün çalışan kadın çocuk bakımı ve ev işlerini ücretli olarak yaptırabilmektedir.

- Çalışan kadınların önemli bir bölümü işlerini tatmin edici bulmakta, dışarıda çalışmanın kendilerine prestij sağladığını düşünmektedirler. Çalışan kadının öğrenim düzeyi yüksek olup, pazardaki etkinliği daha fazladır ve çalışmayan kadınlara göre daha fazla mal ve hizmete ihtiyacı vardır. Kadının aileye ek gelir sağlaması satın alma kararlarında önemli ölçüde bağımsız davranmasına neden olmaktadır.

Kadın girişimciliği, kadınların kendi kazançlarını elde ederek ekonomik bağımsızlıklarını kazanmalarında önemli bir araç olmasının yanı sıra kadınların iş hayatına ve dolayısıyla ülke ve bölge ekonomisine katkıları da yadsınamayan bir gerçektir (Göküş vd., 2013: 87).

Girişimcilik bu noktada bölgesel farkları gidermek açısından önemli bir işleve sahiptir. Girişimcilik faaliyetinin temel aktörü konumunda olan girişimci bölgenin sahip olduğu potansiyellerin kalkınma sürecine dâhil edilmesinde büyük bir rol oynar. Girişimcilik ile ekonomik büyüme ya da Schumpeter'in ifadesiyle iktisadi gelişme arasında doğrusal bir ilişki vardır (Göküş vd., 2013: 87). Dolayısıyla erkek girişimcilerin yanında kadın girişimcilerinde işgücüne katılımını bölgelerarası farklılıkların çok fazla olduğu ülkemizde önemli bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Kadın girişimcilerin yerel

ekonomilerde oynadıkları rol toplumun büyük bir kesimi tarafından ihmal edilmektedir. Oysa sürdürülebilir kalkınmanın sağlanabilmesi için özellikle yerel ekonomilerde kadın girişimcilerin rolü büyüktür (Göküş vd., 2013: 88-89).

Kadın istihdamı ve kadın girişimciliğinin geliştirilmesi sosyo-ekonomik kalkınma açısından da önemlidir. Yapılan çeşitli anket çalışmaları kadınların gelirlerinin çoğunu aileleri için harcadığını göstermektedir. Yani kadınların geliri arttıkça bu geliri kişisel tüketimden ziyade ailenin geçimine harcadığı söylenebilir. Dolayısıyla kadınların geliri arttıkça tüm ailenin refahı düzeyi artmaktadır (Göküş vd., 2013: 89). Bu bağlamda düşünüldüğünde çalışan kadın sayısının artması genç kuşakların daha iyi koşullarda eğitim almaları ve daha sağlıklı yetişmeleri konusunda olumlu katkılar sağlayacaktır.

Dünya nüfusunun yarısını oluşturan kadınların ekonomik yaşama katılma, ekonomik değer üretme ve dolayısıyla da kalkınmayı sağlamada önemli etkileri olmasına rağmen, ekonomik kalkınmadan yararlanma payları erkeklerin aldıkları payın gerisinde kalmaktadır. Kadınların bu şekilde ekonomik ve toplumsal anlamda ikinci planda kalmalarına neden olan ana etken, kaynağını erkek egemen kültürden alan cinsiyet ayrımcılığıdır. Bu zihniyet, kadının rollerini ev içi alanla sınırlamakta ve ev dışında herhangi bir uğraşı olsa bile bunun kadının ikinci görevi olduğunu söylemektedir. Küreselleşmenin beraberinde getirdiği esnek ve ucuz emek arayışı ile birlikte kadın istihdamı artsa da, dünya genelinde kadın emeği hala büyük oranda, ücretsiz aile işçisi başta olmak üzere, düzenli geliri olmayan işlerde yoğunlaşmış durumdadır.

Dünyada yaşanan değişime paralel olarak kadın girişimciliği geleneksel iş alanlarının dışına çıkmış, yarı geleneksel veya geleneksel olmayan (imalat, inşaat, haberleşme, ulaştırma gibi) sektörlerde de varlığını hissettirmeye başlamıştır (Levent vd, 2003: 1134). Günümüzde hizmetler sektöründe ağırlıklı olarak kendisini hissettiren kadın girişimciliği göreceli olarak küçük, az bir kuruluş sermayesi ile işe başlamaya imkan veren ve düşük gelirlili işlerde yoğunluktadır. Kadın girişimcilerin kurmayı düşündükleri işin seçimi, iş yeri ve çalışanların sayısı üzerinde belirleyici olmaktadır. Bu yönüyle kadın işverenlerin faaliyet gösterdikleri sektörlerdeki işyerleri genellikle küçük ve çalışan sayısı da az olmaktadır. Bu yapı nispi olarak daha küçük bir kuruluş sermayesi gerektirmekte ve sermayenin dönüşümü kısa sürede gerçekleşmektedir.

Geleceğin iş dünyasını yapılandırmada etkin kadın girişimciler yaratmak, özelde yerel ekonomilerin kalkınmasına genelde ülke ekonomisinin kalkınmasına büyük faydalar sağlayacaktır. Kadın girişimciler, hem kendileri hem de istihdam ettikleri kişiler için iş yaratırlar. Ayrıca iş gücüne katılım kadının toplumdaki konumunu güçlendirerek toplumların gelişmişlik düzeyini etkiler ve gelir dağılımındaki adaletsizliği de önlemeye yardımcı olur (Can ve Karataş, 2007: 253).

Kadınların girişimci olmalarını teşvik etmek veya kadın girişimcilerin faaliyetlerini sürdürebilmeleri için, kadının en çok yoğunlaştığı iş kollarını da düşünerek mikro finansman yöntemlerinin devlet, bankacılık sektörü, özel sektör ve sivil toplum kuruluşları tarafından devreye sokulması ve kadınların bu finansman kaynaklarına daha kolay ulaşabilmelerinin sağlanması, ekonomik anlamda olumlu gelişmeler yaratacak ve bu çabalar yerel ekonomilerin kalkınmasında etkili rol üstlenecektir (Can ve Karataş, 2007: 255).

Bu konuda getirilen bir eleştiri ise; mikro kredilerin yoksulluk ve kredi piyasasındaki eşitsizlikler gibi makro sorunların çözümüne dönük politikalar olmaktan çok, bu sorunların etkilerini hafifleten mikro ölçekli politika araçları olduğuna yöneliktir (KEİG, 2013).

KEİG'in düzenlemiş olduğu Türkiye'de Kadın Emeği ve İstihdamı (2013) raporunda getirdiği bir başka eleştiri ise; kadın girişimciliğinin desteklenmesinin kadın istihdamını artırma yollarından biri olarak, alternatif olmakla birlikte sonuç alma ihtimalinin en zayıf olan yöntemi olduğudur. Gereçesini ise; girişimcilik sıradan güvenceli istihdamdan farklı olarak, risk almayı ve piyasada tutunmayı gerektirmektedir. Oysa ki kadınların böyle bir yükün altından kalkabilmesi ender başarı hikayelerini oluşturmaktan öteye geçememektedir şeklinde ifade etmektedir.

Yerel ekonomilerde yerel aktörlerin ekonomik faaliyete katılımını sağlamak ekonomik kalkınmanın sağlanmasında başarılı bir yoldur. Bu anlamda yerel aktörler içinde yer alan, toplumun büyük bir kesimi tarafından yerel ekonomilerde oynadıkları rol ihmal edilen kadın girişimcilerin üretim sürecine dahil edilmesi, potansiyel kadın girişimcilerin iş hayatına girişlerinin sağlanması ya da mevcut girişimci kadınların

desteklenmesi ekonomik kalkınmayı sağlamaya yardımcı olacaktır (Can ve Karataş, 2007: 260).

1980'lerden bu yana gelişmeye başlayan, son yıllarda gözlenen teknolojik gelişmeler ve kültürel beklentilerdeki ilerlemelerle desteklenen girişimcilik kültürü, girişimcilerin toplumdaki statülerini de yükseltmiştir. Bu arada kadın girişimcilerin sayısının hızlı bir şekilde arttığı da gözlenmektedir.

Bazı yazarlar girişimi başlatmak için yeterince ekonomik güce sahip olanları girişimci olarak değerlendirirken, bazıları ise buna "bağımlı" girişimcileri de dahil etmektedir. Bu açıdan bakıldığında, bağımsız, bağımlı veya "gizli" girişimci kavramları ile karşılaşılmaktadır. Kadın girişimcilerin genellikle, eşleriyle ortak girişimlerde bulunduğu veya aile şirketlerinde çalıştıkları görülmektedir. Yapılan çalışmalarda, girişimcilerin ebeveynlerinin de genellikle işveren veya serbest meslek sahibi girişimci olduğu belirlenmiştir (Kutunis, 2003: 74).

Kadın girişimciler, girişimlerinde kişisel beklentileri, erkek girişimciler ise ekonomik beklentileri ön planda tutmakta (Kutunis, 2003: 78); kadın girişimciler işlerini yürütürken daha fazla sosyal destek arayışı içine girmekte; ve kadın girişimciler erkek girişimcilere göre daha yüksek girişimci özelliklere sahip olduklarını düşünmektedirler.

Kadın girişimcilerin özellikle firma sahipliği ile tatmin düzeylerinin arttığı saptanmıştır. Kadın girişimcilerin müşterileri ve çalışanları ile iyi bir etkileşim içinde oldukları için firmalarının performansının yüksekliğini sağlayabilme ihtimallerinin yüksek olabileceği de düşünülmektedir.

Erkeklerin girişimcilik ile ilgili alt yapılarının ve geçmiş deneyimlerinin kadınlardan daha fazla olduğu, kadın girişimcilerin genellikle işletmelerin kuruluşunda hazırlıklı olmadıkları ve bu nedenlerle de erkeklere nazaran daha fazla risk üstlenmek zorunda kaldıkları sonucuna varmışlardır (Kutunis, 2003: 81). Ayrıca kadın girişimcilerin genellikle sınırlı sayıdaki sektörlerde faaliyet gösterebildikleri ve başarılı kadın girişimcilerin de daha çok diğer kadınlara hizmet vermeye çalışan ve onların sorunlarını çözmelerinde rol modelliğini üstlenen kadınlar oldukları da belirlenmiştir. Özellikle kadın girişimcilerin firmaların kuruluş aşamalarında veya kendilerinin işe başladıkları

dönemlerde iş ile ilgili beklentilerini düşük seviyede tuttukları ve bu yolla da hayal kırıklığına uğramadıkları gibi tatmin hissine bile ulaşabildikleri belirlenmiştir.

Yapılan araştırmalarda kadın girişimcilerin finansal güvenliklerini sağlamakla birlikte, hem ev hem de iş dünyasındaki işlerini dengeleyemeyecekleri, belirli sektörlerde faaliyet gösterebilecekleri, bankalardan kredi bulmakta zorlanabilecekleri, müşteriler tarafından doğru algılanamayacakları (Kutunis, 2003: 73) ve benzeri konularda sorunlarla karşılaşabilecekleri belirlenmiştir.

Daha önce yaptıkları işlerden memnuniyetsizlik duyan kadınlar için kendi kuracakları bir işte çalışmak kişisel ihtiyaçlarla iş gerekleri arasındaki çatışmayı en aza indirecek bir çözüm olarak görülmektedir. Bu kişiler için özellikle gelişmiş ülkelerde paranın motivasyon gücünün sınırlı olduğu söylenebilir. Buna karşın ürün veya hizmet kalitesinin sanılanın aksine oldukça iyi olduğu dikkat çekmektedir. Finansal yetersizlikler ve bu noktada yaşanan sıkıntılar kadın girişimcileri işlerine daha fazla eğilmelerine sebep olan ve onları motive eden bir araç haline dönüşmektedir.

Önceki iş deneyimleri ile girişimcilik arasında yakın bir ilişki vardır. Fakat bu konuda, erkek ve kadın girişimciler arasındaki önemli bir ayrıma vurgu yapmak doğru olacaktır. Erkek girişimcilerde daha önce çalışmış oldukları işler ile girişimci kimlikleri ile yeni başladıkları işler arasındaki benzerlik %84'ler civarında iken bu oran kadınlarda %40'lar civarında kalmaktadır. Bu açıdan kadınların girişimci olarak yeni işlerinde deneyim ve tecrübe eksikliği nedeniyle önemli sıkıntılar yaşacaklarının söylenmesi yanlış olmayacaktır. Ayrıca kadınların, iş hayatının tehlikelerine veya risklerine ilişkin risk algı düzeyleri erkeklere oranla daha yüksek görünmektedir. Nitekim pazarlama ve psikoloji alanında yapılmış çalışmalar erkeklerin kadınlardan çok daha fazla ve kolaylıkla riskli kararlar alabildiklerini ortaya koymaktadır (Fidan ve Yılmaz, 2005: 16). Bu yaklaşım tarzı aslında kadın girişimciler tarafından kurulan işletmelerin niçin belirli bir süre sonunda büyüyemediklerini de ortaya koymaktadır. Piyasada ortaya çıkan fırsatları değerlendirmede geç kalınması böyle bir doğal sonucu da doğurmaktadır.

Son yıllarda medyanın da yardımıyla kadın girişimcilere olan ilgi artmıştır. Kadın girişimciliğine yönelik olan bu ilgi, özellikle gelişmekte olan ülkelerde benimsenen

ihracata yönelik kalkınma stratejileri ile yakından ilişkilidir (Tamer, 2013: 651). Gelişmekte olan ülkelerin ithal ikamesi politikasında yaşanan sorunlar, yurt içi kaynak kullanarak küresel pazarla bütünleşme yollarının aranmasına neden olurken, kullanılan girdiler açısından ithalata bağımlı olmayan emek yoğun sektörlerin ve bu sektörlerde istihdam edilen kadın emeğinin önemini arttırmıştır.

Kadın girişimciliğinin ekonomik ve toplumsal hayata önemli yarar ve fırsatlar sunduğu bir gerçektir. Kanıtlar göstermektedir ki, girişimcilik, ekonomik gelişme ve iş yaratımına değişik yollar sağlamaktadır. Kadınlar kendi ülke ekonomilerini geliştirmede potansiyel girişimcilik faaliyetleri ile önemli bir kaldıraç kuvveti oluşturmaktadırlar (Tamer, 2013: 653).

1.2.2.2. Kadın Girişimci Türleri

1987 de Dorothy P. Moore'un yaptığı çalışma kadın girişimcileri geleneksel ve modern olarak iki gruba ayırmaktadır. Geleneksel veya ilk kuşak kadın girişimci profili şu şekilde belirlenmiştir (Bedük, 2005: 114):

- 35-45 yaşları arasındadır.
- Eskiden veya halen evlidir ve bir ailesi vardır.
- Ulusal ortalamanın bir hayli üstünde bir eğitim düzeyine sahiptir.
- Aile üyelerinden biri serbest çalışmaktadır.
- Yeni, genç bir firmanın başındadır ve bu onun ilk deneyimidir.
- Muhtemelen birkaç çalışanı olan perakende ticaret veya bir hizmet işletmesinin sahibidir.
- İlk işe başlama sermayesi kişisel tasarrufları ve sahip olduğu varlıklardır.

Modern kadın girişimci profili de aşağıdaki gibidir (Bedük, 2005: 114-115):

- İşletme yönetimi ve teknik konularda eğitilidir.
- Erkeklerin yoğun olduğu sektörlerde çalışmaktadır.
- Geleneksel kadın rolü daha az engelleyici bir faktördür.

Dünya genelinde 1980'li yıllardan itibaren kadın girişimciliği farklı disiplinlerin ilgi alanı haline gelmiş ve yazında farklı tanımlamalarla yer almıştır. Bu tanımlamalar arasında: Geleneksel, Yenilikçi, Evcimen ve Köktenci girişimci kadın tipleri

bulunmaktadır. Geleneksel girişimci; hem girişimcilik ideallerini hem de geleneksel cinsiyet rollerini üstlenen ve ikisini de aynı ölçüde yerine getirmeye çalışarak iş-aile görevlerini dengeleyen ve işini de fazla büyütmeyi düşünmeyen kişilerdir. Yenilikçi girişimci; girişimcilik ideallerini genellikle cinsiyet rollerinin çok daha üstünde tutan ve işletmenin büyümesini öncelikli hedefler arasına koyan kişilerdir. Evcimen girişimci; geleneksel girişimci rollerini girişimcilik ideallerinin üstünde tutan ve adeta girişimciliği yan bir uğraşmış gibi gören kişilerdir. Köktenci girişimci; iş-aile dengesini kurmaktan çok kadınların ikinci plana itilmelerini önlemeye çalışan ve işini de bu amaca hizmet eden bir amaç olarak gören kişilerdir (Kutunis, 2003: 92).

Bir diğer tanımlama ise; fırsatçı ve zanaatkar donanımlı kadın girişimci tipleridir. Fırsatçı kadın girişimci; teknik olmayan, eğitim görmüş, teknik dışı iş tecrübesine sahip, yüksek düzeyde sosyal ilgileri olan, etkili bir iletişim yeteneğine sahip, uzun planlama ufukları çizebilen bir tiptir. Zanaat donanımlı kadın girişimci ise; formal, teknik eğitim görmüş, teknik iş deneyimine ve daha yakın zamana bakabilen veya büyüme için somut planları olmayan tiplerdir (Çelebi, 1997: 45).

1.2.2.3. Kadın Girişimciler ile Erkek Girişimciler Arasındaki Farklar

Gelişmişlik düzeyi ne olursa olsun girişimciliğin ve bugün kazanmış olduğu yeni boyutu ile kadın girişimcilerin öneminin her geçen gün daha da iyi anlaşılması, kadın girişimcilerin karakteristik özellikleri olarak ifade edebileceğimiz bir takım konuları da öne çıkarmıştır. Bir iş kurmada kadın ve erkeği motive eden veya harekete geçiren unsurlar benzerlikler gösterir. Erkek girişimciler gibi kadınlarda bağımsız olmayı, otonomiye, yüksek gelir elde etmeyi ve kendi işlerinin patronu olmayı isterler (Fidan ve Yılmaz, 2005: 14). Bu noktada kadın ve erkekler arasında belki de tek farklılık, erkekler için özellikle ekonomik nedenler ön planda iken kadınlar için önceliğin aile ihtiyaçlarının daha rahat giderilmesi önem taşımaktadır. Erkekler için girişimcilik bir iş kararı olarak görülürken kadınlar için bu durum bir yaşam tercihi-aile ve kariyer beklentilerinin ortak bir paydada buluşturulması olarak farklı bir anlam kazanmaktadır.

Kadın girişimciler erkek girişimcilerle karşılaştırıldığında kadın girişimcilerin farklı güdülere sahip olduğu görülmektedir. Özellikle kadın girişimcilerin daha iyimser ve şartlara daha iyi uyum sağlayan kişilik özellikleri gösterdikleri erkek girişimcilerin ise

kendilerine daha fazla güvenen, daha esnek olan ve daha az toleransa sahip oldukları tespit edilmiştir. Benzer şekilde erkek girişimciler ilk işlerini genellikle üretim ve inşaat sektörlerinde kurmalarına karşın, kadın girişimciler, hizmet sektörü, eğitim, danışmanlık, halkla ilişkiler alanlarında ilk işlerini kurmaktadır. Bu durumun nedeni cinsiyetin yapısal özelliğinden kaynaklanmaktadır. Kadın girişimciler yapıları gereği fiziksel olmayan hizmet, eğitim, danışmanlık vb. işlerde girişimcilik faaliyetini sürdürmeyi tercih etmektedirler. Bunun aksine kadın ve erkek girişimcilerin özellikleri dikkate alındığında ise her iki cinsiyetin birbirine benzer özelliklere sahip oldukları görülmektedir (Yetim, 2008: 81). Bu özellikler arasında; risk alma ve başarı güdüsü, fırsatları değerlendirme, vizyon, liderlik ve kararlılık ve kontrol odağı bulunmaktadır (Uluköy ve Demireli, 2014: 49).

Yine kadın girişimciler erkek girişimcilerle karşılaştırıldığında, genelde aralarında benzerlikler bulunmasına rağmen kadın girişimciler farklı güdülere, iş hünerye düzeyine ve mesleki geçmişe sahiptir (Çelebi, 1997: 19). Erkek girişimciler, genel olarak 25-35 yaş arasında ilk işlerini kurarken, kadın girişimciler girişimci olabilecek potansiyellere ancak 35-45 yaşlar arasında ulaşabilmektedir. Yine erkek girişimciler ilk işlerini genellikle imalat ve inşaat sektörlerinde kurmalarına karşın, kadın girişimciler, hizmet sektörü, eğitim, danışmanlık, halkla ilişkiler alanlarında ilk işlerini kurmaktadır (Yetim, 2008: 81). Kadınların cinsiyet rolleri esas alınarak, kadına özgü ve erkeğe özgü olarak tanımlanabilecek işler konusunda da ayrımlaşmalar bulunmaktadır. Sektöre giriş kolaylığı, daha az sermaye ve donanım gerektirmesi gibi nedenlerle, girişimci kadınlar genellikle hizmet ve ticaret sektöründe faaliyet göstermektedir. Ayrıca bu sektörlerde yürütülen faaliyetler, kadına iş ve aile yaşamını dengeleme olanağı sunabilmektedir. Bu nedenle imalat sektöründe kadın girişimci oranı oldukça sınırlı kalmakta, bu sektörde faaliyet gösteren kadınlar genellikle erkek ortaklarla birlikte çalışmaktadır (Yetim ve Tatlıdil, 2004: 498).

Erkekleri daha yüksek oranda refah ve ekonomik başarı elde etmek için girişimci olmayı tercih ederken, kadın girişimcilerin ise daha yüksek oranda, iş ve aile hayatını dengelemek için girişimci olmayı tercih ettikleri görülmektedir. Benzer çalışmada Stefanovic ve Stosic, erkek girişimciler özellikle yüksek getiri elde etme ile motive

olurken, kadın girişimcilerin ise çalışma saatlerinin esnekliği ve iş tatmini ile motive olduğu ifade edilmektedir (Uluköy ve Demireli, 2014: 50).

Kadın girişimciler, hem kendileri hem de istihdam ettikleri kişiler için iş yaratmalarının yanı sıra, toplumdaki konumlarını da güçlendirerek gelişmeye katkıda bulunurlar (Göküş vd., 2013: 92). Erkek girişimcinin genelde otoriter yönetim tarzına yatkın olmasına karşın, kadın girişimci, yönetim olgusuna daha bütüncül yaklaşmakta, araştırma sonuçlarına göre personel eğitimi, takım çalışması, işletme yapısında hiyerarşinin azaltılması ve kalite konularında ve başarı olgusunu erkeklerden farklı değerlendirmesi sonucu çalışanların kariyerlerinde gelişmelerinin sağlanması ve müşterilerin beklentileri konularında daha duyarlı olmaktadır. Kutanis ve Alparslan'ın (2006: 142-144) girişimci kadınların profilleri ile ilgili yapmış oldukları araştırmada, girişimci kadınlar; kendilerine güvenen, güçlü önezelere sahip, sabırlı ve dayanıklı olan, riski üstlenebilen, ikna kabiliyeti kuvvetli ve inisiyatif kullanan bireyler olarak bulgulanmıştır. Aynı araştırmada girişimci kadın olmanın, kadına çalışma yaşamında diğer çalışma biçimlerine kıyasla daha fazla özerklik imkanı verdiği, kadının işine yönelik kısa ve uzun vadeli planlar yapma, kaynakları optimum kullanma, beşeri ilişkiler kurma ve sürdürme, işinde edindiği deneyimleri verimli kanallara aktarma gibi önemli kazanımlar sağladığı belirlenmiştir. Dünya Bankası'nın Orta Doğu ülkelerinde ki şirketlerle ilgili yapmış olduğu bir araştırmada, bu ülkedeki işletme sahibi olan kadınların Afrika ve Asya'daki diğer kadın girişimcilere oranla işletmelerini daha fazla büyütme eğiliminde oldukları ve birçok engelle karşılaşmalarına rağmen, erkek girişimcilere göre işletmelerinde daha fazla sayıda işçi çalıştırdıkları belirlenmiştir. Yine yapılan bir diğer araştırma sonucuna göre ise, kadın girişimcileri yönetsel becerilerine ilişkin öz değerlendirmelerinde yeni fikirler ve yeni ürün geliştirme konularında kendi becerilerini mükemmel olarak tanımlamışlardır. Aynı araştırmada, insan ilişkileri, yönetim, geliştirme ve eğitim ile pazarlama, pazarlama araştırması alanında çok iyi, envanter, üretim gibi işe yönelik teknik alanlarda iyi oldukları ortaya konulmuştur. İngiltere'de yapılan bir araştırmada, çalışanların patronlarını tanımlamaları ve nasıl bir patron istediklerini tarif etmeleri istenmiştir. Yapılan araştırmanın sonucuna göre çalışanların, kadın patronla çalışmak istedikleri ortaya çıkmıştır. Çalışanların daha çok kadın patron tercih etmelerindeki sebepler ise şöyle sıralanmaktadır (Tamer, 2013: 256):

- Kadınlar, bir iş için erkekten daha fazla çaba gösteriyorlar ve daha dikkatli.
- Kadınlar, çalışanlarına gerekli eğitimi daha iyi verebiliyorlar.
- Kadınların öğreticilik yanı erkeklerle oranla daha gelişkin.
- Kadınlar yeni durumlara ve değişimlere daha rahat uyum sağlayabiliyorlar.
- Kadınların, yanlarında çalışanları iş konusunda heveslendirme ve teşvik etme yetenekleri erkeklere oranla daha gelişkin.
- Kadınlar yeni fikirlere daha açıktır. Ayrıca kadınların yaratıcılıkları da iş yaşamında başarının kapısını aralıyor.
- Kadınlar gözlem yeteneklerini iş yaşamında başarılı bir biçimde kullanabiliyor.
- Çalışanlarıyla iletişim kurarken kadının sağladığı başarı iyi bir yönetici olmasında olumlu bir etki yapıyor.
- Kadının problem çözebilmedeki başarısı, bir yönetici olarak erkekten daha başarılı olmasını sağlıyor.
- Kadınlar özel yaşamlarında olduğu gibi iş yaşamında da açık bir stratejiye sahipler.
- Kadınlar iş yaşamında erkeklere oranla daha neşeli ve eğlenceli olabiliyor.

Tahminlerin aksine kadınlar, iş yaşamında kararlarını kolay verebiliyorlar ve kararları konusunda daha ısrarcıdır. Yukarıda belirtilen araştırma ve değerlendirmeler göz önünde tutulduğunda; kadın girişimcilerin ekonomik ve sosyal anlamda ülkeye getirdiği kazanımlarının daha gerçekçi ve geleceğe yönelik olarak değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu bağlamda kadın girişimcilerin, hem kendileri hem de istihdam ettikleri kişiler için iş yaratmaları ve çalışma yaşamında daha etkin ve aktif olmaları; onların toplumdaki konumlarını güçlendirmesine, toplumların gelişmişlik düzeyini etkilemesine ve gelir dağılımındaki adaletsizliği de önlemeye önemli katkılar sağlamaktadır, dolayısıyla Türkiye'nin sosyal ve ekonomik gelişmesine katkıda bulunmak ve sürdürülebilir kalkınmayı gerçekleştirebilmek için ekonomik değer yaratan kadın girişimci sayısını arttırmak, var olan kadın girişimcileri güçlendirmek ve onları dünya ile bütünleştirmek gerekmektedir (Can ve Karataş, 2007: 256).

Kadınlar kendilerini buldukları ortama kabul ayrı bir kimlik oluşturarak farklılaşma yoluna gitmişlerdir. Başarılarının sürekliliğini sağlayabildiklerinde kurumsal kimlik oluşturma başarısına ulaşabilmektedirler (Tamer, 2013: 654). İşletmelerine küresel

bakabilen, rekabetçi avantaj ve katma değer yaratabilen, söyleneni ve düşünülebileni yapabilen hayal kurabilen, sürekli öğrenmeye çalışabilen, kaybetmeyi göze olabilecek kadar stratejik düşünme yeteneği olan girişimciler ekonominin gelişmesine katkıda bulunma, iş imkanı sağlama, işletmesini geliştirerek yeni işkollarının oluşturulması konularında her daim başarılı olmaktadır.

Kadın ve erkek girişimcilerin iş kurdukları sektörler arasındaki farklılıklar dikkate alındığında, kadınların mesleki tecrübeleri ve çevrelerinde yaşayan arkadaş-dost tavsiyeleri ile erkek egemen meslek alanlarından uzak durarak genellikle seyahat acentalığı, giysi stilistliği, emlakçılık, sigortacılık, toptancılık, imalatçı temsilciliği gibi sektörlerde çalışmayı tercih etmektedirler.

Finansal kaynaklara ulaşma ve kullanma açısından da cinsler arasında önemli farklılıklar bulunmaktadır. Erkek girişimciler; kendi birikimleri yanında yatırımcı ve banka kredilerini kullanırken, kadınlar ise; kendi kişisel kaynaklarını, eş ve arkadaşlarının birikimlerini kullanmaktadırlar (Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü Yayınları, 2000).

1.2.3. Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Fırsatlar Ve Engeller

1.2.3.1. Kadınları Girişimci Olmaya İten Faktörler

Kadın girişimciliğini konu alan çalışmaların pek çoğunun ortak noktası kadınları iş hayatında birer girişimci olmaya iten temel faktörün “ekonomik unsurlar” olduğu yönündedir. Ekstra bir gelir elde etmek gibi ekonomik faktörlerin harekete geçiriciliği yanında, ekonomik yönden bağımsız olma isteği, kişisel ve ailevi sorumlulukları dengeleyebileceklerini çevrelerine ispat etme güdüsü ve esneklik kadın girişimciliğini tetikleyen unsurlar arasında sayılabilir (Levent vd., 2003: 1135; Orhan ve Scott, 2001: 233).

Gerçekte kadınları girişimci olmaya iten faktörlerin zorlayıcı ve teşvik edici faktörler biçiminde bir ayrıma tutulması, konunun sistematik açıdan daha kolay anlaşılmasına imkân verecektir (Orhan ve Scott, 2001: 233).

Zorlayıcı Faktörler:

- Zorunluluk (aile gelirinin yetersiz olması durumu)
- Çalışılmakta olan işe karşı duyulan memnuniyetsizlik
- Yeni bir iş bulmakta yaşanan zorluklar
- İş saatlerinde esneklik arayışı (aile sorumluluklarını tam olarak yerine getirebilmek)

Teşvik Edici Faktörler:

- Kendini gerçekleştirme
- Girişimcilik güdüsü
- Zengin olma arzusu
- Sosyal statü edinme
- Güç elde etme şeklinde karşımıza çıkmaktadır.

Kadınların iş kurma nedenleri, itme ve çekme faktörleri çerçevesinde ele alınabilir. Kadınları iş kurmaya iten faktörler arasında ülkenin ekonomik koşullarından kaynaklanan işsizlik sorunları, kadınlara uygun olmayan iş koşulları ve kadınların özellikle ücretli işlerde cinsiyet ayrımcılığına uğramaları sayılabilmektedir. Farklı ülkelerde yapılan çalışmalarda kendi hesabına çalışan kadınların sayısındaki artış ile ülkelerin yapısal işsizlik sorunlarını ilişkilendiren araştırmalar yapılmıştır. Bu araştırmalarda, kadınların ekonomik zorunluluklar nedeniyle girişimci olduklarını, esnek istihdam politikaları ve işçi azaltımının, kadınları küçük işyeri sahibi olmaya ittiğini vurgulamıştır (Tamer, 2013: 652).

Sosyo-kültürel yapıdaki değişim sonucu öğrenim düzeyi yükselen kadının daha fazla sayıda işgücüne katılması, şirketlerin orta yönetim kadrolarında yer alan kadınların, çalıştıkları işletmelerin personel azaltma politikalarından etkilenebilecekleri düşüncesiyle, kendi işlerini kurarak kendi kendilerinin patronları olmayı yeğlemeleri, her geçen gün başarılı kadın girişimci sayısının artması ile kadınların kendilerine rol modeli olarak aldıkları kişi sayısının çoğalması ve işlerini kaybetmeyecek kadar şanslı olan kadınların bir süre sonra şirket hiyerarşisinde daha üst kademelere çıkmalarının önüne set çeken, sırf cinsiyetlerinden ötürü daha sorumlu pozisyonlara gelmelerini engelleyen cam tavan etkisi nedeniyle yükselme olanakları kalmayan kadınların, her

şeye karşın potansiyellerini ortaya koyma, kendilerini gerçekleştirmek ve başarılarını kanıtlamak için kendi işletmelerini kurma ve geliştirme çabaları. Kadınları girişimci olmaya iten bir diğer neden ise hükümetler tarafından kadınların yerel ekonomiyi kalkındırmada önemli bir aktör olarak görülmesi politikasıdır. Bu politikada özellikle yerel aktörler içersinde yer alan potansiyel kadın girişimcilerin yönlendirilmesi, teşvik edilmesi ve güçlendirilmesi öngörülmektedir. Böylece özellikle kırsal alanda ekonomik faaliyetlerde yeterince yer alamayan kadınların mikro finansman yöntemi ile gelir elde etmelerinin sağlanması amaçlanmıştır (Tamer, 2013: 653). Çünkü iş hayatında erkeklere göre kadınların yeterli öz sermayeye sahip olmadığı veya başlangıç için gerekli finansmana ulaşamadığı bir gerçektir.

Bunun aksine, bağımsızlık isteği, kendini gerçekleştirme isteği, kendi işinin patronu olma, aile ve iş sorumluluğu arasındaki dengeyi kurma isteği ise kadınları iş yaşamına “çeken“ faktörler arasında yer almaktadır. ABD’ de yapılan çalışmalarda kendi hesabına çalışan kadın girişimcilerin iş kurma nedenleri arasında bağımsızlık isteği, kararları kontrol edebilme isteği gibi çekme faktörlerinin geçerli olduğu belirlenmiştir. Bu çerçevede kadınlar, genel olarak girişimsel amaçları yönünde iş kurmakta, yalnızca çok az sayıda kadın ücretli çalışmada yaşanan cinsiyete bağlı ayrımcılık nedeniyle iş kurduğunu belirtmektedir (Hughes, 2003: 435-36). Bu bağlamda kadını girişimci olmaya hem iten ve hem de çeken farklı faktörler bulunmakta ve her iki faktör de farklı ülkelerde yapılan çalışmalarda geçerliliğini korumaktadır.

1.2.3.2. Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Engeller

Kadınların karşılaştığı sorunlardan biri erkek egemen sosyal yapı ve kamusal desteğin yetersizliğidir (KEİG, 2013: 16). Bunların yanında kadın girişimciler, tüm girişimcilerin karşılaştıkları finansman yetersizliği, nitelikli eleman bulamama, talep durgunluğu, verimliliği artırma sorunu, alacakların zamanında tahsil edilememesi, haksız rekabete dayalı rakip engellemeleri sorunu gibi sorunlarla karşılaşmaktadırlar. Eğitim seviyeleri görece olarak düşüktür. İnternet kullananların oranı azdır. Kadın, aile ve kariyerini uzlaştırma çabası içinde olmaktadır. Kadınların iş sahibi olarak kolayca kabul edilmedikleri ülkelerde ya da bölgelerde, cinsiyete dayalı engeller artabilmektedir. Kadınlar, kendi hesaplarına çalışmaya erkeklere göre çok daha sonra başladıklarından, özellikle işletmecilik ve sermaye edinimi konusunda daha az profesyonel deneyime

sahiptirler. Bu nedenlerle, belirlenen sorunları erkeklere kıyasla daha ağır yaşamakta ve bu da kadın girişimcilerin ayrıca desteklenmesi gereğini ortaya çıkarmaktadır (Çakıcı, 2006: 58).

Bu bağlamda aşağıda kadın girişimcilerin girişimcilik faaliyetlerinde kendilerini engelleyen faktörler, kadın olmaktan kaynaklanan engeller ve iş ve çevresel faktörlerden kaynaklanan engeller olmak üzere iki farklı bölümde ele alınmıştır (Soysal, 2010b: 96-106).

1.2.3.2.1. Cinsiyetten Kaynaklanan Engeller

Sermaye Eksikliği: Bir firmayı kurmak için ön şartı finansal varlığa ve gerekli bilgi potansiyeline sahip olmaktır. Toplumda kadınların pozisyonu, bu her iki varlığa sahip olmak açısından eksiktir. Aile yükümlülüklerini yapma zorunluluğu kadını bütünüyle kariyer yapmasını zorlaştırıyor, kadın için olası iş fırsatlarını değerlendirmek doğal olarak azalıyor ve onun daha düşük ücretle çalışmasının yolunu açıyor. Daha gelişmiş ülkelerde bile kadınlar erkeklere göre daha az kazanırlar. Örneğin Bangladeş, Mali veya Senegal gibi yasal ve kültürel engellerin olduğu ülkelerde kadının bir firma kurmak için gerekli parayı tasarruf etmesi veya firmanın büyümesi için gerekli parayı bulması oldukça zordur, çünkü herhangi bir anda bir erkek aile üyesi (kocas, kardeşi) birikmiş olan sermayeyi herhangi bir neden olmaksızın el koyabilir ve orada kadına ayrıcalık tanıyacak bir koruma da söz konusu değildir.

Bu anlamda finansal sermayenin mevcut olması, girişimcilik süreci için oldukça önemlidir. Bu anlamda kadın girişimcilerin önündeki en büyük engelin mali güçlerinin olmayışlarıdır Kadınların yüksek girişimcilik potansiyeline sahip olmaları, hatta yapacakları işin projesi ve pazarı belli olsa bile banka kredi başvurularında teminat olarak üzerlerinde kayıtlı bir mülk gösterememeleri kadın girişimcilerin önünde önemli bir sermaye engeli olarak ifade edilebilir.

Toplumun Geleneksel İnanç ve Baskısı: En gelişmiş ülkelerde dahi kadının karşı karşıya bulunduğu ayrımcılık olgusunun, bu alandaki çarpık uygulamaların üstesinden gelinebilmiş olduğu gibi, gelişme yolundaki birçok ülkede bugün de onun yerinin ev olduğuna inanılmakta, birçok erkek egemen ataerki toplumda onun evin erkeğinin izni olmaksızın herhangi bir girişimi yasaklamış bulunmaktadır. Aslında bu anlayışın

temellerine bakıldığında, aile içi iş bölümü ve bu iş bölümünden dolayı kadının evde yapması gereken işleri aksatmaması için çalışmasına karşı çıkmıştır. Japon şirketlerinde yapılan bir araştırmada, kadınların ailelerine ilişkin sorumluluklarının önemli olduğu düşüncesiyle kadınların iş hayatına girmesi, istihdamı ve terfileri ile ilgili olumsuz bir tutum sergiledikleri tespit edilmiştir.

Diğer taraftan kadının çalışıp para kazanması erkeğin aileyi geçindiren aile reisi konumuna ve aile içindeki egemenliğine karşı bir tehdit olarak algılandığında da kadına çalışma izni verilmemektedir. Kadının ev dışı bir işletme kurarak, onu faaliyete geçirmesi, bu yolla üretime katkıda bulunması birçok kültürde bugün de pek olağan bir davranış biçimi olarak nitelendirilmemektedir. Toplumun erkek bireyleri bir tarafa, bu tür girişimler kendi hemcinsleri tarafından dahi onay görmemekte ve yadsınmaktadır.

Cinsiyete Dayalı Rol Ayrımcılığı: Kadınların iş yaşamlarını etkileyen en önemli unsurlardan birisi de erkeklerden farklı olarak toplum içerisinde benimsedikleri cinsiyet rolüdür. Cinsiyet rolü, hangi meslek ya da pozisyonun kadın işi, hangilerinin erkek işi olduğunun belirlenmesini sağlamaktadır. Böylece kadının toplumdaki cinsiyet rolünden dolayı onun ev hayatı ve iş hayatı arasında denge kurmak zorunda olması, anne ve eş olma rolünün bir uzantısı gibi değerlendirilen öğretmenlik, hemşirelik, sekreterlik gibi daha çok kadınların çalıştığı mesleklere yönelmesine yol açmıştır. Özellikle kadınların sanayi sektöründeki varlıkları erkeklere kıyasla çok düşüktür ve emek yoğun hafif sanayi dallarında göreceli olarak dar bir alanda faaliyet göstermektedirler.

Cinsel ve Duygusal Taciz: Gerek ücret karşılığı bir işte çalışan ve gerekse işletmelerde yönetici ve girişimci olarak çalışan kadınların özellikle kapalı toplumlarda cinsel ya da duygusal tacize uğramaları oldukça olasıdır. Özellikle duygusal tacizden çok cinsel tacize uğrayan birçok kadın, evinin geçimini sağlamak zorunluluğu ile işini kaybetme korkusu nedeniyle, çözümü bu duruma katlanmakta bulmaktadır.

Cam Tavan Engeli: Yine uygulamada en sık rastlanan konulardan biri de çalışan kadına kendisi ile aynı meslek sahibi, aynı deneyim ve birikime sahip, aynı kıdemdeki karşı cinsine oranla daha az ücret ödenmekte, hiyerarşinin daha üst kademelerine yükselme sözkonusu olduğunda, kadın sırf cinsiyetinden ötürü, karşılaştığı cam tavan engeli nedeniyle örgütte hak ettiği düzeye gelememektedir. Cam tavan olarak da

adlandırılan bu durum, işletmelerde kadınların yönetimde belirli bir düzeyin üzerine yükselmesini engelleyen görünmez engelleri ifade etmektedir. Bu engellerin belli başlıları ise; basmakalıp yargılar, rol çatışması, şirket uygulamaları (işe alım, terfi ve ücretlendirmede ayrımcılık yapılması), rehberine sahip olamama, ve iletişim ağı eksikliği olarak sıralanabilir.

Sosyal Pozisyon ve İletişim Eksikliği: Kadın genelde erkeklerden daha düşük bir sosyal pozisyonudadır. Bu ise onların sosyal ortamlara giriş veya bir örgütün üyesi olma gibi bağlantılarının çeşidini etkilemektedir. Böylece yeni bir firma kurarken ve yönetirken gerekli olan bilgi, destek ve kaynağa ulaşmada kadınların erkeklere göre daha az başarılı oldukları söylenebilir. Kadınları iş yaşamında zorlayan bir diğer unsur ise, erkek meslektaşlarının biçimsel olmayan iletişim ağlarına girememeleridir.

Yasalardan Kaynaklanan Engeller: Kadınların çalışma yaşamına girmesi veya girdikten sonra işte devamları konusunda yasalarda cinsiyete dayalı ayrımcılık söz konusu olmamakla birlikte belli iş ve mesleklerin kadınlara uygun işler olarak toplumsal kabul görmemesi, görev dağılımında adil davranılmaması, ekonomik kriz dönemlerinde önce kadınların işten çıkartılması, özellikle kayıt dışı sektörde ücretlerin düşük tutulması gibi bazı ayrımcılık örnekleri ile karşılaşılabilir.

Basmakalıp Yargılar (Güvensizlik, Tecrübe Eksikliği ve Başarısızlık Beklentisi): İş yaşamında cinsiyete dayalı basmakalıp yargılar kadınların kariyerlerinde en önemli engel olarak görülmektedir. Örneğin ABD’de yaklaşık 300 kadınla yapılan bir araştırmada, basmakalıp yargılar birinci kariyer engeli olarak bulunmuştur. Çoğu olumsuz olan bu yargılar, kadınların üst düzey işleri yapamayacaklarına dair görüşleri içerir. Kadınlar; kişilik, kararlılık, azim ve risk alma açısından yetersiz olarak değerlendirilmektedir. Yaygın olarak bir diğer basmakalıp yargı ise, kadınların bağımlı, duygusal ve öznel davrandıkları ile rekabet, hırs, liderlik, risk alma yeteneği gibi özellikler açısından yetersiz oldukları şeklindeki algılamalardır.

Kadın girişimcileri iş hayatında zorlayan bir diğer unsur ise tecrübe eksikliği olarak ifade edilebilir. Çünkü girişimcilikte, fırsatların tanımlanmasından işin performansına kadar tüm aşamalar tecrübe ile ilgilidir. İnsan sermaye teorisi, yüksek kalitedeki insani sermaye ile işletmenin, yüksek performansa ulaşabileceğini önermektedir. Bu anlamda

insan sermayesi, bilgi ve yetenekleri başarılı bir şekilde keşfetmede ve fırsatları değerlendirmede işletmelere yardım etme ile ilgilidir. Gelişmiş ekonomilerdeki araştırmalar, kadınların girişimcilik faaliyetlerinde tecrübe eksikliği yaşadıklarını göstermiştir. Özellikle kadın girişimcilerin, ortak bulma ve erkek girişimcilerle birlikte iş yapma konusunda sorunlar yaşadıkları ve kadının bu alandaki nispi eğitimsizlik ve deneyimsizliği de onların yakın çevreleri tarafından başarısız olacak düşüncesini kuvvetlendiren ve başarısına ket vuran bir diğer önemli faktör olarak görülebilmektedir.

Rol Çatışması: Kadın girişimcilerin, özel hayatlarıyla çalışma yaşamları arasındaki rol ikilemi rol çatışması olarak tanımlanmaktadır. Bu anlamda rol çatışması, girişimci kadınların alanlardan birine daha fazla zaman ayırdığında diğer tarafı ihmal ile sonuçlanan bir durum olarak ifade edilebilir. Kararsızlık, endişe, zorlama, bunalım, gerilim gibi unsurlar içeren rol çatışmalarının ortaya çıktığı durumlarda çeşitli sebeplerle rollerden birisi ihmal edilmektedir. İş-aile çatışması kapsamı içerisinde değerlendirilen rol çatışması özellikle; uzun ve düzensiz çalışma saatleri, fazla mesai, kişinin işte bulunma süresinin uzunluğu gibi çeşitli iş özellikleri rol çatışmasının en önemli nedenleri arasında sayılabilmektedir. Nitekim yapılan bir çalışmada işteki çalışma süresi, katı iş programları ve işte stres yaratan durumlar ile iş-aile çatışması arasında pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Böylece kadınlar ailelerinden, erkeklere göre daha fazla sorumlu olduklarından, rol çatışmasını çözemeyen kadın, duygusal açıdan acı çekebilme, yaşam tatmini azalabilme, toplum tarafından eleştirilme ve daha fazla yıpranabilmektedir.

Eğitim Düzeyinin Düşük Olması: Eğitim ile çalışma hayatına girecek olan kadınlar, hem daha verimli bir iş ortaya koyacaklar hem de meslek seçimi ve kariyerlerinde kolaylıklar sağlayıp, çalışma hayatında erkekler kadar söz hakkına sahip olabileceklerdir. Fakat günümüz Türkiye'sinde kadınların eğitimi konusunda erkekler kadar bir iyileşme sağlanamamıştır. Birleşmiş Milletlerce 2006 yılında yayınlanan İnsani Kalkınma Raporu'na göre, ilk, orta ve yüksek eğitimde kız çocuklarının okullaşma oranları %63 olarak belirlenmiş ve bu oran Türkiye'yi dünya sıralamasında 92. sıraya itmiştir. Yani eğitim alanında sınıf farklılıklarından kadınların, erkeklerden çok daha fazla etkilendikleri söylenebilir. Özellikle geleneksel yaşam biçimini benimseyen

aileler, mali güçlerini kızlarının değil oğullarının eğitimine yönlendirmek istemektedirler.

Bu bağlamda özellikle kırsal kesimde, kadının küçük yaşlardan itibaren tarla ve çiftlik işlerinde çalışması ve küçük yaşlarda evlendirilmesi, onun eğitim imkânlarından erkekler kadar yararlanamadığının bir göstergesidir. Diğer taraftan okula giden kadınların ise ilköğretimden sonra okula devam konusunda sorunlar yaşadıkları söylenebilir. Kentte ise eğitim imkânı konusunda kız çocuğuna oranla erkek çocuğuna daha fazla önem verilmesi, kadınların işgücüne katılımını olumsuz yönde etkilerken, girişimcilik bilinçlerinin oldukça düşük kalmasına neden olabilmektedir.

Zaman Darlığı: Girişimci olan kadınlarda geçerli olan bir diğer engel zaman darlığıdır. Çünkü kadın o kadar farklı ev işlerinden ve çocukların yetiştirilmesinden sorumlu olduğu için, var olan bir işi geliştirmeye veya girişimci olmada girişimsel yetenekleri geliştirmeye yeterince zaman ayıramayabilmektedir. Böylece kadın girişimciler, kredi için bilgi ve danışmanlık için destek kuruluşlarına, bankalara ve diğer finans kuruluşlarına gitmeye, yetenek kazanmak için eğitim programlarına katılmaya veya daha iyi müşteriler veya tedarikçiler araştırmaya yeterli zaman bulamayabilmektedir. Araştırmalar göstermektedir ki, zaman darlığı, çoğu ekonomide, bağımsız gelişme düzeyinde birçok kadın için önemli bir engeldir.

Sosyal Sorunlar: Kadınların iş hayatına girmesine engel olan sosyal sorunlar ise şu şekilde sıralanabilir; çocuk bakımı ve eğitimi, küçük yaşta evlenme, boşanma konusunda toplumun baskısı, geleneksel aile kültürü. Özellikle kadınların ev ve iş yaşamlarının uyumlaştırılmasına yardımcı olacak destekleyici mekanizmaların bulunmaması da, çalışan kadınların dışarıda çalışmayı ikinci bir yük şeklinde hissetmelerine neden olabilmektedir. Bu da pek çok kadının ev dışında çalışma yaşamına katılmamasına ve girişimcilik faaliyetlerden yoksun kalmasına yol açan önemli sebeplerden birini oluşturmaktadır.

Sağlık ve Psikolojik Sorunlar: İnsanların hasta olmamaları, bedeni, ruhi ve akli yönden sağlıklı olmaları, onları çalışma hayatında daha verimli olmalarını sağlayacaktır. Genelde herkes için önemli olan bu konu, özelde kadınlar açısından ele alındığında, Türkiye’de kadın sağlığının iyi düzeyde olmadığı ifade edilebilir. Dolayısıyla sağlık ve

psikolojik sorunlarla boğuşan kadınların erkekler kadar üretken olmayacakları ve bu durumun kariyerlerini olumsuz bir şekilde etkileyeceği açıktır.

Girişimcilikte Rol Modellerinin Eksik Olması: Geçmişte girişimci kadınların olması, mevcut ve gelecekte kadınların girişimcilik faaliyetlerine yönelmelerine önemli bir destek sağlayacaktır. Rol modeli olarak algılanan bu durum, bir kişi için onları kendisine rol modeli olarak alan kişiler açısından önemli olacaktır. Çünkü rol modeli olarak alınan kişilerin ilgileri, yaklaşımları, davranışları ve faaliyetleri girişimci olmak isteyenlerin arzularını ve güvenilirliklerini etkileyecektir. Üstelik rol modellerinin etkisi, cinsiyetle doğrudan ilişkilidir. Yani, bir kişi aynı cinsiyete sahip diğer bir kişiden daha fazla etkilenecektir. Rol modellerinin önemi ile ilgili bir örnek, girişimcilik araştırmalarında çok iyi bilinmektedir ki, kendi işinde çalışan anne ve babaların çocukları da bir kariyer seçeneği olarak girişimciliği merkezi önemde görebilmektedirler. Üstelik kendi işinde çalışan anne ve babaların etkisi cinsiyet temelinde daha da etkili olabilmektedir. Örneğin erkek çocuğunun annesinden çok, kendi işinde çalışan babasından etkilenmesi daha olasıdır. Bu kapsamda girişimcilerin cinsiyetlerine bakıldığında, iş yaşamında kadınlardan çok erkeklerin daha etkin olduğu söylenebilir. Bunun bir sonucu olarak ise kadın girişimcilerin öteden beri kendilerine rol modeli olarak alabilecekleri kişilerden yoksun olması, onları girişimciliğe yöneltmede oldukça zayıf bırakmıştır denilebilir.

1.2.3.2.2. Örgüt ve Çevresel Şartlardan Kaynaklanan Engeller

Örgüt İklimi ve Kültürü: Örgüt iklimi, örgütün objektif özelliklerinin çalışanlar tarafından nasıl görüldüğünü ifade eden, bireylerin iş çevrelerindeki olaylara, faktörlere ve şartlara ilişkin algıları ve bunun bilişsel ve duygusal sonuçlarını içeren bir kavramdır. Destekleyici, yenilikçi ve bürokratik olmak üzere üç farklı türde iklim tanımlanmaktadır. Bunlardan destekleyici iklimde; açık ilişkiler, dostluk, işbirliği, cesaret verme, sosyalleşme, kişisel özgürlük ve güven söz konusu iken; yenilikçi iklimde ise; risk üstlenmek, sonuca odaklanmak, yaratıcılık, girişimciliği ve uyarıcılığı teşvik etmek ön plandadır. Bürokratik iklimde ise, daha çok katı, hiyerarşik ve değişimi istemeyen bir yapı söz konusudur. Dolayısıyla çalışanların girişimcilik faaliyetlerine katılmalarında, çalıştıkları örgütün hangi iklim yapısında olduğu önemli bir rol oynayabilecektir. Özellikle erkeklere göre bu konuda daha çekingen olan kadınların, destekleyici ve

yenilikçi bir örgüt ikliminden ziyade bürokratik bir örgüt iklimine sahip işletmelerde çalışıyor olmaları onları, girişimcilik faaliyetlerinden uzak tutan önemli bir engel olabilecektir.

Kadınların girişimci olmalarında önemli rol oynayan bir diğer olgu ise, örgüt kültürüdür. Kültür, bir topluluk tarafından geliştirilmiş inançları ve paylaşılan temel değerleri de kapsayan belirli davranışlar kümesi olarak tanımlanabilir. Bu kapsamda örgüt kültürü, örgütsel karar ve stratejileri etkileyen güçlü bir kaynaktır. Kültürün, örgütte görev yapan çalışanların girişimcilik potansiyel ve fırsatlarını teşhis etme ve değerlendirilmesinde de önemli bir etkiye sahip olduğu söylenebilir. Buna göre çalışanların gelecekle ilgili beklentilerine sıcak bakıldığı, her türlü imkân ve ortam hazırlanarak çalışanların planlarına yardımcı olduğu bir örgüt kültürüne sahip olan işletmelerde, çalışanların, daha yenilikçi ve girişimci olabilecekleri söylenebilir. Böylece güçlü örgüt kültüründen çok zayıf örgüt kültürüne sahip işletmelerde çalışan özellikle kadın personelin, bu yapıdan etkilenerek girişimcilik potansiyellerini açığa çıkartmaları oldukça zor olabilecektir.

Liderlik: Liderlik, örgütte hem stratejilerin geliştirilmesi hem de uygulanması aşamasında önemli bir yere sahiptir. Liderlerin görevi; dürüstlüğe ve yetkilendirmeye değer veren bir işletme kültürü yaratmaktır. Yani lider, organizasyonda gelişmeye yol açan değişiklikleri gerçekleştirerek, insanları, kendileri ve organizasyon için yenilik yapmaya, girişimciliğe ve daha özgür hareket etmeye yönlendirir. Bu bağlamda örgütlerde, demokratik, model olan ve yetiştiren liderlik tarzından çok, zorlayıcı, otoriter ve bağıllık oluşturan liderlik biçiminin daha aktif olması, çalışanların ve dolayısıyla kadınlar personelin girişimcilik potansiyellerini ortaya çıkartmalarında önemli bir engelleyici faktör olarak değerlendirilebilecektir.

Bütüncül Bakışın Sağlanamaması ve Örgütlenememe: Kadın girişimciliğinin önündeki birçok engeli aşamaması, kendini çevreleyen, sınırlayan sorunlarla baş edememesinin başlıca nedenlerinden birisi de olayın dünya genelinde, küresel temelde bir bütünlük içerisinde ele alınamaması, etkin bir biçimde örgütlenememesidir. Bu anlamda gerek uluslar üstü gerekse ülke bazındaki büyük sivil toplum kuruluşlarının kadın girişimciliği konusundaki katkıları ve teşvikleri, engellerin aşılmasında önemli bir rol oynayabilecektir.

Kurumsal Çeşitlilik ve Koordinasyon Zorlukları: Türkiye’de kadın girişimciliğini destekleme ve geliştirme ile ilgili gerek hükümet kuruluşları ve gerekse sivil toplum kuruluşları ve özel kuruluşların sayısının oldukça fazla olması bu kuruluşlar arasında koordinasyon güçlüğüne ve kadın girişimciliğini destekleme stratejisinin farklılaşmasına neden olmuştur. Böylece kadın girişimciliği konusu, birbirinden bağımsız ve farklı birkaç politika çerçevesi içine yerleştirilmiştir. Bu durum ise ekonomik hayatta kadınları güçlendirme hedefine ulaşmada kadın girişimciliğinin nasıl bir stratejik araç olacağı konusunda farklılıklar ve görüş ayrılıklarının oluşmasına neden olmuştur.

Politika Geliştirme ve Uygulama ile İlgili Engeller: Girişimciliği destekleme programları hazırlanırken, hedef kitle olarak görülen kadınlar arasındaki birtakım ayrımların (yaş, eğitim, kentli-kır vb.) dikkate alınmaması; bu programlar oluşturulurken program tasarımına ve uygulama süreçlerine kadınların dahil edilmemesi; girişimciliği geliştirme yönünde uygulamaya aktarılan proje fonlarının deneyime dayalı olmaması, iyi tasarlanmış olmaması ve sürdürülebilirlik konusunda etkin bir modelin olmayışı gibi nedenlerden dolayı başarısızlığı; mevcut kadın girişimcilerin ihmali ve yeni başlayanlara ağırlık verilmesi ve izleme ve değerlendirme eksiklikleri, kadınların girişimciliğini engelleyen önemli uygulama eksiklikleri olarak sayılabilir.

BÖLÜM 2: DÜNYA'DA VE TÜRKİYE'DE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ

2.1. DÜNYADA KADIN İŞGÜCÜ VE KADIN GİRİŞİMCİLER

Dünyanın hemen hemen tüm gelişmiş ülkelerinde kadın girişimcilerin iş alanlarında erkek girişimcilerle eşit ve en az erkek girişimciler kadar etkili olduğu görülmektedir. Araştırmalar incelendiğinde kadın girişimcilerin ekonomik faaliyetleri dünya ekonomisinin büyümesinde önemli rol oynadığı görülmektedir (Uluköy ve Demireli, 2014: 48). Son dönemlerde kadın girişimci sayısının önemli derecede artış göstermesi çalışmaların cinsiyeti dikkate alan bir eksene kaymasına neden olmuştur.

Birleşmiş Milletler (BM), 1950'li yıllardan itibaren dünyada kadınların kalkınma çabalarının içinde yer alması için yoğun bir çaba başlatmıştır. BM, 1975 yılını, uluslar arası kadın yılı olarak ilan etmiştir. 1985 yılında Türkiye'nin de imzaladığı Kadınlara Karşı Her Türlü Ayrımcılığın Önlenmesi Sözleşmesi ile devletleri, kadınların istihdam alanında erkeklerle eşit haklara sahip olarak serbestçe iş ve meslek seçme, mesleki eğitim haklarını kazanmaları için bütün önlemleri almakla yükümlü kılmıştır. Bu bağlamda, ülkemizde 1990 yılında Kadın Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü kurulmuştur (Çakıcı, 2006: 55).

Artık, ekonomik gelişme ve refah için dünyanın sadece %50 nüfusunun bilgi, beceri ve yeteneklerinden yararlanmanın yeterli olmayacağı anlaşılmıştır. Dünyanın birçok yerinden kadın girişimcileri desteklemek amacıyla düzenlenen Uluslararası İş Kadınları Konferansları, kurulan Kadın Girişimcileri Destekleme Merkezleri kurulması gibi faaliyetler dünya insan kaynağının diğer yarısının da fark edildiğinin göstergeleridir (Çakıcı, 2006: 55).

Kadın konulu IV. BM Dünya Konferansı'nda kadınların güçlendirilmesi ve cinsiyet eşitliği, tüm insanlık açısından politik, sosyal, ekonomik, kültürel ve çevresel güvenliğin ön koşulu, sürdürülebilir kalkınmanın da önemli bir parçası kabul edilmiştir (Balkız ve Öztürk, 2013: 5).

UNDP, BM ve Dünya Bankası gibi yardım kuruluşlarının çoğunun cinsiyet ve gelişme stratejilerinde mikro krediler önemli bir rol üstlenmeye başlamıştır. Yoksulluğun azaltılması yönünde kadınların işletilebilir ve pazarlanabilir nitelikteki üretken değerlere

(özellikle toprak, sermaye ve kredi-finans) erişimlerinin arttırılmasını sağlayan programlar büyük önem taşımaktadır (Balkız ve Öztürk, 2013: 6).

Üçüncü Dünya ülkeleri açısından yoksulluktan ve işsizlik sorunlarından kurtulmanın bir yolu olarak ele alınmıştır. Üçüncü Dünya Ekonomilerinde küçük girişimciliğin tarım ve sanayi kesimlerinin dışına taşan bir öneminin olduğu, bakım-onarım, ticaret, ulaşım ve diğer hizmet kesimlerinde bu olgunun sanayi kesimine oranla daha önemli bir yer tuttuğu vurgulanmıştır (Yetim, 2008: 79).

Son yıllarda dünyada çalışanların demografik yapısında görülen birçok değişiklik kadınları da etkileyerek onları iş yaşamının vazgeçilmez aktörleri haline getirmiştir.

Uluslararası rakamlara bakıldığında, kayıtlı ekonomi içindeki şirketlerin yüzde 25-33'ünün sahiplerinin kadın olduğu görülmektedir. Yine Dünya Bankası'nın yedi Orta Doğu ülkesinde yapmış olduğu bir çalışmada, toplam 4000 şirketin sahiplerinin %13'ünün kadın olduğu belirlenmiştir. Araştırmalar, global kadın işgücündeki en yüksek artışın endüstrileşmiş ülkeler olduğunu gösterirken, en düşük artışı sergileyenlerin ise zaten işgüçlerinde büyük sayıda kadın bulunan Doğu Avrupa Ülkeleri olduğunu belirtmektedir (Tamer, 2013: 652).

Avrupa'da (Avrupa Birliği ve diğer ülkeler), tahminler göstermektedir ki, yaklaşık 16 milyon işverenden, kendi işinde çalışan kadın sayısı 10 milyondan fazladır ve Amerika'da 9.2 milyon insan için istihdam sağlayanların 6.4 milyonu kendi işinde çalışan kadınlardan oluşmaktadır. OECD kaynaklı bir araştırmada da belirtildiği gibi, kadınların fırsatlara nispeten yenilikçi bir tarzda yaklaşımları, iş yaşamının yaşam kalitesi yanında yeni ekonomik çevrenin gelişimine de katkı sağlayacak niteliktedir. Örneğin Rusya'da kadın girişimci sayısının erkek girişimci sayısına oranı % 80 iken Amerika'da kadın girişimci sayısı ile erkek girişimci sayısının eşit olduğu görülmektedir. Uzak doğuda ise Amerika'dan farklı olmadığı görülmektedir. Özellikle Malezya'da kadın girişimci sayısı ile erkek girişimci sayısının eşit olduğu görülmektedir. Bunun aksine Singapur ve Türkiye'de erkek girişimci oranının kadın girişimci oranından daha yüksek olduğu görülmektedir. Türkiye'de her 100 girişimciden yaklaşık 28'inin kadın olduğunu ifade edilmiştir. (Uluköy ve Demireli, 2014: 48).

Oysaki AB ülkelerinde başta Almanya, Hollanda, Belçika, İngiltere olmak üzere kadın girişimci oranı %62 civarındadır. Bu da Türkiye’de atıl durumda bulunan kadın işgücünün çok fazla olduğunun ve farklı politikalar uygulanarak kadın istihdamının ve kadın girişimciliğinin desteklenmesi gerektiğini göstermektedir (Göküş vd. 2013: 90).

2.2. TÜRKİYE’DE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ

2.2.1. Türkiye’de Girişimcilik

Türkiye’de girişimciliğin insan gücü boyutuna genel olarak bakıldığında, sahip olunan nüfusun girişimcilik için önemli bir potansiyel oluşturduğu görülmektedir. İstihdam bakımından tarım sektöründeki ağırlık göze çarpmakta ve işsizlik önemli boyutlarda kendisini göstermektedir. Girişimcilik alanında eğitim seviyesinin düşük olduğu ve kadınların ikinci planda kaldığı gözlemlenmektedir. Ancak girişimciliğin öneminin, girişimciyi bilgilendirme ve bilinçlendirme amaçlı eğitimlerin giderek arttığı görülmektedir (TÜSİAD, 2002).

Girişimciliğin gelişip yaygınlaşması, sağlam bir girişimcilik kültürüne bağlı olup bireysel ve toplumsal hayatın karşılıklı etkileşimi sonucu ortaya çıkan değerlerin, öğrenilen ve sosyal olarak aktarılan toplamı olarak tanımlanabilecek girişimcilik kültürü, ülkemizde girişimciliğin gelişmesinin yeterli düzeye gelememesinde önemli bir engel oluşturabilmektedir. Dolayısıyla Türkiye’de girişimciliğin geliştirilmesine yönelik politikalar oluşturulurken Türkiye’nin toplumsal kültürünün zayıf ve güçlü yönlerinin iyi analiz edilip, zayıf yönlerinin güçlendirilmesi gerekmektedir. Belirsizlikten kaçınma eğiliminin yüksek oluşu zayıf yönlerden birisi olarak kabul edilirken, girişimcilikte olması gereken pratik zekaya ve pragmatik yaklaşıma sahip olunması, bu yolla işe yenilik getirebilme ve girişilen işin sunduğu olumlu yönleri görebilme, güçlü yönler olarak ortaya çıkmaktadır (Öktem vd., 2007: 53).

Ülkemizde sağlıklı bir girişimcilik ortamının oluşmasını sağlayacak yeterli ortam henüz oluşturulmamıştır. Örneğin; Türkiye’de 1999 yılı itibarıyla girişimciliğin sacayağını oluşturan işletmelerin %98,8’i Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerdir (KOBİ) ve bu işletmeler istihdamın da %45,6’sını karşılamaktadır. Ekonomiye sağladıkları katma değer ise %37,7’dir (Öktem vd., 2007: 53).

Finansal açıdan Türkiye'nin girişimciliğe daha fazla katkıda bulunması gerekmektedir (Öktem vd., 2007: 53). Türkiye'de nüfus yapısının genç ve dinamik olması girişimcilik konusunda ciddi bir fırsat olarak görülebilmektedir (Eren vd., 2012: 370) .

Türkiye'de girişimciliğin desteklenmesi, Avrupa Birliği'ne giriş süreciyle birlikte başlamış yeni bir olgudur. Uluslararası girişimcilik endeksinde kullanılan 100 yetişkin içinde şirket kuran insanların sayısına bakıldığında Türkiye 29 ülkeden daha az sayıda girişimciye sahiptir. Türkiye'de her 100 yetişkin içinde şirket kuran sayısı 4.6 iken bu sayı Meksika'da 18.7, İrlanda'da 12 ve ABD'nde 11.7'dir. Yeni kurulan şirket sayıları açısından da Türkiye kötü bir performans göstermektedir. OECD üye ülkelerinde yeni kurulan işyerlerinin tüm işletmeler içinde oranı % 11-17, kapanan işyerlerinin oranı da % 9-14 arasında değişmekteyken, Türkiye'de bu oranlar sırasıyla %3,5 ve %0,9'dur (Eren vd., 2012: 370).

Türkiye'de cumhuriyetin ilk yıllarında iktisadi gelişme devlet eliyle gerçekleştirilirken özel teşebbüs de özendirilerek girişimci yaratmak için politikalar uygulanmaya çalışılmıştır. 1950-1980 döneminde de özel sektörün gelişmesi için çabalar sürdürülürken 1980 sonrasında ihracata dönük ekonomi politikalarının izlenmesiyle beraber serbest piyasa ekonomisi ve özelleştirmelerin etkileriyle kamu teşebbüslerinin önemi azalmıştır. Günümüzde ise dünyada olduğu gibi Türkiye'de de girişimciliğin ülke kalkınmasında önemli bir yer edindiği görülmektedir (Eren vd., 2012: 370).

2007-2013 dönemini kapsayan 9. Kalkınma Planında aktif işgücü politikalarının geliştirilmesi başlığı altında girişimcilik politikalarının desteklenmesine önem verilmekte, girişimcilik ve istihdam garantili programlar, mesleki danışmanlık ve rehberlik hizmetleri ile mesleki eğitim kursları yoluyla etkili işgücü politikalarının uygulanması hedeflenmektedir. Gelir dağılımının geliştirilmesi için de özellikle kırsal kesimde ve az gelişmiş bölgelerde girişimcilik teşvik edilmektedir. Girişimciliğin ve yenilikçiliğin gelişmesi ve işgücü verimliliğinin artması ile Türkiye'nin son yıllarda dünya ekonomisi içerisindeki yükselişi devam edecektir. Öne çıkan girişimcilik anlayışı özel sektör devlet ortaklığı temelinde, yeni teknolojilerin ve yenilikçiliğin gelişmesini hedeflemektedir (Kırım, 2010).

Türkiye’de girişimciliğin geliştirilmesi için gerekli olan faktörler, aşağıda sıralanmıştır (Üzülmez, 2008: 26-28);

- Girişimcilik ile ilgili açık ve net bir vizyon oluşturulmalı, buna bağlı stratejiler geliştirildikten sonra hükümet programlarında öncelikli olarak yer almalıdır.
- Şirket kuruluşu, işleyişi ve kapanışına ait bürokratik engeller azaltılmalıdır.
- Vergi işlemleri kolaylaştırılmalıdır.
- Teknoloji transferinin başarılı biçimde gerçekleşmesini sağlayacak örgütler oluşturulmalıdır. Yeni teknoloji kullanımı yatırım tutarı ne olursa olsun vergilerden yatırım indirimi yapılarak teşvik edilmelidir.
- KOBİ’lere verilen krediler artırılmalıdır.
- Finansman seçenekleri artırılmalı, leasing teşvik edilmeli ve risk sermaye sektörü kurulmalıdır.
- Girişimciler ve girişimciliği destekleyen kuruluşların oluşturduğu platformlar/ girişimci ağları kurulmalı ve bu platformlar aracılığıyla koordinasyon sağlanmalıdır.
- Girişimciliğin desteklendiği bir kültürel ortamın yaratılması için topluma olan katkısı ve ekonomik büyümedeki önemli rolünün anlatılması gerekmektedir.
- Teknolojik girişimcilik başta olmak üzere her tür girişimcilik performansı düzenli olarak ülke çapında ölçülmeli ve uluslararası ekonomilerle karşılaştırılmalıdır. Dış ticaret mevzuatına teknoloji ihracatı için yeni eklemeler yapılmalıdır.
- Eğitime yapılan yatırım artırılmalı, girişimci eğitim merkezlerine destek verilmelidir.

Sonuç olarak; Türkiye’de girişimcilik, önemi geç fark edilmiş ancak gelişimi konusunda önemli adımlar atılan bir kavramdır. Girişimcilik alanındaki bu gelişmeler kadın girişimciliği konusunda tam olarak gerçekleşmemiştir. Ancak son yıllarda kadın girişimciliği alanında da duyarlılığın arttığı gözlemlenmektedir.

2.2.2. Türkiye’de Kadın Girişimciliği

2.2.2.1. Tarihsel Gelişim Süreci

Yüzyıllardır, kadınlar üretimin her aşamasında emek harcayarak üretime destek vermelerine rağmen, sosyo-ekonomik kalkınmadan payına düşeni alamamış, hatta dünyada yoksulluktan en fazla etkilenen kesimi oluşturmuştur (Kocacık ve Gökkaya, 2005: 196). Nüfusunun yarısı kadın olan ülkemizde de benzer şekilde kadınlar kalkınmanın getirilerinden yeterince faydalanamamışlardır. Bu nedenle, kadınların işgücüne daha fazla katılımını sağlamak hem Türkiye’nin daha hızlı kalkınmasını hem de kadınların sosyo-ekonomik durumlarında iyileşmeyi beraberinde getireceği için önem arz etmektedir. Ancak mevcut sayısal veriler göstermektedir ki, günümüz Türkiye’sinde kadınlar, yasa önünde diğer gruplarla eşitliği sağlanmasına rağmen, uygulamada bir takım ayrımcılıklara maruz kalmaktadır.

Günümüzde yaşanan ekonomik, sosyal ve teknolojik gelişmeler bütün dünyada olduğu gibi Türkiye’de de kadınların gittikçe daha fazla aktif olarak çalışma hayatına katılmalarına yol açmıştır. Bununla birlikte kadınların kişisel çabalarıyla birlikte hükümetlerin ve diğer sivil toplum örgütlerinin de kadınların iş hayatında daha etkin hale getirilmesine yönelik karar ve uygulamalar içerine girmesi gerekmektedir (Tamer, 2013: 653). Çünkü kadınlar dünya ve Türkiye nüfusunun yarısını oluşturmasına karşın aynı oranda temsil edilmemektedir. İnsan kaynakları kullanımı açısından potansiyel işgücünü oluşturan bu nüfusun bilgi, yetenek ve tecrübelerinden yeteri kadar yararlanmamak ciddi bir kayıptır.

Ülkemizde kadınlar, tarihsel süreç içerisinde her dönemin değişen koşul ve niteliklerine göre farklı şekillerde ekonomik faaliyetlere katılmışlardır. Kadınların işgücü piyasası ile tanışması tamamen bir zorunluluk sonucu doğmuştur. Balkan Savaşı, I. Dünya Savaşı ve II. Dünya Savaşı sırasında erkeklerin çoğunun orduya katılması nedeniyle azalan işgücünü takviye etmek amacıyla kadınlar işgücüne katılmış ancak erkeklerin terhis olmasıyla birlikte geleneksel ev işlerine geri dönmüşlerdir (Göküş vd., 2013: 91).

Türkiye’de kadının gerçek anlamda tarım dışı işgücüne katılması kırdan kente göçün ve dolayısıyla kentleşmenin arttığı 1950’lerden sonra yaşanmıştır. Toplumsal yaşamda meydana gelen değişim ve gelişmelerle kendine yeni ve farklı roller yükleyen kadının

1980'li yıllarda önemi daha da artmıştır. 80'li yıllar kadın hareketinin hızlandığı yıllar olarak tarihteki yerini almıştır. Bu yıllar batılı ülkelerde olduğu gibi ülkemizde de liberal ekonominin ve girişimcilik kültürünün benimsendiği ve küçük işletme girişimciliği ile birlikte kadın girişimciliğinin de önem kazandığı yıllardır (Soysal, 2010b: 88).

Yapılan çalışmalarda kadın hareketinin Osmanlı İmparatorluğu'nun son döneminde II. Meşrutiyet'in ilan edildiği yıllarda başladığı ve Cumhuriyetle kurulması ile birlikte Atatürk reformlarının harekete geçirilmesiyle arttığı görülmüştür. 1980 sonrasında ise kadın hareketinin üçüncü evresi yaşanmaya başlamış ve bu harekete verilen önem artmıştır. Çünkü bu dönemde diğer dönemlerde erkeklerce başlatılan ve yönlendirilen pek çok faaliyet kadınların güdümüne girmiştir (Gökakın, 2000: 109).

Yaşanan değişime yıllar açısından baktığımızda ise 1955 yılında 5 milyon 261 bin 709 kişi olan iktisaden faal kadın sayısının, 1970 yılında 5 milyon 812 bin 545 kişiye, 1985 yılında 7 milyon 647 bin 265 kişiye ve 2000 yılında ise 10 milyon 164 bin 540 kişiye ulaştığı görülmektedir (Berber ve Eser, 2008: 3-4). Türkiye'de kadınlar 80'li yıllardan sonra ekonomik ve sosyal alandan daha aktif bir şekilde yer almasına rağmen hala batılı ülkelerdeki oranlara yetişememiştir.

Uluslararası Çalışma Örgütü'nün Kadınlar için Küresel İstihdam Eğilimleri Raporu'na göre gelişmekte olan ülkelerde son on yıl içinde kadınların istidama katılım oranlarının arttığı gözlenmektedir. Türkiye'de ise 1950 sonrası dönemde eğilim, milli gelirden ve istihdamda tarım sektörünün payının azalmasına koşut olarak kadınların işgücüne ve istihdama katılım oranlarının gerilemesi yönündedir (Toksöz, 2011: 68). Türkiye'nin 1970'lerin sonuna kadar izlediği ithal ikameci sanayi modeline dayalı kalkınma stratejisi içinde kadınlar için asıl istihdam alanı tarım olmuş, sınai istihdam içindeki payları çok sınırlı kalmıştır (Sungur, 2013: 646).

Türkiye'de kadın girişimciliği 1970'de yaşanan ekonomik bunalım sonrası yapısal dönüşümlerden ve IMF, Dünya Bankası gibi uluslararası finans kuruluşlarının üçüncü dünya ülkelerine önerdiği yapısal uyum politikalarından etkilenmiştir (Yetim, 2008: 82).

Türkiye’de kadın girişimci çalışmalarının yapılmasında, gelişmiş ülkelerden başlayarak artış gösteren kadın girişimci sayısı ve AB, OECD, BM gibi uluslararası kuruluşların kadın girişimciliğini destekleyici ve yaygınlaştırıcı politikalar izlemesi etkili olmuştur. Buna rağmen Türkiye’de girişimci kadınlar üzerine ancak 1990’lı yıllardan itibaren çalışmalar yapılmaya başlanmıştır (Yetim, 2008: 80).

Türkiye’de 1990’lı yıllardan itibaren yapılan çalışmalarda iş kadınlarının yarısından fazlasının ticaret sektöründe girişimci olduğu bulgulanmıştır. Girişimci kadınlar genellikle 30-39 yaş diliminde yer almakta ve yarısına yakınının eğitim düzeyi sadece lise eğitimi düzeyinde kalmaktadır. Yapılan çalışmalar girişimci kadınların genellikle kentli olduklarını belirlemiştir (Çelebi, 1993: 37). Türkiye’de girişimci kadını belirleyen temel karakteristikler ise kendine güvenli, cesaretli ve sabırlı olmadır (Ufuk ve Özgen, 2001: 307). Kadınlar, erkek girişimcilerle karşılaştırıldığında kardan çok sosyal itibara önem vermekte, risk almada erkek girişimcilere oranla daha temkinli hareket etmekte ve daha az özgüvenli bulunmaktadır (Ertübey, 1993: 248).

Türk Medeni Kanunu’nda evli kadının çalışması ve ticarethane açması için gerekli koca izni şartı (Medeni Kanun madde 159), 1990 yılında Anayasa Mahkemesi tarafından Anayasa önünde eşitlik ve çalışma özgürlüğü ilkesine aykırı bulunarak kaldırılmıştır. Evli kadınların iş yeri açmaları konusunda hukuken bir engel görülmesine de, geleneksel kabullerin ortadan kaldırılması kolay olmamaktadır. Örneğin; ataerkil toplumların tümünde geçerli olan, geleneksel ideolojinin cinsiyetçi işbölümü, kadının öncelikle ev işlerinden ve çocuk bakımından sorumlu kılmaktadır. Bu ise, kadınların toplumsal üretimden uzaklaşmasına ve kendilerine öğretilip benimsetilen toplumsal cinsiyet kalıplarına göre beceriler edinmesine neden olmaktadır. Kadınlar, bu yüzden, daha çok hizmetler sektöründe, sağlık, eğitim, tekstil, gıda gibi alanlarda kitlesel bir biçimde çalışmakta veya bu alanlarda iş yeri açmaktadırlar (Çakıcı, 2006: 57).

Ülkemizde son 10-15 yıldır, yüksek meslek eğitimi görmüş ve iş yaşamına atılmış kadın girişimci sayısı hızlı bir artış göstermektedir. Bu artışla birlikte, kadının artık serbest iş veya ticaret yaşamına girdiğini görüyoruz. Bilinen o ki, geleneksel kimliğinden sıyrılan Türk kadını yalnızca eş ya da anne olma rolleriyle yetinmeyeceği bilincine vararak, iş yaşamına girmektedir (Bedük, 2005: 113).

Türkiye’de yapısal uyum politikalarının etkisiyle azalan hane gelirlerine yönelik geliştirilen stratejilerden biri de kadınların kendi başlarına küçük iş yeri kurma girişimleridir (Ecevit, 2000: 122-23). Türkiye’de kadınların küçük girişimcilik faaliyetlerinin desteklenmesi ve kadınlar arasında küçük işyeri kurma eğiliminin artması, farklı nedenlerden kaynaklanmaktadır. Bunlardan ilki, kadınların haneye ek gelir sağlayabilmek amacıyla, kendi niteliklerini kullanarak, küçük işyerleri kurmalarındır. İkincisi, yine hane gelirlerindeki azalışa paralel olarak kadınların herhangi bir ücretli işte çalışma isteklerinin artışıdır. Ancak, Türkiye’de özellikle başvuru işlere uygun eğitim ve becerisi olmayan kadınların iş bulma şansları son denece zayıftır. Bu nedenle, kendi hesabına çalışma, ücretli bir işte çalışmak isteyip bu tür bir iş bulamayan kadınların başvurdukları bir seçenek olarak ele alınmaktadır (Yetim, 2008: 82). Türkiye’de kadınların girişimci olma nedenlerini açıklayan bu faktörler, kadınların daha özgürlükçü ve eşitlikçi değerlere sahip olmaya başladıkları, kendilerine güvenli oldukları, çeşitlenen mal ve hizmet piyasasında kendilerine daha uygun işler bulabildikleri yönündeki, girişimciliğe çeken faktörleri değil, aksine ülkenin makro ekonomik koşullarının hane halkı geliri üzerinde yarattığı olumsuz etkileri dikkate almaktadır.

Son yıllarda ülkemizde kadınların işgücü piyasasında giderek daha fazla yer almasında, çalışma koşullarının kadın işgücü için daha elverişli ve özendirici bir düzeye ulaşmış olması ve kadınları çalışma hayatında koruyan hukuki düzenlemelerin varlığı büyük rol oynamıştır (Can ve Karataş, 2007: 252).

Kadınların tüm dünyada gittikçe artan oranlarda ücretli iş gücü grubuna katılmalarına paralel olarak kendi işlerinin sahibi olmaya başladıkları görülmektedir (Bedük, 2005: 108).

Artan nüfus için yeni iş yaratma maliyetinin çok yüksek ve teknolojik ilerlemeler sonucu oldukça daha az sayıda işgücüne gerek gösteren sermaye yoğun yatırımların ağırlıklı olduğu var olan ekonomik düzende, kadın girişimcilere kendi işini kurmaları konusunda verilecek destek çeşitli yararlar sağlayabilecektir.

Türkiye’nin sosyal ve ekonomik gelişimine katkıda bulunmak ve sürdürülebilir kalkınmayı sağlamak için ekonomik değer yaratan kadın girişimci sayısını arttırmak,

var olan kadın girişimcileri güçlendirmek ve Türk kadın girişimcilerin dünya ile bütünleşmesini sağlamak gerekir. Kadın girişimciler, genellikle başarıya ihtiyacı, risk alabilme eğilimi ve bağımsız olma arzusu ile harekete geçmektedirler. Başarılı olma ihtiyacı, ilgi alanlarına yönelik çalışmalar yapmak ve kişisel özgürlük elde etmek kadın girişimcilerin en güçlü güdülerindenidir (Kutunis ve Hancı, 2004: 460).

Kadınların Türkiye’de girişimcilik faaliyetleri temelde yapısal uyum politikalarının etkisiyle azalan hane gelirlerine yönelik geliştirilen kadınların kendi başlarına küçük işyeri kurma girişimlerine dayanmaktadır. Kadınların gerek haneye ek gelir sağlamak ve gerekse ücretli işlerde çalışma çabalarının artması onların ekonomik faaliyetlere girişini hızlandırmıştır. Fakat Türkiye’de özellikle başvurulana işlere uygun eğitim ve becerisi olmayan kadınların iş bulma şanslarının son derece zayıf olması, zorunlu olarak kadınları kendi işinde çalışmaya sevk etmiştir (Tamer, 2013: 652).

Türkiye’de kadınları girişimci olmaya iten nedenlerin, kadınların daha özgürlükçü ve eşitlikçi değerlere sahip olmaya başladıkları ayrıca; güvendikleri çeşitlenen mal ve hizmet piyasasında kendilerine daha uygun işler bulabildikleri gibi faktörler olmadığı aksine ülkenin makro ekonomik koşullarının hane halkı geliri üzerinde yarattığı olumsuz etkileri azaltmanın bir çabası olduğu ifade edilebilir. Kadınların işlerini daha çok yalnız başlarına kurdukları, işlerini büyük ölçüde sevdikleri için yaptıkları, büyük bir bölümünün herhangi bir ticari ve iş deneyimine sahip olmadan işlerini kurdukları, başlangıç sermayelerini ise daha çok aile ve akrabalarından temin ettikleri tespit edilmiştir. Kadınların mücadeleci, hırslı, evine iş götüren ve kendileri için erişilmesi zor hedefler belirleyen yapıda oldukları bulgularına ulaşılmıştır (Gürol ve Marşap, 2007: 97).

Türkiye’de 1990’lı yıllardan itibaren kadın çalışanlar ile ilgili yapılan çalışmalar özetlenecek olursa; iş kadınlarının yarısından fazlasının ticaret sektöründe girişimci olduğu, genellikle 30-39 yaş diliminde yer aldığı ve yarısına yakınının eğitim düzeyinin sadece lise eğitimi düzeyinde kaldığı ve genellikle kentli oldukları belirlenmiştir. Türkiye’de girişimci kadınları belirleyen temel karakteristikler ise; kendine güvenli, cesaretli ve sabırlı olmasıdır. Kadınlar, erkek girişimcilerle karşılaştırıldığında kârdan çok sosyal itibara önem vermekte, risk almada erkek girişimcilere oranla daha temkinli hareket etmekte ve daha az özgüvenli bulunmaktadır. Bu bağlamda Türkiye’de

işverenler içerisinde kendi işini kuran ve girişimcilik faaliyetleri içerisinde olan kadınların oranı %13 olarak belirlenmiştir. Türkiye’de kadınları girişimci yapmaya yönelik çalışmaların oldukça çeşitli olduğu söylenebilir (Gürol ve Marşap, 2007: 99).

Kadın girişimciliğini destekleme ve geliştirme kapsamında dönemini kapsayan Dokuzuncu Kalkınma Planı’nda kadın girişimciliğinin desteklenmesi amacıyla birtakım tedbirler alınmıştır. Kadın girişimciliğinin desteklenmesi amacıyla bankalar kredi programlarını daha etkin hale getirmişlerdir. Yukarıda da ismi geçen kamu kuruluşları, meslek örgütleri ve sivil toplum kuruluşları tarafından kadın girişimciliğini arttırmaya yönelik uygulamaya aktarılan ve yürütülen projeler de bu kapsamda ifade edilebilir (Gürol ve Marşap, 2007: 102).

Türkiye, ikili bir sosyal ve kültürel yapıya sahiptir. Büyükşehirler ile Ege ve Akdeniz kıyı kentlerinde kadının iş hayatına girişini teşvik eden modern bir yönelim varken, Doğu illerinde, küçük kasabalarda ve kentlerin dış çevrelerinde daha geleneksel yönelimler görülmektedir. Bu yapı kadın girişimciler için farklı olanaklar yanında kısıtlamalar da getirmektedir. Bunlar arasında; eğitim, kadınların toplumsal rolü, iş bağlantıları, aile tepkileri, iş yükü, aile içindeki güç ilişkileri bulunmaktadır (Kutanis ve Bayraktaroğlu, 2002a: 106).

Eğitim: Kadınlar, erkeklerden daha az örgün eğitim almakta ve formel iş piyasalarında, rekabet bakımından güçlüklerle karşılaşmaktadırlar. Kadınlara yönelik mesleki eğitim geleneksel ve cinsiyete dayalı rolleri destekleyecek niteliktedir.

Kadınların Toplumsal Rolünün Algılanışı: 1923 yılından sonra kadınlar eğitim, siyasi temsil ve istihdam alanlarında daha geniş olanaklar elde etmişlerdir. Kamu yaşamına bu resmi erişime rağmen, kadının toplum içindeki rolü büyük ölçüde geleneksel, kültürel değerler tarafından belirlenmeye devam etmektedir. Bu değerler, aile içinde belirgin şekilde cinsiyete dayalı işbölümü olduğunun göstergesidir. Kadının ev dışında çalışmasının yasaklanmamasına karşılık onlardan çalışmaları da beklenmemektedir. Bir kadının işgücüne katılımına ancak ev idaresi sorumluluklarını yerine getirmeye devam etmesi şartıyla müsaade edilmektedir. Bu davranışların kalıntıları Türkiye’de kadınların sahip oldukları mikro işletmelerin çalışma ortamlarına da yansımaktadır. Kredi ve Kefalet Kooperatifleri’nin görevlileri ile banka ve diğer

kamu kuruluşlarının temsilcileri, kadınların küçük işletmelerde çalışmalarına açıkça karşı çıkmışlar ve bu alanda faaliyet göstermelerini destekleyici programların meşruiyetini ve gerekliliğini tartışma konusu yapmışlardır.

İş Bağlantıları: Tutucu çevre ve ailelerde kadınların yabancılar ve özellikle erkeklerle temas kurmalarına izin verilmemektedir. Bu gelenekler, kadınların mali kurumlarla, satıcı ve alıcılarla temaslarını sınırlandırmaktadır.

Aile tepkileri: Yapılan araştırmalar göstermiştir ki; girişimci kadınların %94'ünün "eşlerinin çalışmaları konusunda engel olmadığını; bekar girişimcilerin aileleri tarafından onaylandığı; evli kadınların eşlerinin aileleri tarafından ilk zamanlarda onaylanmasa da daha sonraki günler içerisinde kabul gördüğü tespit edilmiştir.

İş yükü: Kadınların ücretli işgücü katılımları çağdaş Türk toplumunda yaygın kabul görmüştür. Ancak buna rağmen kadının statüsü ve aile içindeki rolü üzerinde beklenen değişim yavaştır ve genelde işbölümü halen gelenekseldir. Çalışma yaşamının yanında ev işlerinin yükü de kadının üzerindedir (çocuk bakımı, ev idaresi). Kadınların omuzlarında çifte yük bulunduğundan, kamu kuruluşlarındaki işlerle de kendileri ilgilenirken, sorunlarla karşılaşmaktadırlar.

Aile içinde güç ilişkileri: Evli kadınlar eşlerini aile reisi olarak görme eğiliminde iken, bekar kadınlar da babalarının aile reisliğini kabul etmektedir. Gelirlerini harcama konusunda da bu güç ilişkisinin geçerliliği devam etmektedir.

2.2.2.2. Sayısal Verilerle Türkiye’de Kadın Girişimciliği

Türkiye’de kadın girişimciliği üzerine yapılmış akademik çalışmalar incelendiğinde olumlu bir tablo karşımıza çıkmaktadır. Bircan (1998: 171) kadın girişimciliğinin desteklenmesinin kadınlar arasındaki yüksek işsizlik oranlarının düşmesinde etkili olacağını ifade etmektedir. Bircan’a göre kadın girişimciliği bir taraftan yeni istihdam alanları yaratırken diğer taraftan da ürün çeşitliliğini ve ihracatı artırarak, yerel kaynakların harekete geçmesine yardımcı olabilecektir.

Türkiye’deki girişimciler içinde kadın girişimcilere baktığımızda daha çok endüstri alanında yoğunlaştıkları ancak hizmet sektöründe ve ticaret hayatında da faaliyet gösterdikleri ortaya çıkmaktadır (Şahin, 2006: 288).

Yalnızca profesyonel anlamda çalışan kadınlarda değil, kadın girişimciliğinde de artışların olduğu söylenebilir. Bu durum Türkiye açısından değerlendirildiğinde, 1995-2009 arasındaki dönemde kadınların kırsal alanda işgücüne katılım oranı, % 49.3'ten % 35.7'ye düşerken, kentlerde % 17.1'den % 21.3'e çıkmıştır (Tamer, 2013: 649).

Toplam 42 ülkede yapılan Küresel Girişimcilik Araştırması'nda (2007), Türkiye'deki kadınların işgücüne katılımı 2006 yılında %30 iken 2007 yılında bu oranın %24'e gerilediği ve Türkiye'deki erkeklerin kadınlardan üç kattan daha fazla girişimci olduğu belirlenmiştir. Her ne kadar kadınların erkeklere göre işgücüne katılımı ve girişimcilik faaliyetleri konusunda istenen seviyede olmadığı bir gerçek olsa da, kadınların her geçen gün ekonomik hayatta daha etkin hale gelmeye başladığı bilinen bir gerçektir (Tamer, 2013: 649).

2012 itibariyle Türkiye'de işgücüne katılmayan kadın nüfus, erkek nüfusun iki buçuk katıdır. Kentlerde kadın işsizliği, erkeklerin işsizlik oranından yüzde altı puan daha yüksek ve erkek istihdam oranı (yüzde 64) kadın istihdam oranından (yüzde 22) neredeyse üç kat daha yüksek seviyededir. Oysa kadınların işgücüne katılımında Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD) üyesi ülkelerin ortalaması yüzde 62 düzeyinde. Avrupa Birliği (AB) Lizbon kriterlerine göre, tüm üye ülkelerde erkek (yüzde 70) ve kadın istihdam oranlarının (yüzde 60) birbirlerine yaklaştırılarak artırılması hedeflenmekte. Hatta Avrupa İstihdam Stratejisi'nde AB'nin 2020 için istihdam hedefi ise her iki cins için de yüzde 75 olarak belirlendi. Bu göstergelerin işaret ettiği gibi, Türkiye hızla büyüyen bir ülke olmasına rağmen işsizlikle boğuşan ve özellikle de kadınların ekonomik açıdan güçsüz kaldıkları bir ülke olarak, "insani gelişmişlik endeksine" göre 187 ülke arasında epeyce gerilerde, 92. sırada yer alıyor (KEİG, 2013).

İnsani gelişmişlik göstergelerine kadın-erkek arasındaki uçurum açısından bakıldığında daha trajik bir tablo ortaya çıkmaktadır. Dünya Ekonomik Forumu, Küresel Cinsiyet Uçurumu 2012 raporuna göre; Türkiye 2006'da 135 ülke içinde 105. sıradayken, 2012'de ise 124. sıraya gerilemiştir. Kadınların işgücüne katılımlarının, ücret eşitliğinin, gelir eşitliğinin ve yönetici konumundakilerin cinsiyet dağılımına bakılarak hesaplanan Ekonomik Yaşama Katılım ve Olanaklar kategorisinde kendi bölgesi olarak tanımlanan Avrupa-Orta Asya'da ise sonuncu sırada yer aldı. OECD içinde yükselen

ekonomilerden biri olan Türkiye, kadınların ekonomik hayata katılımı açısından değerlendirildiğinde sonuncu sırada yer almaktadır (KEİG, 2013).

Özellikle kırılgan bir ekonomiye sahip olan ülkemizde, ekonomiyi büyütmede, istihdamı arttırmada ve kalıcı bir üretim ve pazarlama anlayışı ile dünya ölçeğinde faaliyet gösteren işletmeler yaratmada, kadın girişimcilerin önemli bir rol oynayabileceği dikkate alınmalıdır. Bu bağlamda, kadınların da üretim yaşamı içine katılımını arttırmak için kadın girişimcileri destekleyen politika ve programların ön plana çıkması, kadınların, ekonomik ve sosyal yaşamdaki potansiyellerini harekete geçirecek gücü kendilerinde görmeleri gerekmektedir (Tamer, 2013: 652).

2.2.2.3. Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunlar

Türkiye’de kadının çalışma yaşamında karşı karşıya bulunduğu sorunların temelinde; toplumun ekonomik, sosyal ve kültürel yapısındaki bazı aksaklıklar yatmaktadır. Sosyal ve kültürel ortamda kadın rollerinin kalıplaşmış olması, eğitimlerinin yetersizliği, aile tepkileri, iş yükünün fazla oluşu, finans bulma güçlüğü, güvenilirlik sağlamak için kadınların erkeklerden daha fazla çaba gösterme gerekliliği ve kadınların kişisel özgürlüklerini kullanabilme ihtiyaçlarının artması gibi etkenler Türkiye’de kadın girişimcilerle ilgili ortaya çıkan ortak sorunların başında gelmektedir (Şahin, 2006: 302).

Türkiye’de 2008-2013 dönemini kapsayan Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Ulusal Eylem Plânı kadınlarla ilgili temel sorunlar olarak siyasete ve genel olarak karar almaya düşük katılım oranı, genç kadınlar arasında yüksek olan ve artmaya devam eden işsizlik ve kadına dönük şiddete dikkat çekmektedir (Balkız ve Öztürk, 2013: 5).

Yerel kalkınma çabalarında istenilen sonuçların alınamıyor olmasının başlıca nedenlerinden biri de kadın girişimcilerin ekonomik hayata yeterince giremiyor olmasıdır. Türkiye’de birçok kadın, ekonomik faaliyete katılmak istediği halde yeterli finansman desteği göremediği için ekonomik hayatın dışında kalmaktadır. Türkiye’nin sosyal ve ekonomik gelişimine katkıda bulunmak ve sürdürülebilir kalkınmayı sağlamak için ekonomik değer yaratan kadın girişimci sayısını arttırmak ve varolan kadın girişimcileri güçlendirmek gerekir (Can ve Karataş, 2007: 251).

Türkiye’de yapılan araştırmalar sonucunda kadın girişimcilerle ilgili ortaya çıkan ortak sorunların başında, sosyal ve kültürel ortamda kadın rollerinin kalıplaşmış olması, eğitimlerinin yetersizliği, aile tepkileri, iş yükünün fazla oluşu, finans bulma güçlüğü, güvenilirlik sağlamak için kadınların erkeklerden daha fazla çaba gösterme gerekliliği ve kadınların kişisel özgürlüklerini kullanabilme ihtiyaçlarının artması gelmektedir (Kutaniş ve Hancı, 2004: 458).

Türkiye’de erkekler, kadınlardan daha fazla iş kurmaktadır ve kadınların iş kurmada ve girişimcilik konularında erkeklerden daha farklı roller üstlendiği bilinmektedir (Kutaniş ve Bayraktaroğlu, 2002b: 326). Yapılan gözlemlere göre, kadın girişimcilerin kurdukları işletmeler, sınırlı sayıda sektörde yoğunlaşan, görece daha küçük ve büyüme eğilimleri düşük olan işletmelerdir. Buna karşılık erkek girişimciler, çok daha farklı sektörlerde faaliyet gösterebilmektedir (Özen Kutaniş, 2003: 76). Türk halkının kadın girişimcilere bakış açısı ve onları algılamaları, kadınların Türk toplumundaki yerinden etkilenmektedir (Özen Kutaniş ve Bayraktaroğlu, 2002a: 354). Bu algılama biçiminden de dolaylı olarak kadın girişimciler etkilenmekte ve kendilerini ifade edebilmeleri, belli engellere takılarak güçleşebilmektedir.

1980’li yıllardan itibaren kadın girişimcileri inceleme konusu yapan araştırmaların sonuçlarına göre, birçok gelişmiş ve gelişmekte olan ülkede olduğu gibi Türkiye’de de, kadınlar, genel olarak girişimcilerin karşılaştıkları sorunların yanında kadın olmalarından dolayı erkeklerden farklı olarak bir takım problemler yaşamaktadırlar (Bedük, 2005: 113).

Türkiye, kadının çalışmasının özgürleşme açısından son derece önemli bir adım olarak değerlendirildiği bir ülkedir. İş hayatında çalışmanın kadınlar arasında yaygın olmadığı ve kadınların özellikle ev kadını ve anne olarak toplumsallaştıkları bir ülkede kadınların çeşitli yollarla gelir elde etmelerinin, onlara ciddi bir güç kazandırabileceği bilinmektedir. Ancak, toplumun tüm alanlarında sürmekte olan toplumsal cinsiyet eşitsizliklerinin yalnızca bu yolla aşılabilmesi mümkün değildir. Kadınların kendi hesabına çalışmalarının, kadınlara kazandırdıkları yanında, kadınlar için ne tür sorunları ortaya çıkabileceğinin gözler önüne serilmesi gerekir (Bedük, 2005: 116).

Türkiye’de yapılan çalışmalar, kadın girişimcilerin, girişimcilerin genel olarak karşılaştıkları birtakım problemlerin yanı sıra, kalıplaşmış sosyal ve kültürel roller, eğitim yetersizliği, aile tepkileri, iş yükü fazlalığı, sermaye eksikliği, erkeklere bağımlılık gibi sorunlarla uğraşmak zorunda kaldıklarını göstermektedir (Kutunis ve Hancı, 2004: 458).

Genel olarak girişimcilerin ve özellikle de kadın girişimcilerin önündeki bu engellerin kaldırılması bölge ve ülke ekonomisi açısından önem arz etmektedir. Gelişmekte olan ülkelerde mevcut olan toplumsal cinsiyet eşitsizliklerinin ekonomik kalkınmayı engellediği yapılan araştırmalarda belirlenmiştir (Göküş vd. 2013: 92). Dünya bankasının bir raporunda cinsiyet ayrımcılığının olduğu ülkelerde yoksulluğun daha derin, ekonomik büyümenin daha yavaş olduğunun belirtilmesi bu durumu açıkça ifade etmektedir (Göküş vd. 2013: 92).

Türkiye’de ilk kez 1950’lerde çalışma yaşamına katılmaya başlayan kadınlar, toplumdaki değişim ve gelişmelerle birlikte bilinçlenmeye, eğitim almaya ve farklı sektörlerde çalışmayı talep etmeye başlamışlardır. Ancak toplumsal yapıya nüfuz etmiş olan geleneksel kültürel değerler kadınların ev dışında çalışmasına birtakım sınırlandırmalar getirmiştir. Kadının yeri evidir anlayışı, kadını ev dışında çalışmamaya veya çalışsa bile ev içi rolleriyle çalışma hayatındaki rolleri arasında sıkışıp kalmaya mahkûm etmiştir. Ayrıca kadının çalışma hayatına atılmasından sonraki süreçte yaşadığı sıkıntılar bununla sınırlı olmayıp, kadınlar, tacize, şiddete ve ayrımcılığa da maruz kalmaktadır (Kocacık ve Gökkaya, 2005: 196).

Türkiye’de yatırımları ve istihdamı artırmak üzere hazırlanan Yeni Teşvik Sistemi (YTS) belgesinde kadın istihdamının artırılabilmesi için aktif işgücü politikalarının sanayi politikaları ile uyumlaştırılması ve kadın girişimciliğinin geliştirilmesinin gerekliliği ifade edilmekte; evde çalışma, yarı-zamanlı çalışma, çağrı üzerine çalışma gibi biçimler teşvik edilmektedir. Ancak burada, girişimcilerin dahil olduğu kendi hesabına çalışanlar içinde kadınların yüzde doksanı sosyal güvenlikten yoksun biçimde çalışmakta olduğunun altı çizilmelidir. Kadın girişimciliği kadınları bakım hizmetlerinin asli sorumlusu olarak gören bir yaklaşımla aile ve iş hayatının uyumlaştıran biçimler olarak önerilmekte; böylece hem kadınların ev içi emeği ve yaşlı-hasta bakım hizmetlerinin devamı sağlanabilmekte hem de kadınlar ev içi sorumlulukları ile çalışma

ilişkilerini uyumlaştırma baskısı altında düşük ücrete ve esnek çalışma koşullarına mahkum edilmektedir (KEİG, 2013).

Türkiye’de bölgeler arası büyük farklılıklar olduğunu, kadınların özellikle kentsel işgücüne katılımlarının Türkiye’nin daha geri kalmış ve yoksul bölgelerinde zorlaştığını hatta neredeyse imkansızlaştığını belirtmek gerekir. Anadolu’nun sanayileşme yönünde hamle yapan kimi illerinde bile durum değişmemekte, kadınların sanayide istihdamı son derece düşük düzeyde kalmakta, sosyokültürel faktörlerin belirleyiciliği daha açık biçimde ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla geliştirilen kadın istihdamı politikalarının bölgesel özellikleri göz önünde tutması, yerel ihtiyaçlara göre şekillenmesi politikaların başarısı açısından hayati önemdedir. Ama aynı zamanda kadınlara işgücü piyasasına erkeklerle eşit fırsatlarda ve insana yakışır nitelikte ücretli çalışma biçimleriyle katılmasını sağlamak kamusal politikaların hedefi olmalıdır (Toksöz, 2007: 59).

Sonuç olarak, Türkiye’de kadının çalışma yaşamında karşı karşıya bulunduğu sorunların temelinde, toplumun ekonomik, sosyal ve kültürel yapısındaki bazı aksaklıklar yatmaktadır. Her şeye rağmen toplumumuzun yarısını oluşturan kadınların, toplumun diğer yarısını oluşturan erkeklerle sağlıklı bir bütünlük teşkil etme yönünde gösterdikleri gelişme, Türk kadınının belirlediği yolda ilerlemede olduğunu göstermektedir.

2.2.2.4. Kadın Girişimciliğini Destekleme Politikaları ve Konuyla İlgili Kuruluşlar

Kadın girişimciliğini desteklemeye yönelik politikaları dört boyutlu bir perspektif içinde incelemek yararlıdır. Bu boyutlar arasında; eğitim ve beceri, iş piyasasının yapısı, talepleri ve geleceği, sermaye ve kredi, girişimci kadınlar arası örgütlenme bulunmaktadır (Soysal, 2010a: 106-110).

Eğitim ve Beceri: Kadının eğitim düzeyi yükseldikçe, ev dışında çalışma oranlarında da artış kaydedildiği bilinmektedir. Benzer şekilde kendi hesabına çalışanlar içinde bu tür faaliyetleri yürütme ile eğitim düzeyleri arasında olumlu bir ilişkinin olacağı varsayılmaktadır. Türkiye’de kentlerde çalışan kadınlar arasında meslek lisesi mezunlarının oranı %7,6, lise mezunlarının oranı ise % 18,6’dır. Bu orana rağmen, Türkiye’de meslek lisesindeki kız öğrencilerin girişimciliğe teşvik edilmesi durumunda, gelecekte kadın girişimci sayısının artacağı tahmin edilebilir.

İş piyasasının yapısı, talepleri ve geleceği: Endüstrileşme sürecinde mavi yakalı erkek çalışanların yerini pembe yakalı kadın çalışanlar almıştır. Bu değişimle birlikte, ekonomik kriz ortamlarında işten ilk önce çıkarılanlar kadınlar olmaktadır. Bu dönemlerde işsiz kadınların oranı yükselmektedir. Kadın girişimciliğinin teşviki özellikle ekonomik kriz dönemlerinde daha çok gerekmektedir.

Sermaye ve kredi: Dünya Bankası tarafından yapılan araştırmalara göre; kadınların kredi alışlarında sınırlamalar bulunmaktadır. Kadınların gelir ve borç dengeleri tutarlı değildir.

Girişimci kadınlar arası örgütlenme: Örgütlenme hem kendi hesabına çalışanlar hem de gelecekte çalışmayı düşünenler için vazgeçilmez bir faaliyettir. Dünyadaki örneklere bakıldığında kadınlar arası örgütlenmenin özellikle kendi hesabına çalışanlar arasında kooperatifler veya birlikler kurarak gerçekleştiğini göstermektedir.

Kadın Girişimciliğini teşvik etmeye ve eğitimine yönelik faaliyette bulunması gerektiği düşünülen kurumlar arasında; Kadın Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, Milli Eğitim Bakanlığı, Maliye Bakanlığı, Sanayi Bakanlığı, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, Tarım, Orman ve Köy İşleri Bakanlığı bulunmaktadır. Ancak özellikle konumuz gereği yerel yönetimlerle ilgili olarak; “Bankalar, Belediyeler, Sanayi ve Ticaret Odaları, Esnaf ve Sanatkar Odaları Birlikleri, İGEME, KOSGEB, Radyo ve Televizyon Kuruluşları bulunmaktadır. Bu kuruluşların dışında ülkemizde kadın girişimciliğinin gelişimine ciddi lobicilik faaliyetlerinde bulunan derneklere bulunmaktadır. Tüsiad, Kagider, Abigem gibi dernek ve kuruluşlar hazırladıkları raporlar aracılığı ile ülke politikalarına ve yasal düzenlemelere ışık tutabilecek önerilerde bulunmaktadır.

KAGİDER (Kadın Girişimciler Derneği) tarafından hazırlanan rapor kapsamında, toplumsal cinsiyete duyarlı bütçeleme veya toplumsal cinsiyet bütçesi diye kavramlaştırılan çalışma; kadınlar ve erkekler için ayrı bir bütçe yapılması değil, bütçe yapım çalışmalarında toplumsal cinsiyet eşitliği perspektifi ile eşitlik sağlamaya yönelik öneriler bulunmaktadır. Burada önemli olan siyasi kararlılık ve kurumsal yapılanmadır. Yani siyasi irade kadının güçlenmesi gereğine inanmalı ve bütün devlet kurumları ile kadınları desteklemelidir. Kadınların ayrımcılığa ve eşitsizliğe maruz kaldığı tüm

alanlarda bu ayrımcılığı ortadan kaldırmaya yönelik geliştirilecek politikalar, kurumsal düzenlemeler ve bütçe çalışmaları ile beraber ele alınmalı ve mali kaynaklar ayrılmalıdır.

Girişimciliği geliştirme alanında dünya çapında veya bölgesel bazda faaliyet gösteren ve girişimciliğe destek veren çok sayıda kuruluş bulunmaktadır (Öktem vd., 2007: 53):

Avrupa Yatırım Bankası (EIB), Avrupa Birliği Merkezleri (EIC), Birleşmiş Milletler Sınai Kalkınma Teşkilatı (UNIDO), Dünya KOBİ Destekleme Derneği (WASME), Avrupa KOBİ Destekleme Derneği (UAPME), Uluslar arası KOBİ Ağı (INSME), EUREKA (Avrupa Araştırma ve Koordinasyon Ajansı), TÜRKİYE; KOSGEB ve KOSGEB'in Genel Kurulu'nu oluşturmaları bakımından TOBB, TESK, TOSYÖV, TUBİTAK, MPM; Türkiye'de girişimciliğin geliştirilmesine yönelik teknolojik destekler sunan TTGV; finansal destek sunan Türkiye Kalkınma Bankası, Halkbank, Kredi Garanti Fonu İşletme ve Araştırma A.Ş.; kadın girişimciliğinin Türkiye'de geliştirilmesi konusunda hizmet ve faaliyette bulunan ve Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı'na bağlı olarak kurulan Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, ağırlıklı olarak nitelikli işgücünün temini konusunda çalışan MEK-SA Vakfı, son olarak da girişimciliğin internet alanında gelişmesi ve öneminin geniş kitlelere duyurulmasını amaçlayan Ulusal Girişimcilik Konseyi ve Girişimcilik Ağı.

Avrupa Komisyonu üye ülkelerle birlikte çeşitli inisiyatifler geliştirerek kadınların girişimci olmasını engelleyen bariyerleri ortadan kaldırmaya çalışmaktadır. Bu amaçla başlatılan önemli inisiyatifler aşağıda belirtilmektedir.

Kadın girişimciler için mentörler ağı: Mentör ağı, kadın girişimcilere işletmelerinin kuruluş, gelişme ve büyüme dönemlerinde tavsiye ve destek sağlamaktadır. 17 CIP ülkesinin dâhil olduğu bu programda Türkiye KAGİDER ile temsil edilmektedir..

Kadın Girişimci Elçiler Ağı: Elçi Ağı'nın amacı, başarılı girişimcilerin her yaştaki kadınları girişimci olmak üzere motive etmektir. Elçiler, başarılı işletmeler kurmuş kişiler oldukları için yeni girişimciler için model alınabilir bir kaynak olarak değerlendirilmektedir. Avrupa çapında 270 elçi bu inisiyatife dâhil olmuştur.

WES12-Avrupa Kadın Girişimciliğini Teşvik Ağı: 31 ülkeyi kapsayan bu ağda Türkiye'yi KOSGEB temsil etmektedir. Kadın girişimcilerin sayısını, işletme büyüklüklerini ve görünürlüğünü arttırmak amacıyla bir tartışma platformu oluşturulmuştur. Ülkelerdeki iyi uygulama örneklerinin paylaşımı ve ortak projeler yürütülmesi hedefler arasındadır.

Kadın Girişimciliği Portalı: Portalın amacı, kadın girişimcileri temsil eden kurumlar, kadın girişimci ağları, projeler ve etkinliklere ilişkin bilgilere erişim sağlamaktır.

2.2.2.4.1. Kalkınma Ajansları

Değerlendirme formlarında kalkınma ajanslarının takip ettiği uygulamaların genel olarak kadın istihdamı ve girişimciliğini destekleyen, aile içi şiddeti engellemeyi hedefleyen projeler olduğu dikkat çekmektedir. Genel olarak bakıldığında bölgelerde kadın temalı sosyal politika uygulamalarının ajansların ilgisini çektiğini söylemek mümkündür. Söz konusu sosyal politikaların bölgesel ya da ulusal düzeyde hizmet veren vakıflar, uluslararası kurum ve kuruluşlar ile valilikler kanalıyla uygulanmakta olduğu söylenebilir.

Kadın temalı sosyal politikalar genellikle kadın istihdamının ve girişimciliğinin artırılması, kadına yönelik aile içi şiddetin durdurulması, kadın danışma merkezlerinin kurulması ve kadınların sosyal hayata entegrasyonlarının güçlendirilmesi ekseninde şekillenmektedir.

Kadın girişimciliği konusunda kalkınma ajanslarının sürdürdükleri çeşitli projeler aşağıdaki gibidir

http://www.dogaka.org.tr/Icerik/Dosya/www.dogaka.org.tr_214_UJ7K84CM_Kurulus_tan_Bugune_Kalkinma_Ajanslarinda_Sosyal_Politikalar.pdf, 12.05.2014):

Kadın ve Kadın STK'ların Güçlendirilmesi Projesi (GAP Bölgesi, GAP İdaresi / FKA): GAP idaresi tarafından yürütülen “Kadın ve Kadın STK'ların Güçlendirilmesi” projesine ajans da taraf olmuştur. Bu kapsamda ajans uzmanlarına ve kadın konusunda faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşlarına yönelik çeşitli eğitimler verilmiştir.

Kadın Girişimciliğini Geliştirmek için Denizli ve Stockholm Odaları İşbirliği (Denizli, Denizli Ticaret Odası & Stockholm Ticaret Odası / GEKA): Proje kadın girişimciliğini

desteklemek amacıyla girişimcilik eğitimleri verilmesine dayanmaktadır. Bir AB projesi olup Stockholm Ticaret Odası işbirliğiyle gerçekleştirilmiştir.

Kadınların İşgücü Piyasasına Katılımının ve Kadın Girişimcilerin Desteklenmesi Projesi (Gaziantep, Gaziantep Sanayi Odası / İKA): TRC1 Bölgesi'nde seçilen firmalarda kadın çalışanların mevcut durumlarının sosyolojik analizi gerçekleştirilmiştir. Gerçekleştirilen anket çalışması sonucunda, firmalarda son derece az sayıda kadın çalışanın istihdam edildiği ve çoğunluğunun işçi pozisyonunda çalıştıkları ancak firmaların yönetim kademelerinde görev alamadıkları ortaya çıkmıştır. Kadınların toplumsal cinsiyet rollerinin iş hayatına yansıyan sıkıntılarının da ortaya koyulduğu çalışma, TRC1 Bölgesi genelinde kadınların istihdam oranının oldukça düşük olduğunu ortaya koymuştur.

2.2.2.4.2. Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB)

KOSGEB'in girişimcilik konusundaki öncü rolü benimsenmiş ve KOSGEB'le işbirliği yapan kurum/kuruluş sayısı artmıştır. Böylece hizmetlerin etkinliği artmakta ve gereksiz tekrarlar önlenmektedir.

Kadın girişimciliği konusunda çeşitli kurum/kuruluşlardaki duyarlılığın arttığı ve faaliyetlerin çeşitlendiği ve yoğunlaştırıldığı görülmektedir. Güneydoğu Avrupa Girişimcilik Eğitim Merkezi (SEECCEL) tarafından geliştirilmekte olan kadın girişimciliği göstergeleri çalışmalarına KOSGEB aktif olarak katılmakta olup söz konusu göstergelerin tüm ülkede ilgili taraflarca istişare edilebilmesine yönelik faaliyetler KOSGEB tarafından düzenlenmektedir.

Yine KOSGEB'in yardımcı kuruluşlar arasında yer aldığı kadın girişimciliğinin geliştirilmesine yönelik "kadın girişimci elçileri" projesi yaygınlaştırılacaktır. Sorumlu kuruluş KAGİDER'dir, yardımcı kuruluşlar arasında; Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, TOBB Kadın Girişimciler Kurulu ve TESK yer almaktadır. Proje 2014-2016 yıllarını kapsamaktadır.

Kadın girişimciliği konusunda çeşitli kurum/kuruluşlardaki duyarlılığın arttığı ve faaliyetlerin çeşitlendiği ve yoğunlaştırıldığı görülmektedir. Güneydoğu Avrupa

Girişimcilik Eğitim Merkezi (SEECCEL) tarafından geliştirilmekte olan kadın girişimciliği göstergeleri çalışmalarına KOSGEB aktif olarak katılmakta olup söz konusu göstergelerin tüm ülkede ilgili taraflarca istişare edilebilmesine yönelik faaliyetler KOSGEB tarafından düzenlenmektedir. Bu göstergeler, girişimcilikle ilgili strateji ve hedeflerin belirlenmesinde önemli bir yol göstericidir.

Ülkemizde bulunan diğer başlıca kuruluşlar arasında aşağdaki kuruluşlar vardır:

Kadın Girişimciliği Portalı: Türkiye’deki kadın girişimcileri, onların oluşturdukları dernekleri ve girişimciliğe ilişkin bilgi, destek ve faaliyetleri bir çatı altında toplamak amacıyla Kadın Girişimciliği Web Portalı oluşturulmasına yönelik alışmalar KAGİDER tarafından yürütülmektedir. Kadın Girişimciliği Portalı, Türkiye’nin farklı yerlerinde birbirinden habersiz ama birbirleri için hem tedarikçi hem de müşteri olabilecek iş sahibi/ girişimci kadınları bir araya getirerek onlar arasında bir network oluşturmayı, kadınların ekonomik hayatta seslerini duyurmalarını ve birbirlerini duymalarını sağlayacak ortamı dijital olarak sağlamayı hedeflemektedir.

Güneydoğu Avrupa lkelerinde Kadın Girişimciliği Projesi Platformu: Güneydoğu Avrupa lkelerinde Kadın Girişimciliği Projesi İşve Uluslararası Kalkınma İşbirliği Ajansı (SIDA) finansal desteği ile Gender Task Force/SEECCEL ortaklığında başlatılmıştır. Kadın Girişimciliği Projesinin genel hedefi Avrupa Küçük İşletmeler Yasası bağlamında Güneydoğu Avrupa’da kadın girişimciliğin bağışçılar, hükümetler, sivil toplum kuruluşları ve uluslararası örgütler olmak üzere kamu ve özel sektörün ortak işbirliğiyle desteklenmesi, kadın girişimciliğinde en iyi politika uygulamalarının teşvik edilmesi ve ulusal ve bölgesel alanda kadın girişimciliği iletişim ağ ve örgütleri için kapasite oluşturulmasıdır. Türkiye’de KAGİDER ve KADER’in proje paydaşları olarak dâhil oldukları Projenin temel faaliyetlerinden biri de Kadın Girişimciliği Kapasite Geliştirme faaliyetleri altında “Kadın girişimcilik ulusal iletişim ağı ve platformu kurulması”dır. Sivil toplum örgütleri ve üniversitelerden oluşacak bir Kadın Girişimcilik Platformu oluşturulmasına, söz konusu platformun amacının ve özellikle konuya ilişkin politikalara yön vermek olması sebebiyle kamu kurumlarının platformun içinde yer almayarak sadece danışma niteliği taşımına karar verilmiştir. Platform bilgi ve kaynak paylaşımını sağlayarak sivil toplum kuruluşları arasında koordinasyonu ve onları tek bir şemsiye altında toplamayı hedeflemiştir.

TOBB Kadın Girişimciler Kurulu: TOBB bünyesinde kadın girişimciliği konusunda genel politikalar geliştiren ve görüş oluşturulmasına katkıda bulunan istişari bir kuruldur. Kurul aynı zamanda kadın girişimcilere eğitim, kapasite geliştirme desteği ile girişimci fikirlerini hayata geçirmelerinde destek sağlamak üzere kurulmuştur. Kurul, çeşitli sektörlerde iştegal eden girişimci kadınlar, Habitat için Gençlik Derneği, TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi, Kadının Statüsünü Geliştirme Genel Müdürlüğü ve KOSGEB temsilcilerinden oluşmaktadır. Görevleri; ülkemizdeki kadın girişimci potansiyelinin nicelik ve nitelik bakımından geliştirilmesi ve daha donanımlı hale getirilmesi amacıyla politika belirlemek ve girişimcilik kültürünün kadınlar arasında gelişmesine öncülük etmektir

(<http://www.teknokent.cu.edu.tr/tr/se%C3%A7kin/Giri%C5%9Fimcilik%20Stratejisi%20ve%20Eylem%20Plan%C4%B1%20TASLAK%2017.05.2013.pdf>, 12.05.2014) .

BÖLÜM 3: KAHRAMANMARAŞ İLİNDE KADIN GİRİŞİMCİLERİN ÇALIŞMA HAYATINDA KARŞILAŞTIKLARI SORUNLARA YÖNELİK ALAN ARAŞTIRMASI

3.1. KAHRAMANMARAŞ İLİNE GENEL BAKIŞ

3.1.2. Kahramanmaraş İlinde Sosyal Yapı

Kahramanmaraş'ın tarihi Anadolu'da ilk siyasî birliği kuran Hititlerden başlar. Hititlerden bu yana bölgeye birçok millet ve medeniyet hâkim olmuştur. 637'de İslâm Orduları ve 1071'den sonra Türkler tarafından fethedilen bu şehir, pek çok defa el değiştirmesine rağmen Türk-İslâm kültürü ile yoğrulmuştur. 1297'den sonra Hıristiyanların hâkimiyeti tamamen sona eren ve Yavuz Sultan Selim Han tarafından kesin olarak Osmanlı Devletine katılan Kahramanmaraş'ta Türk-İslâm kültürü, örf ve âdetler ve her çeşit sosyal müesseselerde hâkim olmuş diğer kültürler unutulmuştur.

31 Aralık 2013 tarihi itibarıyla Türkiye nüfusu 76.667.864 kişidir. Kahramanmaraş'ın 1.075.706 kişilik nüfusunun %50,85'i (546.943 kişi) erkek, %49,15'i (528.763 kişi) kadındır. Kahramanmaraş 81 il içerisinde toplam nüfus bakımından 18. sıradadır.

2013 yılında Türkiye'nin yıllık nüfus artış hızı binde 13,7 olarak gerçekleşmiştir. Kahramanmaraş'ın yıllık nüfus artış hızı binde 11,7 (2012 Binde 8,47) olarak gerçekleşmiştir. Yıllık nüfus artış hızı bakımından Kahramanmaraş 81 il içerisinde 37. sıradadır.

Ülke nüfusunun % 91,35'i il ve ilçe merkezlerinde % 8,65'i belde ve köylerde yaşamaktadır. Nüfusun %18,47'si İstanbul'da ikamet etmektedir. Toplam nüfusun 1,40'ı(1.075.706 kişi) Kahramanmaraş'ta ikamet etmektedir. Bu oran bakımından 81 il içerisinde 18. sıradadır. Türkiye nüfusunun % 67,73'ü 15 ile 64 yaşları arasındadır. 15-64 yaş grubunda bulunan çalışma çağındaki nüfus (51.926.356 kişi), toplam nüfusun % 67,73'ünü oluşturmaktadır. Ülkemiz nüfusunun %24,6'sı (18.849.814 kişi) 0-14 yaş grubunda, %7,7'si ise (5.891.694 kişi) 65 ve daha yukarı yaş grubunda bulunmaktadır. Kahramanmaraş'ta nüfusun %62,90'ı (676.583 kişi) 15-64 yaş grubunda, %30,29'u (325.856 kişi) 0-14 yaş grubunda ve %6,81'i ise (73.267 kişi) 65+ yaş grubundadır.

Türkiye'de kilometrekareye 100 kişi düşmektedir. En yüksek İstanbul'da 2.725 kişi, en düşük Tunceli'de 11 kişidir. Kahramanmaraş'ın nüfus yoğunluğu 75 olup (2012 yılında 74), 81 il içerisinde 33. sıradadır. (<http://kahramanmaras.gov.tr/Nufus.aspx>, 27.05.2014)

Tablo.1 Kahramanmaraş İli Nüfusu

İLLERİN RAKIMI, İL VE İLÇELERİN ŞEHİR NÜFUSLARI İLE TOPLAM NÜFUSLARI, İLÇELER İLE BUCAKLARIN İL MERKEZİNE VE BUCAKLARIN İLÇELERİNE OLAN KARAYOLU UZUNLUKLARI.

İL ADI	İLÇE				BUCAK		
	ADI	NÜFUS (MERKEZ)	NÜFUS (TOPLAM)	İLİNE UZAKLIK (KM)	ADI	İLÇEYE UZAKLIK (KM)	İLİNE UZAKLIK (KM)
46 KAHRAMANMARAŞ RAKIM (568) NÜFUS (TOPLAM): 1.002.384	MERKEZ	326.198	465.370		AĞABEYLİ	66	66
					SÜLEYMANLI	69	69
					YENİCEKALE	42	42
	AFŞİN	35.834	92.718	143	TANIR	21	164
	ANDIRIN	8.311	41.051	81	ÇOKAK	21	102
	ÇAĞLAYANCERİT	12.642	29.580	64			
	EKİNOZU	6.880	17.102	174			
	ELBİSTAN	71.500	128.267	158	GÜCÜK	29	187
	GÖKSUN	30.232	76.033	89	ÇARDAK	30	119
	NURHAK	8.118	17.260	201			
PAZARCIK	24.374	72.628	46	NARLI	18	28	
TÜRKOĞLU	11.918	62.375	23				
KAHRAMANMARAŞ İLİ NÜFUS TOPLAMI			1.002.384	(...)*Karayolu ağı dışı	(...)** Otoyol		

Kaynak: <http://www.kahramanmarasdefterdarligi.gov.tr/ilimiz/nufus.html>, 28.06.2014

Kahramanmaraş halk edebiyatı bakımından zengin bir ilimizdir. Çok sayıda halk şairi yetişmiştir. Hezârî, Şirâzî, Şâzî ve Derdî çok meşhurlarıdır. Kahramanmaraş atasözleri, manileri, tekerlemeleri ve bilmeceleleri bakımından da zengindir.

Kahramanmaraş'ta bakırcılık, ahşap oymacılığı, ayakkabı imalatı, kilim dokumacılığı, mobilyacılık, dericilik, köşkerlik (yemeni tamirciliği), sim, sırma, kuyumculuk ve genç kızların "dival" nakışı meşhurdur.

Kahramanmaraş'ta okulsuz köy yoktur. Okuma-yazma oranı % 80'e ulaşmıştır. İlde 25 anaokulu, 965 ilkokul, 85 ortaokul, 8 meslekî ve teknik ortaokul, 26 lise, 13 meslekî ve teknik lise vardır. 1993'te öğretime başlayan Sütçü İmam Üniversitesinde Fen-Edebiyat, Ziraat, Orman, Tıp, Tekstil fakülteleri vardır. Ayrıca Elbistan ilçesinde Malatya İnönü Üniversitesine bağlı bir Meslek Yüksek Okulu bulunmaktadır. (<http://www.cografya.gen.tr/tr/kahramanmaras/nufus.html>, 28.05.2014)

3.1.2. Kahramanmaraş İlinde Ekonomik Yapı

Kahramanmaraş'ın ekonomik yapısı, Cumhuriyet'ten 1980'li yıllara kadar genellikle tarım, hayvancılık ve küçük el sanatlarına dayalı olarak gelişmiştir. Bu süreçte şehrin ekonomisi gerek içe dönük üretim ve ticaret stratejisi gerekse şehrin devletin ekonomi ve altyapı konularındaki hizmetlerinden yeteri kadar pay alamamasından dolayı önemli ölçüde büyüme gösterememiştir.

Türkiye'de piyasa ekonomisi kural ve ilkelerinin benimsenmeye başlanmasıyla, 1980'li yılların başından itibaren Kahramanmaraş, bu çerçevede izlenen ekonomik politikalara hızlı uyum göstermiştir. Ekonomik olarak yeni bir döneme, sanayileşme ve çağdaş ticaret sürecine girilmiştir. Böylece yıllarca gerçekleştirilemeyen ekonomik büyüme için gerek sermaye gerekse girişimcilik konusunda altyapı oluşturulmaya başlanmıştır. Devletin, üretime ve ihracata yönelik geliştirdiği teşviksel politikalara hızlı cevap veren ve bu çerçevede teşviklerini doğru kullanarak bu fırsatı iyi değerlendiren Kahramanmaraşlı girişimciler şehrin bugün sahip olduğu dinamik ekonomik yapıyı kurmuşlardır. Kahramanmaraş'ın genel ekonomik performansına bakıldığında yükselen bir trend yakalamak mümkün olmaktadır.

Türkiye'de 1960 sonrası sekiz kalkınma planı hazırlanmıştır. İlgili dönemde ekonomik ve toplumsal yapının yeni yasal düzenlemelerle kararlı bir gelişme sürecine gireceği, sorunların bu yöntemle çözümleneceği düşüncesi yaygınlaşmıştır. Siyasal ve ekonomik bunalım yıllarından sonra, hak ve özgürlükleri genişletme ve kararlı bir ekonomik gelişme, demokratik bir anayasal düzenleme ile ekonominin planlanmasını gerektirmiştir.

Çalışmanın bu bölümünde, Kahramanmaraş'ta özel ve kamu kesimi tarafından kalkınma planları çerçevesinde gerçekleştirilen kalkınma çabaları konusunda bilgiler verilmiştir. Özellikle, 1990'lı yıllarda gerçekleştirilen özel kesim yatırımları kentin ekonomi büyüklüğünden önemli bir pay almaktadır. Bu bakımdan öncelik sırası özel sektöre verilmiştir.

Kahramanmaraş'ta gerçek anlamda özel sektör yatırımları 1984 yılında başlamıştır. Sanayileşme, genel itibariyle Tekstil sektörü alanında gerçekleşmiştir. Bununla birlikte, geçmişten gelen küçük el sanatlarından bakırcılık ve alüminyumculuğun uzantısı olarak

çelik mutfak eşyaları sektörü de aynı sanayileşme eğiliminden payını oldukça önemli ölçüde almıştır.

Sektör büyüklüğü açısından, Tekstil sanayiinden sonra ikinci sırada Çelik Eşya Sanayii yer almaktadır. Kentin en eski sektörlerinden birisi olan Toz ve Pul Bibercilik de sanayileşmeye paralel olarak gelişme eğilimindedir. Kahramanmaraş'ın ülkemizde ün kazanmasına yol açan dondurma sektörü en hızlı gelişen sektörler arasındadır. Kahramanmaraş dondurması sanayileşmeden büyük ölçüde etkilenmiş, ülkemiz sınırlarını aşmış ve öncelikle yakın ülkeler, daha sonra da tüm dünya ülkelerine yayılma sürecine girmiştir.

Sanayileşme sürecinde oldukça yüksek bir trend yakalanmıştır. Bu dönemde birçok yatırım hayata geçirilmiştir. Tekstil sektörü lider konumunda olmak üzere Konfeksiyon, Çelik Mutfak Eşyası, Pamuk İşleme (çırçır), İnşaat, Bankacılık, Gıda, Yem, Ambalaj, Kağıt ve Makine İmalatı ve Isıtma ve Soğutma Sistemleri sektörleri iktisadi profilin ana hatlarını oluşturmuştur. Nakliye, Kuyumculuk, Bakır ve Alüminyum Doğramacılık, Plastik Doğramacılık, Kereste ve Yapı Malzemeleri Sanayii gibi diğer sektörler de kent ekonomisinin diğer dinamiklerini oluşturmaktadır.

Kahramanmaraş ekonomisinin en gelişmiş sektörü olan Tekstilde, özellikle teknoloji ve kalitede ulaşılan nokta Türkiye standartlarının üstüne çıkmıştır. Dünya tekstil pazarlarında teknolojik olarak ve kalite bakımından rahatça rekabet edebilecek yetenek kazanmıştır. Böylece uluslararası bir hammadde merkezi haline gelmiştir. Kentin olduğu gibi ülkenin de iktisadi büyümesinde tartışılmaz bir statüye sahip olan Tekstil Sanayii yüksek döviz girdisi sağlamaktadır.

Kahramanmaraş'ın işgücü piyasasına baktığımızda karşımıza çıkan tablo aşağıdaki gibidir:

2013 Aralık ayı itibari ile çalışan sayısı 97.471'dir. 2012 Aralık ayına göre % 3,9 oranında azalma olmuştur. 2013 Aralık ayında işsizlik maaşı alanların sayısı 1.775 olup 2012 Aralık ayına göre %15,2 oranında artış olmuştur. 2014 Mart ayında çalışan sayısı 98.463'tür. 2014 Şubat ayında işsizlik maaşı alanların sayısı 2.165'dir. 962 imalat firmasının %36'sı aile şirketi konumundadır. 961 imalat firmasının %22'sinde profesyonel yönetici istihdam edilmektedir. 937 imalat firmasının %30,3'ünde

üniversite mezunu, %3,7'sinde yüksek lisans mezunu yönetici bulunmaktadır. 955 imalat firmasının %3'ünde kadın yönetici bulunmaktadır. 944 imalat firmasının 397'sinde hiç kadın personel bulunmazken 1 firmada 600 bayan işçi çalıştırılmaktadır (<http://www.kmtso.org.tr/statik.php?file=ekonomikyapi&menuID=36>, 13.04.2014).

Tablo.2 Kahramanmaraş'ta İstihdam 2014

YIL/AY	İŞYERİ	İŞYERİ	TOPLAM	KAMU	KAMU	TOPLAM	ÖZEL	ÖZEL	TOPLAM	GENEL
	SAYISI	SAYISI		ÇALIŞAN	ÇALIŞAN		ÇALIŞAN	ÇALIŞAN		
	(KAMU)	(ÖZEL)		SAYISI	SAYISI		SAYISI	SAYISI		
				(ERKEK)	KADIN		(ERKEK)	KADIN		
2014/01	140	8.532	8.672	9.630	1.447	11.077	73.755	12.505	86.260	97.337
2014/02	138	8.456	8.594	3.160	1.613	4.773	73.632	12.701	86.333	91.106
2014/03	175	8.480	8.655	4.408	1.860	6.268	79.643	12.552	92.195	98.463

Kaynak: http://www.kmtso.org.tr/statik.php?file=ekonomik_gostergeler&menuID=18, 13.04.2014.

3.2. KAHRAMANMARAŞ İLİ ALAN ARAŞTIRMASI

3.2.1. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın temel amacı, ekonomik hayatta önemli işlemlere sahip olacağı düşünülen girişimci kadınların genel profillerini tespit ederek, girişimcilik faaliyetlerini engelleyen faktörlerin neler olduğunu ortaya koymak ve örgütsel ve çevresel fırsatları değerlendirme düzeylerini belirleyip gelecek yönelimli kadın girişimciliği konusunda açılımlarda bulunmaktadır.

3.2.2. Araştırmanın Kapsamı

Araştırmada Kahramanmaraş Esnaf ve Sanatkarlar Odasına kayıtlı toplam 554 ve Kahramanmaraş Sanayi ve Ticaret Odası'na kayıtlı toplam 725 kadın üye olduğu belirlenmiştir. Alan araştırmasında; ev dışı bir mekanda kendi adına kurduğu bir işletmesi olan, bir işletmede tek başına veya çalıştırdığı diğer kişilerle birlikte çalışan, sahiplik sıfatıyla ortaklık kuran, işletmenin geleceği ile ilgili planlamalar yapan, elde ettiği kazançla yatırım ve harcama alanlarında söz sahibi olan, işletmesi adına tüm

riskleri üstlenen kadınlar “girişimci” olarak ele alınmıştır. Bu kriterleri karşılamayan; ev kadınları, avukat, doktor, mimar gibi eğitim aldığı alanda mesleğini icra eden serbest meslek sahibi kadınlar ve fiili olarak erkek çalıştığı halde resmi kayıtlarda kadınların sahibi olduğu işletmeler araştırma kapsamına alınmamıştır. Yukarıda belirtilen kriterler çerçevesinde toplam 70 kadın girişimci ile anket yöntemine göre araştırma yapılarak, değerlendirilebilir nitelikteki 52 anket formu dikkate alınmıştır.

3.2.3. Araştırmada Kullanılan Anket ve Yöntem

Alan araştırmasında, kadın girişimciliği ile ilgili araştırma yapan akademisyenlerin çalışmalarında esas aldıkları konulardan yola çıkılarak, bireysel olarak oluşturulan bir anket kullanılmıştır. Toplam 30 sorudan oluşan anket formunda yer alan bazı sorularda deneklerden birden fazla seçenek işaretlemeleri ve önem derecelerine göre sıralamaları istenmiştir. Bu tür sorulardan elde edilen yanıtların önem derecesi 1’den 3’e doğru göreceli olarak azalmaktadır. Bu sebeple, önem derecesine göre sıralanan seçenekler ağırlıklandırılarak, seçeneklerin toplam ağırlıklı oranları tespit edilmiştir. Bu tür soruların ve sonuçların değerlendirilmesinde SPSS paket programına başvurulmuştur.

3.2.4. Araştırma Bulgularının Değerlendirilmesi

Alan araştırması ile elde edilen sonuçlar sınıflandırılmış ve aşağıdaki veriler elde edilmiştir.

Anket uygulanan kadın girişimcilerin yaş ile ilgili verilerine bakıldığında büyük çoğunluğunun %40,4 ile 25 yaş ve altında olduğu görülmektedir. Bunu %28,8 ile 26-35 yaş grubu ve %21,2 ile 36-45 yaş grubu izlemiştir. Ankete göre, 26-45 yaş grubundaki kadın girişimcilerin oranı toplamda %50 olarak gerçekleşmiştir. En az yaş grubunu oluşturan kesimin %9,6 ile 46-55 yaş grubunun olduğu bu veriler ışığında Kahramanmaraş’ta girişimcilik yapan kadınların büyük bir çoğunluğunun genç ve orta yaş grubunda olduğu gözlemlenmiştir.

Tablo.3 Kadın Girişimcilerin Yaş Grupları

Yaş Grupları	Kişi	Oranı
25 yaş ve altı	21	40,4
26-35 yaş arası	15	28,8
36-45 yaş arası	11	21,2
46-55 yaş arası	5	9,6
Toplam	52	100,0

Kadın girişimcilerin yetişme bölgelerine bakıldığında, ankete katılanların yarısının şehirde büyüdüğü saptanmıştır. Kahramanmaraş ilinin son Büyükşehir Yasası ile büyükşehir kapsamına alındığı göz önünde bulundurulduğunda, büyükşehirde yetiştiklerini belirtenlerle beraber bu oran %70'lere çıkmaktadır. Bunun yanında ilçede büyüdüğünü belirtenlerin oranı %21,2 ve köyde büyüdüğünü belirtenlerin oranı %9,6 olarak belirlenmiştir. Bu verilerden, şehir ve büyükşehir olanaklarının kadınların girişimci olmasında büyük bir etken olduğu söylenebilir.

Tablo.4 Kadın Girişimcilerin Büyüdükleri Yerler

Yerler	Kişi	Oranı
Köy	5	9,6
İlçe	11	21,2
Şehir	26	50,0
Büyükşehir	10	19,2
Toplam	52	100,0

Anket uygulanan deney grubunun eğitim durumlarına bakıldığında %34,6'sının ilköğretim mezunu, %26,9'unun lise, %23,1'inin ortaokul ve %15,4'ünün yükseköğretim mezunu olduğu belirlenmiştir. Bu verilere göre Kahramanmaraş'ta kadın girişimcilerin %84,6 gibi büyük bir oranının ilköğretim ve ortaöğretim eğitim seviyesinde oldukları söylenebilir. Bu durum, genel itibarıyla geleneksel ve muhafazakar yaşam biçimini benimseyenlerin çoğunlukla olduğu Kahramanmaraş'ta ailelerin özellikle yükseköğretim seviyesinde

mali güçlerini kızlarının değil de oğullarının eğitimine yönlendirmek istemeleriyle açıklanabilir.

Tablo.5 Kadın Girişimcilerin Eğitim Durumları

Mezun olunan okul	Kişi	Oranı
İlkokul	18	34,6
Ortaokul	12	23,1
Lise	14	26,9
Yükseköğretim	8	15,4
Toplam	52	100,0

Kadın girişimcilere, işleriyle ilgili eğitim alıp almadıkları ve bu eğitimlerini nereden aldıkları sorulmuştur. Eğitim alan girişimci oranının %38,46 olduğu belirlenmiştir. Bu eğitimleri nereden aldıklarına yönelik verdikleri cevaplara bakıldığında; %62,4'ünün özel kurs ve sivil toplum kuruluşları tarafından verilen eğitimlere katıldıkları, faaliyet alanlarıyla ilgili yüksek okul/üniversite eğitimi alanların oranının %18,8'de kaldığı saptanmıştır. Eğitim alanların büyük bir çoğunluğunun ticaret ve hizmet sektöründe faaliyet göstermelerinden hareketle, genel olarak eğitime gereksinim duyulmayan imalat sektörüne nazaran ticaret ve hizmet sektörlerinin eğitimle desteklenmesinin gerekli olduğu kanısına sahip olunduğu varsayılabilir.

İşle ilgili hangi alanda eğitime ihtiyacı oldukları sorulduğunda ise kadınların %61,53'lük çoğunluğu ilk tercihlerinde pazarlama ve satış cevabını vermişlerdir. Bu da kadın girişimcilerin girişimciliğe satış odaklı baktıklarının göstergesidir. Kadınların %30,76'lık kısmı finans ve muhasebe seçeneğini seçerken, geri kalan %7,69'luk kısmı yasal düzenlemeler seçeneğini seçmiştir.

Kadınların yabancı dil bilgisi sorulduğunda çoğunluğu yabancı dile hiç gerek duymadıklarını belirtmişlerdir. Bu bağlamda kadınların %73,07'sinin yabancı dil olarak İngilizce'yi sadece orta eğitimde gördüklerini ve dolayısıyla az derecede bildiklerini belirtmişlerdir. Buna ek olarak %15,38'i orta derecede ve sadece 11,53'ü iyi derecede yabancı dil bildiklerini belirtmişlerdir.

Tablo.6 Kadın Girişimcilerin Medeni Durumları

Medeni durumlar	Kişi	Oranı
Evli	28	53,8
Bekar	20	38,5
Boşanmış-dul	4	7,7
Toplam	52	100,0

Girişimcilik faaliyetinde bulunan kadınların %53,8'inin evli, %38,5'inin bekar ve %7,7'sinin de boşanmış ya da dul olduğu saptanmıştır. Bu verilere göre evli ve bekar olanların büyük bir çoğunluğunun girişimcilik faaliyetinde buldukları söylenebilir.

Girişimci kadınlara çocuklarının olup olmadığı sorulmuştur. Kadınların %57,69'u 3 ve daha fazla çocuğa sahip, %30,76'sı 1 ve 2 çocuğa sahip ve geri kalan %11,53'ü hiç çocuğa sahip olmadıklarını belirtmişlerdir. Bu da gösteriyor ki Kahramanmaraş'ta çok çocuk sahibi olan kadın girişimciler çoğunluktadır.

Tablo.7 Kadın Girişimcilerin Sermaye Kaynakları

Sermaye Kaynakları	Kişi	Oranı
Kişisel-ailevi tasarruflar	22	42,3
Akraba-arkadaşlara borçlanma	13	25,0
Banka kredisi	10	19,2
Ortak(lar)	5	9,6
Diğer	2	3,8
Toplam	52	100,0

İşletme kuran kadın girişimcilerin sermaye kaynakları ile ilgili bulgular incelendiğinde, kadın girişimcilerin %42,3'ünün işletmesini kişisel ve ailevi tasarrufları ile %25'inin ise akraba ve arkadaşlara borçlanarak, %19,2'sinin ticari borçlanma veya banka kredisi yolu ile %9,6'sının ortaklıkla %3,8'inin ise karşılıksız destekle işletmesinin sermayesini sağladıkları tespit edilmiştir. Bu sonuçlara

göre kadın girişimciler daha çok kendi tasarrufları ve akraba-arkadaşlarına borçlanarak işletmelerini kurmuşlardır. Diğer yandan ticari borçlanma veya banka kredisi kullanarak işletmesini kuran kadın girişimci oranı da dikkat çekicidir. Bu durumu, son yıllarda bankaların daha cazip kredi imkanları sunmaları ve işletme kuracak kadınların da bu kredileri eşinin ya da ortağının teşvikiyle kullanmasıyla açıklayabiliriz.

Kadın girişimcilere anne ve babalarının eğitim durumu sorulmuştur. Kadınların %53,84'ü annelerinin okur-yazar olduklarını, %30,76'sının annesinin ilkokul mezunu, %13,46'sının ortaokul mezunu ve %1,92'sinin de lise mezunu olduğunu belirtmişlerdir. Girişimci kadınların babalarının eğitim durumuna bakıldığında, %15,38'inin okur-yazar, %26,92'sinin ilkokul, %34,61'inin ortaokul, %23,07'sinin lise mezunu olduğu belirlenmiştir. Özellikle yaşları ortalamanın üzerinde olan anne ve babalarının eğitim durumlarının yaşlarıyla ters orantılı olduğu ortaya çıkmaktadır. Yaşları diğerlerine göre daha küçük olan anne ve babaların eğitime biraz daha önem verdikleri saptanmıştır. Başka bir bulgu da girişimci kadınların annelerinin babalarına oranla eğitim durumlarının daha düşük seviyede olduğu bu da Kahramanmaraş'ta kadınların eğitim alma konusunda erkeklerle eşit olmadıklarını ortaya koymaktadır.

Ankette kadın girişimcilere annenin çalışıp çalışmadığı sorulmuş ve %75 gibi büyük bir oranının çalışmadığı tespit edilmiştir. Yine ailesinde kendi işini kuranların oranı %63,4 olarak gerçekleşmiştir. Ailesinde kendi işini kuranlar arasında annesi veya kız kardeşi olanların oranı %15,1 olarak belirlenmiştir. Bu tespite göre girişimci kadın annelerinin, kendilerinin girişimci olmalarında önemli bir etkiye sahip olmadıkları ve ailesinde kendi işini kuranlar arasında kadın girişimcilerin oranının yeterli seviyede olmadığı söylenebilir.

Deney grubunun yetiştirilme ortamları ile ilgili sonuçlara bakıldığında; yarısının muhafazakar ve dışa kapalı bir aile ortamında büyüdüğü saptanmıştır. Anne babanın koruyucu kollayıcı olduğu otoriter bir aile ortamında yetiştiğini belirtenlerin oranı %28,8 iken, yüzde 21,2'lik bir kısım demokratik bir ortamda katılımcı birey olarak yetiştirildiğini belirtmiştir. Bu veriler, genelde Türkiye'nin ve özelde Kahramanmaraş'ın sosyo-kültürel yapısıyla örtüşmektedir. Türk toplumunun da aile yapısına bakıldığında, geleneksel-muhafazakar, çocuklarına sürekli müdahale eden, koruyan ve kollayan bir çoğunluk göze çarpmaktadır. Ankette %21,2'lik bir kısmın

katılımcı bir aile ortamında yetiştirdiklerini ifade etmeleri ele alındığında, bu durumun Türk toplum yapısının şehirleşmeye bağlı eğitim seviyelerinin yükselmesi ve gelir düzeyinde değişmelerin olması gibi faktörlerin de etkisiyle daha paylaşımcı, katılımcı, yenilikçi ve demokratik bir yapıya doğru kaydığını gösteren önemli bir bulgu olduğu söylenebilir. Bu da bireylerin girişimcilik faaliyetlerini güçlendiren önemli bir faktör olarak değerlendirilmiştir.

Tablo.8 Kadın Girişimcilerin Yetiştirilme Ortamları

Aile Yapıları	Kişi	Oranı
Muhafazakar	26	50,0
Otoriter	15	28,8
Demokratik	11	21,2
Toplam	52	100,0

Kadın girişimcilerin, girişimci olmadan önce ne iş yaptıklarına yönelik sorulara verdikleri cevaplara bakıldığında, %44,2 gibi büyük bir çoğunluğunun daha önceden herhangi bir işte çalışmadıkları belirlenmiştir. Aynı işte ücretli olarak çalıştığını belirtenlerin oranı %25, özel sektörde çalışanların oranı ise %11,5'tir. Bu verilerden, daha önce herhangi bir işte çalışmayan ve halihazırda faaliyette bulunduğu alanda daha önce başkasının yanında işçi olarak çalışan kadınların, girişimci olmak konusunda daha istekli bir tutum sergiledikleri söylenebilir.

Girişimci olmadan önce herhangi bir işte çalışmadıklarını belirtenlerin haricindeki girişimcilere, önceki işinden ayrılma sebepleri sorulmuştur. Bu soruya %62 gibi büyük bir çoğunluğun yeni bir iş kurma düşüncesiyle hareket ederek, girişimcilik faaliyetinde buldukları belirlenmiştir. Bu sonuçtan, kadınların girişimcilik dürtülerini harekete geçiren en önemli faktörün yenilik olduğu söylenebilir.

Kahramanmaraş ilinde faaliyette bulunan kadın girişimcilerin kişisel özelliklerini belirlemeye yönelik verdikleri cevaplara bakıldığında ise, çevresiyle iyi iletişim kuran seçeneğini %48,1 oranla en önemli özellikleri olarak belirtmişlerdir. Kadın girişimcilerin olaylara karşı erkeklere göre daha duyarlı olmaları, olaylar karşısında daha sakin kalabilmeleri, daha yoğun insan ilişkilerine sahip olmaları, daha hızlı

örgütlenmeleri ve çevresel kaynakları daha etkin kullanmaları gibi özellikleri, iyi iletişim kurmalarının birer sonucu olarak görülebilir. Kadın girişimcilerin, girişimci olmaktan kaynaklanan kişisel özelliklerden yenilikçi olmayı %32,7 oranıyla önemli gördükleri saptanmıştır. Son yıllarda yapılan araştırmalarda kadınların iş yaşamında erkeklere göre daha başarılı oldukları söylenebilir. Bunu sağlayan en önemli faktörler ise önceden erkeklere özgü olduğuna inanılan iş kollarında da başarılı olmaları, erkeklerle aralarındaki bilgi ve deneyim farkının giderek azalması, daha iyi örgütlenir hale gelmeleri ve bunları da yenilikçi bir bakış açısıyla ele almalarıdır. Kadın girişimcilerin kendilerinde gördükleri bu iki önemli özelliğin yanında hedef odaklı olmaları %25, kendilerine güvenmeleri %23,1 risk almaları ve yaratıcı olmaları %21,2 girişimci kadınların önem verdikleri kişisel özellikler olarak saptanmıştır. Bu bulgular, kadın girişimcilerin genel kabul gören girişimcilik özelliklerine daha fazla vurgu yaptıklarını göstermektedir.

Tablo.9 Kadın Girişimcilerin Çalıştırdıkları İşçi Sayıları

Çalıştırılan işçi sayısı	Kişi	Oran
Çalıştırmıyorum	19	36,5
1 kişi	15	28,8
2-5 kişi	11	21,2
6-10 kişi	5	9,6
10 ve üzeri	2	3,8
Toplam	52	100,0

Kahramanmaraş'ta kadın girişimlerin, işletmelerinde işçi istihdam edip etmediklerine yönelik sorulan soruya verilen cevaplara bakıldığında %63,5'inin işçi çalıştırdıkları belirlenmiştir. Bu sonuç ışığında ayrıntılı bir analiz yapabilmek için, kaç işçi istihdam ettiklerini de belirtmeleri istenmiştir. Buna göre ilk sırayı %28,8'lik bir oranla 1 işçi çalıştıran işletmeler almıştır. Daha sonra sırasıyla %21,2'lük bir oranla 2-5 arasında işçi çalıştıran işletmeler gelirken, 6-10 işçi çalıştıran işletmelerin oranı %9,6 olarak gerçekleşmiştir. 10 ve daha üzeri işçi çalıştıran işletmelerin oranı ise %3,8'de kalmıştır. İstihdam edilen işçi sayısına göre işletme büyüklüğü kapsamında bir değerlendirme

yapmak gerekirse, işletmelerin önemli bir oranının mikro ölçekli işletmelerden oluştuğu sonucuna varılabilir.

Yapılan ankette kadın girişimcilere işlerinden ne düzeyde gelir elde ettikleri sorulmuştur. Kadınların %53,84'ü gelirlerinin giderlerine hemen hemen eşit olduğunu, geri kalan %46,15'i gelirlerinin giderlerinden fazla olduğunu belirtmiştir.

Kahramanmaraş'taki kadın girişimcilere çeşitli konu başlıkları altında gelecekle ilgili planları sorulmuştur. Hedefi büyüme olan kadınlar araştırma grubunun %69,23'ünü oluşturmaktadır. Karlılığı artırma konusunu çok önemli gören kadın girişimciler araştırma grubunun %94,23'ünü oluşturmaktadır. Kadın girişimcilerin gelecekle ilgili planlarından bir diğer önemli olanı işte mevcut durumu devam ettirmektir. İşte mevcut durumu devam ettirme konusunu çok önemli olarak gören kadınların oranı %98,07'dir. Sektörde kalıcılık konusunu çok önemli gören kadın girişimciler %63,46'dır. Bunların dışında ürün-hizmet geliştirmeyi çok önemli olarak gören kadınların oranı %50, kaliteyi iyileştirmeyi çok önemli gören kadınların oranı %40,38'dir. Bunların aksine kurumsallaşma konusunda kadınların çoğu kısmen önemli seçeneğini işaretlemişlerdir. Bu oran %61,53'tür. Bu durumda göstermektedir ki kadın girişimcilerin gelecek planlarında daha çok maddi konular yer almaktadır. Maddi getiri kadın girişimcilerin planlarının başında gelmektedir. Kurumsallaşma konusunda ortaya çıkan bu durum kadın girişimcilerin henüz bu konuda bilinçlenmediklerini göstermektedir.

Araştırmaya katılan kadın girişimcilere, girişim kararı almalarında etkili olan faktörler sorulmuştur. Alınan yanıtlar incelendiğinde, kadın girişimcilerin girişim kararı almalarında %39,8 ile ekonomik özgürlüğe kavuşmak, birinci derecede önemli görülmüştür. Bu faktörü %34,7 ile hane halkı gelirin katkı sağlama izlemekte, üçüncü derecede önemli görülen faktör başkalarının emri altında çalışmayı istememek ve en az önem verilen faktör ise aldığı eğitim doğrultusunda girişimci olmak olarak gerçekleşmiştir. Bu sonuçlara göre, kadınların artık ekonomik ve sosyal yönden daha özgür olmak istedikleri ve kendileri ile ilgili kararlarda yer alarak daha güçlü bir şekilde kendilerini temsil etmek istedikleri yönünde güçlü bir eğilime sahip oldukları söylenebilir.

Tablo.10 Girişimci Olmalarında Kadın Girişimcileri Etkileyen Faktörler

	Önem Dereceleri (f)			Ağırlıklı Ortalama		Önem Sırası
	1.	2.	3.	Ağırlıklı Puan	Oranı	
Girişim Kararını Almada Etkili Olan Faktörler nelerdir						
Ekonomik özgürlük	25	9	7	100	39,8	1
Aile bütçesine katkı	17	13	10	87	34,7	2
Kendi patronu olmayı istemek	6	8	1	35	13,9	3
Aldığı eğitim doğrultusunda girişimci olmak	4	7	3	29	11,5	4
Toplam	52	37	21	251	100	

Ağırlıklı Puan : 1.derece frekansı x 3 +2.derece frekansı x 2 + 3.derece frekansı x 1

Ağırlıklı Oran : (Ağırlıklı puan/ağırlıklı puanlar toplamı)x100

Kahramanmaraş'taki kadın girişimcilere girişimcilik faaliyetlerini sürdürürken karşılaştıkları sorunlar sorulmuştur. Büyük bir çoğunluk çocuklarına yeterli vakit ayıramamaktan, kadınlara karşı var olan önyargılardan, başkaları tarafından ciddiye alınmamaktan rahatsız olduklarını belirtmişlerdir. Bunların yanında sırasıyla; tüm zorunluluğu üstlenmek zorunda kalmak, mal alımı için finans sağlayamamak, aile ve iş hayatı dengesizliği, finansal kredi alamamak gibi sorunlar yaşadıklarını belirtmişlerdir.

Tüm bu zorlukları yaşayan kadın girişimcilere girişimcilik kararlarını kimlerin destekledikleri sorulmuştur. %51,92'si herhangi bir destek almadıklarını belirtmiştir. %61,53'ü arkadaşlarından, %38,46'sı eşlerinden, %36,53'ü kardeşlerinden, %30,76'sı annelerinden ve son olarak %23,07'si de babalarından destek aldıklarını belirtmiştir.

Tablo.11 Kadın Girişimcilerin Faaliyet Alanları

Faaliyet Sektörleri	Kişi	Oranı
Ticaret	28	53,8
Hizmet	14	26,9
İmalat	8	15,4
Diğer	2	3,8
Toplam	52	100,0

Kadın girişimcilerin faaliyet gösterdikleri sektörler ile ilgili sonuçlara bakıldığında, en çok faaliyette buldukları işkolu % 53,8 ile ticaret sektörü olurken bunu %26,9 ile hizmet sektörü, %15,4 ile imalat sektörü ve %3,8 ile diğer sektörler izlemektedir. Bu sonuçlara göre kadınların erkek egemen sektörlerden daha az sermaye gerektiren emeğin yoğun olduğu hafif sanayi gibi göreceli olarak dar bir alanda faaliyet gösterdikleri söylenebilir. Bu bağlamda özellikle ticaret ve hizmet sektörlerinde kadınların faaliyette bulunduğu alanları ortaya çıkartmaya yönelik sonuçlara bakıldığında ticaret sektöründe en yoğun faaliyette buldukları alanların hazır giyim, butik ve tuhafiyecilik işlerinin olduğu gözlemlenmiştir. Bu alanları hediyelik ve çeyizlik eşya, parfümeri, terzilik ve kırtasiye işleri izlemektedir.

Kadın girişimcilerin faaliyet alanlarına bakıldığında, müşterilerinin de çoğunlukla yine bayan olduğu faaliyet alanlarının tercih edildiği söylenebilir. Bunun da kadınların iş hayatında yaşadığı cinsiyete dayalı rol ayrımcılığı sorununu gerçekleştirdiği sonucuna varılabilir.

Kadın girişimcilere girişimcilik konusunda destek olan hangi kuruluşlara üye oldukları sorulduğunda genel itibariyle yerel ölçekli kuruluşlara üye oldukları saptanmıştır. Kadınların %63,46'sı KMTSO-KAGİK (Kahramanmaraş Ticaret Odası Kadın Girişimciler Kurulu)'na üyedir. %36,53'lük kesim ise herhangi bir kuruluşa üye olmadıklarını belirtmişlerdir. KAGİK, Kahramanmaraş'ta kadın girişimciliği konusunda genel politikalar geliştiren ve görüş oluşturulmasına katkıda bulunan istişari bir kuruldur. Kurul aynı zamanda kadın girişimcilere eğitim, kapasite geliştirme desteği ile girişimci fikirlerini hayata geçirmelerinde destek sağlamak üzere kurulmuştur.

KAGİK; Kahramanmaraş'taki kadın girişimci potansiyelinin nicelik ve nitelik bakımından geliştirilmesi ve daha donanımlı hale getirilmesi amacıyla politika belirlemek ve girişimcilik kültürünün kadınlar arasında gelişmesine öncülük etmek, kadınlara kişisel gelişim yollarını öğretmek kariyer geliştirme fırsatları yaratmak, girişimcilik veya gelir yaratma gibi becerilerini gerçekleştirmek isteyen kadınlara bunu nasıl yapacaklarını öğrenmeleri için öğrenme ortamlarını hazırlamak, girişimci ruhlu kişilere, bu özelliklerini daha etkili ve verimli kullanabilmelerini sağlayacak ve iş kurmayı düşünenlere kuruluş ve devamındaki işi sürdürme süreçlerinde ihtiyaçları olacak temel bilgileri vermek ve yol göstermek amacıyla girişimcilik eğitimleri

düzenlemek, kadın girişimcilere yenilikler ve iş yaşamı ile ilgili konular hakkında bilgi vermek amacıyla seminer, panel ve bunun gibi eğitim etkinliklerinde bulunmak, lise ve üniversitelerde girişimcilik dersleri, seminerleri, panelleri düzenlemek, kadın girişimcilerin bilgi ve deneyimlerini birbirleri ile paylaşmalarını sağlayarak, varsa sorunlarına çözüm bulmaya çalışmak, eğitimlerin ve kapasite geliştirmenin yanı sıra kadın girişimcileri iş kurma ve işlerini başarılı bir şekilde sürdürme sırasında da desteklemek, kadın girişimcilerin deneyimli girişimciler yanında staj yapmalarını sağlamak, yurt dışında, özellikle AB ülkelerinde yabancı girişimciler yanında kısa süreli staj imkanları yaratmak, koçluk sistemi geliştirerek yeni iş kuran girişimcilere deneyimli girişimciler tarafından belli sürelerde destek sağlamak, kadın girişimcilerde sosyal sorumluluk bilinci oluşturulması amacıyla eğitim programları ve çeşitli sosyal etkinlikler düzenlemek, il ekonomisinin gelişmesine katkıda bulunacak sektörlerde girişimde bulunulmasına yardımcı olacak tedbirleri belirlemek ve bu sektörlerde kadın girişimcileri yönlendirmek ve teşvik etmek, kadın girişimcilerin Sivil Toplum Kuruluşlarında, yerel yönetimlerde görev almalarını teşvik etmek gibi görevleri bulunmakta ve faal olarak çalışmalarını sürdürmektedir.

Tablo.12 İşletme Açmada Etkili Olan Faktörler

İşletmenizi açmanızda etkili olan faktörler	Önem Dereceleri (f)			Ağırlıklı Ortalama		Önem Sırası
	1.	2.	3.	Ağırlıklı Puan	Oranı	
Kadınlara uygun olması	22	14	10	104	40,2	1
Eğitimime uygun olması	11	9	7	58	22,4	2
Bildiğim bir iş olması	14	12	8	74	28,6	3
Diğer (tavsiye,devralma)	5	3	2	23	8,9	4
Toplam	52	38	27	259	100,0	

Ağırlıklı Puan : 1.derece frekansı x 3 + 2.derece frekansı x 2 + 3.derece frekansı x 1

Ağırlıklı Oran : (Ağırlıklı puan/ağırlıklı puanlar toplamı)x100

Tablo 11’de görüleceği üzere, kadın girişimcilere işletmelerini açmalarında etkili olan faktörlerin neler olduğu yönündeki sorulara verdikleri cevaplara bakıldığında, yaptıkları işin kendilerine uygun olmasının %40,2 ile en önemli etken olduğu gözlemlenmiştir. Bunun yanında bildikleri bir alanda girişimde bulunma isteği, %28,6

ile önemli bir faktördür. Bu sonuçlardan; kadınların daha çok kendilerine uygun olduğunu ve bildiklerini düşündükleri işlerde girişimcilik faaliyetlerinde buldukları gözlemlenmiştir. Diğer yandan, tavsiye üzerine veya devir yoluyla faaliyette bulunmak, kadın girişimcilerin işletme kurmada başvurduğu bir faktör değildir denilebilir.

Tablo.13 İşletmeyi Kurarken Karşılaşılan Sorunlar

İşletmeyi Kurarken Karşılaşılan Sorunlar	Önem Dereceleri (f)			Ağırlıklı Ortalama		Önem Sırası
	1.	2.	3.	Ağırlıklı Puan	Oranı	
Toplumda kadına atfedilen değer	18	13	10	90	38,5	1
Finansal düzensizlik	10	5	1	41	17,5	3
Rekabet ortamındaki adaletsizlik	5	1		17	7,3	4
Kalifiye eleman bulma	1	2		7	3,0	7
Bilgi eksikliği	11	6	4	49	20,9	2
Teknolojiye ayak uydurma	3	2		13	5,6	6
Bürokratik ve yasal engeller	4	2	1	17	7,3	5
Toplam	52	31	16	234	100,0	

Ağırlıklı Puan : 1.derece frekansı x 3 + 2.derece frekansı x 2 + 3.derece frekansı x 1

Ağırlıklı Oran : (Ağırlıklı puan/ağırlıklı puanlar toplamı)x100

Ankete katılan kadın girişimcilere, girişimcilik faaliyetlerinde karşılaştıkları sorunları belirlemeye yönelik sorular yöneltilmiştir. Yukarıda Tablo 12’de görüleceği üzere kadın girişimcilerin işletmelerini kurarken karşılaştıkları en büyük sorun, toplumun kadınlar hakkındaki değer yargılarıdır. Bu sorunu bilgi eksikliği ve finansal düzensizlik sorunları takip etmiştir.

Ankete katılan kadın girişimcilerin, işletmeyi kurduktan sonra karşılaştıkları sorunlarla ilgili sonuçlar Tablo13’de gösterilmiştir.

Tablo.14 İşletmeyi Kurduktan Sonra Karşılaşılan Sorunlar

İşletmeyi Kurduktan Sonra Karşılaşılan Sorunlar	Önem Dereceleri (f)			Ağırlıklı Ortalama		Önem Sırası
	1.	2.	3.	Ağırlıklı Puan	Oranı	
Güvensizlik	9	11	3	52	20,4	2
Toplumun geleneksel baskısı	10	5	4	44	17,3	4
Ticari tecrübe eksikliği	7	4	2	31	12,2	5
Başarısızlık beklentisi	11	7	6	53	20,8	3
Farklı davranma isteği	1	2		7	2,7	7
Rol çatışması	12	6	7	55	21,6	1
Ortak bulmada güçlük çekme	2	3	1	13	5,1	6
Toplam	52	38	23	255	100,0	

Ağırlıklı Puan : 1.derece frekansı x 3 + 2.derece frekansı x 2 + 3.derece frekansı x 1

Ağırlıklı Oran : (Ağırlıklı puan/ağırlıklı puanlar toplamı)x100

Bu bulgulara göre, karşılaşılan en önemli sorun %21,6 ile rol çatışmasıdır. Daha sonra sırasıyla %20,8 ile başarısızlık beklentisi, %20,4 ile güvensizlik, %17,3 ile toplumun genel baskısı ve %12,2 ticari tecrübe eksikliği sorunları sıralanmıştır. Bu sonuçlardan, Kahramanmaraş'ta kadın girişimcilerin işletmelerinde faaliyet gösterirken karşılaştıkları genel sorunların, literatürdeki araştırma sonuçları ile benzerlik gösterdiği söylenebilir.

Son olarak kadın girişimcileri destekleme projelerinden haberdar olup olmadıkları sorulduğunda %63,46 oranında evet cevabı alınırken, %36,53 oranında hayır cevabı alınmıştır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Kahramanmaraş ilinde yapılan alan araştırmasında, kadınların girişimci olabilme potansiyellerine ancak orta yaş aralığında sahip olabildikleri saptanmıştır. Kadın girişimcilerin önemli bir oranının, ilk ve orta öğretim gibi kendi işlerinde uzmanlaşamayacak kadar düşük eğitim seviyesine sahip oldukları ve evli olan kadınların da bekar olan kadınlar kadar iş hayatına girme konusunda oldukça aktif oldukları bulguların sonuçları arasındadır. Bunun yanında girişimci kadınların annelerinin, onların girişimci olmalarında önemli bir etkiye sahip olmadıkları buna karşılık, kendi ailelerinden iş kuran babalarının, kardeşlerinin ve eşlerinin önemli oranda onlara girişimcilik anlamında rol modeli olduğu ifade edilebilir. Kadın girişimcilerin büyük çoğunluğunun yetiştikleri aile ortamlarının ise daha çok geleneksel, koruyucu ve kollayıcı olması, onların girişimcilik faaliyetleri için önemli bir engel olarak değerlendirilebilir.

Araştırma kapsamındaki kadın girişimciler, olaylara karşı erkeklere göre daha duyarlı olmaları, daha yoğun insan ilişkilerine sahip olmaları ve çevresel kaynakları daha etkin kullanarak daha hızlı örgütlenmelerini sağlayan çevresiyle iyi iletişim kurma gibi başat özelliklerinin yanında, genel kabul gören yenilikçilik, hedef odaklı olmak, kendine güvenmek, risk almak ve yaratıcılık gibi girişimcilik özelliklerine vurgu yapmışlardır. Bununla beraber cinsiyet rollerinden ve sosyo-kültürel değerlerden kaynaklanan özelliklerini girişimcilikle en az seviyede ilişkilendirmişlerdir. Bir bakıma kadınlar, girişimcilik faaliyetini kadın olmanın kendilerine kazandırdığı bir avantaj olarak görmekten ve bu çerçevede yapmaktan çok kişisel anlamda girişimciliğin olmazsa olmaz özellikleri kapsamında yapmayı tercih etmektedirler.

Kadın girişimcilerin işletmelerini daha çok kendi çabaları ile birlikte akrabalar-arkadaşlarına borçlanarak ve aile dışı ortaklardan çok aile ve eş desteği ile kurdukları ortaya konulan bir diğer bulgu olmuştur. Bunun yanında ticari borçlanma veya banka kredisi ile işletmesini kuran kadın girişimci oranı da dikkat çekicidir. Bu durum, bankaların ve finans kuruluşlarının cazip kredi imkanları sunmaları ve işletme kuracak kadınların da bu kredilere başvurularıyla açıklanabilir. Kadın girişimcilerin bir girişim faaliyetinde bulunmalarının en önemli nedenleri olarak ise; artık ekonomik ve sosyal yönden daha özgür olmak, hane halkı gelirine katkıda bulunmak, kendileri ile ilgili

kararlarda yer almak ve daha güçlü bir şekilde kendilerini temsil etmek olarak sıralanabilir. Bu işi yapmalarının nedenlerini ise kadın girişimciler; yaptıkları işin kadınlara uygun olması ve kendi bildikleri iş olması olarak açıklamışlardır. Diğer taraftan kadın girişimcilerin büyük bir çoğunluğunun yaptıkları iş konusunda çok da profesyonel olmadıkları söylenebilir.

Kadın girişimcilerin işletmeyi kurarken en fazla karşılaştıkları sorunlar; toplumun kendileri hakkındaki değer yargıları, bilgi eksikliği ve finansal düzensizlik sorunu olarak belirtilmiştir. İşletmeyi kurduktan sonra en fazla karşılaştıkları sorunlar ise; rol çatışması, başarısızlık beklentisi, güvensizlik, toplumun geleneksel baskısı ve ticari tecrübe eksikliği olarak tespit edilmiştir. Bununla birlikte kadın girişimciler, iş hayatına girmekle sosyal yönden iş hayatının genelde olumlu yönlerinden önemli avantajlar elde ettiklerini ve iş hayatının genelde kendileri üzerinde kişisel anlamda olumlu bir etki bıraktığını belirtmişlerdir.

Bu bağlamda Kahramanmaraş ilinde kadın girişimcilerin işletmelerini büyütme ve ekonomiye daha fazla katkı yapma çerçevesinde eğitim seviyelerini arttırmaları ve profesyonel bir donanıma sahip olmaları gerekmektedir. Bunun için öncelikle bu konuda aktif destek veren çeşitli kurum ve kuruluşların artırılması ve var olanların da faaliyetlerini arttırmaları gerekmektedir. Bu kuruluşların yerel çapta bu tür tecrübe eksikliği yaşayan kadın girişimcilere daha yakın olmalı ve teknik desteğin yanında planlama ve organizasyon yapılanmalarında da yardımcı olmalıdırlar. Ayrıca kadınların kendi özgüvenlerini kazanacak ve kişisel gelişimlerini geliştirecek, onları bilinçli girişimcilik faaliyetlerine yönelmelerini sağlayacak kurumsal eğitim hizmetlerini almaları yaygınlaştırılmalı ve girişimcilik faaliyetinde bulunan kadınların birbiriyle iletişim kurmalarını daha etkin hale getirme çerçevesinde bir bilgi ağ sistemi oluşturulmalıdır. Toplumun kadınların iş hayatına girmeleri konusundaki önyargılarını ortadan kaldıracak başarılı rol modelleri, medya desteği ile ulusal ve yerel ölçekte ön plana çıkartılmalıdır. Kadın girişimciliğini özendiren ve destekleyen kurum ve kuruluşların daha etkin politika ve stratejiler oluşturabilmeleri için bu kurumlar arasında bütüncül bakışın sağlanması, koordinasyon zorluklarının aşılmasında ortak iletişim ve işbirliğinin geliştirilmesi, hazırlanan programlara kadınların dâhil edilmesi ve uygulama ve takip konusunda daha proaktif olunması gerekmektedir.

Kadınların özellikle son yıllarda iş hayatında aktif olarak yer almaları, ekonomik ve sosyal yaşamın daha verimli ve etkin hale gelmesini de beraberinde getirmiştir. Erkeklerle nazaran daha kırılğan ve duygusal bir yapıya sahip olan kadın girişimcilerin, gerek iş yaşamının zorluklarına ve gerekse kadın olmaktan kaynaklanan sorunlara karşı hazırlıklı olmaları gerekmektedir. Yeni iş sahaları oluşturarak ekonomiye dinamizm kazandırma potansiyeline sahip olan kadın girişimcilerin, bu zorluklarla ve sorunlarla daha etkin bir şekilde baş edebilmeleri, onlar hakkında daha ayrıntılı analizler yapma gereğini ortaya çıkarmaktadır. Dolayısıyla bu çalışmada, kadın girişimcilerin kişilik yapıları, yetiştikleri çevre, girişimcilik faaliyetine başlarken ve başladıktan sonra yaşadıkları sorunlar yapılan araştırma ile ortaya konularak, iş hayatına atılacak kadınlar için oluşturulacak strateji ve politikalara kaynak oluşturmak ve daha sonraki çalışmalara katkı sağlamak amacı güdülmüştür.

Kadın girişimciler iş hayatına daha yoğunluklu olarak, 1980 ve özellikle 1990 yıllarında başlamışlardır. Diğer taraftan kadın girişimcilerin işletmelerinin, özellikle mikro ve küçük işletme niteliğinde kuruldukları ifade edilebilir. Araştırma kapsamındaki girişimci kadınların, erkek egemen sektörlerden çok daha az sermaye gerektiren kadınsı alanlarda faaliyet gösterdikleri ve daha çok kendi yetenek ve bilgilerine uygun, müşterisi daha çok bayan olan faaliyet alanlarında yoğunlaştıkları söylenebilir. Araştırmada ulaşılan bir diğer sonuç ise kadın girişimcilerin büyük bir çoğunluğunun işletmelerinde işçi istihdam ettikleri fakat istihdam edilen işçilerin sayısının mikro işletme düzeyinde kaldığı şeklindedir.

Kahramanmaraş ili örneğinde görüldüğü gibi kadın girişimciler yaşadıkları güçlüklerle, karşılaştıkları sorunlara rağmen kendi imkanları ölçüsünde çaba göstermeye devam etmekte ve gerek şehir ekonomisine gerekse ülke ekonomisine inkar edilemez bir katkı sağlamaktadırlar. Kadın girişimcilere verilecek olan destek ve eğitimler doğrultusunda hali hazırda başarılı olan kadınların başarıları artacak, diğerlerinin de bu konuda daha gayretli çalışmalar yapacaklardır. Dolayısıyla kadın girişimcilik konusunda bilinç artırılmalıdır ve bu konudaki çalışmalar sadece literatürde kalmamalı, uygulamaya geçmelidir.

Kahramanmaraş ilinden elde ettiğimiz bulguları Türkiye geneline yorumlamak pek de yanlış bir yöntem olmayacaktır. Bu bağlamda Kahramanmaraş'ta yapılması gerekenleri Türkiye ölçekli de düşünebiliriz. Öncelikle kadın çalışanların önüne engeller koymak yerine onları desteklemek ve kadınların da başarılı işler yapabileceği gerçeğini herkese benimsetmek gerekmektedir. Sadece girişimcilik konusunda değil tüm alanlarda kadınların önü açılmalı ve gereken desteklere ulaşım kolaylaştırılmalıdır. Son zamanlarda yasal düzenlemeler konusunda elde yaşanan gelişimin uygulamaya da geçmesi halinde kadın girişimciler çok büyük başarılarla imza atacaktır.

Çalışmada elde edilen bulgular sonucunda eş, aile ve çevrelerinden destek gören kadınların daha başarılı, özgüveni yüksek bireyler oldukları saptanmıştır. Bu kişiler aynı zamanda gelecek planları yaparken var olanı korumak yerine daha ileri konuları hedeflemektedir. Kurumsallaşma yolunda emin adımlarla ilerleyen kadın girişimciler kendilerine sağladıkları faydanın yanında etrafındakilere de faydalı olmaya başlayacaklardır. İşsizlik konusuna bir çözüm önerisi olarak bu konu geliştirilebilir. Şöyle ki; kadın girişimciler destek gördükleri hallerde işlerini büyütürken yanlarında personel çalıştırmaya başlayacak ve istihdama katkı sağlamış olacaklardır.

Ülkemizde var olan kadın girişimcilik konusunda faaliyet gösteren kuruluş, dernek ve vakıfların sayıları az denmeyecek kadar olmasına karşın faaliyetlerinin yetersiz oldukları gözlemlenmektedir. Özellikle Kahramanmaraş ili ve bunun gibi illerde kuruluşların sadece ismen var oldukları görülmektedir. Oysa bu gibi illerde böyle kuruluşlara daha çok ihtiyaç vardır. Kadın girişimcilere eğitim verme, yol gösterme, onları bilgilendirme konusunda çok faydalı olacakları yadsınamaz bir gerçektir. Özellikle herhangi bir kimseden destek göremeyen kadın girişimcilerin başvuracağı tek yer olarak görülen bu kuruluşların biran önce aktifleşmesi gerekmektedir.

Sonuç olarak, kadın girişimciler ülkemizde yeni yer edinmeye başlamış ancak hızlı ilerleme kateden bir guruptur. Dolayısıyla önlerindeki engellerin kaldırılması halinde çok başarılı olacakları da bir gerçektir. Yerelde ve ülke genelinde faaliyet gösteren çeşitli kuruluşlar aracılığıyla kadın girişimciliği konusunda bilgilendirmeler yapılmalı ve bu konuda herkes bilinçlendirilmelidir. Bunun yanında kadın girişimcilere olan destekler artırılmalı ve ulaşılabilir hale getirilmelidir

KAYNAKÇA

- ARAT, Nejla; (1986), *Kadın Sorunu*, Say Yayınları, İstanbul.
- AYTAÇ, Ömer; (2006), “Girişimcilik: Sosyo-Kültürel Bir Perspektif”, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı: 15, Ağustos, ss. 139-160.
- BALKIZ, I. Özlem ve Esra Öztürk; (2013), “Neo-Liberal Gelişme Anlayışı ve Kadın: Mikro Finans Uygulamaları Kadınları Güçlendiriyor mu?”, *Mediterranean Journal of Humanities*, Sayı: 3/2, ss. 1-21.
- BEDÜK, Aykut; (2005), “Türkiye’de Çalışan Kadın ve Kadın Girişimciliği”, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt: 3, Sayı: 12, ss. 106-117.
- BERBER, M. Ve B. Yılmaz Eser; (2008), “Türkiye’de Kadın İstihdamı: Ülke ve Bölge Düzeyinde Sektörel Analiz”, *İş, Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, Sayı: 10.
- BİRCAN, İsmail; (1998), “Türkiye’de İşgücü Piyasasında Kadın ve Kadın Girişimciliği”, *20. Yüzyılın Sonunda Kadınlar ve Gelecek Konferansı Bildirileri*, TODAİE Yayınları, Ankara.
- BOZKURT ÇETİNKAYA, Ö., A. Kalkan, O. Koyuncu ve A. M. Alparlan; (2012), “Türkiye’de Girişimciliğin Gelişimi: Girişimciler Üzerine Bir Araştırma”, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı: 15, ss. 229-247.
- CAN, Yeşim ve Aslı Karataş; (2007), “Yerel Ekonomilerde Kalkınmanın İtici Gücü Olarak Kadın Girişimcilerin Rolü ve Mikro Finansman: Muğla İli Örneği”, *Selçuk Üniversitesi Karaman İİBF Dergisi Yerel Ekonomiler Özel Sayısı*, Mayıs, ss. 251-261.
- ÇAKICI, Ayşehan; (2004), “Kadın Girişimcilerin İşletme Fonksiyonlarındaki Etkisinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma”, *Yönetim Bilimleri Dergisi*, Sayı: 1:3.
- ÇAKICI, Ayşehan; (2006), “Mersin’deki Kadın Girişimcilerin İş Yaşamını Etkileyen Faktörler”, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt: 8, Sayı: 4, ss. 54-78.

ÇELEBİ, Nilgün; (1993), “Kadın Girişimciliğini Özendirme ve Destekleme Konusunda Politikalar”, *Kadını Girişimciliğe Özendirme ve Destekleme Paneli Bildiriler ve Tartışmalar, Devlet Bakanlığı Kadın Ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü Eğitim Serisi*, Yayın No: 74, ss. 35-42.

ÇELEBİ, Nilgün; (1997), *Turizm Sektöründeki Küçük İşyeri ve Örgütlerinde Kadın Girişimciler*, T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, Ankara.

DURUKANOĞLU, Hikmet; (2013), *Anaerkil Toplumlar, Kadınların Görünmeyen Tarihi*, Sokak Kitapları Yayınları, İstanbul.

ECEVİT, Yıldız; (1993), “Kadın Girişimciliğin Yaygınlaşmasına Yönelik Bir Model Önerisi”, Kadın Girişimciliği Özendirme ve Destekleme Paneli, Haziran, Ankara.

ECEVİT, Yıldız; (2000), “Çalışma Yaşamında Kadın Emeginin Kullanımı ve Kadın Erkek Eşitliği”, *Çalışma Yaşamı ve Siyaset*, TÜSİAD, ss. 119-196.

ERDOĞAN, Zafer B; (2009), *Girişimcilik ve Kobiler Teori ve Uygulama*, Ekin Yayıncılık, Bursa.

EREN, M. V., E. Tutar, F. Tutar ve Ç. Erkan; (2012), “Yerel Ekonomik Klakınmada Girişimciliğin Rolü: Gaziantep Örneği”, *International Conference on Eurasian Economies*, Session 1D, ss. 369-373.

ERSOY, Hüseyin; (2010), “Kültürel Çevrenin Girişimcilik Tercihine Etkisi”, *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, Cilt: 2, Sayı:1, ss. 71-77.

ERTÜBEY, Neşe Ö.; (1993), “Türkiye’de Kadın Girişimciliği: Mevcut Durum, Sorunlar ve Öneriler”, *Türkiye’de Kadın Girişimcilik*, ss. 244-255.

FİDAN, Fatma ve Tuncay Yılmaz; (2005), “Kadın Girişimcilere Alternatif Bakış; Serüven mi? Macera mı?”.

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

GÖKÜŞ, M., S. M. Özdemiray ve Z. S. Göksel; (2013), “Bölgesel Kalkınmada Kadın Girişimciliğinin Önemi”, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı: 29, ss. 87-97.

GÜROL M. Ve Ali Marşap; (2007), “Geçmişte ve Günümüz Yaşamında Ücretsiz ve Ücretli İşgücü Olarak Kadın”, *Bilig*, Sayı: 4 ss. 95-109.

HUGHES, Karen D.; (2003), “Pushed or Pulled? Women’s Entry into Self Employment and Small Business Ownership”, *Work and Organization*, Cilt: 10, Sayı: 4, ss. 433-454.

HURLEY, Amy E. ; (1999), “Incorporating Feminist Theories Into Sociological Theories of Entrepreneurship”, *Women Management Review*, Vol: 14, No: 2, pp. 54-62.

KEİG; (2013), “Türkiye’de Kadın Emeği ve İstihdamı, Sorun Alanları ve Politika Önerileri 2”, Mayıs.

KIRIM, Arman; (2010), “Türkiye’nin Girişimcilik Politikası Ne Olmalı?”, TOBB Girişimcilik Kongresi, Ankara.

KOCACIK, F. Ve V. B. Gökkaya; (2005), “Türkiye’de Çalışan Kadınlar ve Sorunları”, *Cumhuriyet Üniversitesi İİBF Dergisi*, Sayı: 6.

KOH, H. Chye; (1996), “Testing Hypotheses of Entrepreneuria Characteristics”, *Journal of Managerial Psychology*, Vol:11, No: 3, pp. 12-25.

KORAY, Meryem; (2000), *Sosyal Politika*, Ezgi Kitapevi, Bursa.

KUTANİS, Rana Ö. Ve S. Bayraktaroğlu; (2002a), “Crosscheck of the Perceptions on Women Entrepneurs in SMEs”, Small Business and Entrepreneurship Development Conference, İngiltere, 15-16 April, ss. 350-356.

KUTANİS, Rana Ö. Ve S. Bayraktaroğlu; (2002b), “Anadolu Sanayiinin Gelişmesinde Bayan Girişimciler”, 2. Orta Anadolu Kongresi, Nevşehir, ss. 321-332.

KUTANİS, Rana Özen; (2003), “Girişimcilikte Cinsiyetin Rolü: Kadın Girişimciler”, 11. Ulusal Yönetim Organizasyon Kongresi, 22-24 Mayıs.

KUTANİS, Rana Ö. Ve S. Alparslan; (2006), “Girişimci ve Yönetici Kadınların Profilleri Farklı mıdır?”, *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, Sayı: 8/2, ss. 139-153.

KUTANİS, Rana Özen; (2009), “Kadın ve Erkek Girişimcilerin Algılama Farklılıkları: Sakarya Örneği”, Uluslar arası ve Disiplinlerarası Kadın Çalışmaları Kongresi, Sakarya, ss. 258-267

LEVENT, T. B., E. Masurel, P. Nijkamp; (2003), “Diversity in Entrepreneurship: Ethnic and Female Roles in Urban Economic Life”, *International Journal of Social Economics*, Vol: 30, No: 11, pp. 1131-1161.

MAIR, J. And M. Ignasi; (2006), “Social Entrepreneurship Research: A Source of Explanation, Prediction, and Delight”, *Journal of World Business*, Vol:41, pp. 36-44.

MARANGOZ, Mehmet; (2008), *Girişimcilik*, Pozitif Matbaacılık, Çanakkale.

ORHAN, Muriel and Don Scott; (2001), “Why Women Enter into Entrepreneurship: an Explanatory Model”, *Women in Management Review*, Vol: 16, No: 5, pp. 232-247.

ÖKTEM, M. K. , M. D. Aydın ve S. Ekin; (2007), “Türkiye’de Girişimciliğin Geliştirilmesinde KOSGEB’in Rolü ve Önemi: Uygulamalı Çalışma”, *Sosyo Ekonomi*, Ocak-Haziran, ss. 47-76.

ÖZDEVECİOĞLU, M. Ve C. Çelik; (2000), “Kadın Girişimcilerin Demografik Özellikleri ve Karşılaştıkları Sorunlara İlişkin Nevşehir İlinde Bir Araştırma”, 8. Ulusal Yönetim Organizasyon Kongresi Bildirileri, Nevşehir, ss. 487-498.

SARAY, Gönül; (1993), “Türkiye’de Kadın Girişimciliği”, Kadın Girişimciliği Özendirme ve Destekleme Paneli, Haziran, Ankara.

SAYIN, Esin; (2011), “Kadın Girişimcilerin Sorunlarının Betimleyici Analizi”, *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, Cilt: 3, Sayı: 1, ss. 23-32.

SOYSAL, Abdullah; (2010a), “Kadın Girişimcilerin Özellikleri, Karşılaştıkları Sorunlar ve İş Kuracak Kadınlara Öneriler: Kahramanmaraş İlinde Bir Araştırma”, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, Cilt: 5, Sayı:1, Nisan, ss.71-95.

SOYSAL, Abdullah; (2010b), “Türkiye’de Kadın Girişimciler: Engeller ve Fırsatlar Bağlamında Bir Değerlendirme”, *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, Sayı: 65-1, ss.83-114.

SUNGUR, Zerrin; (2013), “Türkiye’nin Sakin Şehirlerindeki Kadın Girişimciliğine Sosyolojik Bir Bakış”, *International Conference on Eurasian Economies*, Session 3C, ss. 641-648.

ŞAHİN, Esen; (2006), “Kadın Girişimcilik ve Konya İlinde Kadın Girişimcilik Profili Üzerine Bir Uygulama”, *Selçuk Üniversitesi İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, ss. 287-309.

TAMER, Gülay; (2013), “Dünya’ya Kıyasla Türkiye’de Kadın Girişimciliği”, *International Conference on Eurasian Economies*, Session 3C, ss. 649-656.

TOKSÖZ, Gülay; (2007), “İşgücü Piyasasının Toplumsal Cinsiyet Perspektifinden Analizi ve Bölgelerarası Dengesizlikler”, *Çalışma ve Toplum*, Sayı: 4, ss. 57-79.

TOKSÖZ, Gülay; (2011), *Kalkınmada Kadın Emegi*, Varlık Yayınları, İstanbul.

TÜSİAD; (2002), *Türkiye’de Girişimcilik*, Yayın no: 12/340, Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği Yayını, Ankara.

T.C. BAŞBAKANLIK KADININ STATÜSÜ VE SORUNLARI GENEL MÜDÜRLÜĞÜ (KSSGM); (2000), *Türkiye’de Kadınlara Ait Girişimlerin Desteklenmesi*, Ankara.

UFUK, Hatun ve Özlen ÖZGEN; (2001), “The Profile of Women Entrepreneurs: a Sample From Turkey”, *International Journal of Consumer Studies*, Cilt: 25, Sayı: 4, ss. 299-308.

ULUKÖY, M., C. Demireli ve V. Kahya; (2013), “Kosgeb Girişimcilik Eğitimi Kurslarına Katılan Katılımcıların Girişimcilik Profiline Yönelik Bir Alan Araştırması”, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, Sayı: 8:2, ss.79-96.

ULUKÖY, Metin ve Cemalettin Demireli; (2014), “Cinsiyetin Girişimcilik Özellikleri Üzerine Etkisi: Erkek Girişimcilik ve Kadın Girişimciliğin Karşılaştırmalı Analizi”, *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, Sayı: 22, ss. 47-55.

ÜZÜLMEZ, Hüseyin; (2008), “Girişimcilik ve Konya’da Girişimciliğin Geleceği”, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, Sayı: 2, ss. 21-31.

YETİM, Nalan ve Ercan Tatlıdil; (2004), “Social and Cultural Dynamics of Women Entrepreneurs: The Case of Small and Medium Size Clothing Entreprises in Adana and Mersin”, ss.491-507.

YETİM, Nalan; “Sosyal Sermaye Olarak Kadın Girişimciler: Mersin Örneği”, http://www.onlinedergi.com/MakaleDosyalari/51/PDF2002_2_8.pdf, 05.02.2014, ss. 79-92.

ZAPALSKA, A. and G. K. Fogel; (1998), “Chracteristics of Polish and Hungarian Entrepreneurs”, *Journal of Private Enterprise*, Cilt: 19, Sayı: 2, ss. 132-144.

<http://www.cografya.gen.tr/tr/kahramanmaras/nufus.html>, 28.05.2014

http://www.dogaka.org.tr/Icerik/Dosya/www.dogaka.org.tr_214_UJ7K84CM_Kurulustan_Bugune_Kalkinma_Ajanslarinda_Sosyal_Politikalar.pdf, 12.05.2014

<http://kahramanmaras.gov.tr/Nufus.aspx>, 27.05.2014

<http://www.kahramanmarasdefterdarligi.gov.tr/ilimiz/nufus.html>, 28.06.2014

<http://www.kmtso.org.tr/statik.php?file=ekonomikyapi&menuID=36>, 13.04.2014).

http://www.kmtso.org.tr/statik.php?file=ekonomik_gostergeler&menuID=18, 13.04.2014.

<http://www.teknokent.cu.edu.tr/tr/se%C3%A7kin/Giri%C5%9Fimcilik%20Stratejisi%20ve%20Eylem%20Plan%C4%B1%20TASLAK%2017.05.2013.pdf>, 12.05.2014

ÖZGEÇMİŞ

23.06.1988 tarihinde Diyarbakır'da dünyaya geldi. İlkokulu Bursa Selçuk Hatun İlköğretim Okulu'nda, ortaokulu Bursa Atatürk İlköğretim Okulu'nda, liseyi Bursa Erkek Lisesi'nde okudu. 2006 yılında Dokuz Eylül Üniversitesi Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri bölümünde başladığı lisans öğrenimini 2011 yılında tamamladı. Yüksek Lisans öğrenimine Yalova Üniversitesi İnsan Kaynakları ve Çalışma İlişkileri tezli yüksek lisans programında 2011 yılında başladı. Halen Yalova Üniversitesi'nde Yüksek Lisans öğrenimini sürdürmektedir.

Nesibe Şule ERYILMAZ

EK.1

Toplam 30 sorudan oluşan bu ankette, Kahramanmaraş'ta kadın girişimcilerin genel profillerinin belirlenmesi ve genel hatlarıyla yaşadıkları sorunların saptanması amaçlanmaktadır. Başka hiçbir amaç için kullanılmayacaktır.

1. Yaşınız?

2. Nerede yetiştiniz?

Köy

İlçe

Şehir

Büyükşehir

3. En son bitirdiğiniz okul?

Diplomasız okur-yazarım

İlköğrenim

Ortaöğrenim

Üniversite

Y.Lisans

Doktora

4. İşinizle ilgili bir eğitim aldınız mı?

Evet Hayır

5. İşinizle ilgili bir eğitim aldıysanız, bu eğitimi nereden aldınız? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)

Belediye ve/veya Valilikten

Sivil toplum örgütünden

Yüksek okul-üniversiteden

Özel kurslardan

Diğer (.....)

6. İşinizle ilgili hangi alanda eğitime ihtiyaç olduğunu düşünüyorsunuz? (Önem derecesine göre sıralayınız)

- İş geliştirme ve destek
 Pazarlama ve satış
 Finans ve muhasebe
 Yasal düzenlemeler

7. Hangi düzeyde yabancı dil biliyorsunuz?

- Çok iyi İyi
 Orta Az

8. Medeni durumunuz?

- Bekar Evli Boşanmış-eşi ölmüş

9. Çocuğunuz var mı?

- Evet
 Hayır

10. Sermayenizin kaynağı nedir?

- Kişisel-ailevi tasarruflar
 Akraba-arkadaşlara borçlanma
 Banka kredisi
 Karşılıksız destek
 Ortak(lar)
 Diğer (.....)

11. Anne ve babanızın eğitim durumu nedir?

- | Annemiz | Babanız |
|-------------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Okur-yazar | <input type="checkbox"/> Okur-yazar |
| <input type="checkbox"/> İlkokul | <input type="checkbox"/> İlkokul |
| <input type="checkbox"/> Ortaokul | <input type="checkbox"/> Ortaokul |
| <input type="checkbox"/> Lise | <input type="checkbox"/> Lise |
| <input type="checkbox"/> Üniversite | <input type="checkbox"/> Üniversite |

12. Annenizin iş hayatı deneyimi oldu mu?

- Evet Hayır

13. Ailenizde kendi işini kuran var mı?

- Evet Hayır

14. Nasıl bir aile ortamında yetiştirildiniz?

- Muhafazakar (dışa kapalı)
 Otoriter (koruyucu-kollayıcı)
 Demokratik (katılımcı)

15. Girişimci olmadan önce ne iş yapıyordunuz?

- Çalışmıyordum.
 Aynı işi evden yapıyordum.
 Aynı işte ücretli çalışıyordum.
 Özel sektörde çalışıyordum.
 Kamu kesiminde çalışıyordum.
 Serbest meslekle uğraşıyordum.
 Emekliydim.

Önceden de başka bir alanda girişimciydim.

16. Önceki işinizden ayrılma sebebiniz?

- Yeni bir iş kurmak istedim.
- İşten çıkarıldım.
- Belirli bir planım olmadan işten ayrıldım.
- Eski işime de devam ediyorum.
- Diğer (.....)

17. Kendinizi nasıl tanımlarsınız? (Birden fazla seçeneği işaretleyebilirsiniz)

- | | | |
|---|------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Toleranslı | <input type="checkbox"/> Gerçekçi | <input type="checkbox"/> Güvenilir |
| <input type="checkbox"/> Kararlı | <input type="checkbox"/> Enerjik | <input type="checkbox"/> Hızlı karar alan |
| <input type="checkbox"/> İdealist | <input type="checkbox"/> Yaratıcı | <input type="checkbox"/> İyi plan yapan |
| <input type="checkbox"/> Hevesli | <input type="checkbox"/> Yenilikçi | <input type="checkbox"/> Sorumluluk sahibi |
| <input type="checkbox"/> İyimser | <input type="checkbox"/> Risk alan | <input type="checkbox"/> Hedef odaklı |
| <input type="checkbox"/> Enerjik | <input type="checkbox"/> Sabırsız | <input type="checkbox"/> Kendine güvenen |
| <input type="checkbox"/> Çevre ile iyi iletişim kuran | | |

18. İşletmenizde işçi çalıştırıyor musunuz? Evetse kaç kişi olduğunu belirtiniz.

- Evet kişi
- Hayır

19. İşinizden ne düzeyde gelir elde ediyorsunuz?

- Gelirim giderime hemen hemen eşit
- Gelirim giderimden fazla
- Giderim gelirimden fazla

20. Gelecekle ilgili planlarınızı önem derecesine göre belirtiniz

Büyüme

- | | | |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> Hiç önemli değil | <input type="checkbox"/> Kısmen önemli | <input type="checkbox"/> Orta derecede önemli |
| <input type="checkbox"/> Oldukça önemli | <input type="checkbox"/> Çok önemli | |

Karlılığı artırma

- | | | |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> Hiç önemli değil | <input type="checkbox"/> Kısmen önemli | <input type="checkbox"/> Orta derecede önemli |
| <input type="checkbox"/> Oldukça önemli | <input type="checkbox"/> Çok önemli | |

Ürün-hizmet çeşitleme

- | | | |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> Hiç önemli değil | <input type="checkbox"/> Kısmen önemli | <input type="checkbox"/> Orta derecede önemli |
| <input type="checkbox"/> Oldukça önemli | <input type="checkbox"/> Çok önemli | |

Kurumsallaşma

- | | | |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> Hiç önemli değil | <input type="checkbox"/> Kısmen önemli | <input type="checkbox"/> Orta derecede önemli |
| <input type="checkbox"/> Oldukça önemli | <input type="checkbox"/> Çok önemli | |

Sektörde kalıcılık

- | | | |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> Hiç önemli değil | <input type="checkbox"/> Kısmen önemli | <input type="checkbox"/> Orta derecede önemli |
| <input type="checkbox"/> Oldukça önemli | <input type="checkbox"/> Çok önemli | |

Kaliteyi iyileştirme

- | | | |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> Hiç önemli değil | <input type="checkbox"/> Kısmen önemli | <input type="checkbox"/> Orta derecede önemli |
| <input type="checkbox"/> Oldukça önemli | <input type="checkbox"/> Çok önemli | |

İşte mevcut durumu devam ettirme

- | | | |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> Hiç önemli değil | <input type="checkbox"/> Kısmen önemli | <input type="checkbox"/> Orta derecede önemli |
| <input type="checkbox"/> Oldukça önemli | <input type="checkbox"/> Çok önemli | |

21. Girişimci olmanızda sizi etkileyen faktörler nelerdir? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)

- İşsiz kaldığım için bir iş kurmak istedim.
- Kendimi geliştirmek istedim.
- İş hayatımda daha özgür olmak istedim.
- Aile geleneğini devam ettirmek istedim.
- Bir önceki işimden memnun değildim.
- Aile bütçesine katkıda bulunmak istedim.
- Hep kendi patronum olmak istedim.
- Ekonomik bağımsızlığımı kazanmak istedim.
- Aldığım eğitim doğrultusunda girişimci olmak istedim.
- Çevre edinmek istedim.
- Daha çok para kazanmak istedim.
- Zamanımı değerlendirmek istedim.

22. Bir girişimci olarak aşağıdaki sorunlardan hangileriyle karşılaştınız? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)

- Tüm sorumluluğu üstlenmek zorunda kalmak
- Kadınlara karşı önyargılar
- Çok çalışmaktan dolayı stres yaşamak
- Başkaları tarafından ciddiye alınmamak
- Çocuklarımla yeterli zamanı geçirememek
- Sektörel zorluklar
- Finansal kredi alamamak
- İnsanlara ulaşmada zorluklar
- Mal alımı için finans sağlayamamak
- İşe başlama, finansman, yasal gereklilikler, hammaddeye ulaşım hakkında yeterli bilgiye ulaşamamak
- Aile ve iş hayatı dengesizliği
-

Uzman desteği bulamamak

23. Girişimcilik kararınızı kimler destekledi? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Herhangi bir destek almadım. | <input type="checkbox"/> Kardeşlerim |
| <input type="checkbox"/> Műsterilerim | <input type="checkbox"/> İř Ortaklarım |
| <input type="checkbox"/> Annem | <input type="checkbox"/> Eşim |
| <input type="checkbox"/> Diğer aile ۆyeleri | <input type="checkbox"/> Tedarikiler |
| <input type="checkbox"/> Babam | <input type="checkbox"/> Diğer |
| <input type="checkbox"/> Arkadaşlarım | |

24. Aşağıda kadın girişimcilerle ilgili verilen ifadelere ne oranda katıldığınızı belirtiniz.

Türkiye’de kadın girişimciler giderek daha fazla desteklenmektedir.

- | | |
|---|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Kesinlikle katılmıyorum | <input type="checkbox"/> Katılmıyorum |
| <input type="checkbox"/> Ne katılıyorum ne katılmıyorum | <input type="checkbox"/> Katılıyorum |
| <input type="checkbox"/> Kesinlikle katılıyorum | |

İnternet kadın girişimcileri olumlu yönde etkilemektedir.

- | | |
|---|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Kesinlikle katılmıyorum | <input type="checkbox"/> Katılmıyorum |
| <input type="checkbox"/> Ne katılıyorum ne katılmıyorum | <input type="checkbox"/> Katılıyorum |
| <input type="checkbox"/> Kesinlikle katılıyorum | |

İletişim yetenekleri girişimcilik konusunda kadınlara avantaj sağlar.

- | | |
|---|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Kesinlikle katılmıyorum | <input type="checkbox"/> Katılmıyorum |
| <input type="checkbox"/> Ne katılıyorum ne katılmıyorum | <input type="checkbox"/> Katılıyorum |
| <input type="checkbox"/> Kesinlikle katılıyorum | |

Kadınlara girişimci olması daha zordur.

- | | |
|---|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Kesinlikle katılmıyorum | <input type="checkbox"/> Katılmıyorum |
| <input type="checkbox"/> Ne katılıyorum ne katılmıyorum | <input type="checkbox"/> Katılıyorum |
| <input type="checkbox"/> Kesinlikle katılıyorum | |

Girişimci olmak diğer sorumluluklarıma engel teşkil ediyor.

- | | |
|---|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Kesinlikle katılmıyorum | <input type="checkbox"/> Katılmıyorum |
| <input type="checkbox"/> Ne katılıyorum ne katılmıyorum | <input type="checkbox"/> Katılıyorum |
| <input type="checkbox"/> Kesinlikle katılıyorum | |

25. Hangi sektörde faaliyet göstermektediresiniz?

- Ticaret sektörü
- Hizmet sektörü
- İmalat sektörü
- Diğer

26. Aşağıdaki kuruluşlardan hangisine/hangilerine üyesiniz?

- KA-MER (Kadın Girişimciler için Destek Projesi) Vakfı
- TİKAD (Türkiye İş Kadınları Derneği)
- KEDU (Kadın Emegini Değerlendirme Vakfı)
- KA-DER (Kadın Adayları Eğitme ve Destekleme Derneği)
- KADAV (Kadınlar Dayanışma Vakfı)
- KAGİDER (Kadın Girişimciler Derneği)
- KOSGEB (Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı)
- KMTSO – KAGİK (Kahramanmaraş Ticaret Odası Kadın Girişimciler Kurulu)
- Bir sivil toplum örgütü veya kuruluşa üye değilim.

27. İşletmenizi açmanızda etkili olan faktörleri önem derecesine göre belirtiniz.

- Kadınlara uygun olması
- Bildiğim bir iş olması
- Eğitimime uygun olması
- Diğer (Tavsiye, devralma)

28. İşletmenizi kurarken karşılaştığınız sorunları önem derecesine göre belirtiniz.

- Toplumda kadına atfedilen değer
- Finansal düzensizlik
- Rekabet ortamındaki adaletsizlik
- Kalifiye eleman bulma
- Bilgi eksikliği
- Teknolojiye ayak uydurma
- Bürokratik ve yasal engeller

29. İşletmenizi kurduktan sonra karşılaştığınız sorunları önem derecesine göre belirtiniz.

- Güvensizlik
- Toplumun geleneksel baskısı
- Ticari tecrübe eksikliği
- Başarısızlık beklentisi
- Farklı davranma isteği
- Rol çatışması
- Ortak bulmada güçlük çekme

30. Kadın girişimcileri destekleme projelerinden haberdar mısınız?

- Evet
- Hayır